

**DANIELEMIGNARDI**  
PROMOPRESSAGENCY



**MIA | MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO**

***EDIZIONE #6***

**ROMA, 14 - 18 OTTOBRE 2020**

**RASSEGNA STAMPA NAZIONALE**

**DAL 23 AL 20 OTTOBRE**

**IL GIORNALE del 23/10/2020, pag.31**

Titolo/ Dalla Champions League alla cucina, Prime Video sfida Sky e Netflix

**ASKANEWS**

Titolo/ Serie su Oriana Fallaci vince ViacomCBS International Studios Award

[http://www.askanews.it/spettacolo/2020/10/19/serie-su-oriana-fallaci-vince-viacomcbs-international-studios-award-pn\\_20201019\\_00156/](http://www.askanews.it/spettacolo/2020/10/19/serie-su-oriana-fallaci-vince-viacomcbs-international-studios-award-pn_20201019_00156/)

**LA STAMPA**

Titolo/ "Il MIA ha vinto la sfida"

<https://www.lastampa.it/topnews/tempi-moderni/2020/10/19/news/il-mia-ha-vinto-la-sfida-1.39435196>

**CINEUROPA**

Titolo/ Il MIA Market assegna i suoi premi

<https://www.cineuropa.org/it/newsdetail/393803>

**DAVIDE MAGGIO**

Titolo/ Sopravvissuti: nel cast della serie internazionale Lino Guanciale, Barbora Bobulova e Alessio Vassallo

<https://www.davidemaggio.it/archives/190035/sopravvissuti-nel-cast-della-serie-internazionale-lino-guanciale-barbora-bobulova-e-alessio-vassallo>

**CINEMA ITALIANO.INFO**

Titolo/ MIA 6 - I premiati

<https://www.1.info/news/59492/mia-6-i-premiati.html>

**AGENSIR**

Titolo/ Mercato internazionale audiovisivo: "Miss Fallaci Takes America" vince il riconoscimento ViacomCbs International Studios

<https://www.agensir.it/quotidiano/2020/10/19/romaff15-miss-fallaci-takes-america-vince-il-riconoscimento-viacomcbs-international-studios/>

**KEY 4 BIZ**

Titolo/ FAPAV/MIA "Dopo il lockdown: ripartire insieme dalla legalità"

<https://www.key4biz.it/webinar-fapav-mia-dopo-il-lockdown-ripartire-insieme-dalla-legalita-segui-la-diretta-alle-15/326349/>

**LUNEDÌ 19 OTTOBRE**

**IL GIORNALE del 19/10/2020, pag.31**

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

**IL MESSAGGERO del 19/10/2020, pag.28**

MIA oltre 8000 presente all'evento romano

**IL TEMPO del 19/10/2020, pag.18**

Numeri da record per il MIA

**IL MATTINO / IL MATTINO DI PADOVA del 19/10/2020, pag.33**

Gonnella: diventerà serie il progetto sulla Fallaci

**LA SICILIA del 19/10/2020, pag.14**

Miriam Leone vestirà i panni dell'inviata Oriana Fallaci

**LA PROVINCIA / LA NUOVA DI VENEZIA MESTRE del 19/10/2020, pag.34**

Gonnella: diventerà serie il progetto sulla Fallaci

**ANSA**

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

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

**ADNKRONOS**

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

[https://www.adnkronos.com/intrattenimento/spettacolo/2020/10/18/chiude-mia-oltre-mila-presenze-accreditati\\_JllhaQ2zPEHzH9AjHv4G0J.html](https://www.adnkronos.com/intrattenimento/spettacolo/2020/10/18/chiude-mia-oltre-mila-presenze-accreditati_JllhaQ2zPEHzH9AjHv4G0J.html)

**LA PRESSE**

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

[https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema\\_successo\\_per\\_mia\\_market\\_2020\\_8mila\\_presenze\\_fisiche\\_e\\_online\\_da\\_50\\_paesi-3104478/news/2020-10-18/](https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema_successo_per_mia_market_2020_8mila_presenze_fisiche_e_online_da_50_paesi-3104478/news/2020-10-18/)

**AGCULT**

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

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

**PRIMA COMUNICAZIONE**

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

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

**E-DUESSE**

Titolo/ Tutti i numeri del MIA 2020

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

**ROMA TODAY**

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

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

**CINECITTÀ NEWS**

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

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

**CINEMA E VIDEO INTERNATIONAL**

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

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

Titolo/ MIA: premiati Miss Fallaci e Darkside

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

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

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

**FRED FILM RADIO**

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

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

**YAHOO**

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

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

**SPETTACOLO.EU**

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

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

**B LAB**

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

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

**DOMENICA 18 OTTOBRE**

**AVVENIRE del 18/10/2020, pag. 25**

Titolo/ Anica lancia l'Academy per formare professionisti

**LA PRESSE**

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

[https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema/ecco\\_tutti\\_i\\_premiati\\_del\\_mia\\_mercato\\_internazionale\\_audiovisivo-3102190/news/2020-10-17/](https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema/ecco_tutti_i_premiati_del_mia_mercato_internazionale_audiovisivo-3102190/news/2020-10-17/)

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

[https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema/il\\_fratello\\_di\\_che\\_guevara\\_al\\_mia\\_dobbiamo vederlo come un uomo non un\\_mito\\_-3099527/video/2020-10-17/](https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema/il_fratello_di_che_guevara_al_mia_dobbiamo vederlo come un uomo non un_mito_-3099527/video/2020-10-17/)

**AGCULT**

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

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

**IL SOLE 24 ORE**

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

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

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

**LEGGO**

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

[https://www.leggo.it/spettacoli/televisione/mia\\_mercato\\_internazionale\\_audiovisivo\\_ecco\\_tutti\\_i\\_premiati\\_della\\_sesta\\_edizione-5529870.html](https://www.leggo.it/spettacoli/televisione/mia_mercato_internazionale_audiovisivo_ecco_tutti_i_premiati_della_sesta_edizione-5529870.html)

**E-DUESSE**

Titolo/ MIA, TUTTI I VINCITORI DELLA 6ª EDIZIONE

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



**TV BLOG**

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

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

**INVESTIMENTO FINANZA ITALIANO**

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

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

**SABATO 17 OTTOBRE**

**CORRIERE DELLA SERA del 17/10/2020, pag.54**

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

**IL MESSAGGERO del 17/10/2020, pag.50**

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

**ITALIA OGGI del 17/10/2020, pag.19**

Titolo/ Nasce la fondazione Anica Academy

**TGR del 16/10/2020 ORE 14.00 – Dal minuto 14.43**

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

**ANSA**

Titolo/Nasce Anica Academy, produttori uniti per la formazione

[https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2020/10/16/nasce-anica-academy-produttori-uniti-per-la-formazione\\_b7d4cfd4-19a6-4432-ada9-ce88221a76b7.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2020/10/16/nasce-anica-academy-produttori-uniti-per-la-formazione_b7d4cfd4-19a6-4432-ada9-ce88221a76b7.html)

**LAPRESSE**

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

[https://www.lapresse.it/spettacoli/televisione/rai\\_documentari\\_duilio\\_giammaria\\_e\\_la\\_nuova\\_golden\\_age\\_del\\_documentario-3094284/news/2020-10-16/](https://www.lapresse.it/spettacoli/televisione/rai_documentari_duilio_giammaria_e_la_nuova_golden_age_del_documentario-3094284/news/2020-10-16/)

**AGCULT**

Titolo/Cinema e audiovisivo, nasce la Fondazione Anica Academy

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

**9 COLONNE**

Titolo/ Cinema: Nasce La Fondazione Anica Academy

[https://www.9colonne.it/278691/cinema-nasce-la-fondazione-anica-academy-2#.X4qLFUpS\\_IU](https://www.9colonne.it/278691/cinema-nasce-la-fondazione-anica-academy-2#.X4qLFUpS_IU)

**IL SOLE 24 ORE**

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

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

**LEGGO**

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

[https://www.leggo.it/spettacoli/cinema/annunciato\\_al\\_mia\\_l\\_inizio\\_delle\\_riprese\\_di\\_sopravvissuti\\_con\\_lino\\_guanciale\\_al\\_via\\_il\\_21\\_ottobre\\_2020-5527853.html](https://www.leggo.it/spettacoli/cinema/annunciato_al_mia_l_inizio_delle_riprese_di_sopravvissuti_con_lino_guanciale_al_via_il_21_ottobre_2020-5527853.html)

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

<https://www.leggo.it/spettacoli/televisione/sopravvissuti-arriva-mystery-drama-nato-alleanza-rai-france-televisions-zdf-5527934.html>

#### **LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO**

Titolo/Nasce Anica Academy, produttori uniti per la formazione

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

#### **L'ARENA**

Titolo/Nasce Anica Academy, produttori uniti per la formazione

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

#### **PRIMA ONLINE**

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

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

Titolo/ Mia 2020: Amazon presenta le nuove produzioni

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

#### **E-DUESSE**

Titolo/ Nasce ANica Academy

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

#### **TV ZOOM**

Titolo/ Facciamo i conti in tasca a TV e cinema

<https://www.tvzoom.it/2020/10/16/85226/facciamo-i-conti-in-tasca-a-tv-e-cinema/>

#### **FUNWEEK**

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

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

#### **YAHOO**

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

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

#### **MSN**

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

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

#### **RADIO E TELEVISION MONITOR**

Titolo/ Chiude 18 ottobre la sesta edizione del MIA Mercato Internazionale Audiovisivo

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

#### **CINEMAITALIANO.INFO**

Titolo/Nasce La Fondazione Anica Academy

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

### **IL PROFUMO DELLA DOLCEVITA**

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

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

### **TV SERIAL**

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

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

### **OPTIMAGAZINE**

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

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

### **MEDIA KEY**

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

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

### **CHE TV FA**

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

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

### **KEY4BIZ**

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

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

### **SPETTACOLO ITALIANO**

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

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

### **DI TUTTO UN POP**

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

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

### **ALLINFO**

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

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

### **ULTIME NOTIZIE OGGI**

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

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

**VENERDÌ 16 OTTOBRE**

**IL SOLE 24ORE del 16/10/2020, pag.14**

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

**ITALIA OGGI del 16/10/2020, pag.19**

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

**IL MESSAGGERO del 16/10/2020, pag.27**

Titolo/ Leone: "Restituire alla rai 180 milioni"

**IL GIORNALE del 16/10/2020, pag.31**

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

**LEGGO del 16/10/2020, pag.2**

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

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

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

**ANSA**

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

[https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/2020/10/15/audiovisivo-vede-nero-risorse-per-la-ripresa\\_2766cbf8-743c-4224-81aa-1d29ad2d490e.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/2020/10/15/audiovisivo-vede-nero-risorse-per-la-ripresa_2766cbf8-743c-4224-81aa-1d29ad2d490e.html)

**LA PRESSE**

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

[https://www.lapresse.it/cronaca/giancarlo\\_leone\\_presidente\\_apa\\_ripartire\\_in\\_questo\\_momento\\_e\\_fondamentale\\_per\\_l\\_intera\\_industria\\_dell\\_audiovisivo\\_-3091865/video/2020-10-15/](https://www.lapresse.it/cronaca/giancarlo_leone_presidente_apa_ripartire_in_questo_momento_e_fondamentale_per_l_intera_industria_dell_audiovisivo_-3091865/video/2020-10-15/)

**ASKANEWS**

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

[http://www.askanews.it/video/2020/10/15/a-roma-torna-il-mercato-dellaudiovisivo-con-137-proiezioni-20201015\\_video\\_12013528/](http://www.askanews.it/video/2020/10/15/a-roma-torna-il-mercato-dellaudiovisivo-con-137-proiezioni-20201015_video_12013528/)

**AGENZIA DIRE**

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

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

**AGCULT**

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

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

**IL MESSAGGERO**

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

[https://www.ilmessaggero.it/video/spettacoli/giancarlo\\_leone\\_apa\\_produttori\\_audiovisivi-5525823.html](https://www.ilmessaggero.it/video/spettacoli/giancarlo_leone_apa_produttori_audiovisivi-5525823.html)

**IL SOLE 24 ORE**

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

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

**QN - QUOTIDIANO.NET**

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

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

**LEGGO**

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

[https://www.leggo.it/pay/roma\\_pay/audiovisivo\\_in\\_crisi\\_subito\\_risorse\\_alla\\_rai\\_per\\_la\\_ripresa-5526132.html](https://www.leggo.it/pay/roma_pay/audiovisivo_in_crisi_subito_risorse_alla_rai_per_la_ripresa-5526132.html)

**PRIMA COMUNICAZIONE**

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

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

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

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

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

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

**E-DUESSE**

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

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

**MILANO FINANZA**

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

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

**AFFARI ITALIANI**

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

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

**TODAY**

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

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

**CINEMAITALIANO.INFO**

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

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

**TISCALI**

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

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

**VIRGILIO**

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

[https://video.virgilio.it/guarda-video/a-roma-torna-il-mercato-dell-audiovisivo-con-137-proiezioni\\_bc6200916653001](https://video.virgilio.it/guarda-video/a-roma-torna-il-mercato-dell-audiovisivo-con-137-proiezioni_bc6200916653001)

## **RB CASTING**

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

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

## **ONDA MUSICALE**

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

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

## **MEDIA KEY**

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

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

## **IL GIORNALE D'ITALIA**

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

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

## **SARDEGNA REPORTER**

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

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

## **VOCE DEL NORDEST**

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

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

## **LA RONDINE**

Titolo/ La Finlandia al MIA Market, mercato internazionale audiovisivo

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

## **CHERRY PRESS**

Titolo/ MIA 2020: torna il Mercato Internazionale Audiovisivo

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

## **DIETRO LA NOTIZIA**

Titolo/ APA presenta 2° rapporto nazionale

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

## **ESPORTS MAG**

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

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

## **LE ULTIME NOTIZIE**

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

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

## **TECH PRINCESS**

Titolo/ First Playable parteciperà al Mercato Internazionale Audiovisivo

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

**GIOVEDÌ 15 OTTOBRE**

**IL MESSAGGERO del 15/10/2020, pag.23**

Titolo/ Parte il MIA in cartellone 137 produzioni

**IL GIORNALE del 15/10/2020, pag.20**

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

**CORRIERE DELLA SERA (ed. Roma) del 15/10/2020, pag.68**

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

**ITALIA OGGI del 15/10/2020, pag.18**

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

**IL SOLE 24 ORE del 15/10/2020, pag.15**

Titolo/ MIA a Roma il punto sull'Audiovisivo

**IL FATTO QUOTIDIANO del 15/10/2020, pag.19**

Titolo/ Quattro giorni di MIA

**IL MANIFESTO del 15/10/2020, pag.21**

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

**IL TEMPO del 15/10/2020, pag.26**

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

**LEGGO del 15/10/2020, pag.5**

Titolo/ La sfida è tutta MIA

**ANSA**

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

[https://www.ansa.it/sito/notizie/cronaca/2020/10/14/al-mia-il-mercato-punta-alla-creativita-e-guarda-al-futuro\\_14421b02-0bc8-41a4-a8c5-5b5a0948273a.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cronaca/2020/10/14/al-mia-il-mercato-punta-alla-creativita-e-guarda-al-futuro_14421b02-0bc8-41a4-a8c5-5b5a0948273a.html)

**ADNKRONOS**

Titolo/ A Roma un Mia ibrido e pieno di progetti

[https://www.adnkronos.com/intrattenimento/spettacolo/2020/10/14/roma-mia-ibrido-pieno-progetti\\_RiLbhg8oGP3DLwb4NZy8WWM.html?refresh\\_ce](https://www.adnkronos.com/intrattenimento/spettacolo/2020/10/14/roma-mia-ibrido-pieno-progetti_RiLbhg8oGP3DLwb4NZy8WWM.html?refresh_ce)

**LA PRESSE**

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

[https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema/cinema\\_torna\\_l\\_appuntamento\\_con\\_il\\_mia\\_mercato\\_internazionale\\_audiovisivo-3084455/news/2020-10-14/](https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema/cinema_torna_l_appuntamento_con_il_mia_mercato_internazionale_audiovisivo-3084455/news/2020-10-14/)

**AGCULT**

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

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

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

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

#### **AGENZIA NOVA**

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

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

#### **9COLONNE**

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

<https://www.9colonne.it/278222/audiovisivo-a-roma-al-via-mercato-internazionale-mia-1#.X4ciW9UzBIU>

#### **LEGGO**

Titolo/ Mia - Mercato Internazionale Audiovisivo 2020

[https://www.leggo.it/video/mia\\_mercato\\_internazionale\\_audiovisivo\\_2020-5523314.html](https://www.leggo.it/video/mia_mercato_internazionale_audiovisivo_2020-5523314.html)

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

[https://www.leggo.it/spettacoli/cinema/mia\\_mercato\\_internazionale\\_audiovisivo\\_ultime\\_notizie-5523338.html](https://www.leggo.it/spettacoli/cinema/mia_mercato_internazionale_audiovisivo_ultime_notizie-5523338.html)

#### **PRIMA ONLINE**

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

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

#### **E-DUESSE**

Titolo/ MIA, AL VIA OGGI IL MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO

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

#### **CINECITTÀ NEWS**

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

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

#### **CINEMA&VIDEO INTERNATIONAL**

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

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

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

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

#### **ARTRIBUNE**

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

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

#### **CINEMATOGRAFO**

Titolo/ IDM al MIA Market

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

#### **ROMA DAILY NEWS**

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

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



#### **EZROME.IT**

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

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

#### **TEATRI ONLINE**

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

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

#### **SARDEGNA REPORTER**

Titolo/ MIA 2020: torna il Mercato Internazionale Audiovisivo

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

#### **VAPORE MAGAZINE**

Titolo/ MIA MARKET #6

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

#### **AREADEM**

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

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

#### **DIGITAL NOMAD LIFESTYLE**

Titolo/ MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo

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

#### **TUSCIAUP**

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

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

#### **ROMA MULTIETNICA**

Titolo/ African Dreamers – Five True stories

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

#### **SERIALGAMER.IT**

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

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

#### **IL VIDEOGIOCO**

Titolo/ IIDEA, annunciata la partecipazione al MIA

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

#### **THE WORLD NEWS**

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

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

#### **FIRST RADIO WEB**

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

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

**DAL 5 AL 1° OTTOBRE**

**IL GIORNALE del 1°/10/2020, pag.24**

Titolo/ Al MIA grandi ospiti e 50 progetti

**IL MESSAGGERO**

Titolo/ Torna Mia a Roma: tutto pronto per la sesta edizione del Mercato internazionale dell'audiovisivo

[https://www.ilmessaggero.it/tecnologia/roma\\_palazzo\\_barberini\\_audiovisivo\\_covid\\_novita\\_film\\_tv-5496837.html](https://www.ilmessaggero.it/tecnologia/roma_palazzo_barberini_audiovisivo_covid_novita_film_tv-5496837.html)

**IL TEMPO**

Titolo/ Il mercato dell'audiovisivo si dà appuntamento a Roma

<https://www.iltempo.it/spettacoli-tv/2020/09/30/news/mei-mercato-internazionale-audiovisivo-palazzo-barberini-roma-24730538/>

**PRIMA COMUNICAZIONE**

Titolo/ Mia, 50 titoli tra film, serie tv e documentari selezionati per il co-production Market e Pitching Forum

<https://www.primaonline.it/2020/10/01/313065/mia-edizione-6-roma-14-18-ottobre-svela-i-primi-progetti-in-anteprima-50-tra-film-serie-e-docu/>

**CINEUROPA**

Titolo/ Intramovies punta su Nimby, Non odiare e Asia

Nel testo: "Al MIA di Roma la società italiana guidata da Paola Corvino propone una line up ricca di opere prime che si stanno facendo strada sul mercato"

<https://www.cineuropa.org/it/newsdetail/393292>

**CINEMA ITALIANO**

Titolo/ MIA 6 - Europa Creativa MEDIA al MIA Market

<https://www.cinemaitaliano.info/news/59221/mia-6-europa-creativa-media-al-mia-market.html>

**OSSERVATORE D'ITALIA**

Titolo/ Roma, la 6° edizione del MIA scalda i motori

<https://www.osservatoreitalia.eu/roma-la-6-edizione-del-mia-scalda-i-motori/>

**MUSICA EST**

Titolo/ MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO – svela i primi progetti 50 titoli tra film, serie tv e documentari #miamarket

<https://musicaest.com/2020/10/mercato-internazionale-audiovisivo-svela-i-primi-progetti-50-titoli-tra-filmserie-tv-e-documentari-miamarket/>

**DAL 30 SETTEMBRE AL 10 GIUGNO**

**ITALIA OGGI del 14/09/2020**

Titolo/ Mercato Internazionale Audiovisivo anche online pag.19

**TIVÙ del 09/2020 pag.52, 54**

Titolo/ Mia market 2020 la ripresa passa da qui

**BOX OFFICE del 30/09/2020**

Titolo/ Mia, un'edizione che guarda al futuro

**PRIMA COMUNICAZIONE dell' 08/2020, pag. 75, 88**

Titolo/ Mia Market alla prova del Covid

**ANSA**

Titolo/ Tv: Al Mia, Miss Fallaci, Takes America e Lafayette. Da 14 al 18 ottobre a Roma, e online, la sesta edizione

**ANSA.IT**

Titolo/ Tv: Dal 14 ottobre a Roma la sesta edizione del MIA

[https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/tv/2020/09/29/tv-dal-16-al-20-ottobre-a-roma-la-quinta-edizione-del-mia\\_5e10c7b5-ed51-4bf6-b023-f270ab0d78e5.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/tv/2020/09/29/tv-dal-16-al-20-ottobre-a-roma-la-quinta-edizione-del-mia_5e10c7b5-ed51-4bf6-b023-f270ab0d78e5.html)

**AGENZIA DIRE**

Titolo/ Cinema, alla sesta edizione del Mia metà dei progetti è di registi

<https://www.dire.it/29-09-2020/508887-cinema-alla-sesta-edizione-del-mia-meta-dei-progetti-e-di-donne/>

**LEGGO.IT**

Titolo/ Film, serie tv e documentari: al Mia/Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma le produzioni del prossimo futuro

[https://www.leggo.it/italia/roma/mia\\_mercato\\_internazionale\\_audiovisivo\\_che\\_si\\_svolgera\\_a\\_palazzo\\_barberini\\_roma-5494773.html](https://www.leggo.it/italia/roma/mia_mercato_internazionale_audiovisivo_che_si_svolgera_a_palazzo_barberini_roma-5494773.html)

**PRIMAONLINE**

Titolo/ La piattaforma Mia Digital debutta alla 77° Mostra del cinema di Venezia

<https://www.primaonline.it/2020/09/11/312221/la-piattaforma-mia-digital-debutta-alla-77-mostra-del-cinema-di-venezias/>

Titolo/ Rinnovata la partnership tra Mia Doc e GZ DOC, festival cinese dedicato ai documentari

<https://www.primaonline.it/2020/07/13/309932/rinnovata-la-partnership-tra-mia-doc-e-gz-doc-festival-cinese-dedicato-ai-documentari/>

**E-DUESSE**

Titolo/ MIA: I Primi Progetti In Anteprima

<http://www.e-duesse.it/News/Televisione/Mia-i-primi-progetti-in-anteprima-251164>

Titolo/ L'audiovisivo europeo affronta il post-Covid

<http://www.e-duesse.it/News/Televisione/L-audiovisivo-europeo-affronta-il-post-Covid-249293>

Titolo/ Audiovisivo post-Covid: da dove ripartire?

<http://www.e-duesse.it/News/Televisione/Audiovisivo-post-Covid-da-dove-ripartire-249277>

**CINECITTÀ NEWS**

Titolo/ Mia 2020: l'industria post COVID

<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/53/83546/mia-2020-l-industria-post-covid.aspx>

Titolo/ Riapertura sale: il problema ora sono i film

<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/55/82114/riapertura-sale-il-problema-ora-sono-i-film.aspx>

**CINEUROPA**

Titolo/ I primi progetti in anteprima al MIA di Roma

<https://cineuropa.org/it/newsdetail/393142/>

Titolo/ La terza conferenza del MIA esplora i piani dell'Europa per ricostruire l'industria televisiva post-coronavirus  
<https://www.cineuropa.org/it/newsdetail/389607>

Titolo/ Le storie post Covid e l'importanza della tecnologia (e dei giovani) al webinar di MIA  
<https://www.cineuropa.org/it/newsdetail/389266>

#### **CINEMA E VIDEO INTERNATIONAL**

Titolo/ Mercati / MIA Digital apre una finestra al VPB

[https://www.cinemaevideo.it/mercati-mia-digital-apre-una-finestra-al-vpb?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=il cinema e ripartito da veneziam&utm\\_term=2020-09-14](https://www.cinemaevideo.it/mercati-mia-digital-apre-una-finestra-al-vpb?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=il%20cinema%20e%20ripartito%20da%20veneziam&utm_term=2020-09-14)

Titolo/ CEPI/Ora più che mai c'è bisogno del sostegno dell'Europa

<https://www.cinemaevideo.it/cepi-ora-piu-che-mai-ce-bisogno-del-sostegno-delleuropa>

Titolo/ LE STORIE POST COVID/L'importanza della tecnologia (e dei giovani)

<https://www.cinemaevideo.it/le-storie-post-covid-limportanza-della-tecnologia-e-dei-giovani>

Titolo/ MIA/Aperte le call. Webinar sul futuro della produzione

<https://www.cinemaevideo.it/mia-aperte-le-call-webinar-sul-futuro-della-produzione>

#### **MONITOR RADIO - TV**

Titolo/ Le misure europee per ricostruire l'Industria televisiva

<https://www.monitor-radiotv.it/w/event/le-misure-europee-per-ricostruire-lindustria-televisiva/>

### **DAL 19 AL 13 MAGGIO**

#### **ITALIA OGGI del 19/05/2020, pag.23**

Titolo/Il cinema non vuole tornare in sala

*Nel testo: "...nel corso del webinar Re(Open) for Business. Coronavirus, superare la crisi: quali scenari per distributori e sale cinematografiche?, promosso dal Mia Market..."*

#### **CORRIERE DELLA SERA (ed. Roma), del 18/05/2020**

Titolo/ Il Mercato dell'audiovisivo torna a Ottobre

#### **IL MESSAGGERO (ed. Roma), del 14/05/2020, pag.31, 41**

Titolo/ Nel distretto Barberini torna a Ottobre il Mia, il mercato dell'audiovisivo

#### **DIRE OGGI del 14/05/2020**

Titolo/ a Ottobre a Roma il Mia

#### **TOUCH POINT TODAY del 14/05/2020, pag.11**

Titolo/ Mia 2020, dal 14 al 18 ottobre on site e online

#### **ADNKRONOS**

Titolo/ Audiovisivo: il Mia si farà, confermata 6° edizione a ottobre 'in ambiente a prova di Covid'

Pannelli, proiezioni e forum per discutere del futuro dell'industria cinematografica post pandemia

#### **ASKANEWS**

Titolo/Sesta edizione di MIA a Roma dal 14 al 18 ottobre 2020

[http://www.askanews.it/spettacolo/2020/05/14/sesta-edizione-di-mia-a-roma-dal-14-al-18-ottobre-2020-pn\\_20200514\\_00239/](http://www.askanews.it/spettacolo/2020/05/14/sesta-edizione-di-mia-a-roma-dal-14-al-18-ottobre-2020-pn_20200514_00239/)

**AGENZIA DIRE**

Titolo/ Dal 14 Al 18 Ottobre A Roma torna il 'Mia'

<https://www.dire.it/14-05-2020/460077-tg-cultura-edizione-del-14-maggio-2020/>

**TV ZAP/ LA REPUBBLICA**

Titolo/ MIA a ottobre torna a ROMA (14 – 18 ottobre) e lancia la nuova piattaforma MIA DIGITAL

<https://tvzap.kataweb.it/news/275586/mia-a-ottobre-torna-a-roma-14-18-ottobre-e-lancia-la-nuova-piattaforma-mia-digital/>

**IL MESSAGGERO.IT**

Titolo/ Mia, la sesta edizione a Roma dal 14 al 18 ottobre

[https://www.ilmessaggero.it/social/mia\\_roma\\_ottobre\\_2020-5224136.html](https://www.ilmessaggero.it/social/mia_roma_ottobre_2020-5224136.html)

**PRIMA ONLINE**

Titolo/ Spazi COVID proof e una piattaforma digital per assistere agli eventi. Il Mia prepara la sesta edizione

<https://www.primaonline.it/2020/05/13/306735/spazi-covid-proof-e-una-piattaforma-digital-per-assistere-agli-eventi-il-mia-prepara-la-sua-sesta-edizione/>

**E-DUESSE**

Titolo/ MIA MARKET: a ottobre la sesta edizione

<http://www.e-duesse.it/News/Televisione/Mia-Market-a-ottobre-la-sesta-edizione-248778>

**CINEUROPA**

Titolo/ Il MIA 2020 a Roma "Covid-proof" e su piattaforma digitale

<https://www.cineuropa.org/it/newsdetail/388359>

**CINECITTÀ NEWS**

Titolo/ MIA, date e novità per l'edizione 2020

<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/55/82067/mia-date-e-novita-per-l-edizione-2020.aspx>

**AFFARITALIANI**

Titolo/ Mia 2020, spazi Covid proof e piattaforma digital

[https://www.affaritaliani.it/entertainment/mia-2020-spazi-covid-proof-piattaforma-digital-671945.html?ref=rss&utm\\_source=dlvr.it&utm\\_medium=facebook](https://www.affaritaliani.it/entertainment/mia-2020-spazi-covid-proof-piattaforma-digital-671945.html?ref=rss&utm_source=dlvr.it&utm_medium=facebook)

**COMING SOON**

Titolo/ Il MIA Market confermato a ottobre sia a Roma che online

<https://www.comingsoon.it/cinema/news/il-mia-market-confermato-a-ottobre-sia-a-roma-che-online/n105313/>

**UOMINI E DONNE DELLA COMUNICAZIONE**

Titolo/ MIA: il Mercato Internazionale Audiovisivo torna a Roma

<https://www.uominedonnecomunicazione.com/mia-mercato-internazionale-audiovisivo-roma/>

**CINEMATOGRAFO**

Titolo/ MIA, verso la VI edizione

<https://www.cinematografo.it/news/mia-verso-la-vi-edizione/>

**DANIELEMIGNARDI**  
P R O M O P R E S S A G E N C Y



*Rassegna stampa*

**DAL 23 AL 20 OTTOBRE 2020**

» Teledico

di Laura Rio

## Dalla Champions League alla cucina, Prime Video sfida Sky e Netflix

Anche i diritti tv per le partite della Champions League, Amazon va al galoppo alla conquista dello spazio televisivo italiano. In base alle indiscrezioni sull'asta, il potente gruppo di Jeff Bezos offrirà ai propri abbonati su Prime Video in esclusiva sedici match del mercoledì sera per il triennio 2021-2024. Più la Supercoppa. Insomma, un colpo importante per la pay tv che vuole conquistare gli spettatori italiani ingolosendoli con il calcio, strategia che ha reso grande il satellite di Sky. Amazon ha mostrato tutta la sua forza anche nel seguitissimo panel durante il Mia Market (il mercato della tv

che si è tenuto la scorsa settimana a Roma). Un incontro in cui Nicole Morganti, responsabile italiana dei contenuti originali, ha annunciato la nuova prossima serie, *Everybody Loves Diamonds*, ispirata al celebre colpo di Anversa del 2003, il più grande furto di diamanti al mondo. Una serie, con risvolti da commedia, che segue lo squinternato gruppo capeggiato da Leonardo Notabartolo che con un piano geniale riesce ad aggirare il sistema di sicurezza dell'Antwerp Diamond Center. Una produzione importante che sarà realizzata dalla Wilside e scritta da Stefano Bises che ha nel suo palmares fiction

come *Gomorra* e *ZeroZeroZero*. *Everybody Loves Diamonds* si aggiunge alle altre serie già annunciate in arrivo su Prime Video: a partire dal docu-film *Ferro*, un viaggio nella vita

professionale e privata del cantante (nella foto) disponibile dal 6 novembre. E, a seguire, *Covid* permettendo, nel corso del 2021 *Dinner Club*, show di cooking ironico e itinerante (ma solo in Italia per via della pandemia) con Carlo Cracco e delle amiche speciali: Littizzeto e Ferilli. Inoltre *Vita di Carlo* dedicata a (e con) Verdone. E, infine, la seconda stagione di *Celebrity Hunted*, la prima produzione italiana di Amazon a metà tra reality e fiction, così particolare da attirarsi anche delle critiche. Insomma, Prime Video ha tutta l'intenzione di sfidare Netflix e Sky nel loro core business.





*Testo integrale dell'intervista*

In questi anni, il MIA Market, il mercato internazionale dell'audiovisivo, si è imposto come uno degli eventi più importanti per l'industria televisiva e cinematografica italiana ed europea. Nel corso delle ultime edizioni, produttori, distributori, creativi e direttori di canali e di piattaforme hanno incontrato il pubblico di addetti ai lavori, hanno discusso dei prossimi progetti, e si sono impegnati nel plasmare – talvolta letteralmente – l'offerta del piccolo e del grande schermo.

Ieri si è conclusa la sesta edizione, con circa 8000 partecipazioni tra presenze fisiche e digitali. Secondo la direttrice Lucia Milazzotto il MIA di quest'anno non si poteva non fare. «E per due motivi. Il primo: perché è uno strumento di internazionalizzazione ed è cruciale in un momento come questo. C'è il rischio di tornare a isolarsi, e di perdere il lavoro che è stato fatto negli anni per portare l'Italia ad essere una dei protagonisti dell'ecosistema europeo e internazionale».

Il secondo motivo?

«Volevamo riportare l'attenzione sul territorio, su quello che sta succedendo».

Per riuscirci, però, il MIA è cambiato.

«Quest'edizione è stata un'edizione ibrida, con eventi dal vivo ed eventi in digitale. Ma questa terza via è stata particolarmente efficace».

La pandemia e la quarantena hanno influenzato profondamente il mercato dell'audiovisivo.

«Il MIA viene organizzato sulla base delle esigenze del mercato. Nasce sul prodotto nuovissimo, quello ancora non finito, in fase di scrittura e di ideazione. Se c'è una riflessione da fare sui modelli di domani, come quelli distributivi, farlo in questa fase dello sviluppo dei progetti assume un'importanza maggiore».

Lo streaming sarà il futuro dell'audiovisivo?

«I cambiamenti del mercato sono in atto da diversi anni. Forse la pandemia li ha accelerati. Sarebbe gravissimo se non tenessimo d'occhio l'evoluzione del mercato. Quest'anno, c'è stata una presenza massiccia degli OTT (Over the top, ndr)».

Per esempio?

«Amazon ci ha scelto per presentare la sua squadra italiana e la sua linea editoriale, e per parlare della sua esperienza nel nostro paese».

Gli investimenti per la televisione stanno diventando sempre più importanti. Il cinema rischia di rimanere indietro.

«Le definizioni si stanno avvicinando e i confini si stanno assottigliando. Non c'è più la televisione di una volta. Così come non ci sono più semplicemente le serie drama o comedy. Allo stesso tempo, però, quest'anno abbiamo avuto più di 130 proiezioni fisiche».



Le rifaccio la domanda di prima: lo streaming sarà il futuro dell'audiovisivo? Le sale sono alla fine della loro corsa? «Non darei nessuno per spacciato. Starei attenta ai contenuti. Quelli brevi, quelli più lunghi, quelli pensati per un certo tipo di distribuzione. I film continuano a rappresentare un'opportunità per l'industria».

Molti film pensati per il grande schermo, però, stanno passando al piccolo.

«È un ragionamento assolutamente ricorrente. Non è solo un fenomeno italiano, ma internazionale. Il MIA non rappresenta le sale, ma le distribuzioni. E quindi i produttori. Non va escluso niente».

Qual è la situazione del nostro paese?

«L'Italia si sta muovendo molto bene. Penso che sia ben rappresentata. È protagonista ed è giusto così. Tra le anteprime di quest'anno, c'è stato anche "Freaks Out", il nuovo film di Gabriele Mainetti. Stiamo attraversando una fase particolare per il nostro settore. E il nostro paese è stato il primo a riaprire i set. Ospitare anche un mercato fisico, subito dopo Berlino, è stato un bellissimo segnale».

Che mi dice di Rai Fiction? Nelle scorse edizioni è sempre stata centrale nella programmazione. Quest'anno, con il passaggio dell'Andreatta a Netflix, è apparsa un po' più defilata.

«Tinny Andreatta, adesso, lavora con un altro player, in un altro ruolo. Ma Rai Fiction ha portato molti titoli e molte novità. Ci ha raggiunti anche Fabrizio Salini. Direi che è normale: in tutte le società ci sono dei cambiamenti».

Previsioni per il futuro?

«Ci saremo anche nel 2021. Abbiamo ricevuto un'ottima risposta da parte dell'industria, nazionale e internazionale, e un grande sostegno da parte delle Istituzioni. Esserci stati anche quest'anno è il segno della nostra resistenza e della nostra convinzione».

<https://www.lastampa.it/topnews/tempi-moderni/2020/10/19/news/il-mia-ha-vinto-la-sfida-1.39435196>

MIA 2020 Premi

## Il MIA Market assegna i suoi premi

© 19/10/2020 - Dalva di Emmanuelle Nicot ha ricevuto l'Eurimages Co-production Development Award, mentre l'ARTE Kino International Prize è andato a Ebba di Johanna Pyykkö



La sesta edizione del MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo) si è svolta dal 14 al 18 ottobre, sia fisicamente a Roma che online. La cerimonia di premiazione dell'evento ha avuto luogo sabato 17 ottobre, ed è stata introdotta da **Lucia Milazzotto**, direttrice del MIA market, insieme a **Chiara Sbarigia**, direttrice generale APA e presidente di APA Service, e **Mina Larocca**, direttrice generale ANICA.

Nell'ambito del MIA|Film Co-Production Market & Pitching Forum, l'Eurimages Co-production Development Award è stato assegnato a *Dalva* della regista esordiente **Emmanuelle Nicot**, coprodotto da **Julie Esparbes** (*Hélicotronic*, Belgio) e **Delphine Schmit** (*Tripode Productions*, Francia). La giuria è rimasta "impressionata dall'approccio audace e originale al tema dell'incesto e profondamente commossa da questo intenso viaggio di liberazione pieno di speranza". L'ARTE Kino International Prize, del valore di €6.000, è andato a *Ebba* della debuttante norvegese **Johanna Pyykkö**, prodotto da **Verona Meier** (*Ape&Bjørn*).

Nell'ambito del Drama Pitching Forum, il ViacomCBS International Studios Award è stato attribuito a *Miss Fallaci Takes America*, scritto e diretto da **Alessandra Gonnella**, e prodotto da **Gianluca Curti** e **Cosetta Lagani** per *Minerva Pictures*, in coproduzione con *Redstring*. Per inciso, **Miriam Leone** ha confermato il suo interesse a interpretare il ruolo di Oriana Fallaci. Nella motivazione della giuria si legge: "Il progetto si è distinto per la capacità di celebrare l'emancipazione femminile attraverso la storia di una donna dal carattere forte e affascinante, nonostante il suo stesso conflitto". La giuria ha inoltre deciso di assegnare una menzione speciale a *Cult*, prodotto da *Notorious Pictures*, e creato da **Francesco Patierno** e **Sergio Nazzaro**.

Per il terzo anno consecutivo, National Geographic è stato lo sponsor del premio principale del MIA DOC Pitching Forum, e questa volta il NAT GEO Award per il miglior pitch è andato a *Darkside, The Quest for a Dark Matter Detection* di **Matias Guerra** e **Matteo Corbi**, in quanto ritenuto un progetto in grado di coniugare grandi qualità artistiche e produttive e notevoli potenzialità commerciali.

L'elenco completo dei premi assegnati al sesto MIA Market:

**MIA|Film Co-Production Market & Pitching Forum**

**Eurimages Co-production Development Award**

*Dalva* - Emmanuelle Nicot (Belgio/Francia)

**ARTE Kino International Prize**

*Ebba* - Johanna Pyykkö (Norvegia)

**Drama Pitching Forum**

**ViacomCBS International Studios Award**

*Miss Fallaci Takes America* - Alessandra Gonnella (Italia)

**Menzione speciale**

*Cult* - Francesco Patierno, Sergio Nazzaro (Italia)

**MIA DOC Pitching Forum**

**NAT GEO Award**

*Darkside, The Quest for a Dark Matter Detection* - Matias Guerra, Matteo Corbi (Italia)

**Carlo Bixio Award**

*Taneen* - Greta Frontani, Elisa Orrico (Italia)

*Il Caso Serena Mollicone* - Matteo Bianchi, Raffaele Grasso (Italia)

**Società Cordusio - Cordusio per i Giovani Award**

*Non chiamateci influencer* - Susanna Ciucci, Ilaria Polimeni, Elettra Sofia Mauri (Italia)

**Lazio Frames Award**

*La verità su La Dolce Vita [+]* - Giuseppe Pedersoli (Italia)

**Screen International Buyers' Choice**

*Dark Heart of the Forest* - Serge Mirzabekiantz (Belgio/Francia)

*The Penultimate* - Jonas Kærup Hjort (Danimarca/Norvegia)

<https://www.cineuropa.org/it/newsdetail/393803>



*Rassegna stampa*

**19 OTTOBRE 2020**

## » Teledico

di Laura Rio

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

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



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



# Cultura & Spettacoli



## **MIA, OLTRE 8000 PRESENZE ALL'EVENTO ROMANO**

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

## GRANDE SUCCESSO

### Numeri da record per il Mercato dell'Audiovisivo

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

PREMIATO IL PROGETTO

# Gonnella, diventerà serie il progetto sulla Fallaci

ROMA

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

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

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



SERIE TV

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

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

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



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

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

---

PREMIATO IL PROGETTO

# Gonnella, diventerà serie il progetto sulla Fallaci

ROMA

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

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

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

Mercato audiovisivo a Roma, 50 paesi coinvolti



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

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

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

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

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



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

## Rutelli, 'ottima prova di tenacia e resilienza'



**Publicato il: 18/10/2020 19:59**

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

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

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

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

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

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

[https://www.adnkronos.com/intrattenimento/spettacolo/2020/10/18/chiude-mia-oltre-mila-presenze-accreditati\\_JllhaQ2zPEHzH9AjHv4G0J.html](https://www.adnkronos.com/intrattenimento/spettacolo/2020/10/18/chiude-mia-oltre-mila-presenze-accreditati_JllhaQ2zPEHzH9AjHv4G0J.html)



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

Ben 1.800 accreditati totali, 700 operatori in media ogni giorno

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

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



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

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

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

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

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

[https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema\\_successo\\_per\\_mia\\_market\\_2020\\_8mila\\_presenze\\_fisiche\\_e\\_online\\_da\\_50\\_p\\_aesi-3104478/news/2020-10-18/](https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema_successo_per_mia_market_2020_8mila_presenze_fisiche_e_online_da_50_p_aesi-3104478/news/2020-10-18/)



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

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

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

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

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

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

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

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

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

## TUTTI I NUMERI DEL MIA 2020



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

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

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

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

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

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



# MIA: 8mila presenze al primo evento ibrido del 2020

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



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

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

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

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

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

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

## La serie su Oriana Fallaci tra i vincitori del MIA



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

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

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

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



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

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

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

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



## MIA: PREMIATI MISS FALLACI e DARKSIDE



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

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

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

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

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

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

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



## **MIA: PREMIATI MISS FALLACI e DARKSIDE**

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





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

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



## **WHAT A CARTOONIST! Cartoon Network lancia un contest**

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



## **GLI STREAMERS EUROPEI AL MIA**

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



## **APA: quel che resta di un mercato in crescita**

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



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



## **ANICA ACADEMY: formare le professionalità del futuro**

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





## AFC SEMPRE PIU' PRODUTTORE CON IL SUO FILM FUND

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



## IL TFL DIVENTA GREEN CON TRENINO FILM COMMISSION

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



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

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



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





---

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



*Rassegna stampa*

**18 OTTOBRE 2020**

## **Anica lancia l'Academy per formare professionisti**

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



Cerca parola chiave

POLITICA

CRONACA

ESTERI

CALCIO

SPETTACOLI

Home > Spettacoli > Cinema



CINEMA

## Ecco tutti i premiati del MIA|MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO

Conclusa la cerimonia di premiazione

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

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

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

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

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

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

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

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

[https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema/ecco\\_tutti\\_i\\_premiati\\_del\\_mia\\_mercato\\_internazionale\\_audiovisivo-3102190/news/2020-10-17/](https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema/ecco_tutti_i_premiati_del_mia_mercato_internazionale_audiovisivo-3102190/news/2020-10-17/)





**CINEMA**

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

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

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

[https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema/il\\_fratello\\_di\\_che\\_guevara\\_al\\_mia\\_dobbiamo vederlo come un uomo non un mito -3099527/video/2020-10-17/](https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema/il_fratello_di_che_guevara_al_mia_dobbiamo vederlo come un uomo non un mito -3099527/video/2020-10-17/)



## Audiovisivo, ecco tutti i premiati della sesta edizione di MIA



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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





FINO AL 18 OTTOBRE A ROMA

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

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

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

### **Evento anche on line con la piattaforma Mia Digital**

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



## **Franceschini: «Continueremo a investire nel cinema»**

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

## **Ci sono 1.400 partecipanti da 41 paesi**

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

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

### **Una opportunità per le aziende del cinema**

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

### **Notturmo di Rosi accolto con calore all'estero**

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



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

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



**Always ahead**  
Upgrade your business.

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



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

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

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

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



Si irresistibile quest'autunno

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

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

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

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

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

[https://www.leggo.it/spettacoli/televisione/mia\\_mercato\\_internazionale\\_audiovisivo\\_ecco\\_tutti\\_i\\_premiati\\_della\\_sesta\\_edizione-5529870.html](https://www.leggo.it/spettacoli/televisione/mia_mercato_internazionale_audiovisivo_ecco_tutti_i_premiati_della_sesta_edizione-5529870.html)



17 OTTOBRE 2020 21:36

## MIA, TUTTI I VINCITORI DELLA 6<sup>a</sup> EDIZIONE

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

Redazione



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

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



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

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

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

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

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

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

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

Lino Guanciale guiderà il cast del mystery drama, le cui riprese inizieranno il 21 ottobre 2020 a Genova



Prosegue la collaborazione tra Italia, Francia e Germania per competere con il mercato seriale internazionale. Se ad agosto si è chiuso il set di Leonardo, la serie tv che celebrerà il genio toscano che vede Lux Vide tra i produttori e destinato a Raiuno per il 2021, ieri in occasione del **Mia-Mercato Internazionale Audiovisivo** che si sta tenendo a Roma è stata annunciata la partenza delle riprese di **Sopravvissuti**.

Un'altra produzione che vedrà coinvolti **Rai Fiction, France Television, Zdf Rodeo Drive e CinéTévé**, all'interno di quell'alleanza annunciata nel 2019 per la creazione di serie tv che fin dalla loro progettazione puntano a conquistare un pubblico che superi i confini locali.

Ideata da quattro giovani autori formatisi al Master di sceneggiatura Rai di Perugia, ovvero **Giovanni Galassi, Tommaso Matano, Sofia Bruschetta e Ivano Fachin** e scritto con **Viola Rispoli e Max Bacchini**, *Sopravvissuti* narrerà le vicende dell'**Arianna**, una barca a vela con dodici passeggeri in viaggio per una traversata oceanica.

Quando a causa di una violenta tempesta l'imbarcazione fa perdere le proprie tracce, le ricerche non danno alcun esito. Solo un anno dopo viene ritrovato il relitto, con a bordo sette delle dodici persone che avevano intrapreso la traversata.

Utilizzando il linguaggio del **mystery drama**, *Sopravvissuti* racconterà quindi cosa è successo agli altri passeggeri, i segreti che nascondono coloro che sono ancora a bordo della barca ed il loro ritorno a casa scoprendo, puntata dopo puntata, cosa sia effettivamente accaduto durante il loro viaggio.

Le riprese partiranno mercoledì prossimo, 21 ottobre 2020, a **Genova**. Sarà la città ligure, insieme a Roma, ad ospitare le riprese della serie tv, che dureranno ventitré settimane. A guidare il cast un volto di punta della fiction Rai, ovvero **Lino Guanciale**, ora in onda con *L'Allieva 3* e nei primi mesi del 2021 protagonista de *Il Commissario Ricciardi*.

Oltre a lui, vedremo anche **Luca Biagini, Barbora Bobuova, Stéfi Celma, Vincenzo Ferrera, Florian Fitz, Giacomo Giorgio, Pia Lanciotti, Sophie Pfenningstort, Elena Radonicich, Fausto Maria Sciarappa, Camilla Semino Favro, Alessio Vassallo e Adèle Wismes**.

Alla regia ci sarà **Carmine Elia**, già dietro la macchina da presa per **La Porta Rossa** e **Mare Fuori**. *"Una storia universale -quella di un Nostos, un ritorno a casa- che, con il linguaggio e i meccanismi del mystery drama, indaga nel profondo dell'animo umano e delle sue relazioni per raccontare cosa siamo disposti a fare per continuare a vivere"*, ha spiegato il vicedirettore di Rai Fiction **Francesco Nardella**.

Se vuoi aggiornamenti su *Sopravvissuti*, presentato il **mystery drama** co-prodotto da Rai Fiction, France Tv e Zdf: trama e cast inserisci la tua email nel box qui sotto:

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



*Rassegna stampa*

**17 OTTOBRE 2020**



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

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

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

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

## IL PROGETTO

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

## I PROGRAMMI

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



Un visore per la realtà virtuale

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

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

## I TALENTI

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

allo sviluppo dei talenti che verranno».

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

## LA TRASPARENZA

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

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

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

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



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

## Il cardinal Ravasi inaugura il restauro

## Il Colosseo "svela" la sua Gerusalemme

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



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

L. Lar.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

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

## MISURE SANITARIE

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

Baria Ravarino

© RIPRODUZIONE RISERVATA

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



## *Nasce la Fondazione Anica Academy*

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

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

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

—© Riproduzione riservata—



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



## Nasce Anica Academy, produttori uniti per la formazione

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



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

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

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

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

(ANSA).

[https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2020/10/16/nasce-anica-academy-produttori-uniti-per-la-formazione\\_b7d4cfd4-19a6-4432-ada9-ce88221a76b7.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2020/10/16/nasce-anica-academy-produttori-uniti-per-la-formazione_b7d4cfd4-19a6-4432-ada9-ce88221a76b7.html)



TELEVISIONE

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

Il direttore: "Creeremo offerta studiata e differenziata"

16 ottobre 2020

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

[https://www.lapresse.it/spettacoli/televisione/rai\\_documentari\\_duilio\\_giammaria\\_e\\_la\\_nuova\\_golden\\_age\\_del\\_documentario-3094284/news/2020-10-16/](https://www.lapresse.it/spettacoli/televisione/rai_documentari_duilio_giammaria_e_la_nuova_golden_age_del_documentario-3094284/news/2020-10-16/)



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

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

[https://www.leggo.it/spettacoli/cinema/annunciato\\_al\\_mia\\_l\\_inizio\\_delle\\_riprese\\_di\\_sopravvissuti\\_con\\_lino\\_guanciale\\_al\\_via\\_il\\_21\\_ottobre\\_2020-5527853.html](https://www.leggo.it/spettacoli/cinema/annunciato_al_mia_l_inizio_delle_riprese_di_sopravvissuti_con_lino_guanciale_al_via_il_21_ottobre_2020-5527853.html)



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

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

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

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



Francesco Rutelli, presidente dell'Anica

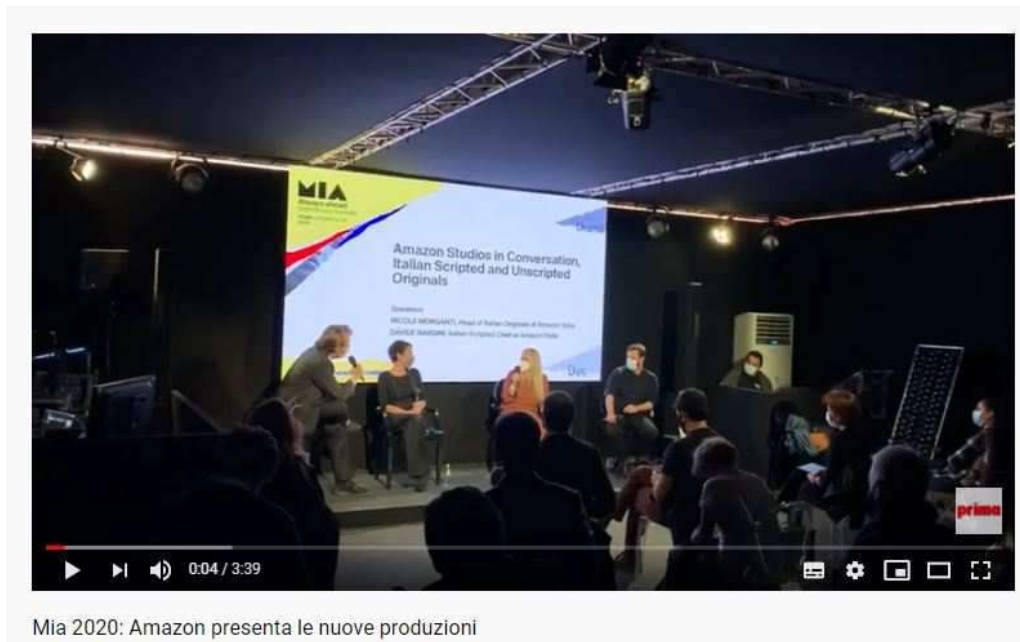


Tra prime professionalità alle quali si guarda con maggiore interesse, ci sono quelle legate all'ambito editoriale, i profili focalizzati sulle nuove tecnologie – sempre più richieste per il futuro del cinema -, quelli legati all'ambito business & legal affairs, ma anche professionalità connesse con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

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

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

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



[https://www.youtube.com/watch?v=S7PQ2-agzig&ab\\_channel=PrimaonlinePrimaComunicazione](https://www.youtube.com/watch?v=S7PQ2-agzig&ab_channel=PrimaonlinePrimaComunicazione)

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

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



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

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

## NASCE ANICA ACADEMY



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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

## Facciamo i conti in tasca a TV e cinema



La nostra rassegna stampa, con gli estratti degli articoli più interessanti: il mercato della produzione audiovisiva vale in Italia circa 1,3 miliardi di euro nel 2019. 480 milioni di euro per la fiction, i film in sala vicini ai 400 milioni, l'animazione a 77 milioni e la parte rimanente assorbita da investimenti in altri generi e da piattaforme in streaming, pari a 340 milioni.

### Fiction, un mercato da 480 milioni

*Italia Oggi*, pagina 19, di Claudio Plazzotta.

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

Il comparto della produzione audiovisiva è formato da 7.500 aziende, con 123 mila lavoratori diretti (è escluso l'indotto), e, quanto alla fiction, **Rai** la fa da padrona come ore trasmesse in prima visione: pesa per il 74%, davanti a **Mediaset** con l'8%, **Sky** con il 7% e **Netflix** col 6%. Il tax credit maggiorato al 40% ha salvato tante produzioni nel 2020. Ma, come sottolinea Leone durante la presentazione del secondo rapporto Apa nel corso del **Mia Market** di Roma, c'è il pericolo che Rai, volano principale dell'industria, tagli gli investimenti nei prossimi anni. E in effetti sarà così, conferma l'a.d. del servizio pubblico, **Fabrizio Salini**.

## Mediaset sta investendo poco in fiction

Anche Mediaset sta investendo pochissimo in fiction: nel 2020 non ne ha ancora mandata in onda nessuna. Più risorse, invece, arriveranno da Sky e Netflix. Con un progetto del Ministero dei beni culturali per eliminare il plafond alle risorse pubbliche a disposizione dell'audiovisivo, e fornire al settore uno strumento certo.

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

<https://www.tvzoom.it/2020/10/16/85226/facciamo-i-conti-in-tasca-a-tv-e-cinema/>





*Rassegna stampa*

**16 OTTOBRE 2020**

MEDIA

PRODUTTORI INDIPENDENTI

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

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

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

**+40%**

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

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

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

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

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

— Andrea Biondi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ItaliaOggi

16 Ottobre 2020 - ItaliaOggi

pag. 19

ItaliaOggi

MEDIA

Venerdì 16 Ottobre 2020 19

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

# Fiction, un mercato da 480 mln

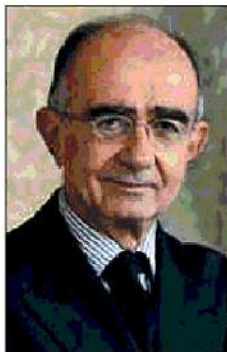
## Rai e Mediaset investono meno. Più risorse da Sky e Netflix

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

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

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

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



Giancarlo Leone



Fabrizio Salini



Eleonora Andreatta

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

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

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

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

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

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

© Riproduzione riservata



---

## Il rapporto dei produttori di audiovisivi

---

### Leone: «Restituire alla Rai 180 milioni»

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

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

**Ilaria Ravarino**

© RIPRODUZIONE RISERVATA





» Teledico

di Laura Rio

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

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



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

## EFFETTO COVID

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

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

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



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



**Al minuto 07:25**

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



## Audiovisivo vede nero, "risorse per la ripresa"



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

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

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

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



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

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

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

[https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/2020/10/15/audiovisivo-vede-nero-risorse-per-la-ripresa\\_2766cbf8-743c-4224-81aa-1d29ad2d490e.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/2020/10/15/audiovisivo-vede-nero-risorse-per-la-ripresa_2766cbf8-743c-4224-81aa-1d29ad2d490e.html)



**CRONACA**

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

Presentato al Mia il Rapporto sull'andamento del settore

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

[https://www.lapresse.it/cronaca/giancarlo\\_leone\\_presidente\\_apa\\_ripartire\\_in\\_questo\\_momento\\_e\\_fondamentale\\_per\\_l\\_intera\\_industria\\_dell\\_audiovisivo\\_-3091865/video/2020-10-15/](https://www.lapresse.it/cronaca/giancarlo_leone_presidente_apa_ripartire_in_questo_momento_e_fondamentale_per_l_intera_industria_dell_audiovisivo_-3091865/video/2020-10-15/)

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

Dal 14 al 18 ottobre 1.400 partecipanti da 41 Paesi



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

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

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

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

[http://www.askanews.it/video/2020/10/15/a-roma-torna-il-mercato-dellaudiovisivo-con-137-proiezioni-20201015\\_video\\_12013528/](http://www.askanews.it/video/2020/10/15/a-roma-torna-il-mercato-dellaudiovisivo-con-137-proiezioni-20201015_video_12013528/)



## - A ROMA AL VIA IL MERCATO INTERNAZIONALE DELL'AUDIOVISIVO

Circa 1.500 partecipanti, di cui 600 sono operatori provenienti da 41 Paesi. Più di 140 proiezioni e 123 nuovi progetti per un valore di 450 milioni di euro. E ancora, la presenza di nomi come Sergio Castellitto, Marco Giallini, Paolo Taviani e Alessandro D'Alatri. Sono i 5 giorni del Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo che si svolge quest'anno nella doppia veste fisica, a Roma, e in quella digitale, sulla piattaforma Mia Digital. Con imponenti misure anti-contagio, il Mia è il primo mercato del settore a livello mondiale a riaprire i battenti dopo il lockdown causato dalla pandemia. "È necessario continuare a investire nell'audiovisivo che sarà trainante rispetto alla crescita del Paese", ha detto il ministro per i Beni e delle Attività culturali, Dario Franceschini, inaugurando la sesta edizione.

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



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

[https://www.ilmessaggero.it/video/spettacoli/giancarlo\\_leone\\_apa\\_produuttori\\_audiovisivi-5525823.html](https://www.ilmessaggero.it/video/spettacoli/giancarlo_leone_apa_produuttori_audiovisivi-5525823.html)



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

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

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

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

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

[https://stream24.ilsole24ore.com/video/cultura/a-roma-torna-mercato-audiovisivo-137-proiezioni/ADeUqFw?refresh\\_ce=1](https://stream24.ilsole24ore.com/video/cultura/a-roma-torna-mercato-audiovisivo-137-proiezioni/ADeUqFw?refresh_ce=1)



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

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

[https://www.leggo.it/pay/roma\\_pay/audiovisivo\\_in\\_crisi\\_subito\\_risorse\\_alla\\_rai\\_per\\_la\\_ripresa-5526132.html](https://www.leggo.it/pay/roma_pay/audiovisivo_in_crisi_subito_risorse_alla_rai_per_la_ripresa-5526132.html)

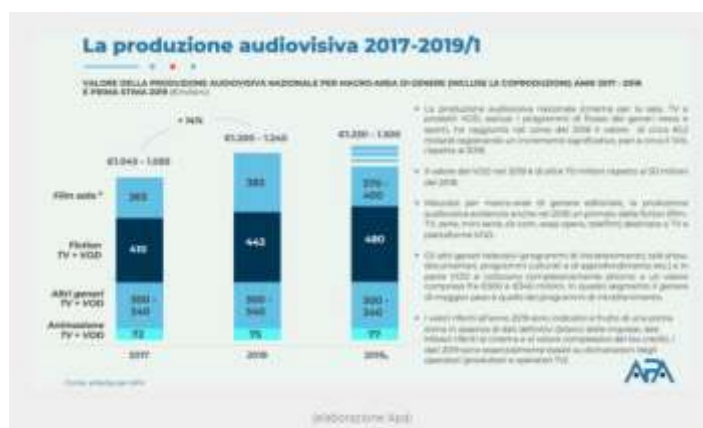
## Cresce la produzione audiovisiva in Italia. Apa: alla fiction il primato; Rai resta leader ma aumenta il peso degli Ott

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

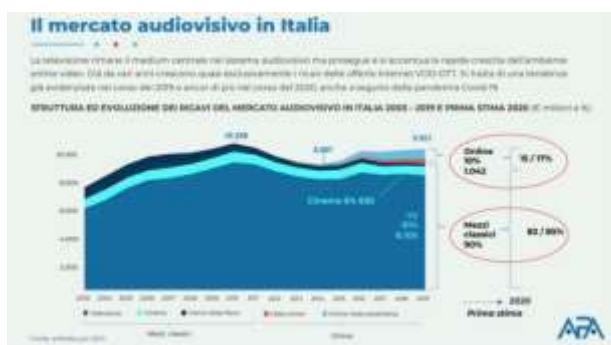


Nella foto da sinistra: Giancarlo Leone, Fabrizio Salini, Eleonora Andreatta, Lorenzo Casini, Daniele Cesarano e Nicola Maccanico. © Delfino

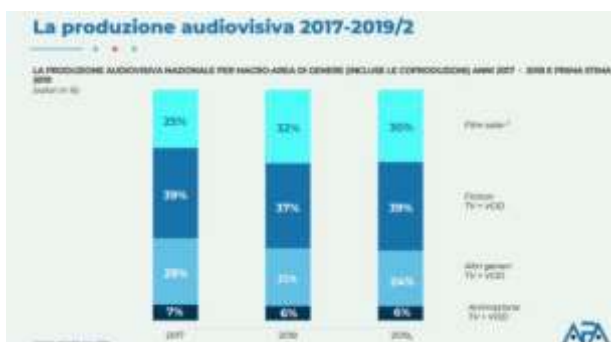
Dall'analisi è emerso come nel corso del 2018 il comparto abbia raggiunto un valore di 1,2 miliardi, registrando un incremento significativo e pari circa al 14% rispetto al 2017. Nel 2019 le stime parlano di una crescita che innalzerebbe il valore a circa 1,3 miliardi di euro.



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

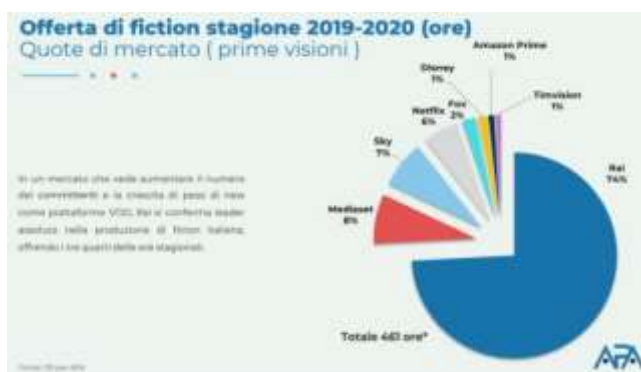


La produzione audiovisiva evidenzia anche nel 2018 un **primato della fiction** (film-TV, serie, mini-serie, sit-com, soap-opera, telefilm) destinata alla TV e ai servizi di streaming. Sull'intera produzione, si calcola infatti che dalla fiction derivi un valore di produzione di 443 milioni, mentre dai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



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

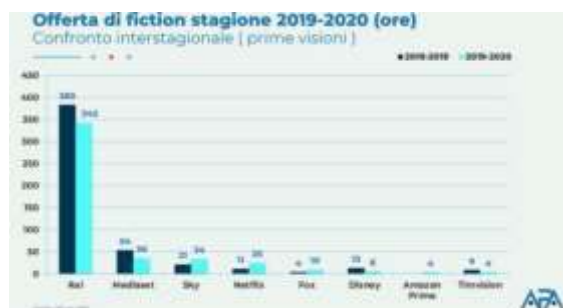
Ancora nella stagione 2019-2020, continua l'analisi, l'offerta di fiction corrisponde a 461 ore di prime visioni, riuscendo a bilanciare, a dispetto di un lieve calo, gli effetti negativi della pandemia.



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



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





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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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



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

## MIA: PRESENTATO IL SECONDO RAPPORTO DI APA SULLA PRODUZIONE AUDIOVISIVA



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

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

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

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

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

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





*Rassegna stampa*

**15 OTTOBRE 2020**



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



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

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



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

**MACRO**  
www.ilmessaggero.it  
macro@ilmessaggero.it

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

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

**LE NOVITÀ**

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

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

**L'ANNATA**

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



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

# Il pianeta immagine riparte dal mercato



**Aveva 95 anni**

**Addio a Kretzmer autore di tanti musical**

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

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

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

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

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

**RESPONSABILE**

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

**LA SEZIONE**

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

**Iaria Ravarino**  
@IRIARAVARINO

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

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

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

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



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

### IL PROGETTO

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

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

### IL BAMBINO

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

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

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

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

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

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

**I. Rav.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

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

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





A ROMA

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

**Laura Rio**

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

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

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



Palazzo Barberini



«Mia», rassegna  
sul mercato  
dell'audiovisivo

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

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

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

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

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

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

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

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



Francesco Rutelli

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

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

—© Riproduzione riservata—



**FIERE**

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

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

**IL FATTO QUOTIDIANO** Giovedì 15 Ottobre



### **Quattro giorni di "MIA"**

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



## Mia, da Mainetti a Paolo Taviani l'edizione 2020

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

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

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

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

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



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

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

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

# LA SFIDA È TUTTA MIA

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

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

**Michela Greco**

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

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



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

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

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

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

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

riproduzione riservata ©





*Rassegna stampa*

**14 OTTOBRE 2020**



# Al Mia il mercato punta alla creatività e guarda al futuro

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



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

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

[https://www.ansa.it/sito/notizie/cronaca/2020/10/14/al-mia-il-mercato-punta-alla-creativita-e-guarda-al-futuro\\_14421b02-0bc8-41a4-a8c5-5b5a0948273a.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cronaca/2020/10/14/al-mia-il-mercato-punta-alla-creativita-e-guarda-al-futuro_14421b02-0bc8-41a4-a8c5-5b5a0948273a.html)

# A Roma un Mia ibrido e pieno di progetti

*Publicato il: 14/10/2020 15:20*



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

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

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

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



Evento: MIA MARKET

Testata: Adn Kronos

Data: 14/10/2020

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

[https://www.adnkronos.com/intrattenimento/spettacolo/2020/10/14/roma-mia-ibrido-pieno-progetti\\_RiLbhg8oGP3DLwb4NZy8WM.html?refresh\\_ce](https://www.adnkronos.com/intrattenimento/spettacolo/2020/10/14/roma-mia-ibrido-pieno-progetti_RiLbhg8oGP3DLwb4NZy8WM.html?refresh_ce)

CINEMA

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

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

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

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





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

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

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

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

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

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

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





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

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

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



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

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

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

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



movimento ambientalista da un insolito e controverso punto di vista: quello di chi vorrebbe combattere il cambiamento climatico con l'energia atomica e le centrali nucleari, tema al centro di un dibattito accesissimo e conflittuale. DARK HEART OF THE FOREST (Le coeur noir des forêts) è il primo lungometraggio del belga Serge Mirzabekiantz, che si era già fatto notare con il corto The Birds' Blessing, selezionato in diversi festival internazionali. Produce la belga Hélicotronic in co-produzione con la francese Sacrebleu Productions. Dalla Georgia arriva Kote Kalandadze, regista, sceneggiatore, produttore e musicista alla sua opera prima con The drummer (Drameri). The penultimate (Den Næstsidste) del danese Jonas Kærup Hjort è la storia di un anonimo ispettore dell'acqua che, durante una misurazione di routine in un condominio, resta intrappolato suo malgrado in una tela di ostacoli ed eventi dal sapore kafkiano. Il film, già selezionato in fase progettuale a MIA Film Coproduction Market nel 2018, segna l'esordio al lungometraggio del regista, che si era già fatto notare con il corto In A Month, vincitore di numerosi premi e riconoscimenti. In Sea of Time (Zee van tijd), un terribile incidente durante un viaggio in barca a vela segna la vita di due giovani innamorati. Theu

Boermans, premiato attore e regista noto soprattutto per il musical di grande successo *Soldier of Orange*, torna al cinema con una storia sulle seconde possibilità. Gli ucraini Khachatur Vasilian e Olexandr Bykov dirigono insieme l'opera prima *Slightly open doors*. Ci porta in Ucraina anche *Stepne*, film d'esordio di Maryna Vroda, premiata a Cannes nel 2011 con il corto *Cross-country*. I sette titoli sono stati selezionati da una giuria internazionale composta da Ana David, (film programmer), Bobby Allen (Senior Vice President a MUBI) e Alexis Hofmann (Head of Acquisitions a Bac Films). I finalisti saranno presentati a un pubblico di distributori, sales agent e festival programmer il 16 ottobre alle 10,30 nella sala Arancera a Palazzo Barberini e al termine della sessione i buyer avranno la possibilità di votare il titolo più promettente della selezione.

Torna anche quest'anno, l'appuntamento glossy della sezione MIA|DRAMA, che presenta in anteprima assoluta uno showcase riservato agli addetti ai lavori, dei titoli più attesi della prossima stagione. La selezione di GREENLit 2020, curata da Gaia Tridente, Head of Drama Division del MIA, presenta una line-up di titoli che offre un mash-up di generi televisivi che si mescolano in un composito affresco del prodotto scripted, che ben delinea la capacità produttiva italiana e che conferma - ancora una volta - che la nostra industria audiovisiva ha raggiunto ormai un livello qualitativo altissimo, che porta il prodotto scripted nell'Olimpo del mercato globale.

Sette i titoli presentati, a partire dall'attesissima serie crime-period-supernatural *Il commissario Ricciardi*, una co-produzione Rai Fiction-Clemart diretta da Alessandro D'Alatri e scritta da Maurizio De Giovanni (anche autore della serie di romanzi da cui è tratta), Salvatore Basile, Viola Rispoli e Doriana Leoneff con Lino Guanciale nei panni di un commissario di polizia con un misterioso dono: vedere il fantasma delle persone che hanno perso la vita per morte violenta e ascoltarne le ultime parole; *L'altra Tosca*, prodotta da Endemol Shine Italy per Mediaset Italia, la prima serie italiana sul mondo dell'Opera, firmata da Michele Abatantuono e Carla Giuliano; *Cuori*, serie hospital-period, una co-produzione Rai Fiction-Aurora TV diretta da Riccardo Donna, con Pilar Fogliati, Matteo Martari e Daniele Pecci che interpretano un gruppo di medici coraggiosi, pionieri della cardiocirurgia italiana all'Ospedale



Le Molinette di Torino negli anni '60; la serie fantasy creata da Simona Ercolani I Cavalieri di Castelcorvo, prodotta da Stand by me per The Walt Disney Company Italia che arriverà su Disney+ a novembre; Christian, un supernatural-crime drama in 6 puntate, prodotto da Sky e Lucky Red, con il vincitore del David di Donatello Edoardo Pesce, diretto da Stefano Lodovichi, che firma il progetto anche come produttore creativo, e Roberto "Saku" Cinardi; l'attesissimo film per la televisione che riporterà sul piccolo schermo Natale in casa Cupiello, diretto da Edoardo De Angelis, primo di una collezione di film per la TV tratti dalle commedie di De Filippo, per omaggiare il Maestro della drammaturgia italiana nell'anniversario dei 120 anni della sua nascita che ricorre proprio quest'anno. Il film è prodotto da Roberto Sessa (Picomedia) in collaborazione con Rai Fiction e ha per protagonisti Sergio Castellitto e Marina Confalone. Altro attesissimo titolo della stagione sarà la serie Romulus, sul mito fondativo di Roma, una produzione Sky, Cattleya e Groenlandia, creata da Matteo Rovere (Showrunner, regista e produttore). Firmano la regia con Rovere anche Michele Alhaique e Enrico Maria Artale. Protagonisti della serie sono Andrea Arcangeli, Francesco Di Napoli e Marianna Fontana.

L'appuntamento è per venerdì 16 Ottobre dalle 16 alle 18. Saranno presenti: Lino Guanciale (Il Commissario Ricciardi), Sergio Castellitto (Natale in Casa Cupiello), Alessandro D'Alatri (regista, Il Commissario Ricciardi) Edoardo De Angelis (regista, Natale in Casa Cupiello), Matteo Rovere (Showrunner, regista e produttore, Romulus), Riccardo Donna (regista, Cuori), Stefano Lodovichi (Produttore creativo e co-regista, Christian) ; i produttori Riccardo Tozzi (Cattleya), Roberto Sessa (Picomedia), Gabriella Buontempo (Clemart), Benedetta Galbiati (Endemol Shine Italy), Giannandrea Pecorelli (Aurora TV), Simona Ercolani (Stand by me) e Andrea Occhipinti (Lucky Red). Per i broadcaster e piattaforme interverranno: Francesco Nardella (Vice Direttore, Rai Fiction), Ivan Carlei (Vice Direttore, Rai Fiction), Nils Hartmann (Senior Director Original Productions Sky Italia), Alessandro Saba (Director Original Production, The Walt Disney Company) e Daniele Cesarano (Head of Drama, Mediaset).



Per la sezione MIA|DOC, guidata da Marco Spagnoli, torna l'appuntamento con l'evento Italians doc it better, principale e unico showcase del documentario italiano, che quest'anno presenterà il meglio di una produzione variegata e sorprendentemente moderna. Tra i titoli presentati ai professionisti internazionali del settore ricordiamo: 1+1=3, il docufilm, diretto da Romano Montesarchio che racconta l'uomo e il professionista Paolo Ascierto e il suo lavoro portato avanti durante la pandemia; A BLACK JESUS diretto da Luca Lucchesi e prodotto dalla Road Movies di Wim Wenders; Behind locked doors di Gianni Vukaj; Body to body di Maria Iovine; Climbing Iran di Francesca Borghetti, incentrato sulla storia di Nasim Eshqi, alpinista e climber iraniana capace di aprire vie su roccia e unica donna professionista che pratica all'aperto in Iran; Entierro di Maura Bergmann Morales, docufilm che racconta la storia vera della famosa artista cilena Carmengloria Morales attraverso la sua arte e la sua relazione con la musica; Fort apache di Ilaria Galanti e Simone Spampinato, che segue le vicende della compagnia teatrale Fort Apache, composta interamente da ex detenuti; Forteto di Simone Manetti, docu-serie dedicata alle vittime de 'Il Forteto'; Il mio corpo di Michele Pennetta; Isola racconto della quarantena di Elisa Fuksas; Le mille

vite di Bud Spencer per la regia di Alessandro Capone; è proprio Giuseppe Pedersoli, figlio di Bud Spencer, a firmare la regia di The truth about la dolce vita; verranno mostrate le prime immagini di Io, una giudice popolare al maxi processo di Francesco Micciché; Molecole, diretto da Andrea Segre, in cui la vicenda personale del regista si intreccia con il racconto di una Venezia metafisica svuotata dai turisti; Nilde Iotti, il tempo delle donne diretto da Peter Marcias, che vede protagonista Paola Cortellesi; Orwell 2.0 - The dark side of the progress di Sabina Bologna; Our home di Matteo Parisini, che segue le vite e le aspirazioni di otto ragazze, testimoni esemplari di quel milione circa di giovani nati in altri paesi che hanno trovato la propria casa in Italia; lo stesso Parisi firma inoltre la regia di THE Italian journalist, documentario incentrato sulla vita e sulla carriera di Enzo Biagi; Paolo Conte. Via con me (it's wonderful) per la regia di Giorgio Verdelli; Sisterhood di Domiziana De Fulvio, la storia di tre squadre non professionistiche femminili di pallacanestro; Stories for Sandro di Giacomo Boeri; Parola d'onore di Sophia Luvarà, la storia vera di un giudice coraggioso che lotta contro la 'ndrangheta allontanando i figli adolescenti dei boss dalle loro famiglie; Il caso Braibanti di Carmen Giardina e Massimiliano Palmese; The last movie painter di Walter



Evento: MIA MARKET

Testata: La Presse

Data: 14/10/2020

Bencini, viaggio emozionante nel mondo di Renato Casaro, uno dei più importanti illustratori ancora viventi; La legge del terremoto opera prima di Alessandro Preziosi; Where the f\*\*k is max papeschi? di Jacopo Rondinelli. L'appuntamento è per sabato 17 ottobre, dalle 17.30 a Palazzo Barberini. Tra i numerosi ospiti presenti intervengono: l'oncologo Paolo Ascierto, l'attore e regista Alessandro Preziosi, i registi Elisa Fuksas e Francesco Micciché.

Sono quasi 30.000 gli incontri B2B previsti, online e onsite, durante la sesta edizione del MIA. Confermate, inoltre, le presenze di importanti gruppi e società internazionali, tra cui, a titolo solo esemplificativo e non esaustivo, Amazon Studios, AMC Networks, ARTE France, BAC Films, Bron Studios, Buendia Estudios, Charades, Celsius Entertainment, Creative Artists Agency, Curzon Artificial Eye, Elle Driver, Epix, France Télévision, Fremantle, Itv Studios, Lionsgate, Media Res, Memento International, Mgm, Mubi, Netflix, Pathé, Playtime, Pulse Films, Pyramide, Skybound Ent., Starz, Studiocanal, The Match Factory, Trustnordisk, Viacomcbc, Wild Sheep Content, Zdf.

Importanti occasioni di incontro, discussione e ragionamento sono 57 gli eventi frontali on-site e in streaming, tra panel, tavole rotonde e talks, che vedranno i protagonisti dell'industria globale confrontarsi sulle nuove sfide del mercato.

MIA|Film presenta Protecting the Independent Film Business: what prospects for the indie film scene?, un inedito duetto, in cui due leader della scena cinematografica indipendente come Thomas Benski (CEO, Pulse Films, UK) e Roeg Sutherland (Head of Media Finance, Creative Artists Agency, USA) si confronteranno su come dare spazio a una nuova generazione di film makers in un ecosistema in continua evoluzione. In Developing Original Films for Local Audiences with the Streaming Services, quattro pionieristici produttori italiani, insieme a Teresa Moneo, Director of International Original Film di Netflix per Spagna e Italia, condivideranno, invece, le proprie esperienze e best practice su cosa significa sviluppare film originali per le piattaforme streaming, l'impatto sullo storytelling, la riformulazione dei modelli di business e dei processi creativi. Intervengono: Carlotta Calori (Indigo Film);



business e dei processi creativi. Interverranno: Carlotta Calori (Indigo Film); Stefano Massenzi (Lucky Red); Lorenzo Mieli (The Apartment); Teresa Moneo (Netflix); Matteo Rovere (Groenlandia). Modera Nick Vivarelli (Variety). Durante la tavola rotonda Future-proofing Europe: what is ahead for AV industries? In collaboration with Creative Europe Desk Italy MEDIA verrà affrontato, nel contesto della crisi senza precedenti innescata dallo scoppio della pandemia, l'approccio della Commissione europea nel ridisegnare il futuro panorama di incentivi e misure di ripresa per garantire la competitività di un settore chiave e incoraggiare il rinnovamento e il rafforzamento dell'ecosistema audiovisivo. Interverranno: Giuseppe Abbamonte (Direttore - Media Policy European Commission - DG for Communications Networks, Content and Technology), Nicola Borrelli (Direttore Generale, DG Cinema e Audiovisivo - MiBACT), Giancarlo Leone (Presidente di APA, Associazione Produttori Audiovisivi), Francesco Rutelli (Presidente di Anica - Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive).

Con Everything You Always Wanted To Know About Distribution But Were Afraid To Ask: The Survival Kit To Keep Bringing Films To Audiences In Time Of Crisis, organizzato in collaborazione con Europa Distribution, quattro distributori europei si confrontano sulle soluzioni possibili per ridurre l'impatto della crisi e permettere ai distributori e ai loro partner di far arrivare al pubblico i loro film. Intervengono Margherita Chiti (Teodora Film), Oscar Eriksson (Folkets Bio), Huub Roelvink (Cherry Pickers), Ira Von Gienanth (ProKino).

Tra i principali appuntamenti del MIA|DRAMA 2020 l'incontro Multimillion-Dollar Pack. Big-Budget Investments Outside Us, che esplorerà i motivi che stanno spingendo le grandi piattaforme di streaming ad investire in contenuti dal budget colossale anche al di fuori dell'America. Forse il Covid-19 ha solo accelerato un processo già in atto? Anche i produttori si stanno aprendo a nuovi paesi, lavorando su produzioni multimilionarie di show non americani? Interverranno in questa sessione: Erik Barmack, CEO & Founder, Wild Sheep Content; Thomas Benski, CEO & Founder, Pulse Films; Vince Gerardis, CEO & Founder, Startling, Inc.; Superna Kalle, EVP International Digital Networks,



Evento: MIA MARKET

Testata: La Presse

Data: 14/10/2020

Starz. Moderatore: Michael Gordon, TV Packaging Agent, Creative Artist Agency (CAA). Si rinnova inoltre l'appuntamento con l'Alleanza tra i tre grandi broadcaster pubblici dell'Europa continentale - RAI (Italia), FRANCE TÉLÉVISIONS (Francia) e ZDF (Germania) - per l'annuncio di inizio riprese e la presentazione del cast del mystery-drama Sopravvissuti.

MIA DRAMA in collaborazione con DiversifyTV ospita, inoltre, un evento virtuale di grande attualità con professionisti del mercato seriale. Durante The Black Experience: Creating Community And Diversity In The Scripted Industry produttori, talenti, e personaggi di spicco dell'audiovisivo affronteranno una potente conversazione sull'importanza dei "Contenuti Black" messa in evidenza dal movimento "Black Lives Matter."

Si discuterà dei più recenti contenuti scripted legati alla "Black Experience," per capire come la comunità internazionale ha risposto a questo messaggio. Un cambiamento sistemico richiederà tempo, ma possiamo fare qualcosa per velocizzarlo, e assicurarci che sia sostenibile?

Interverranno: Mo Abudu, CEO, EbonyLife MEDIA; Erik Barmack, CEO & Founder, Wild Sheep Content; Nicholle Kobi, Founder & Artist, Maison Nicholle Kobi; Erica Motley, Creative Partner, Impact X Capital Partners. Moderatore: Bunmi Akintonwa, Executive Producer, writer, distributor, diversity activist.

In collaborazione tra MIA DRAMA e DOC, il panel Amazon Studios in Conversation, Italian Scripted and Unscripted Originals costituisce la prima presentazione pubblica di Amazon, che riconferma il MIA quale luogo di riflessione dell'industria internazionale. I due responsabili della produzione di Originals italiani di Amazon Studios, Nicole Morganti e Davide Nardini discuteranno inoltre del posizionamento di Amazon Studios nel panorama nazionale e riveleranno le nuove opportunità di collaborazione con l'industria italiana.

Nel programma avranno grande risalto il Panel BIO DOC - le biografie tra cinema del reale e docufiction, reduce dal successo della precedente edizione e all'incontro dedicato a Rai Documentari con Duilio Giammaria,

Evento: MIA MARKET

Testata: La Presse

Data: 14/10/2020

Direttore di Rai Documentari che al MIA DOC illustrerà per la prima volta agli ospiti italiani e stranieri presenti della sua direzione nel supporto e nello sviluppo di produzioni originali RAI e di coproduzioni internazionali. Tra gli ospiti dell'edizione 2020 anche Giovanni Minoli, neo Commissario straordinario della Calabria Film Commission che illustrerà per la prima volta le linee guida della sua presidenza, cogliendo l'occasione per una riflessione a trecentosessanta gradi legata al racconto della realtà tramite il cinema e la televisione. A questi importanti appuntamenti, si aggiunge il panel The Online Challenge: New Business In Production And Distribution Models For Digital Platforms, nell'ambito del quale RaiPlay e numerose altre piattaforme VOD si incontreranno al MIA per discutere ulteriori opportunità di sviluppo aziendale per i documentari e per l'industria in generale. Interverranno: Silvia Cibien (General delegate Eurovod), Maurizio Imbriale (Deputy director RaiPlay) Giorgio Tacchia (CEO CHILI), Jaume Ripoll (Co-founder, Editor-in-chief Filmin). In The Archives' Challenge Between Coproductions And Innovation, invece, Maria Pia Ammirati, Presidente dell'Istituto Luce - Cinecittà discuterà dell'importanza del patrimonio archivistico per le moderne produzioni.

Rai e Variety sono media partner ufficiali del MIA MARKET 2020.

[https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema/cinema\\_torna\\_l\\_appuntamento\\_con\\_il\\_mia\\_mercato\\_internazionale\\_audiovisivo-3084455/news/2020-10-14/](https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema/cinema_torna_l_appuntamento_con_il_mia_mercato_internazionale_audiovisivo-3084455/news/2020-10-14/)



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



1.400 accreditati da 41 paesi, di cui 600 operatori internazionali (che, per metà, seguiranno l'evento online, a distanza); 123 nuovi contenuti proposti, per un valore complessivo di circa 450 milioni di euro, e 137 proiezioni, suddivise piuttosto equamente tra quelle on site, al cinema Quattro Fontane, e quelle sulla piattaforma digitale dedicata. Il MIA – **Mercato Internazionale Audiovisivo**, ha dato i numeri della sua edizione 2020, in programma da oggi al 18 ottobre con una sfida che, secondo le parole della direttrice **Lucia Milazzotto**, "assume la situazione attuale, con le difficoltà dettate dalla pandemia in corso, come base di un ragionamento per trasformare le costrizioni in opportunità". E cavalcare quindi l'accelerazione digitale forzata dal Covid in una potenzialità per il business e lo scambio nell'audiovisivo italiano e internazionale. Il presidente Apa **Giancarlo Leone** definisce infatti questo 6° MIA "un grandissimo laboratorio", primo tra questo genere di eventi internazionali a svolgersi in presenza, con una formula ibrida. La location principale sarà Palazzo Barberini, molti gli ospiti cinematografici attesi, tra cui **Sergio Castellitto, Paolo Genovese, Lino Guanciale, Paolo Taviani**.

[https://www.leggo.it/spettacoli/cinema/mia\\_mercato\\_internazionale\\_audiovisivo\\_ultime\\_notizie-5523338.html](https://www.leggo.it/spettacoli/cinema/mia_mercato_internazionale_audiovisivo_ultime_notizie-5523338.html)



## Eventi onsite e online. Al via la sesta edizione del Mia, uno dei primi mercati internazionali a riaprire

E' una edizione molto diversa dalle precedenti questa sesta edizione del Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo, che si è aperta oggi e andrà avanti fino a domenica nella magnifica cornice di Palazzo Barberini a Roma. Nonostante il Covid, la filiera industriale messa a dura prova dal lockdown, i protocolli sanitari e il distanziamento sociale, il Mia è però uno dei primi mercati che si svolgerà in presenza fisica e online attraverso la piattaforma Mia Digital. E' senz'altro un segno della vitalità dell'industria italiana e della sua resilienza, dimostrata già dalla tenuta della Mostra di Venezia e del festival del Cinema di Roma, al via in questi giorni.

Oltre 1000 tra film, serie, documentari, con 137 proiezioni, saranno presentate durante questa edizione del market che conta 1400 partecipanti da 41 paesi. Di questi, 600 sono operatori internazionali di cui 300 prenderanno parte alle iniziative digitali, mentre la gran parte degli operatori italiani registrati parteciperà fisicamente all'evento. Ci saranno anche i pitching dei nuovi progetti, incontri BtoB tra produttori di casa e gli operatori internazionali, e anche molti ospiti di richiamo (Sergio Castellitto, Alessandro D'Alatri, Edoardo de Angelis, Riccardo Donna, Paolo Genovese e Marco Giallini) e un intenso il calendario di screening e di proiezioni in parte proposte al cinema Quattro Fontane, in parte fruibili sulla piattaforma web.



Nella foto, da sinistra: Salvatore Pisconti, Carlo Ferro, Giancarlo Leone, Stefano Patuanelli, Marina Sereni, Francesco Rutelli e Lucia Milazzotto

Numeri e attività della manifestazione sono stati raccontati da Lucia Milazzotto, da sei anni alla direzione del Mia, che ha ricordato la sua diversità rispetto ai mercati tradizionali. "La nostra non è la classica fiera, ma più un evento fortemente incentrato sull'incontro tra gli operatori, ha spiegato, per guardare molto al futuro e ragionare su tanti progetti ancora su carta, che cercano una loro direzione. E' un luogo per la circolazione delle idee, il ragionamento collettivo e i contributi dall'estero. Tutto questo è fondamentale in un momento come quello che stiamo vivendo, quando le domande sono tantissime e le risposte ancora poche".

Il Mia è stato fortemente voluto da Anica e da Apa - per valorizzare la vetrina Italia e mettere il nostro prodotto sotto gli occhi dell'industria internazionale - e ha il supporto di Mibact, Mise, il ministero per gli Affari esteri e la Cooperazione internazionale, e l'Ice nonché dalla regione Lazio. Unicredit è quest'anno sponsor ufficiale della manifestazione.

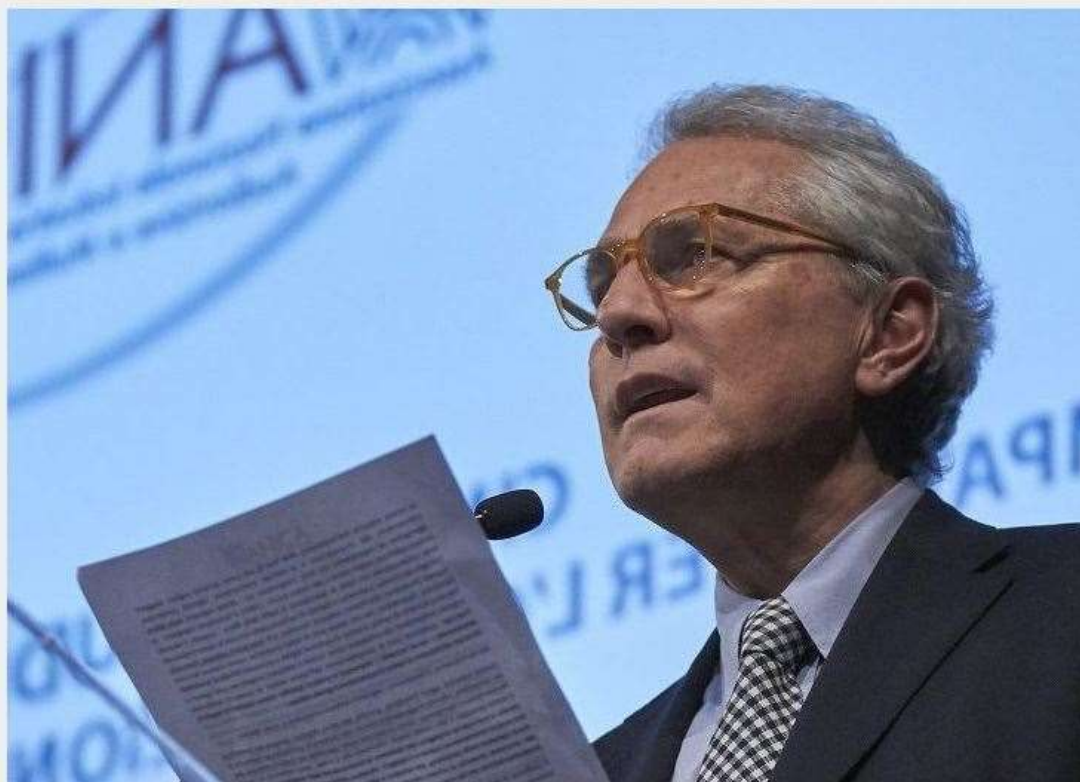


Stefano Patuanelli (Foto  
ANSA/FABIO FRUSTACI)



“Siamo alla sesta edizione del Mia: io ho accompagnato la nascita della prima edizione e pensavo a quante cose in positivo sono cambiate in questi anni nel settore del cinema e dell'audiovisivo”, ha detto Dario Franceschini in remoto dal Mibact. “Adesso dobbiamo occuparci del sostegno rispetto all'emergenza, ma sappiamo che la crescita del settore sta continuando anche in questa situazione difficile. C'è l'intreccio di tre elementi: l'esplosione del sistema dell'audiovisivo nel mondo; la nuova legge italiana del tax credit che si è dimostrata capace di attrarre rendendo competitiva l'Italia anche dal punto di vista del sostegno fiscale alle imprese che vogliono investire; e la attrattività italiana che è sempre crescente nel mondo. L'intreccio di questi tre elementi ci preparano un momento di grande crescita per cui bisogna continuare ad investire e convincere tutti i decisori politici che non si tratta di intervenire per aiutare un settore importante, ma di continuare a mettere risorse in un settore che sarà trainante per lo sviluppo del Paese”. “Un buon film o una buona fiction che gira per il mondo, ha sottolineato, conta come cento campagne promozionali di spot a pagamento. Quindi investiamo e continuiamo a crescere”.

Nel riconfermare il sostegno all'iniziativa, anche Stefano Patuanelli, ministro del Mise, si è detto convinto che “l'audiovisivo debba essere sostenuto perché non solo è uno splendido concentrato di tecnica, innovazione tecnologica e tradizione, ma soprattutto rappresenta un formidabile catalizzatore in grado di cogliere e leggere i fenomeni sociali in tutte le loro sfaccettature. Sono certo che il Mia 2020 si confermerà anche in questa edizione un successo perché, offrendo una vetrina internazionale ricercata e selezionata, potrà soddisfare milioni di consumatori che attraverso film, serie e documentari proveranno, grazie al vostro lavoro, tante nuove emozioni”.



Francesco Rutelli, presidente dell'Anica



Francesco Rutelli, presidente di Anica, ricordando che siamo tutti all'interno di una crisi globale e di una forte concorrenza trasformativa, ha sottolineato che "tuttavia, l'Italia e le industrie creative italiane hanno dimostrato di essere straordinariamente resilienti e coraggiose, andando avanti al fine di preservare il loro posizionamento globale, nonché la propria attrattiva e leadership a livello internazionale". Quanto al Mia, ha anche detto Rutelli, "è un gioco di squadra, dove sia il settore privato che le istituzioni lavorano fianco a fianco per la crescita dell'industria cinematografica e audiovisiva, con l'obiettivo di aumentare le nostre opportunità di successo sul mercato internazionale. Tale approccio sinergico - quello di un'accogliente e allargata alleanza con Apa - è sempre stato supportato e sostenuto dal fondamentale impegno collettivo delle istituzioni, confermato e potenziato per l'edizione 2020",

"Quest'anno in particolare Mia rappresenta un'occasione fondamentale per la nostra industria, in quanto a seguito dell'emergenza Covid-19 è uno dei primi Mercati a svolgersi onsite oltre che online", ha puntualizzato il presidente Apa, Giancarlo Leone. "Il Mia ha saputo infatti cogliere la sfida generata dalle necessità di questo momento storico trasformando i consueti spazi del Distretto Barberini, in un ambiente protetto e 'Covid proof', che potesse accogliere gli operatori nazionali e internazionali e al tempo stesso ha messo a punto uno strumento nuovo ed efficace: il Mia Digital".

"La sesta edizione del Mercato sarà un momento determinante per tornare a fare business dopo che l'emergenza sanitaria ha messo a dura prova il settore che in Italia ha un valore di circa 1 miliardo di euro e coinvolge oltre 7 mila imprese e più di 120mila occupati", ha ricordato ancora Leone. Per poi concludere: "Mia si conferma non solo come il primo e unico mercato al mondo che mette al centro il prodotto nazionale offrendogli una platea internazionale dell'eccellenza, ma anche come un hub capace di misurarsi con le evoluzioni dell'industria e del modo di fare business".



Giancarlo Leone, presidente Apa (Foto ANSA)

<https://www.primaonline.it/2020/10/14/313909/al-via-la-sesta-edizione-del-mia/>

# MIA, AL VIA OGGI IL MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO



**La manifestazione si terrà in versione "live" fino al 14 ottobre e, in streaming, fino al 25 ottobre. In programma: più di 100 nuovi titoli presentati e 137 proiezioni in 5 giorni**

**T**orna dal 14 al 18 ottobre il Mia - Mercato Internazionale Audiovisivo a Palazzo Barberini di Roma, che si terrà parallelamente alla Festa del cinema della Capitale. Una sesta edizione che, oltre alla modalità in presenza, offrirà anche la possibilità di partecipare online attraverso la piattaforma **Mia Digital** (che, tra l'altro, sarà attiva fino al 25 ottobre, consentendo a tutti gli operatori l'accesso esclusivo e in diretta live, la fruizione digitale di tutte le attività e di tutti i servizi del Mercato e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti).

L'edizione di quest'anno conta **1.400 partecipanti da 41 paesi: di questi 600 sono operatori internazionali**, di cui 300 only digital. Almeno l'80% degli operatori italiani registrati parteciperà fisicamente all'evento. In programma, più di 100 nuovi titoli presentati e 137 proiezioni in 5 giorni (di cui 72 on-site al Cinema Quattro Fontane e 65 sulla piattaforma MIA Digital).

Una "cinque giorni" ricca di appuntamenti in cui il MIA presenterà oltre 123 nuovi contenuti (in sviluppo e in produzione) nei Pitching Forum e Content Showcase, per un valore complessivo di circa 450 milioni di euro.

Tra gli ospiti: Sergio Castellitto, Alessandro D'Alatri, Edoardo De Angelis, Riccardo Donna, Paolo Genovese, Marco Giallini, Lino Guanciale, Edoardo Leo, Gabriele Mainetti, Edoardo Pesce, Alessandro Preziosi, Matteo Rovere e Paolo Taviani.

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



## Franceschini: MIA, importante segnale di vitalità del settore



"La sesta edizione del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo si svolge in un momento particolarmente difficile per l'industria cinematografica, confermando così la vitalità di questo settore, già mostrata a settembre alla Mostra di Venezia", sottolinea il ministro per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo **Dario Franceschini**, intervenuto da remoto alla presentazione della nuova edizione del MIA, che prende il via oggi **fino al 18 ottobre**, in una forma ibrida, con attività sia in presenza, a **Palazzo Barberini** a Roma, che online, sulla piattaforma **MIA Digital**, che garantisce agli operatori, anche da remoto, la partecipazione a dirette live, la fruizione digitale delle attività e dei servizi del Mercato e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali. "Questa edizione sarà sicuramente diversa dalle altre, ma non per questo meno importante - continua Franceschini - Se da un lato è doveroso continuare ad occuparci del sostegno rispetto all'emergenza, è importante accompagnare la crescita del settore audiovisivo che sta continuando anche in questo momento difficile. Grazie a tre elementi di forza - attrattività del territorio italiano a livello internazionale, legge italiana sul tax credit cinema e crescita generale del settore - ci prepariamo a un momento di grande sviluppo. Non si tratta di intervenire per aiutare un settore importante in crisi, ma di investire in un settore che sarà trainante anche per gli altri. La ripresa delle grandi produzioni straniere nel nostro Paese e la competizione internazionale per utilizzare le strutture di Cinecittà fanno ben sperare".

Ad illustrare i numeri significativi di questa edizione, il direttore MIA **Lucia Milazzotto**: 1.400 partecipanti da 41 paesi, 600 operatori internazionali, di cui la metà sarà presente a Roma. Almeno l'80% degli operatori italiani registrati parteciperà fisicamente all'evento. 125 progetti in sviluppo e in produzione che verranno presentati nei *Pitching Forum* e *Content Showcase*, alla ricerca di finanziamenti internazionali. A questi dati si aggiunge un fitto calendario di screening e proiezioni, 137 nuovi film di cui circa la metà avrà una proiezione sia digitale che on-site al Cinema Quattro Fontane, il resto solo online sulla piattaforma MIA Digital. "Il MIA ha risposto a un'emergenza globale - rimarca - quella di mantenere le relazioni internazionali nel settore in un momento in cui si rischiava l'isolamento. Aver scommesso su un evento on-site ha



permesso di riportare l'attenzione sul territorio italiano, pur abbracciando tutti i valori della forma ibrida del Mercato di quest'anno, che integra digitale e presenza fisica in un'unica esperienza”.

“Questo evento mette insieme una filiera produttiva fondamentale per la nostra capacità di fare impresa e di produrre”, mette in evidenza **Stefano Patuanelli**, ministro dello Sviluppo Economico, rimarcando come l'audiovisivo debba essere sostenuto non solo perché è un concentrato di tecnica, innovazione tecnologica e tradizione, ma soprattutto rappresenta un formidabile catalizzatore in grado di cogliere e leggere i fenomeni sociali in tutte le loro sfaccettature. “Siamo consapevoli che molti sono ancora i nodi da affrontare: investimenti, digitalizzazione, regolamentazione sono gli strumenti da elaborare insieme a favore di una filiera produttiva che non solo fa grandi numeri, ma ogni anno cresce tanto in qualità. La trasformazione digitale, un percorso che inizia oggi al MIA, deve avere un seguito a dare nuove opportunità di crescita al settore, per sviluppare nuovi campi dove continuare a fare impresa”.

Interviene nella presentazione anche **Marina Sereni**, vice ministro per gli Affari Esteri e la Cooperazione Internazionale: “Il MIA vuole essere la testimonianza, anche fisica, della vitalità straordinaria di un settore che vive una situazione di complessità senza precedenti. Fortemente colpito e bloccato all'inizio della crisi sanitaria, che ha colpito tutti a livello globale ma che in Italia si è manifestata, con un impatto economico importante, in un momento in cui il cinema stava attraversando una crescita. In questo contesto, il MIA è un'opportunità da cogliere, una piattaforma di riferimento e di interazione tra i maggiori protagonisti nazionali e internazionali del settore. E mostra lo spirito con cui vogliamo che il nostro Paese reagisca: affrontare il nuovo con resilienza e abbracciare le sfide di questa nuova fase per trasmettere al mondo l'immagine di un'Italia resiliente e che esce dalla crisi più attenta e vitale di prima”.

A rimarcare l'importanza strategica di questa edizione del MIA, primo mercato del settore al mondo a riaprire dopo la crisi, anche il presidente APA **Giancarlo Leone**, intervenuto insieme al presidente dell'Anica, **Francesco Rutelli**, e al presidente ICE, **Carlo Ferro**, per sottolineare, congiuntamente, come il Mercato sia un segno di ottimismo per l'economia del nostro Paese e un importante segnale di nuove modalità di fare sistema per l'audiovisivo tutto.

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

# Aperto il MIA, primo mercato internazionale dell'era Covid



Da sinistra a destra: Salvatore Raonzi, Carlo Ferri, Giancarlo Leone, Stefano Patonelli, Marina Sereni, Francesco Ruffelli, Lucia Milazzotto

Inaugurata oggi, a Palazzo Barberini, la sesta edizione del **MIA**, il Mercato Internazionale dell'audiovisivo di Roma. L'edizione di quest'anno conta 1.400 partecipanti da 41 paesi: di questi 600 sono operatori internazionali, di cui 300 only digital. Almeno l'80% degli operatori italiani registrati parteciperà fisicamente all'evento.

Durante i cinque giorni di Mercato verranno presentati 123 nuovi contenuti (in sviluppo e in produzione) nei Pitching Forum e Content Showcase, per un valore complessivo di circa 450 milioni di euro. Fitto anche il calendario degli screenings : 137 di cui 72 on-site al Cinema Quattro Fontane e 65 sulla piattaforma MIA Digital.

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

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

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



**DANIELEMIGNARDI**  
P R O M O P R E S S A G E N C Y



*Rassegna stampa*

**DAL 5 AL 1° OTTOBRE 2020**

ROMA, DAL 14 AL 18 OTTOBRE

# Al MIA grandi ospiti e 50 progetti

*Il Mercato internazionale dell'audiovisivo dà spazio alle registe*

■ Incontri con registi, autori e produttori delle più note e apprezzate serie tv come *La casa di carta* e *Westworld* e presentazione di nuovi progetti italiani e mondiali. Il MIA, l'importante mercato internazionale dell'audiovisivo realizzato da Anica e Apa (arrivato alla sesta edizione) quest'anno si svolge a Roma negli spazi di palazzo Barberini, dal 14 al 18 ottobre. E, con tutte le precauzioni necessarie per il Covid, accoglierà in presenza autori, direttori e rappresentanti delle case di produzione. Ma ci si potrà collegare anche attraverso la piattaforma digitale.

Sono 50 i progetti che quest'anno

il MIA presenta, finanzia e aiuta a diffondere: film, serie tv e documentari provenienti da più di 20 Paesi, dando importante spazio alle registe donne. Fra i titoli di quest'anno: *Amor y dolor* di Emanuele Scaringi, prodotto dalla Fandango di Domenico Procacci; *The Beautiful Summer* di Laura Luchetti; *The Last Shot* del regista de *La casa di carta*, Alex Rodrigo.

Altra novità è il ciclo di incontri «The Producer's Keynote»: il primo sarà con uno dei più importanti produttori hollywoodiani, Michael Emlen, che ha dato vita a serie come *Westworld*, *Big Little Lies*, *True*

*Detective*, *The Young Pope*. Tra i film, ha prodotto *Prometheus* di Ridley Scott e *Robin Hood*. Il secondo appuntamento della serie sarà con Stephen Cornwell, co-fondatore e co-CEO di The Ink Factory: racconterà della nuova attesa serie *The Spy Who Came in From the Cold*, basata sull'omonimo romanzo di John le Carré. Tra i titoli che saranno presentati, anche *Miss Fallaci Takes America*, creata da Alessandra Gonnella e scritta in collaborazione con Justin Trefgarne ed Edoardo Perazzi. È la storia del viaggio in America fatto dalla giovane giornalista Oriana Fallaci nel 1958.

LR



# Torna Mia a Roma: tutto pronto per la sesta edizione del Mercato internazionale dell'audiovisivo



Torna Mia, mercato internazionale audiovisivo. Tutto pronto per la sesta edizione dell'appuntamento con i leader dell'industria mondiale audiovisiva. L'evento si svolgerà dal 14 al 18 ottobre 2020 a Roma, nei consueti spazi di Palazzo Barberini, nel rispetto di tutti i protocolli Covid, anche per

questo la copertura digitale, tramite la piattaforma Mia Digital, sarà totale.

Il Mercato, come di consueto, offrirà a progetti selezionati l'opportunità di essere presentati nell'ambito del Co-production Market e del Pitching Forum, di fronte a un pubblico di caratura internazionale. In totale saranno 50 i prodotti svelati, provenienti da oltre venti paesi e includeranno film, serie tv e documentari, confermando la centralità dell'attività di Mia nel finanziamento, diffusione e coproduzione dei contenuti più interessanti, anche premium.





Il 50% è dei sedici progetti del Film Coproduction Market, è firmato da registi, testimoniando l'impegno a favore dell'incusività e della valorizzazione del lavoro femminile. Tra i titoli più attesi Amor y dolor di Emanuele Scaringi, Diaz, La profezia dell'armadillo, prodotto dalla Fandango di Domenico Procacci, The Beautiful Summer di Laura Luchetti, The Last Shot del regista della Casa di Carta Alex Rodrigo, The Sorcerers di Christopher Murray, prodotto dalla Fabula di Juan de Dios e Pablo Larrain, già regista di Jackie e Neruda.

Tra le novità dell'edizione 2020 anche il ciclo di incontri: "The producer's Keynote, organizzata dalla sezione Mia Drama, curata da Gaia Tridente. Il primo incontro sarà uno dei più importanti produttori hollywoodiani, Michael Ellenberg, fondatore e CEO di Media Res. Michael è stato Head of Drama per HBO, commissionando serie di grande successo come Westworld, Big Little Lies, True Detective, The Young Pope.

Con Media Res, Michael si è fatto immediatamente notare come produttore internazionale: la sua prima serie per AppleTV+ è stata The Morning Show, con Reese Witherspoon e Jennifer Aniston, acclamatissima da critica e pubblico. Recentemente Michael ha prodotto Scenes from a Marriage per HBO, il rifacimento del classico film di Ingmar Bergman in versione mini-seriale, con Michelle Williams e Oscar Isaac.

Il secondo appuntamento della serie "The Producer's Keynote" sarà con Stephen Cornwell, co-fondatore e co-CEO di The Ink Factory, con il fratello Simon. Nell'incontro al Mia Drama, in collegamento da Los Angeles, Stephen ripercorrerà i maggiori successi della sua carriera e racconterà della nuova attesissima serie The Spy Who Came in From the Cold, basata sull'omonimo romanzo di Le Carré.

Anche quest'anno il Drama Pitching Forum presenterà, inoltre, una line up di contenuti imperdibili, con un totale di 15 progetti provenienti da 11 paesi. Tra i titoli: Miss Fallaci Takes America, creata da Alessandra Gonnella e scritta in collaborazione con Justin Trefgarne e Edoardo Perazzi, storia del viaggio in America della giovane giornalista Oriana Fallaci, ispirata a fatti realmente accaduti

nel 1958; Cult, la serie creata da Francesco Patierno e Sergio Nazzaro, King of fortune, un'epica europea creata e scritta da Selene Fanuzzi e Carla Giulia Casalini; Courtesans, serie creata da Anya Camilleri, un emozionante giro in giostra tra gli intrighi sessuali e sentimentali di una corte rinascimentale tra scandali, corruzione e divertimento.

La sezione Mia Doc, curata da Marco Spagnoli, propone la presentazione del Secondo rapporto Apa dedicato al mondo dell'audiovisivo che include per la prima volta dati sul cinema del reale in Italia, seguito da un incontro con Diulio Giammaria, Direttore di Rai Documentari che al Mia Doc illustrerà per la prima volta agli ospiti italiani e stranieri presenti della sua direzione nel supporto e nello sviluppo di produzioni originali Rai e di coproduzioni internazionali.

Tra i protagonisti che parteciperanno dal vivo agli incontri del Mia Doc, il regista Giorgio Verdelli racconterà la sua esperienza per il doc su Paolo Conte che sta per essere distribuito anche all'estero e Juan Martin Guevara, che illustrerà il progetto internazionale mio fratello il Che.

La selezione ufficiale del Doc Pitching Forum prevede quest'anno 19 progetti. Tra i titoli di quest'anno rientrano Homo Cyborg - Il futuro del genere umano, della talentuosa regista Adele Tulli, figlia di Serena Dandini; Barca Nostra - The boat beyond the sea di Luca Lucchesi, prodotto da Road Movies, la società di proprietà del regista tedesco Wim Wenders.

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

[https://www.ilmessaggero.it/tecnologia/roma\\_palazzo\\_barberini\\_audiovisivo\\_covid\\_novita\\_film\\_tv-5496837.html](https://www.ilmessaggero.it/tecnologia/roma_palazzo_barberini_audiovisivo_covid_novita_film_tv-5496837.html)

HOME / SPETTACOLI & TV

## Il mercato dell'audiovisivo si dà appuntamento a Roma



01 ottobre 2020

a a a

**A**ppuntamento ormai imperdibile nelle agende dei leader mondiali dell'industria audiovisiva, la sesta edizione del MIA, Mercato Internazionale dell'audiovisivo si svolgerà dal 14 al 18 ottobre 2020 a Roma, nei consueti spazi di Palazzo Barberini, in un ambiente protetto e Covid proof e online sulla piattaforma MIA Digital, fondamentale strumento a potenziamento dell'esperienza di mercato. Come ogni anno il Mercato offrirà a progetti selezionati l'opportunità di essere presentati nell'ambito del co-production market e pitching forum di fronte a un pubblico di key players nazionali e internazionali.



La ricca line-up di quest'anno, che ammonta a 50 progetti totali da più di 20 Paesi tra film, serie tv e documentari, conferma ancora una volta il ruolo fondamentale svolto dal MIA nel supportare la coproduzione, il finanziamento e la diffusione dei più interessanti contenuti premium in arrivo. Il 50% dei 16 progetti del MIA|FILM COPRODUCTION MARKET, provenienti da 14 Paesi, è di registe donne, a riprova dell'impegno del Mercato a favore dell'inclusività e della valorizzazione del lavoro femminile.

Tra i titoli di quest'anno: Amor y dolor di Emanuele Scaringi (Diaz, La profezia dell'armadillo), prodotto dalla Fandango di Domenico Procacci; The beautiful summer di Laura Luchetti (Fiore gemello); The last shot dal regista de La Casa di carta, Alex Rodrigo; The sorcerers di Christopher Murray (Propaganda, El Cristo Ciego), prodotto dalla Fabula di Juan de Dios e Pablo Larrain, acclamato regista di Jackie e Neruda. Altra novità dell'edizione 2020 è rappresentata dal ciclo di incontri "The producer's keynote", organizzata dalla sezione MIA | Drama, curata da Gaia Tridente. Il primo incontro sarà, non a caso, con uno dei più importanti produttori hollywoodiani, Michael Ellenberg, fondatore e Ceo di Media Res. Michael è stato Head of Drama per HBO, commissionando serie di grande successo come Westworld, Big Little Lies, True Detective, The Young Pope. Con Media Res, Michael Ellenberg si è fatto immediatamente notare come produttore internazionale: la sua prima serie per AppleTV+ è stata The Morning Show, con Reese Witherspoon e Jennifer Aniston, acclamata da critica e pubblico. Recentemente ha prodotto Scenes from a Marriage per HBO, il rifacimento del classico film di Ingmar Bergman in versione mini-seriale, con Michelle Williams e Oscar Isaac.

Il secondo appuntamento della serie "The Producer's Keynote" sarà con Stephen Cornwell, co-fondatore e co-Ceo di The Ink Factory, con il fratello Simon. Nell'incontro al MIA Drama, in collegamento da Los Angeles, Cornwell ripercorrerà i maggiori successi della sua carriera e racconterà della nuova attesissima serie The Spy Who Came in From the Cold, basata sull'omonimo romanzo di Le Carré.

Anche quest'anno il Drama Pitching Forum presenterà, inoltre, una line up di contenuti imperdibili, con un totale di 15 progetti provenienti da 11 paesi.

<https://www.iltempo.it/spettacoli-tv/2020/09/30/news/mei-mercato-internazionale-audiovisivo-palazzo-barberini-roma-24730538/>

## Mia, 50 titoli tra film, serie tv e documentari selezionati per il co-production Market e Pitching Forum

La sesta edizione del **MIA|MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO** si svolgerà dal **14 al 18 ottobre 2020 a Roma**, nella bella location di **Palazzo Barberini**, pronto ad accogliere in totale sicurezza l'industria nazionale e internazionale. All'attività on-site si aggiungerà quella online sulla piattaforma **MIA DIGITAL**, fondamentale strumento a potenziamento dell'esperienza di mercato.

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



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

Come ogni anno il Mercato offrirà a progetti selezionati l'opportunità di essere presentati nell'ambito del **CO - PRODUCTION MARKET e PITCHING FORUM** di fronte a un pubblico selezionato di professionisti nazionali e internazionali. **Cinquanta sono i progetti totali provenienti da più di 20 paesi** tra film, serie tv e documentari.

### LE PROPOSTE DI COPRODUZIONI

Sono sedici i progetti del **MIA|FILM COPRODUCTION MARKET**, provenienti da 14 Paesi e selezionati da Paola Malanga (Deputy Director, production and acquisitions division, Rai Cinema, Italia), da Joseph Rouschop (Producer, Tarantula, Belgio) e Katarzyna Siniarska (Head of Sales, New Europe Film Sales, Polonia). Di questi progetti il 50% è di **registe donne**.

Tra i titoli di quest'anno: **AMOR Y DOLOR** di **Emanuele Scaringi** (DIAZ, La profezia dell'armadillo), prodotto dalla **Fandango** di Domenico Procacci; **ANIMAL** dalla regista del premiato Park, **Sofia Exarchou**; **AUDREY LA MER**, nuovo film di **Sebastiano Riso**, (Più buio di mezzanotte, Una famiglia), storia di due giovani sopravvissuti alle atrocità naziste; **AUTONAUTS OF THE COSMOROUTE** di **Olivier Gondry e Leslie Menahem**, il racconto del viaggio straordinario intrapreso dallo scrittore argentino Julio Cortázar nel maggio 1982; **THE BEAUTIFUL SUMMER** di **Laura Luchetti** (Fiore gemello), 'coming of age' ambientato nella Torino del 1939; **DALVA** di **Emanuelle Nicot** (Snatched), storia tredicenne spinta a truccarsi e vestirsi come una donna dal padre Jacques; **THE LAST SHOT** dal regista de La Casa di carta, **Alex Rodrigo**, storia dell'avventuriero Luis Valtueña, coinvolto in una missione umanitaria in Ruanda; **THE ROUGH LIFE OF THE HEAVENLY ANIMALS** di **Beatriz Seigner** (Los Silencios); **THE SORCERERS** di **Christopher Murray** (Propaganda, El Cristo Ciego), prodotto dalla Fabula di Juan de Dios e Pablo Larraín, acclamato regista di Jackie e Neruda.





Oltre alla selezione internazionale, quest'anno il **MIA|Film Co-Production Market**, guidato da Alexia De Vito, presenta "**WANNA TASTE IT?**": una nuova sezione dedicata esclusivamente a progetti cinematografici italiani in sviluppo e una piattaforma di lancio e crescita per l'industria e il talento italiani, grazie al networking mirato con potenziali sales e finanziatori e momenti di alta formazione e aggiornamento, attraverso incontri mirati con esperti del settore, rappresentanti di istituzioni, fondi e programmi di sostegno.

### **DISCUSSIONI E RAGIONAMENTI**

La divisione **MIA|Film**, curata da **Francesca Palleschi**, presenta inoltre, tre sessioni "frontali" di discussione e ragionamento. Oltre all'annuale appuntamento organizzato in collaborazione con Europa Distribution – quest'anno declinato sul tema Everything you always wanted to know about Distribution but were afraid to ask: How to survive a pandemic – si inseriscono altri importanti momenti: tra questi il panel Developing original films for local audiences with the OTT platform, dedicato alle strategie di sviluppo dei contenuti cinematografici originals a livello locale ed europeo con le grandi piattaforme, attraverso il coinvolgimento di produttori che abbiano sviluppato film per le grandi piattaforme e di rappresentanti delle OTT stesse (come **Netflix e Amazon**).

International co-production in Covid times and beyond: film financing in the contemporary scenario, organizzato in collaborazione con ACE Producers con l'idea di offrire una sessione di conversazione aperta, affronterà invece i diversi, attualissimi temi legati alla situazione delle co-produzioni internazionali in tempi di Covid e, soprattutto, nel post-Covid. Tra i partecipanti confermati, guidati nella conversazione da **Jacobine van der Vloed** (Director & Head of Studies di ACE): **Iole Giannattasio** (Mibact ed Eurimages), **Marta Donzelli** (Vivo Films), **Tobias Pausinger** (The Match Factory, Germania), **Dominique Malet** (Cofiloisirs, Francia), il produttore **Tom Dercourt** (Cinema Defacto, Francia) e il produttore **Jonas Dornbach** (Komplizen Film, Germania).

### **I GRANDI PRODUTTORI RACCONTANO**

Altra grande novità dell'edizione 2020 è rappresentata dal ciclo di incontri "**THE PRODUCER'S KEYNOTE**", organizzata dalla sezione **MIA|DRAMA**, curata da **Gaia Tridente**: una serie di interviste in esclusiva a protagonisti internazionali dell'industria, trasmesse in streaming sulla piattaforma MIA DIGITAL e dal vivo presso la sede di Palazzo Barberini. Il primo incontro sarà, con uno dei più importanti produttori hollywoodiani, Collegato da Los Angeles **MICHAEL ELLENBERG**, fondatore e CEO di **Media Res**, studio e società di produzione che sviluppa, produce e finanzia contenuti premium per il piccolo e il grande schermo. Michael è stato Head of Drama per **HBO**, commissionando serie di grande successo come **Westworld, Big Little Lies, True Detective, The Young Pope**. Tra i film, ha prodotto Prometheus di Ridley Scott, Cyrus, con John C. Reilly e Jonah Hill, e Robin Hood, con Russell Crowe e Cate Blanchett. Con Media Res, Michael si è fatto immediatamente notare come produttore internazionale: la sua prima serie per AppleTV+ è stata **The Morning Show**, con Reese Witherspoon e Jennifer Aniston. Acclamata da critica e pubblico, la serie ha raccolto **8 nomine agli Emmy Award** e ha una seconda stagione in produzione. Recentemente Michael ha prodotto **Scenes from a Marriage** per HBO, il rifacimento del classico film di Ingmar Bergman in versione mini-seriale, con Michelle Williams e Oscar Isaac.



Il secondo appuntamento della serie "The Producer's Keynote" sarà con **STEPHEN CORNWELL**, co-fondatore e co-CEO di **The Ink Factory**, con il fratello Simon. È un player importante dell'industria drama a livello globale: ha firmato come Executive Producer la mini-serie di AMC *The Little Drummer Girl*, e la serie pluripremiata *The Night Manager*; ha co-scritto e prodotto per Netflix Original *Message from the King*; ha prodotto il film di Ang Lee *Billy Lynn's Long Halftime Walk*; *A Most Wanted Man*, con Philip Seymour Hoffman; e *Hotel Artemis*, con Jodie Foster.

Nell'incontro al MIA DRAMA, in collegamento da Los Angeles, Stephen ripercorrerà i maggiori successi della sua carriera e racconterà della nuova attesissima serie **The Spy Who Came in From the Cold**, basata sull'omonimo romanzo di Le Carré.

L'universo narrativo prodotto da Cornwell però non si limita solo alla produzione di film e serie TV, ma si spinge fino all'interactive storytelling del video gaming. Con **Giant Squid**, società sorella di The Ink Factory, Stephen ha prodotto il pluripremiato gioco **Abzû**, due volte nominato ai BAFTA, e sviluppato dal celebre creatore Matt Nava, col quale sta attualmente lavorando a un nuovo progetto interattivo di genere fantasy, *The Pathless*, concepito per l'utilizzo su diverse piattaforme di gioco.

#### **DRAMA, MINI SERIE E FILM**

Anche quest'anno il **DRAMA PITCHING FORUM** presenterà, inoltre, una line up di contenuti imperdibili, con un totale di **15 progetti** provenienti da **11 paesi** e divisi in 4 diverse categorie, per offrire agli accreditati del MIA il più ampio panorama del mercato.

Tra i titoli della categoria "Drama Series": la serie francese **LAFAYETTE**, dramma in costume ambientato durante la rivoluzione americana, prodotto da Wild Horses, creato da **Nicolas Deprost** e scritto da **David Franzoni** (Premio Oscar per *Il Gladiatore*); **MISS FALLACI TAKES AMERICA**, creata da **Alessandra Gonnella** e scritta in collaborazione con **Justin Trefgarne** e **Edoardo Perazzi**, storia del viaggio in America della giovane giornalista Oriana Fallaci, ispirata a fatti realmente accaduti nel 1958; **CULT**, la serie creata da **Francesco Patierno** e **Sergio Nazzaro**, ambientata in un'Italia del Sud alle prese con un nuovo e potente nemico: la Mafia Nigeriana; **KING OF FORTUNE**, un'epica europea creata e scritta da **Selene Fanuzzi** e **Carla Giulia Casalini**, che racconta la vera storia del vichingo mercenario Robert Guiscard; **COURTESANS**, serie creata da **Anya Camilleri**, un emozionante giro in giostra tra gli intrighi sessuali e sentimentali di una corte rinascimentale tra scandali, corruzione e divertimento.



Nelle nuove categorie che comprendono le Mini Serie e i Film concepiti per la TV e per le piattaforme digitali verranno presentati, tra gli altri, i progetti: **KILL**, dark comedy creata e scritta da **Barry Devlin**; il film **STRECAPERDAS (STREAMROLLERS)** di **Fabio Guaglione** (Mine) e **Angelo Camba**, racconto tra l'epico e il fantastico, ambientato nella Sardegna dei tardi anni '60.

Quest'anno faranno il loro ingresso nella selezione anche gli "Short-form". Tra i progetti selezionati in questa nuova categoria, la sitcom animata **KARETABLA e FABULA**, co-produzione tra Italia e Germania.

Nell'ambito di un più ampio impegno a sostegno dei produttori audiovisivi italiani per l'internazionalizzazione dell'industria, MIA Drama co-organizzerà con **APA** (Associazione Produttori Audiovisivi) e **Pact** (Producers Alliance for Cinema and Television – l'associazione di settore dei produttori indipendenti inglesi) una sessione bilaterale per favorire lo scambio tra i produttori televisivi (scripted e unscripted) dei due paesi.

#### **PREMI DRAMA**

Debutta il prestigioso Premio **ViacomCBS International Studios** – la divisione di ViacomCBSNetworks International leader globale nello sviluppo e nella produzione di contenuti premium per tutte le piattaforme, generi e formati sia per terze parti sia per i brand e le piattaforme ViacomCBS, che sarà assegnato **al miglior progetto presentato al Drama Pitching Forum 2020**.

MIA DRAMA è inoltre lieta di annunciare l'accordo con **IDM Film Fund & Commission** per presentare al MIA i tre finalisti di **RACCONTI | Script Lab**, laboratorio dedicato alla scrittura seriale. **Carolina Hellsgård e Olivia Vieweg, Gabriel Borgetto e Helena Hoffman, Sebastian Sattler e Johannes Kotzke** sono i partecipanti di RACCONTI #8 che presenteranno i loro progetti il prossimo ottobre.

#### **PREMI DRAMA**

Debutta il prestigioso Premio **ViacomCBS International Studios** – la divisione di ViacomCBSNetworks International leader globale nello sviluppo e nella produzione di contenuti premium per tutte le piattaforme, generi e formati sia per terze parti sia per i brand e le piattaforme ViacomCBS, che sarà assegnato **al miglior progetto presentato al Drama Pitching Forum 2020**.



Evento: MIA MARKET

Testata: Prima online

Data: 01/10/2020

MIA DRAMA è inoltre lieta di annunciare l'accordo con **IDM Film Fund & Commission** per presentare al MIA i tre finalisti di **RACCONTI | Script Lab**, laboratorio dedicato alla scrittura seriale. **Carolina Hellsgård e Olivia Vieweg, Gabriel Borgetto e Helena Hoffman, Sebastian Sattler e Johannes Kotzke** sono i partecipanti di RACCONTI #8 che presenteranno i loro progetti il prossimo ottobre.

## DOC

La sezione **MIA|DOC, curata da Marco Spagnoli**, propone una serie di incontri internazionali di altissimo livello, enfatizzando, ancora una volta l'importanza di sostenere il prodotto italiano a livello mondiale.

Nell'ambito del programma, si svolgerà la presentazione del **Secondo rapporto APA dedicato al mondo dell'audiovisivo** che include per la prima volta dati sul cinema del reale in Italia, seguito da un incontro con **DUILIO GIAMMARRIA, Direttore di Rai Documentari** che al MIA DOC illustrerà per la prima volta agli ospiti italiani e stranieri presenti della sua direzione nel supporto e nello sviluppo di produzioni originali RAI e di coproduzioni internazionali.

Il successo del panel **BIO DOC** dell'edizione 2019 e le tante biografie ricevute, sia in forma di progetto che di film finito, portano quest'anno ad un nuovo incontro sul valore delle biografie audiovisive nel ventunesimo secolo: tra i protagonisti che parteciperanno dal vivo **il regista Giorgio Verdelli** racconterà la sua esperienza per il doc su **PAOLO CONTE** che sta per essere distribuito anche all'estero, **JUAN MARTIN GUEVARA** che illustrerà il progetto internazionale **MIO FRATELLO IL CHE** e i due brillanti registi **Daniele Coluccini e Matteo Botrugno** (Et in terra Pax, Il Contagio), che presenteranno al pubblico del MIA la storia di una transessuale italiano sopravvissuto a Dachau.

La selezione ufficiale del **DOC PITCHING FORUM** prevede quest'anno **19 progetti**, che si contenderanno per il terzo anno di seguito il prestigioso **NAT GEO Award**. I titoli sono a loro volta suddivisi in tre categorie.

Tra i titoli della categoria "Feature Doc", destinati alla proiezione sul grande schermo, figurano: **AMATE SPONDE di Egidio Eronico**, prodotto da Leonardo Baraldi, un viaggio attraverso l'Italia dalle Alpi alla Sicilia, un paese sospeso tra il passato glorioso e la stagnazione del presente; **LA GRANDE OPERA di Corrado Punzi**, prodotto da Muud Film. Selezionato in virtù della rinnovata sinergia tra il MIA e L'Apulia Film Commission, racconta, attraverso gli occhi di una madre e i suoi due figli, la costruzione di un gasdotto in Salento, dove anni di proteste non hanno portato allo stop dei lavori e la comunità rischia di subire un grave danno.

Nella categoria "Docuseries" rientrano **HOMO CYBORG - IL FUTURO DEL GENERE UMANO**, della talentuosa regista **Adele Tulli**, figlia di Serena Dandini. Prodotto da Domenico Procacci (Fandango), è il racconto in sei episodi di come il progresso techno-scientifico stia cambiando, e in alcuni casi stravolgendo, ogni aspetto della nostra vita quotidiana; **BARCA NOSTRA - THE BOAT BEYOND THE SEA di Luca Lucchesi**, prodotto da Road Movies, la società di proprietà del regista tedesco Wim Wenders. Dopo essere stata esibita alla Biennale di Venezia nel 2019 dall'artista Christoph Büchel, la barca naufragata a 100 km dalle coste libiche con centinaia di persone a bordo nell'aprile del 2015, continua il suo viaggio verso altre città europea. La destinazione finale sarà il Parlamento Europeo dove diventerà un memoriale in ricordo di tutti i migranti morti per raggiungere l'Europa.

Nella categoria "One-Off" verranno presentati i classici documentari televisivi di 52' sono presenti al MIA con quattro progetti. Tra questi **CINECITTÀ - LA FABRIQUE DE L'HISTOIRE di Emmanuelle Nobecourt**, prodotto da Temps Noir, che, dal 1937, anno della sua fondazione, al 1960, ripercorre la storia di Cinecittà, da strumento a servizio della propaganda a epicentro del racconto della società italiana e dei suoi costumi.

<https://www.primaonline.it/2020/10/01/313065/mia-edizione-6-roma-14-18-ottobre-svela-i-primi-progetti-in-anteprima-50-tra-film-serie-e-docu/>


**DANIELEMIGNARDI**  
P R O M O P R E S S A G E N C Y



*Rassegna stampa*

**DAL 30 SETTEMBRE AL 10 GIUGNO 2020**

***Mercato Internazionale Audiovisivo anche online.***  
*Il Mia continua a portare avanti la propria attività a sostegno della ripartenza del settore. Proprio allo scopo di favorire nuove opportunità di finanziamento e di circolazione di prodotto audiovisivo, il Mercato ha messo a disposizione dei progetti del Venice Gap-Financing Market del Venice Production Bridge una finestra digitale, grazie alla nuova piattaforma Mia Digital. La sesta edizione del Mia si svolgerà, infatti, dal 14 al 18 ottobre 2020 a Roma e anche online.*

— © Riproduzione riservata — 





EVENTI

# MIA MARKET 2020

---

# LA RIPRESA PASSA DA QUI

LE MISURE COVID-FREE, LA NUOVA ANIMA (ANCHE) VIRTUALE E LA RESPONSABILITÀ DI ESSERE IL PRIMO EVENTO EUROPEO FISICO DOPO IL MIPCOM: ECCO COME CAMBIA LA SESTA EDIZIONE DEL MERCATO ITALIANO DELL'AUDIOVISIVO, IN CALENDARIO A ROMA DAL 14 AL 18 OTTOBRE

di Francesca D'Angelo

**L'**industria italiana ricomincia dal Mia. Lo fa compatta, garantendo il sostegno a quella che è la nostra principale vetrina internazionale e, per quest'anno, anche il primo evento fisico a livello europeo, subito dopo il MipCom. Lo scoppio della pandemia ha infatti azzerato l'agenda di buyer e distributori, limitandola (almeno fino a questa estate) a pochi appuntamenti circoscritti e comunque sempre, rigorosamente, online. Da ottobre invece si riparte – Covid-19 permettendo – e in cima alla lista degli appuntamenti internazionali spicca proprio la sesta edizione del Mercato Italiano dell'Audiovisivo, che si svolgerà dal 14 al 18 ottobre a Roma negli spazi del Distretto Barberini, ripensati in modalità Covid-free. «È una bella sfida e una grande responsabilità», sottolinea il direttore Lucia Milazzotto che a Tivù anticipa i dettagli della nuova edizione.

**Alla luce del mutato contesto mondiale, qual è il ruolo strategico del Mia?**

Il Mia è un mercato relativamente recente che, fin dall'inizio, si è distinto per la propria formula dinamica: ogni anno il nostro programma è tagliato sulle esigenze reali dell'industria. L'assenza di una rigida impostazione fieristica rappresenta un importante valore aggiunto, soprattutto nel contesto attuale, perché ci consente di muoverci con molta flessibilità. Con lo scoppio della pandemia, la mission del Mia diventa ancora più strategica: riportare gli operatori a lavorare con fiducia in Italia e con l'Italia, sostenere le imprese italiane nel processo di internazionalizzazione e nelle operazioni estere, promuovere la capacità produttiva italiana e del territorio. Per questo era importante esserci anche quest'anno, nonostante le difficoltà e i limiti legati alla pandemia. Apa, Anica e le istituzioni italiane ci hanno fortemente sostenuto proprio per



Daniele Mignardi Promopressagency

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

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

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001





Giancarlo Leone e Francesco Rutelli, rispettivamente presidenti di Apa e Anica. Entrambe le associazioni sostengono il Mia

garantire che il Mia potesse rappresentare un'occasione di rilancio competitivo per l'Italia. Tra l'altro, l'esigenza di ritrovarsi è molto forte tra tutti gli operatori e, a oggi, abbiamo avuto molte adesioni.

#### Quali Paesi hanno già confermato la propria presenza?

Avremo una grande partecipazione degli Usa per la parte *scripted*. Tra l'altro, gli americani hanno voluto prendere parte al board, per far crescere attivamente il mercato, a riprova del loro interesse per l'evento. Presumiamo che la loro partecipazione sarà più online che *on site*, ma il dato è che ci tengono molto a esserci. Quanto agli europei, la maggior parte dei venditori e distributori internazionali stanno prendendo gli spazi brandizzati in numeri superiori rispetto al passato, a conferma della rinnovata voglia di tornare a confrontarsi.

Dunque quella che, almeno all'inizio, sembrava una collocazione difficile (il Mia viene subito dopo il MipCom) si è rivelata una risorsa?

Effettivamente ad alcuni, almeno in principio, il nostro posizionamento è parso strano. Sicuramente è stata una bella scommessa. Mi sento però di dire che l'abbiamo vinta: svolgendosi il Mia a ottobre, gli operatori hanno la possibilità di allungare la settimana del MipCom,

spostandosi verso Roma. Inoltre il nostro è un mercato complementare a quello francese, sia per atmosfera che per contenuto: è un evento più intimo e approfondito, che consente di ragionare sui progetti futuri. Se infatti il mercato di Cannes è molto legato alla compravendita del prodotto finito, il nostro è più concentrato sui progetti futuri e di *matchmaking*, almeno per quanto riguarda la parte drama e doc.

Per prudenza, avete giustamente previsto una sezione online: il Mia Digital. Come dialogherà con l'anima fisica del Mia?

Abbiamo avuto il tempo e il modo

di ragionare molto sull'aspetto virtuale, per concepirlo non solo in termini emergenziali, ma anche di integrazione e complementarietà con il mercato fisico. Volevamo infatti garantire una fruizione più fluida possibile del programma, che permettesse ai partecipanti di passare da un "ambiente" all'altro. Non è stato facile, perché le logiche del digitale non sono quelle del fisico, e viceversa. Il risultato è stato il Mia Digital: una piattaforma ideata e costruita su misura per il nostro mercato che va a integrare le nostre attività tipiche come il pitch forum. Più nel dettaglio, gli appuntamenti b2b avranno una doppia programmazione, online e on site; ci sarà la possibilità di creare tavole rotonde miste oppure totalmente digitali, così come di vedere in streaming e partecipare con Q&A ai nostri workshop panel. Tutti i contenuti saranno disponibili anche on demand in streaming, e sarà possibile avere degli stand virtuali in aggiunta a quelli fisici. Il Mia Digital potenzierà dunque l'esperienza |→

Palazzo Barberini, sede del Mia – Mercato internazionale dell'audiovisivo (nella foto, l'edizione 2019)





"fisica" del Mia, la renderà accessibile a chi non potrà partecipare di presenza (probabilmente gli extra continentali su base latino americana), e allo stesso tempo la allungherà. Il Mia ha infatti la capacità di essere un mercato molto breve e cost-efficient, cosa di cui andiamo molto fieri. Questo però vuol dire che i produttori sono coinvolti su base trasversale e, di presenza, non sempre è possibile seguire tutto. Il Mia Digital permette invece di lavorare secondo le proprie priorità, ma anche di recuperare gli incontri in momenti diversi, grazie all'on demand.



#### Veniamo ai contenuti del programma: quali sono le novità?

Per sostenere il comparto audiovisivo, abbiamo ampliato il più possibile la rosa di progetti ammissibili: nell'area drama abbiamo incluso i *one-off*, le miniserie e le *short series*, che peraltro stanno diventando sempre più interessanti. Per il documentario, abbiamo aperto alla serialità breve *unscripted* e ai *one-off* televisivi, che si

vanno ad aggiungere al documentario pensato per la sala cinematografica. Per i film abbiamo incluso gli *early development*. Sarà dunque un pitching forum più ricco e vario, ma strutturato su slot più piccoli in modo che possa essere fruito a scacchiera sia online che on site. Abbiamo ricevuto tantissimi progetti, più che negli anni passati: d'altronde c'è una grande esigenza di contenuti sia dal lato dell'offerta che della domanda. Per

Un'altra immagine dell'edizione 2019 del Mia. Quest'anno, all'evento on site ne è stato affiancato uno online per consentire di partecipare anche a chi non potrà essere fisicamente a Roma e per fornire contenuti aggiuntivi

quanto riguarda i nostri talk, ci tengo a ricordare che abbiamo organizzato diversi webinar durante il lockdown e hanno avuto molto successo. A ottobre gli incontri sono dunque confermati: in parte guarderanno al futuro, ossia ai nuovi modelli di produzione, in parte punteranno sul passato perché le conseguenze del periodo pandemico si possono forse valutare più lucidamente adesso. Confermiamo la nostra parte di screening e di content showcase dedicati al prodotto italiano e al prodotto europeo: anche qui cercheremo di aprire il più possibile le categorie per dare la massima valorizzazione e visibilità al nostro comparto. In tutte le sue edizioni il Mia ha, infatti, funzionato da volano: molti progetti presentati qui vengono poi ripresi e rilanciati nei successivi incontri trade internazionali.



Da sinistra: il presidente Anica Francesco Rutelli, il capo gabinetto Regione Lazio Albino Ruberti, il direttore generale della Direzione generale cinema Mibac Mario Turetta, il sottosegretario Mise Mirella Liuzzi, il direttore generale Ice Roberto Luongo, il direttore Mia Market Lucia Milazzotto e il presidente Apa Giancarlo Leone





# MIA, UN'EDIZIONE CHE GUARDA AL FUTURO

IL MERCATO  
INTERNAZIONALE  
AUDIOVISIVO RITORNA DAL  
14 AL 18 OTTOBRE CON  
UNA VERSIONE MISTA, IN  
PARTE ONLINE E IN PARTE  
IN PRESENZA. E CON UNA  
IMPORTANTE NOVITÀ:  
SULLA PIATTAFORMA  
MIA DIGITAL L'EVENTO  
INDUSTRY CONTINUERÀ  
FINO AL 25 OTTOBRE. TUTTI  
I DETTAGLI RACCONTATI  
DALLA DIRETTRICE LUCIA  
MILAZZOTTO

**T**utti gli stand per i sales agent sono stati prenotati e venduti, con Unifrance che consolida la sua presenza con uno spazio riservato ai distributori internazionali francesi, presenti quest'anno in numero importante. Operativo in una rinnovata forma "mista", in parte in presenza e in parte in remoto, il MIA diretto da Lucia Milazzotto riesce, anche in era Covid, a confermarsi e rilanciarsi come luogo privilegiato per lo scambio trasversale di progetti audiovisivi.

## Il MIA in era Covid: cosa resta della vecchia formula?

Resta il suo format, nato nel 2015 con l'idea di anticipare una tendenza che sarebbe diventata importante in tanti mercati: leggere l'universo dell'audiovisivo, ovvero cinema, Tv e streamers, documentari e

animazione, come un mercato non tagliato verticalmente dal punto di vista editoriale, ma in grado di accogliere tutti i produttori che investono in prodotti di alto profilo. Questa è sempre stata una caratteristica del MIA e un suo punto di forza: avere un approccio legato al contenuto di alta qualità, che consenta di ragionare in maniera trasversale e interscambiabile.

## Cosa cambia invece?

Tanto. L'idea è che questa situazione emergenziale possa trasformarsi anche in un'opportunità, per capitalizzare l'esperienza e renderla utile per le prossime edizioni. Da una parte il MIA è un punto di riferimento per gli operatori di settore che possono tornare a incontrarsi di nuovo. Dall'altra abbiamo ragionato sul digitale, per costruire un ambiente "altro" che non sia un'alternativa a quello fisico, ma una realtà perfettamente integrata. In questo modo sarà possibile allungare i giorni del mercato: il MIA si svolgerà dal 14 al 18 ottobre a Palazzo Barberini, mentre la piattaforma digitale, che parte in contemporanea, proseguirà fino al 25 ottobre con contenuti on demand e appuntamenti digitali.

## Quali i cambiamenti nella logistica?

Abbiamo fatto una regolazione dei flussi importante. Ci appoggiamo a un protocollo di dispositivi di sicurezza, misurazione della temperatura e mascherine. L'allestimento prevede divisori tra gli ambienti, in modo da consentire che tutti i tavolini siano separati e in sicurezza. Ci saranno anche dei "covid sheriff" a disposizione per sanificare i tavolini e incoraggiare tutti a comportamenti corretti.

## Come si svolgeranno i pitch?

In presenza e in remoto. Chi è a Roma potrà vedere sia chi salirà in presenza sul palco sanificato, sia chi si collegherà in







Guarda al futuro la nuova edizione del MIA, diretta da Lucia Mizzotto (in foto a sinistra), che si svolgerà sia in presenza che in remoto. A destra, alcune location del Palazzo Barberini, sede del MIA

IL MIA NASCE DALLA CONSOLIDATA JOINT VENTURE TRA ANICA E APA CON IL SUPPORTO DEL MINISTERO DEGLI AFFARI ESTERI E DELLA COOPERAZIONE INTERNAZIONALE E DI ICE - AGENZIA PER LA PROMOZIONE ALL'ESTERO E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE, MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI E PER IL TURISMO, IL MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO, REGIONE LAZIO, E DEL PROGRAMMA CREATIVE EUROPE - MEDIA.

streaming in diretta sui grandi schermi allestiti a Palazzo Barberini. Così gestiremo anche gli appuntamenti. Abbiamo creato una connectivity room a Palazzo Barberini, cioè una stanza in cui si potranno condurre appuntamenti, in maniera rilassata e privata, attraverso la piattaforma digitale. Questo modello misto, che Berlino ha annunciato adesso, il MIA lo sta preparando da mesi.

#### L'emergenza Covid comporta un calo della presenza americana?

Abbiamo ricevuto molte conferme e la risposta virtuale degli Stati Uniti è stata ottima. Le presenze fisiche di Francia, Germania e Inghilterra sono in crescita. Bene anche dai Paesi mediterranei. La partecipazione più mista arriva dall'Asia, mentre il mercato "in presenza" è più europeo.

#### Quali i numeri del MIA?

Credo che manterremo, globalmente, la partecipazione dell'anno scorso. Ma divisa tra on site e online.

#### Il budget?

In linea con l'anno scorso. Il sostegno istituzionale è leggermente superiore.

#### Quale il rapporto con le piattaforme?

Le piattaforme sono interlocutori consolidati del nostro mercato. Contiamo sulla partecipazione dei loro uffici italiani, che cominciano a prendere corpo.

#### Le location quali saranno?

Palazzo Barberini e il Cinema Quattro Fontane. Abbiamo ampliato il nostro raggio di azione a Palazzo Barberini, assorbendo due giardini. Il cinema Barberini non ci sarà: stanno facendo dei lavori e ci rivedremo l'anno prossimo. Abbiamo cercato di realizzare allestimenti efficienti e sicuri, per concentrare le attività il più possibile in un luogo solo, in cui gli ospiti possano circolare in sicurezza. Come una bolla, sicura ed efficiente, con punti ristoro, connectivity room, due sale per i panel e tutti i boot a disposizione. (L.r.)



# MERCATO & MERCANTI

Manager, storie di editoria, comunicazione,  
televisione, tecnologia, formazione



FOTO DI GRUPPO  
BUDDYBANK

TINNY ANDREATTA  
NETFLIX



80  
MARCO GIRELLI  
OMG



80  
STEFANO SPADINI  
HAVAS MEDIA



84  
PAOLO DEL BROCCO  
RAI CINEMA



88  
LUCIA MILAZZOTTO  
MIA



VINCENZO  
NOVARI  
MILANO  
CORTINA 2026



86  
CARLO  
DEGLI ESPOSTI  
PALOMAR



78  
JACK DORSEY  
TWITTER



Palazzo Barberini, cuore del Mia e Lucia Milazzotto, direttore generale del Mia.

### Mia Market alla prova del Covid

L'audiovisivo ha una gran voglia di ricominciare e, rispetto ai mesi ancora molto incerti che ha davanti, rappresenta un'iniezione di fiducia e di ottimismo che si sia deciso di fare la Mostra del cinema di Venezia e il Festival del cinema di Roma. Come pure, nell'anno in cui l'industria del cinema e della televisione in tutti i Paesi è stata devastata dalla pandemia, dà il senso di un parziale ritorno alla normalità il fatto che non si sia rinunciato ad allestire la nuova edizione del Mia. Vuol dire che il mercato non vuole fermarsi.

Il Mercato internazionale dell'audiovisivo (film, drama e doc) si svolgerà dal 14 al 18 ottobre, anche questa volta nella cornice della Festa del

cinema di Roma, e sarà ancora ospitato nella magnifica location di Palazzo Barberini. Promosso da Anica e da Apa e dai rispettivi presidenti Francesco Rutelli e Giancarlo Leone, il Mia vede al timone il direttore Lucia Milazzotto e il team delle tre sezioni chiave, composto da Francesca Palleschi, responsabile del Film, Gaia Tridente del Drama e Marco Spagnoli del Documentario.

Sarà un market che porterà le stimate da Covid-19, un anno molto particolare con meno prodotto italiano da mostrare in anteprima causa il fermo prolungato delle produzioni. Sarà anche un evento che viaggerà su un doppio binario, perché quest'anno il Mia sarà fisico e virtuale.

A Roma l'evento sarà live e si misurerà con i protocolli sanitari, ma disporrà anche di una piattaforma digitale dalla tecnologia sofisticata che servirà per tutto: gli appuntamenti one to one, i pitching, le conferenze, i panel e le masterclass.

Questo consentirà di non lasciare fuori una fetta di mercato, che quasi naturalmente sarebbe stata esclusa per la difficoltà di spostarsi e viaggiare. Tutti gli accreditati al Mia potranno collegarsi via digital e anche coloro che non potranno essere a Roma seguiranno gli appuntamenti a cui sono interessati.

La non obbligatorietà della presenza fisica si sta rivelando un punto di forza, perché stanno arrivando molte conferme di player importanti che parteciperanno da remoto. Per cominciare ci sono executive super top che hanno accettato di far parte del board del Drama, manager di Itv, Lions Gate, Atresmedia, Bron Studios, Amazon, StudioCanal e France Télévisions. Dai primi segnali che arrivano agli organizzatori ci si aspetta che saranno presenti piattaforme di streaming e non solo quelle più popolari, Netflix e Amazon, ma anche le meno conosciute come Hbo, Max e Hulu.

Si è ancora nella fase work in progress e nessuno si sbilancia. Restano gli appuntamenti classici (Greenlit, What's Next Italy, Doc it Better, i Pitching), ma il programma sarà rimodulato per essere meglio fruito via digital.

Una delle novità di questa edizione sarà il 'Drama Buyers Club', una sorta di club che ha lo scopo di mantenere vivi i contatti con gli Usa e aiuterà i produttori italiani ed europei presenti al Mia a gestire appuntamenti con player americani che saranno disponibili attraverso la piattaforma online.



**ANSA**

**Tv: Al Mia, Miss Fallaci, Takes America e Lafayette. Dal 14 al 18 ottobre a Roma, e online, la sesta edizione** (ANSA) - ROMA, 29 SET - Dal 14 al 18 ottobre si terra' a Roma, e online, la sesta edizione del MIA (mercato internazionale dell'audiovisivo), uno showcase di serie internazionali, pellicole e documentari. La rassegna nei consueti spazi di Palazzo Barberini, in un ambiente protetto e Covid proof, pronto ad accogliere in totale sicurezza l'industria nazionale e internazionale. La ricca line-up di quest'anno, che ammonta a 50 progetti totali da piu' di 20 paesi tra film, serie tv e documentari, conferma ancora una volta il ruolo fondamentale svolto dal MIA nel supportare la coproduzione, il finanziamento e la diffusione dei piu' interessanti contenuti premium in arrivo. Il 50% dei 16 progetti del Mia|film coproduction market, provenienti da 14 Paesi e' di registe donne, a riprova dell'impegno del Mercato a favore dell'inclusivita' e della valorizzazione del lavoro femminile. Tra i titoli di quest'anno: Amor y dolor di Emanuele Scaringi (DIAZ, La profezia dell'armadillo), prodotto dalla Fandango di Domenico Procacci; Animal dalla regista del premiato Park, Sofia Exarchou; Audrey la mer, nuovo film di Sebastiano Riso, (Piu' buio di mezzanotte, Una famiglia), storia di due giovani sopravvissuti alle atrocita' naziste; Autonauts of the cosmoroute di Olivier Gondry e Leslie Menahem, il racconto del viaggio straordinario intrapreso dallo scrittore argentino Julio Cortazar nel maggio 1982; The beautiful summer di Laura Luchetti (Fiore gemello), 'coming of age' ambientato nella Torino del 1939; Dalva di Emanuelle Nicot (Snatched), storia tredicenne spinta a truccarsi e vestirsi come una donna dal padre Jacques; The last shot dal regista de La Casa di carta, Alex Rodrigo, storia dell'avventuriero Luis Valtuena, coinvolto in una missione umanitaria in Ruanda; The rough Life of the heavenly animals di Beatriz Seigner (Los Silencios); the sorcerers di Christopher Murray (Propaganda, El Cristo Ciego), prodotto dalla Fabula di Juan de Dios e Pablo Larrain, acclamato regista di Jackie e Neruda. Le Serie da segnalare Lafayette un dramma in costume ambientato durante la rivoluzione americana, scritto da David Franzoni (premio Oscar per il miglior film con il Gladiatore). L'opera e' prodotta dal francese Nicolas Deprost con la sua Wild Horses. Tra gli altri progetti del MIA Drama Pitching Forum il thriller Thank You for Playing della francese Black Sheep Films e di It's Alive Films. Miss Fallaci Takes America invece e' prodotto dalle italiane Redstring e Minerva Pictures, racconta il viaggio della giornalista Oriana Fallaci negli USA nel 1958. Tra i documentari che verranno presentati al MIA Barca Nostra - The Boat Beyond the Sea di Wim Wenders. Racconta di un peschereccio affondato tra la costa del Libano e la citta' di Augusta in Sicilia, che ha ucciso centinaia di migranti. Il relitto e' stato trasformato in un'opera d'arte dall'artista islandese-svizzero Christoph Buechel e presentato alla Biennale di Venezia nel 2019. (ANSA). TH 29-SET-20 18:34 NNNN



## Tv: Dal 14 ottobre a Roma la sesta edizione del MIA

Il mercato internazionale dell'audiovisivo, 50 tra film, serie e docu



(ANSA) - ROMA, 29 SET - La sesta edizione del Mia|Mercato internazionale audiovisivo si svolgerà dal 14 al 18 ottobre 2020 a Roma, nei consueti spazi di Palazzo Barberini, in un ambiente protetto e Covid proof, pronto ad accogliere in totale sicurezza l'industria nazionale e internazionale, la cui partecipazione si preannuncia già numerosa. All'attività on-site si aggiungerà quella online sulla piattaforma Mia digital, fondamentale strumento a potenziamento dell'esperienza di mercato. Come ogni anno il Mercato offrirà a progetti selezionati l'opportunità di essere presentati nell'ambito del Co – production market e pitching forum di fronte a un pubblico di key players nazionali e internazionali. La ricca line-up di quest'anno, che ammonta a 50 progetti totali da più di 20 Paesi tra film, serie tv e documentari, conferma ancora una volta il ruolo fondamentale svolto dal Mia nel supportare la coproduzione, il finanziamento e la diffusione dei più interessanti contenuti premium in arrivo. Il 50% dei 16 progetti del Mia|Film coproduction market, provenienti da 14 Paesi, è di registe donne, a riprova dell'impegno del Mercato a favore dell'inclusività e della valorizzazione del lavoro femminile. Il MIA nasce dalla consolidata joint venture e dall'impegno congiunto tra ANICA e APA, con il sostegno del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, con l'ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane e il Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo, che accompagnano la manifestazione sin dal primo anno. Tra i partner anche il Programma Europa Creativa – MEDIA, il Ministero dello Sviluppo Economico e la Regione Lazio.

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

[https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/tv/2020/09/29/tv-dal-16-al-20-ottobre-a-roma-la-quinta-edizione-del-mia\\_5e10c7b5-ed51-4bf6-b023-f270ab0d78e5.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/tv/2020/09/29/tv-dal-16-al-20-ottobre-a-roma-la-quinta-edizione-del-mia_5e10c7b5-ed51-4bf6-b023-f270ab0d78e5.html)

## Cinema, alla sesta edizione del Mia metà dei progetti è di registe



### **La manifestazione dedicata all'audiovisivo si terrà a Roma dal 14 al 18 ottobre**

ROMA – Appuntamento ormai imperdibile nelle agende dei leader mondiali dell'industria audiovisiva, **la sesta edizione del Mia|Mercato internazionale audiovisivo si svolgerà dal 14 al 18 ottobre 2020 a Roma**, nei consueti spazi di Palazzo Barberini, in un ambiente protetto e Covid proof, pronto ad accogliere in totale sicurezza l'industria nazionale e internazionale, la cui partecipazione si preannuncia già numerosa. All'attività on-site si aggiungerà quella online sulla piattaforma Mia digital, fondamentale strumento a potenziamento dell'esperienza di mercato.

Come ogni anno il Mercato offrirà a progetti selezionati l'opportunità di essere presentati nell'ambito del Co - production market e pitching forum di fronte a un pubblico di key players nazionali e internazionali. La ricca line-up di quest'anno, che ammonta a 50 progetti totali da più di 20 Paesi tra film, serie tv e documentari, conferma ancora una volta il ruolo fondamentale svolto dal Mia nel supportare la coproduzione, il finanziamento e la diffusione dei più interessanti contenuti premium in arrivo. **Il 50% dei 16 progetti del Mia|Film coproduction market, provenienti da 14 Paesi, è di registe donne**, a riprova dell'impegno del Mercato a favore dell'inclusività e della valorizzazione del lavoro femminile.

Tra i titoli di quest'anno: AMOR Y DOLOR di Emanuele Scaringi (Diaz, La profezia dell'armadillo), prodotto dalla Fandango di Domenico Procacci; THE BEAUTIFUL SUMMER di Laura Luchetti (Fiore gemello); THE LAST SHOT dal regista de La Casa di carta, Alex Rodrigo; THE SORCERERS di Christopher Murray (Propaganda, El Cristo Ciego), prodotto dalla Fabula di



Juan de Dios e Pablo Larrain, acclamato regista di Jackie e Neruda. Altra grande novità dell'edizione 2020 è rappresentata dal ciclo di incontri 'The producer's keynote', organizzata dalla sezione Mia|Drama, curata da Gaia Tridente: una serie di interviste in esclusiva a protagonisti internazionali dell'industria, trasmesse in streaming sulla piattaforma Mia Digital e dal vivo presso la sede di Palazzo Barberini. Il primo incontro sarà, non a caso, con uno dei più importanti produttori hollywoodiani, **Michael Ellenberg**, fondatore e ceo di Media Res. Michael è stato Head of Drama per Hbo, commissionando serie di grande successo come Westworld, Big Little Lies, True Detective, The Young Pope. Tra i film, ha prodotto Prometheus di Ridley Scott, Cyrus, con John C. Reilly e Jonah Hill, e Robin Hood, con Russell Crowe e Cate Blanchett. Con Media Res, Michael si è fatto immediatamente notare come produttore internazionale: la sua prima serie per AppleTV+ è stata The Morning Show, con Reese Witherspoon e Jennifer Aniston, acclamatissima da critica e pubblico. Recentemente Michael ha prodotto Scenes from a Marriage per Hbo, il rifacimento del classico film di Ingmar Bergman in versione mini-seriale, con Michelle Williams e Oscar Isaac.



Il secondo appuntamento della serie 'The producer's keynote' sarà con Stephen Cornwell, co- fondatore e co-ceo di The Ink Factory, con il fratello Simon. Nell'incontro al **Mia Drama**, in collegamento da Los Angeles, Stephen ripercorrerà i maggiori successi della sua carriera e racconterà della nuova attesissima serie *The Spy Who Came in From the Cold*, basata sull'omonimo romanzo di Le Carré.

Anche quest'anno il Drama pitching forum presenterà, inoltre, una line up di contenuti imperdibili, con un totale di 15 progetti provenienti da 11 Paesi. Tra i titoli: *MISS FALLACI TAKES AMERICA*, creata da Alessandra Gonnella e scritta in collaborazione con Justin Trefgarne e Edoardo Perazzi, storia del viaggio in America della giovane giornalista **Oriana Fallaci**, ispirata a fatti realmente accaduti nel 1958; *CULT*, la serie creata da Francesco Patierno e Sergio Nazzaro; *KING OF FORTUNE*, un'epica europea creata e scritta da Selene Fanuzzi e Carla Giulia Casalini; *COURTESANS*, serie creata da Anya Camilleri, **un emozionante giro in giostra tra gli intrighi sessuali e sentimentali di una corte rinascimentale tra scandali, corruzione e divertimento.**

La sezione Mia|Doc, curata da **Marco Spagnoli**, propone la presentazione del Secondo rapporto Apa dedicato al mondo dell'audiovisivo che include per la prima volta dati sul cinema del reale in Italia, seguito da un incontro con Duilio Giammaria, direttore di Rai Documentari che al Mia Doc illustrerà per la prima volta agli ospiti italiani e stranieri presenti della sua direzione nel supporto e nello sviluppo di produzioni originali Rai e di coproduzioni internazionali. Tra i protagonisti che parteciperanno dal vivo agli incontri del Mia Doc, il regista Giorgio Verdelli racconterà la sua esperienza per il doc su Paolo Conte che sta per essere distribuito anche all'estero e Juan Martin

Evento: MIA MARKET

Testata: Agenzia DIRE

Data: 29/09/2020

Guevara che illustrerà il progetto internazionale MIO FRATELLO IL CHE.

La selezione ufficiale del Doc pitching forum prevede quest'anno 19 progetti.

Tra i titoli di quest'anno rientrano HOMO CYBORG – IL FUTURO DEL GENERE UMANO, della talentuosa regista Adele Tulli, figlia di Serena Dandini; BARCA NOSTRA – THE BOAT BEYOND THE SEA di Luca Lucchesi, prodotto da Road Movies, la società di proprietà del regista tedesco Wim Wenders.

Il MIA nasce dalla consolidata joint venture e dall'impegno congiunto tra Anica e Apa, con il sostegno del ministero degli Affari esteri e della Cooperazione Internazionale, con l'Ice – Agenzia per la promozione all'estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane e il ministero per i Beni e le Attività culturali e per il Turismo, che accompagnano la manifestazione sin dal primo anno. Tra i partner di quest'anno anche il Programma Europa Creativa – Media, il ministero dello Sviluppo economico e la Regione Lazio.

<https://www.dire.it/29-09-2020/508887-cinema-alla-sesta-edizione-del-mia-meta-dei-progetti-e-di-donne/>



# Film, serie tv e documentari: al Mia/Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma le produzioni del prossimo futuro

L'industria audiovisiva mondiale fa tappa a **Roma** per la sesta edizione del **MIA / Mercato Internazionale Audiovisivo** che si svolgerà a **Palazzo Barberini** dal 14 al 18 ottobre 2020. All'attività on-site (ambiente protetto e Covid proof) si aggiungerà quella online sulla **piattaforma MIA DIGITAL**, fondamentale strumento a potenziamento dell'esperienza di mercato.

Come ogni anno il Mercato offrirà a progetti selezionati l'opportunità di essere presentati nell'ambito del Co-production market e Pitching forum di fronte a un pubblico di key players nazionali e internazionali. La ricca lineup di quest'anno, che ammonta a 50 progetti totali da più di 20 paesi tra film, serie tv e documentari, conferma ancora una volta il ruolo fondamentale svolto dal MIA nel supportare la coproduzione, il finanziamento e la diffusione dei più interessanti contenuti premium in arrivo.

Tra i protagonisti che partecipano dal vivo agli incontri della sezione Mia/Doc, il regista **Giorgio Verdelli** racconterà la sua esperienza per il doc su **Paolo Conte** che sta per essere distribuito anche all'estero e **Juan Martin Guevara** che illustrerà il progetto internazionale "**Mio fratello il Che**".





Tra i protagonisti che partecipano dal vivo agli incontri della sezione Mia/Doc, il regista **Giorgio Verdelli** racconterà la sua esperienza per il doc su **Paolo Conte** che sta per essere distribuito anche all'estero e **Juan Martin Guevara** che illustrerà il progetto internazionale "**Mio fratello il Che**".

La sezione Mia/Doc, curata da **Marco Spagnoli**, propone la presentazione del Secondo rapporto APA dedicato al mondo dell'audiovisivo che include per la prima volta dati sul cinema del reale in Italia, seguito da un incontro con **Duilio Giammaria**, Direttore di Rai Documentari che parlerà dello sviluppo di produzioni originali Rai e di coproduzioni internazionali.

Il 50% dei 16 progetti del Mia / Film Coproduction Market, provenienti da 14 Paesi, è di registe donne.

Tra i titoli di quest'anno: Amor y dolor di **Emanuele Scaringi** (Diaz, La profezia dell'armadillo), prodotto dalla Fandango di **Domenico Procacci**; The beautiful summer di **Laura Luchetti** (Fiore gemello); The last shotal regista de La Casa di carta, **Alex Rodrigo**; The sorcerers di **Christopher Murray** (Propaganda, El Cristo Ciego), prodotto dalla Fabula di Juan de Dios e **Pablo Larraín**, acclamato regista di Jackie e Neruda.

Altra grande novità dell'edizione 2020 è rappresentata dal ciclo di incontri "The producer's keynote", organizzata dalla sezione Mia / Drama, curata da **Gaia Tridente**.

Il primo incontro sarà con uno dei importanti produttori hollywoodiani, **Michael Ellenberg**, fondatore e ceo di Media Res. Michael è stato Head of Drama per HBO, commissionando serie di grande successo come Westworld, Big Little Lies, True Detective, The Young Pope.

Con Media Res, Michael si è fatto immediatamente notare come produttore internazionale: la sua prima serie per AppleTV+ è stata The Morning Show, con **Reese Witherspoon e Jennifer Aniston**, acclamatissima da critica e pubblico. Recentemente Michael ha prodotto Scenes from a Marriage per HBO, il rifacimento del classico film di **Ingmar Bergman** in versione mini-seriale, con Michelle Williams e Oscar Isaac.

Il secondo appuntamento sarà con **Stephen Cornwell** co-fondatore e co-ceo di The Ink Factory, con il fratello Simon, che racconterà dei loro successi e della nuova attesissima serie The Spy Who Came in From the Cold, basata sull'omonimo romanzo di Le Carré.

Il Drama Pitching forum presenterà una line up di contenuti imperdibili, con un totale di 15 progetti provenienti da 11 Paesi. Tra i titoli: Miss Fallaci takes America, creata da **Alessandra Gonnella** e scritta in collaborazione con **Justin Trefgarne e Edoardo Perazzi**, storia del viaggio in America della giovane giornalista Oriana Fallaci, ispirata a fatti realmente accaduti nel 1958; Cult, la serie creata da **Francesco Patierno e Sergio Nazzaro**; King of Fortune, un'epica europea creata e scritta da **Selene Fanuzzi e Carla Giulia Casalini**; Courtesans, serie creata da **Anya Camilleri**, un emozionante giro in giostra tra gli intrighi sessuali e sentimentali di una corte rinascimentale tra scandali, corruzione e divertimento.

La selezione ufficiale del Doc pitching Forum prevede quest'anno 19 progetti. Tra i titoli di quest'anno rientrano Homo Cyborg-Il futuro del genere umano della talentuosa regista **Adele Tulli**, figlia di **Serena Dandini**; Barca nostra - the boat beyond the sea di **Luca Lucchesi**, prodotto da Road Movies, la società di proprietà del regista tedesco Wim Wenders.

[https://www.leggo.it/italia/roma/mia\\_mercato\\_internazionale\\_audiovisivo\\_che\\_si\\_svolgera\\_a\\_palazzo\\_barberini\\_roma-5494773.html](https://www.leggo.it/italia/roma/mia_mercato_internazionale_audiovisivo_che_si_svolgera_a_palazzo_barberini_roma-5494773.html)

## La piattaforma Mia Digital debutta alla 77° Mostra del cinema di Venezia

Mia-Mercato Internazionale Audiovisivo allo scopo di favorire nuove opportunità di finanziamento e di circolazione di prodotto audiovisivo, ha messo a disposizione dei progetti del Venice Gap-Financing Market del Venice Production Bridge una finestra digitale e innovativa, grazie alla nuova piattaforma Mia Digital.

La sesta edizione del MIA, spiega una nota, si svolgerà, infatti, dal 14 al 18 ottobre 2020 a Roma e anche online. La manifestazione che rientra tra i primi eventi di mercato 'misto' dell'era post-Covid, si presenterà all'industria globale in una forma potenziata e rinnovata. Per anticipare i modelli di business e le sfide del prossimo futuro, il programma 2020 prevede una serie di attività sempre più profilate ed efficienti, organizzate in modo integrato tra i due ambienti del MIA: nei consueti spazi di Palazzo Barberini, pronti per accogliere nuovamente l'industria in sicurezza, e sulla piattaforma MIA DIGITAL, fondamentale strumento a potenziamento dell'esperienza di mercato. Il format del MIA 2020 è concepito per rispondere non solo alle nuove esigenze sanitarie, ma soprattutto alle necessità dell'industria audiovisiva in rapido mutamento, che vede una progressiva digitalizzazione dei processi – ancor più amplificata dalle conseguenze del lockdown e dalla cancellazione di buona parte degli eventi di mercato nazionali e internazionali.

Nato, prosegue la nota, dalla consolidata joint venture e dall'impegno congiunto tra ANICA e APA, il MIA rappresenta quest'anno un appuntamento imperdibile a servizio dell'industria, grazie al rinnovato supporto da parte di tutte le istituzioni e le realtà coinvolte nel settore.

Tra queste confermano con forza il proprio sostegno il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, con l'ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, che accompagnano il MIA sin dal primo anno e sempre più svolgono un ruolo fondamentale per l'internazionalizzazione delle imprese del comparto audiovisivo in generale, in quanto asset strategico in grado di favorire la ripresa del paese.

Tra le collaborazioni che hanno segnato la storia del Mercato, si rinnova anche quella con il Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo, che offre il proprio sostegno ad un'edizione 2020 totalmente rinnovata sia nel format, sia negli ambienti (digitale e fisici).

Tra i partner del MIA, il Programma Europa Creativa – MEDIA, che riconosce nel Mercato uno degli eventi cardine del panorama europeo per la circolazione transnazionale delle produzioni della UE, veicolate attraverso i sales agents internazionali, oltre a favorire il networking su nuovi progetti produttivi internazionali per il cinema e la televisione.

Conferma il proprio supporto anche il Ministero dello Sviluppo Economico, che in particolare quest'anno, compie insieme al MIA un ulteriore passo in avanti, promuovendo, in sinergia con l'ICE e con il MAECI, un duplice percorso a sostegno dello sviluppo economico del comparto: da un lato, con il progetto Piano Export Sud – PES2, intende favorire l'accesso delle aziende audiovisive del Sud Italia al mercato internazionale, promuovendone la capacità creativa e produttiva ed evidenziandone il valore e le ricadute positive sul territorio. Dall'altro lato, vuole rispondere alle crescenti necessità dell'industria audiovisiva in rapido mutamento, appoggiando il percorso digitale del MIA e il suo programma dedicato alle industrie innovative, alle start up e alle nuove generazioni di imprenditori italiani.



In questa direzione, innovativa e tecnologica, va anche il sostegno, rinnovato e confermato, della Regione Lazio, che, in linea con il passato, apre una finestra all'interno del MIA per le imprese della regione, favorendo l'accesso al mercato di giovani talenti.

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

Il MIA continua a muoversi come organismo sistemico, il cui approccio collaborativo con altre realtà del territorio ha permesso alla manifestazione di consolidare il proprio format negli anni: dalla prima edizione il Mercato, infatti, è cresciuto di quasi il doppio in termini di presenze e numero di contenuti presentati (+84% dal 2015), dal 2017 gli operatori registrati sono aumentati del 35%, dal 2018 del 20%. Nell'edizione 2019 sono state 2.600 le presenze a Palazzo Barberini in 4 giorni di mercato, tra panel, screenings, pitching forums e content showcase, di cui il 44% internazionali.

<https://www.primaonline.it/2020/09/11/312221/la-piattaforma-mia-digital-debutta-alla-77-mostra-del-cinema-di-venez>

## Rinnovata la partnership tra Mia Doc e GZ DOC, festival cinese dedicato ai documentari

Rinnovata per il secondo anno la partnership internazionale tra Mia Doc, la sezione del MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo (14-18 ottobre 2020), e GZ DOC, festival di documentari della Repubblica Popolare Cinese di cui è segretario Generale Jun Liu.

Il Mia Doc Pitching Forum e Italians Doc It Better, spazi curati dal team guidato da Marco Spagnoli, continuano ad essere la base per la preselezione dei titoli realizzati dalla nostra industria presenti in Cina durante il Festival del prossimo dicembre. Un progetto documentario preselezionato da GZ DOC sarà, invece, presentato in anteprima al DOC Pitching Forum del MIA.



“È un programma che è stato sviluppato nell’ambito del lavoro che stiamo portando avanti con la DG Cinema del Mibact e l’ICE, in stretta collaborazione con le istituzioni cinesi”, ha spiegato Roberto Stabile, responsabile dell’Ufficio per l’internazionalizzazione dell’Anica e del Progetto Cina della DG Cinema del Mibact e dell’ICE. “L’obiettivo, ha aggiunto, è avere prodotti italiani sempre più adatti alle sfide internazionali, fondamentali per il rilancio dell’economia nazionale e per la quale il settore audiovisivo può svolgere una funzione trainante”.

“Desideriamo collaborare con le società italiane per coprodurre storie, provenienti dalle due culture, indirizzate al mercato internazionale”, ha affermato anche Jun Liu, Segretario Generale del Comitato Organizzatore della rassegna cinese.

Negli ultimi dodici mesi, Mia Doc, oltre essere tra i soci fondatori della neonata Documentary Association of Europe (DAE) ha creato partnership con Hot Docs in Canada, Guangzhou in Cina, Docs Barcelona in Spagna, Sunny Side of the Doc in Francia e DOK Leipzig in Germania.

<https://www.primaonline.it/2020/07/13/309932/rinnovata-la-partnership-tra-mia-doc-e-gz-doc-festival-cinese-dedicato-ai-documentari/>

## MIA: I PRIMI PROGETTI IN ANTEPRIMA



Il Mercato internazionale dell'audiovisivo rivela i primi titoli e protagonisti. Tra loro, il produttore di *The Morning Show* (AppleTv+), Michael Ellenberg

**C**inquanta titoli tra film, serie e documentari saranno protagonisti al Mia-Mercato internazionale dell'audiovisivo 2020, la cui sesta edizione è in calendario a Roma negli spazi di Palazzo Barberini (e online, sulla piattaforma Mia Digital) dal 14 al 18 ottobre. I 50 progetti che vanno a comporre la line-up di quest'anno provengono da oltre 20 Paesi e verranno presentati nell'ambito del Co-Production Market e Pitching Forum. Novità dell'edizione 2020 è il ciclo di incontri *The Producer's Keynote*, organizzato all'interno della sezione **MiaDrama** da Gaia Tridente e che prevede una serie di interviste ai protagonisti internazionali dell'industria. Tra gli ospiti, ci saranno **Michael Ellenberg**, fondatore e Ceo di **Media Res** (*The Morning Show*, AppleTv+) e **Stephen Cornwell**, cofondatore e co-Ceo di **The Ink Factory** (*The Spy Who Came in From the Cold*). Sono 15 invece i progetti selezionati da **11 Paesi per il Drama Pitching Forum**, tra cui: *La Fayette*, *Miss Fallaci Takes America*, *Cul*, *King of Fortune* e *Courtesans*. Nelle nuove categorie dedicate a miniserie e tv movie concepiti per le piattaforme digitali verranno presentati, tra gli altri, *Kill*, dark comedy creata e scritta da Barry Devlin; il film *Strecaperdas* di Fabio Guaglione e Angelo Camba. Entrano quest'anno nella selezione anche gli **Short-form**; tra i titoli selezionati, la sit con animata *Karetabla* e la coproduzione italo tedesca *Fabula*. Ulteriore novità è rappresentata dalla prima edizione del **Premio ViacomCBS International Studios**, assegnato da una giuria di esperti al miglior progetto presentato al Drama Pitching Forum 2020. E, ancora, grazie all'accordo con Idm Film Fund & Commission, verranno presentati al Mia i tre finalisti del laboratorio di scrittura seriale **Racconti/Script Lab** (Carolina Hellsgård e Olivia Vieweg, Gabriel Borgetto e Helena Hoffman, Sebastian Sattler e Johannes Kotzke). Preveduta, infine, una sessione bilaterale tra Apa (Associazione produttori audiovisivi) e Pact (Producers Alliance for Cinema and Television).

<http://www.e-duesse.it/News/Televisione/Mia-i-primi-progetti-in-anteprima-251164>



# Mia 2020: l'industria post COVID



Dal 14 al 18 ottobre torna a Roma il Mia (Mercato Internazionale Audiovisivo), giunto alla sesta edizione. Il Mercato si svolgerà nei consueti spazi di Palazzo Barberini, in un ambiente protetto e Covid proof, pronto ad accogliere in totale sicurezza l'industria nazionale e internazionale, la cui partecipazione si preannuncia già numerosa. All'attività on-site si aggiungerà quella online sulla piattaforma **Mia Digital**, fondamentale strumento a potenziamento dell'esperienza di mercato. Come ogni anno il Mercato offrirà a progetti selezionati l'opportunità di essere presentati nell'ambito del co-production market e pitching forum di fronte a un pubblico di key players nazionali e internazionali. La ricca line-up di quest'anno, che ammonta a 50 progetti totali da più di 20 paesi tra film, serie tv e documentari, conferma ancora una volta il ruolo fondamentale svolto dal MIA nel supportare la coproduzione, il finanziamento e la diffusione dei più interessanti contenuti premium in arrivo.

Il 50% dei 16 progetti del **Mia Film Coproduction Market**, provenienti da 14 Paesi e selezionati da Paola Malanga (Deputy Director, production and acquisitions division, Rai Cinema, Italia), Joseph Rouschop (Producer, Tarantula, Belgio) e Katarzyna Siniarska (Head of Sales, New Europe Film Sales, Polonia), è di **registe donne**, a riprova dell'impegno del Mercato a favore dell'inclusività e della valorizzazione del lavoro femminile. Tra i titoli di quest'anno: **Amor y Dolor** di Emanuele Scaringi, prodotto dalla Fandango di Domenico Procacci; **Animal** dalla regista del premiato *Park*, Sofia Exarchou; **Audrey la mer**, nuovo film di Sebastiano Riso, storia di due giovani sopravvissuti alle atrocità naziste; **Autonauts of the cosmoroute** di Olivier Gondry e Leslie Menahem, il racconto del viaggio straordinario intrapreso dallo scrittore argentino Julio Cortázar nel maggio 1982; **The Beautiful Summer** di Laura Luchetti, 'coming of age' ambientato nella Torino del 1939; **Dalva** di Emanuelle Nicot (*Snatched*), su una tredicenne spinta a truccarsi e vestirsi come una donna dal padre Jacques; **The last shot** dal regista de *La casa di carta*, Alex Rodrigo, storia dell'avventuriero Luis Valtueña, coinvolto in una missione umanitaria in Ruanda; **The rough life of the heavenly animals** di Beatriz Seigner; **The sorcerers** di Christopher Murray, prodotto dalla Fabula di Juan de Dios e Pablo Larraín, acclamato regista di *Jackie* e *Neruda*.

Oltre alla selezione internazionale, quest'anno il Mia Film Co-Production Market, guidato da Alexia De Vito, presenta "Wanna taste it?": una nuova sezione dedicata esclusivamente a progetti cinematografici italiani in sviluppo e una piattaforma di lancio e crescita per l'industria e il talento italiani, grazie al networking mirato con potenziali sales e finanziatori e momenti di alta formazione e aggiornamento, attraverso incontri mirati con esperti del settore, rappresentanti di istituzioni, fondi e programmi di sostegno.

Confermato anche per l'edizione 2020, l'**Eurimages Co-Production Development Award**: il Fondo del Consiglio d'Europa, che riconosce quello di Roma come uno dei più efficaci mercati di co-produzione europei e assegnerà un premio di 20.000 euro, destinato allo sviluppo del progetto che meglio risponda ai criteri di collaborazione e co-produzione che ispirano Eurimages.

Quest'anno, il Mia è inoltre orgoglioso di presentare l'Arte Kino International Prize, un premio di 6.000 euro con cui Arte intende supportare lo sviluppo di un progetto, che verrà scelto da una apposita giuria. La divisione Mia Film, curata da Francesca Palleschi, presenta inoltre, tre sessioni "frontali" di discussione e ragionamento. Oltre all'annuale appuntamento organizzato in collaborazione con Europa Distribution - quest'anno declinato sul tema **Everything you always wanted to know about Distribution but were afraid to ask: How to survive a pandemic** - si inseriscono altri importanti momenti: tra questi il panel **Developing original films for local audiences with the OTT platform**, dedicato alle strategie di sviluppo dei contenuti cinematografici originals a livello locale ed europeo con le grandi piattaforme, attraverso il coinvolgimento di produttori che abbiano sviluppato film per le grandi piattaforme e di rappresentanti delle OTT stesse. **International co-production in Covid times and beyond: film financing in the contemporary scenario**, organizzato in collaborazione con Ace Producers con l'idea di offrire una sessione di conversazione aperta, affronterà invece i diversi, attualissimi temi legati alla situazione delle co-produzioni internazionali in tempi di Covid e, soprattutto, nel post-Covid. Tra i partecipanti confermati, guidati nella conversazione da Jacobine van der Vloed (Director & Head of Studies di Ace): Iole Giannattasio (Mibact ed Eurimages), Marta Donzelli (Vivo Films), Tobias Pausinger (The Match Factory, Germania), Dominique Malet (Cofiloisirs, Francia), il produttore Tom Dercourt (Cinema Defacto, Francia) e il produttore Jonas Dornbach (Komplizen Film, Germania).

<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/53/83546/mia-2020-l-industria-post-covid.aspx>

MIA 2020

## I primi progetti in anteprima al MIA di Roma

🕒 30/09/2020 - Il mercato dell'audiovisivo internazionale torna dal 14 ottobre con una line up di 50 progetti da 20 Paesi



La sesta edizione del MIA|Mercato Internazionale dell'Audiovisivo si svolgerà dal 14 al 18 ottobre 2020 a Roma, nei consueti spazi di Palazzo Barberini, in un ambiente protetto e Covid proof. All'attività on-site si aggiungerà quella online sulla piattaforma MIA DIGITAL.

Come ogni anno il Mercato offrirà a progetti selezionati l'opportunità di essere presentati nell'ambito del Co-production Market Pitching Forum di fronte a un pubblico di key players nazionali e internazionali.

La ricca line-up di quest'anno, che ammonta a 50 progetti totali da più di 20 paesi tra film, serie tv e documentar. Il 50% dei 16 progetti del MIA|Film Coproduction Market, provenienti da 14 Paesi e selezionati da **Paola Malanga** (Deputy Director, production and acquisitions division, Rai Cinema, Italia), **Joseph Rouschop** (Producer, Tarantula, Belgio) e **Katarzyna Siniarska** (Head of Sales, New Europe Film Sales, Polonia), è di registe donne, a riprova dell'impegno del Mercato a favore dell'inclusività e della valorizzazione del lavoro femminile.

Tra i titoli di quest'anno: *Amor Y Dolor* di **Emanuele Scaringi** (*La profezia dell'armadillo* [+]), prodotto dalla Fandangomi, *Animal* dalla regista del premiato *Park* [+], **Sofia Exarchou**; *Audrey La Mer*, nuovo film di **Sebastiano Riso**, (*Una famiglia* [+]), storia di due giovani sopravvissuti alle atrocità naziste; *Autonauts of the Cosmoroute* di **Olivier Gondry e Leslie Menahem**, il racconto del viaggio straordinario intrapreso dallo scrittore argentino Julio Cortázar nel maggio 1982; *The Beautiful Summer* di **Laura Luchetti** (*Fiore gemello* [+]), 'coming of age' ambientato nella Torino del 1939; *Dalva* di **Emanuelle Nicot** (*Snatched*), storia di una tredicenne spinta a truccarsi e vestirsi come una donna dal padre Jacques; *The Last Shot* dal regista de *La Casa di carta*, **Alex Rodrigo**, storia dell'avventuriero Luis Valtueña, coinvolto in una missione umanitaria in Ruanda; *The Rough Life of the Heavenly Animals* di **Beatriz Seigner** (*Los Silencios* [+]), *The Sorcerers* di **Christopher Murray** (*El Cristo Ciego* [+]), prodotto dalla Fabula di **Juan de Dios e Pablo Larraín**.

Oltre alla selezione internazionale, quest'anno il MIA|Film Co-Production Market, guidato da **Alexia De Vito**, Presenta "Wanna teste it?": una nuova sezione dedicata esclusivamente a progetti cinematografici italiani in sviluppo e una piattaforma di lancio e crescita per l'industria e il talento italiani, grazie al networking mirato con potenziali sales e finanziatori e momenti di alta formazione e aggiornamento, attraverso incontri mirati con esperti del settore, rappresentanti di istituzioni, fondi e programmi di sostegno.



Confermato anche per l'edizione 2020, l'**Eurimages** Co-Production Development Award: il Fondo del **Consiglio d'Europa** assegnerà un premio di 20.000 euro, destinato allo sviluppo del progetto che meglio risponda ai criteri di collaborazione e co-produzione che ispirano Eurimages.

Quest'anno, il MIA presenta inoltre l'ARTE Kino International Prize, un premio di 6.000 euro con cui **ARTE** intende supportare lo sviluppo di un progetto, che verrà scelto da una apposita giuria.

La divisione MIA|Film, curata da **Francesca Palleschi**, presenta inoltre, tre sessioni "frontali" di discussione. Oltre all'annuale appuntamento organizzato in collaborazione con **Europa Distribution** - quest'anno declinato sul tema Everything you always wanted to know about Distribution but were afraid to ask: How to survive a pandemic – si inseriscono altri importanti momenti: tra questi il panel Developing original films for local audiences with the OTT platform, dedicato alle strategie di sviluppo dei contenuti cinematografici originals a livello locale ed europeo con le grandi piattaforme, attraverso il coinvolgimento di produttori che abbiano sviluppato film per le grandi piattaforme e di rappresentanti delle OTT stesse (come Netflix e Amazon). International co-production in Covid times and beyond: film financing in the contemporary scenario, organizzato in collaborazione con **ACE Producers** con l'idea di offrire una sessione di conversazione aperta, affronterà invece i diversi, attualissimi temi legati alla situazione delle co-produzioni internazionali in tempi di Covid e, soprattutto, nel post-Covid. Tra i partecipanti confermati, guidati nella conversazione da **Jacobine van der Vloed** (Director & Head of Studies di ACE): **Iole Giannattasio** (Mibact ed Eurimages), **Marta Donzelli** (Vivo Films), **Tobias Pausinger** (The Match Factory, Germania), **Dominique Malet** (Cofiloisirs, Francia), il produttore **Tom Dercourt** (Cinema Defacto, Francia) e il produttore **Jonas Dornbach** (Komplizen Film, Germania).

<https://cineuropa.org/it/newsdetail/393142/>

## Mercati/ MIA Digital apre una finestra al VPB



La sesta edizione del MIA si svolgerà, dal 14 al 18 ottobre 2020 a Roma e sarà anche online.

Sarà il primo Mercato 'misto' dell'era post-Covid (Marchè di Cannes, Mipcom e American Film Market hanno annullato gli appuntamenti "in presenza" per trasferirsi interamente sul web), prevedendo una serie di attività, organizzate in modo integrato tra i due ambienti: nei consueti spazi di Palazzo Barberini, per accogliere fisicamente l'industria in sicurezza, e sulla piattaforma MIA DIGITAL, che inaugura, tra l'altro, la collaborazione col Venice Production Bridge, con una finestra digitale messa a disposizione dei progetti del Venice Gap-Financing Market.

Nato dalla joint venture tra ANICA e APA, quest'anno in particolare il MIA rappresenta un appuntamento importante per l'industria, e può contare ancora una volta sul supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, dell'ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane, che accompagnano il MIA sin dal primo anno, e la collaborazione del Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo.

Conferma il proprio supporto anche il Ministero dello Sviluppo Economico, che quest'anno, in sinergia con l'ICE e con il MAECI, lancia il progetto Piano Export Sud – PES2, allo scopo di favorire l'accesso delle aziende audiovisive del Sud Italia al mercato internazionale

Oltre alla partnership di Programma Europa Creativa – MEDIA, è confermato il supporto della Regione Lazio, che, in linea con il passato, apre una finestra all'interno del MIA per le imprese della regione, favorendo l'accesso al mercato di giovani talenti.

Confermano la collaborazione anche Unicredit, Apulia Film Commission, Fondazione Cinema per Roma; Eurimages.

Nell'edizione 2019 sono state 2.600 le presenze a Palazzo Barberini in 4 giorni di mercato, tra panel, screenings, pitching forums e content showcase, di cui il 44% internazionali. Dalla prima edizione, nel 2015, il Mercato è cresciuto di quasi il doppio in termini di presenze e numero di contenuti presentati (+84%), dal 2017 gli operatori registrati sono aumentati del 35%, dal 2018 del 20%.

[https://www.cinemaevideo.it/mercati-mia-digital-apre-una-finestra-al-vpb?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=il\\_cinema\\_e\\_ripartito\\_da\\_venezia&utm\\_term=2020-09-14](https://www.cinemaevideo.it/mercati-mia-digital-apre-una-finestra-al-vpb?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=il_cinema_e_ripartito_da_venezia&utm_term=2020-09-14)

**DANIELEMIGNARDI**  
P R O M O P R E S S A G E N C Y



*Rassegna stampa*

**DAL 19 AL 13 MAGGIO 2020**



La filiera a confronto sulla riapertura il 15 giugno dopo lo stop per il coronavirus

# Il cinema non vuole tornare in sala

## Protocolli sanitari e pochi film: diventa antieconomico

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

Il 15 giugno riaprono le sale cinematografiche in Italia. Ma l'impressione è che la filiera del cinema, a dirla tutta, non sappia che farsene di questa ripartenza.

Gli esercenti hanno scoperto solo sabato scorso, dalla conferenza stampa del presidente del consiglio **Giuseppe Conte**, che tra un mese potevano tornare al lavoro: non hanno protocolli per la sicurezza, non sanno bene come organizzare le sale e i posti a sedere, non sono consci che non ci sono titoli interessanti da mostrare al pubblico (non c'è stato il Festival di Cannes, e quindi molti grandi film d'autore verranno distribuiti più in là), e temono che il pubblico non abbia proprio tutto questo entusiasmo a riversarsi in sala dal 15 giugno in poi. Aprire per avere il riempimento di meno del 30% dei posti diventa sostanzialmente antieconomico. Arretrando nella filiera, le produzioni di nuovi film sono ferme, i blockbuster americani usciranno in autunno inoltrato, e i distributori, anche se non possono confessarlo apertamente, stanno scoprendo che le piattaforme online diventano sempre più una interessante alternativa per la distribuzione di film nuovi, senza passare dalle sale.

In sostanza, dicono i distributori, ci sono film che meritano una distribuzione nelle sale e che vanno tutelati con un preciso sistema di finestre, mentre ce ne sono molti altri non adatti al sistema della sale, per i quali è inutile spendere in promozione per portare il pubblico in sala, e che magari, dopo una première di uno-due giorni al cinema, hanno il loro sbocco naturale nel video on demand, sul digitale, dove trovano il loro pubblico.

«Questa crisi da Covid-19», spiega **Antonio Medici**, amministratore delegato di Bim distribuzione, nel corso del we-



Antonio Medici



Andrea Occhipinti

binar «(Re)Open for Business. Coronavirus, superare la crisi: quali scenari per distributori e sale cinematografiche?», promosso dal Mia Market, «ha accentuato alcuni trend che già erano nell'aria: è ormai chiaro che solo qualche film può andare in sala. Molti altri non devono essere distribuiti lì, hanno grosse potenzialità sulle audience digitali e in sala non avrebbero successo. Bisogna diversificare sul mercato», perciò, creando un sistema di finestre differente da film a film. E su questo tema è assolutamente d'accordo pure **Andrea Occhipinti**, amministratore delegato della società di produzione e distribuzione Lucky Red e del circuito di sale cinematografiche Circuito cinema: «Certo, ci sono film che meritano di andare in sala e di avere un sistema di finestre forti. Altri che invece trovano nel video on demand il loro ambiente naturale. Penso anche ai tanti film proposti nei Festival e che poi non trovano mai spazio in sala. Per questi, secondo me, andrebbe organizzata solo una première in sala e poi dovrebbero essere distribuiti subito in vod. La sala ha sicuramente ancora senso perché rende un film famoso, e anche per le finestre successive il valore di quella pellicola viene attribui-

to dai risultati in sala». Ma le pellicole di questo tipo sono una percentuale minima: e, d'altronde, sussurrano i partecipanti al webinar, basta vedere la qualità non certo eccelsa dei film che in tutta Europa hanno saltato il passaggio in sala e sono andati direttamente su piattaforma in queste settimane.

Quanto alle riaperture del cinema in Italia dal 15 giugno «saranno molto gradual», prevede Medici, «soprattutto perché non ci sono film e mancano i protocolli di sicurezza. Credo

che la vera ripartenza ci sarà a settembre» anche se magari tra giugno e luglio «saranno distribuiti in sala tutti i titoli che hanno debuttato su piattaforma», aggiunge Occhipinti.

Il 2020, insomma, diciamo che ce lo siamo un po' giocato, ammette **Louisa Dent**, managing director della casa di distribuzione britannica Curzon Artificial Eye, «perché non c'è stato il Festival di Cannes e neppure il mercato correlato dove si comprano i film. Iniziamo a programmare per il 2021,

fare un qualsiasi programma per il 2020 è complicato». Un po' più ottimista **Kim Foss**, managing director della società di distribuzione danese Camera film e dello storico cinema Grand Teatret di Copenaghen: «Da noi abbiamo chiuso le sale il 12 marzo e le riapriamo l'8 giugno. Ci stiamo preparando, la gente si è stancata di stare in casa e adesso è tutta in giro, siamo ottimisti per un ritorno in sala. Certo, non ci saranno i grandi blockbuster, tuttavia le major sono pronte a spingere sui loro titoli».

In arrivo anche un po' di liquidità per i gestori di sale che trasmettono cinema europeo. Come annuncia **Fatima Djoumer**, responsabile delle relazioni internazionali di Europa Cinemas (network di cinema focalizzati su film europei e sussidiati dalla Commissione europea), «tra settembre e ottobre ci sarà una grande campagna di rilancio dei cinema che fanno parte del nostro network. Ci saranno iniezioni di liquidità, e nel 2021 i nostri fondi saranno aumentati di ulteriori cinque milioni di euro».

—D Riproduzione ricercata—





## Il Mercato dell'audiovisivo torna a ottobre

La sesta edizione del Mia (Mercato internazionale dell'audiovisivo) si svolgerà dal 14 al 18 ottobre 2020 a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, in un ambiente protetto e *Covid proof*, grazie a protocolli che consentiranno la piena partecipazione nazionale e internazionale a tutti gli appuntamenti, con le necessarie precauzioni per la salute pubblica. L'attività on-site sarà ulteriormente potenziata e integrata dall'attività online, grazie al Mia digital: una piattaforma online di facile navigazione, che consentirà l'accesso esclusivo e in diretta live a migliaia di utenti, la fruizione digitale di tutte le attività e di tutti i servizi del Mercato e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti. Per info e aggiornamenti:  
[www.miamarket.it](http://www.miamarket.it)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Distretto Barberini**  
Ad ottobre  
ritorna il Mia:  
il mercato  
dell'audiovisivo  
Satta all'interno



# Nel Distretto Barberini ritorna a ottobre il Mia, il mercato dell'audiovisivo

## L'INIZIATIVA

In un momento in cui festival e iniziative cinematografiche vengono cancellati in tutto il mondo o riconvertiti in forma digitale a causa dell'emergenza coronavirus, il Mia conferma il tradizionale appuntamento romano: il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, arrivato alla sesta edizione e diretto da Lucia Milazzotto, si terrà dal 14 al 18 ottobre (in concomitanza con la 15esima Festa di Roma, in programma dal 15 al 25 ottobre) nei consueti spazi del "Distretto Barberini" in ambienti covid-proof, cioè capaci di garantire la massima sicurezza sanitaria.

E sarà integrato da un nuovo strumento: il "Mia Digital", piattaforma destinata a migliaia di utenti che potranno fruire di tutti i servizi del mercato e a un ampio catalogo di contenuti multimediali inediti.

## I SEMINARI

Ma già iniziano le attività: oggi e il 18 maggio sono previsti due webinar (seminari da remoto)

promossi dal Mia per analizzare le nuove prospettive della produzione e della distribuzione audiovisiva. Il primo, moderato dal giornalista di "Variety" Nick Vivarelli, s'intitola "Back to the Future: Dopo il lockdown quali scenari per la produzione audiovisiva?". Parteciperanno i produttori europei Marta Donzelli (Vivo Film, Italia), Jonas Dornbach (Komplizen Film, Germania), Alexandra Lebrecht (European Producers Club), Alvaro Longoria (Morena Films, Spagna), Giannandrea Pecorelli (Aurora TV, Italia) e Carole Scotta (Haut et Court, Francia).

## LE ISCRIZIONI

Da domani saranno inoltre aperte le iscrizioni Pitching Forum e Co - Production Market per le sezioni Film, Drama e Doc: anche quest'anno, saranno selezionati circa 50 progetti da tutto il mondo che ad ottobre, nei giorni del Mercato, verranno sottoposti a produttori.

## LA MANIFESTAZIONE SI SVOLGERÀ IN AUTUNNO IN CONCOMITANZA CON

## LA FESTA DI ROMA MA IL PROGRAMMA PARTE OGGI CON DUE WEBINAR

emittenti, piattaforme.

Dal 2015, anno della prima edizione, il Mia è cresciuto dell'84 per cento (nell'edizione 2019 le presenze sono state 2.600) diventando il punto di riferimento italiano dell'industria audiovisiva. Nel corso della quinta edizione, l'anno scorso, vennero presentati in anteprima, riscuotendo l'interesse dei compratori di tutto il mondo, progetti di futuri successi come "La dea Fortuna" di Ferzan Ozpetek e "L'immortale" di Marco D'Amore.

## I PAESI

Facile prevedere un ulteriore rilancio dell'iniziativa cui parteciperanno 50 Paesi mentre, dopo 60 edizioni e in seguito alla cancellazione del Festival, il Marché di Cannes ha dovuto riconvertirsi in versione digitale: sarà on line dal 22 al 26 giugno.

**Gloria Satta**

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**LA DEA FORTUNA**  
Il film di Ferzan Ozpetek (una scena nella foto accanto) venne presentato in anteprima lo scorso anno al Mia (Mercato Internazionale dell'Audiovisivo) e riscosse molto successo di pubblico e di compratori di tutto il mondo





## A OTTOBRE A ROMA IL "MIA"

Il mercato internazionale dell'Audiovisivo (Mia) torna a Roma dal 14 al 18 ottobre. La sesta edizione si svolgerà negli spazi del Distretto Barberini, in un ambiente protetto e Covid proof, grazie a protocolli che consentiranno la partecipazione a tutti gli appuntamenti, con le necessarie precauzioni per la salute pubblica. Quest'anno la novità sarà tutta online grazie al Mia digital, che consentirà l'accesso esclusivo e in diretta live a migliaia di utenti, oltre alla fruizione digitale di tutte le attività del Mercato.

LA SESTA EDIZIONE DELL'EVENTO IN UN CONTESTO COVID PROOF

## MIA 2020, DAL 14 AL 18 OTTOBRE ON SITE E ONLINE

La sesta edizione del **MIA 2020** si svolgerà dal 14 al 18 ottobre 2020 a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, in un ambiente protetto e Covid proof, grazie a protocolli che consentiranno la piena partecipazione nazionale e internazionale a tutti gli appuntamenti, con le necessarie precauzioni per la salute pubblica. L'attività on-site sarà ulteriormente

potenziata e integrata dall'attività online, grazie a un nuovo e importante strumento: il MIA DIGITAL.

Una piattaforma online chiara e di facile navigazione, che consentirà l'accesso esclusivo e in diretta live a migliaia di utenti, da tutti i device e sistemi operativi, la fruizione digitale di tutte le attività e di tutti i servizi del mercato e la possibilità di accedere a un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti. La manifestazione che, di anno in anno, è stata capace di imporsi come evento innovativo e trasversale, in

controtendenza con i mercati tradizionali, compie così un ulteriore passo in avanti, avviando un percorso ancora più ambizioso.

La piattaforma verrà ulteriormente implementata nel corso dei prossimi mesi e il sito ufficiale del MIA Market, completamente rinnovato e potenziato, è già operativo e pronto ad accogliere le prime attività dell'edizione 2020.

Si terranno, infatti, oggi e il 18 maggio due webinar promossi dalla manifestazione per analizzare le nuove prospettive della produzione e della distribuzione audiovisiva.





**ADNKRONOS**

**Titolo/ Audiovisivo: il Mia si farà, confermata 6° edizione a ottobre 'in ambiente a prova di Covid' Pannelli, proiezioni e forum per discutere del futuro dell'industria cinematografica post pandemia**

Roma, 14 mag. (Adnkronos)  
(Spe-Car/Adnkronos)

Il Mercato Internazionale Audiovisivo (Mia) di Roma, una vetrina sempre più popolare per serie tv, lungometraggi e documentari, ha confermato la sua sesta edizione nella Capitale, in un "ambiente protetto e a prova di Covid". Lancerà anche un'iniziativa virtuale per chi non fosse in grado di partecipare. Il MIA si svolgerà, come da programma, dal 14 al 18 ottobre nell'area denominata Distretto Barberini "grazie a protocolli che consentono la piena partecipazione nazionale e internazionale ad ogni evento, con tutte le necessarie precauzioni di sanità pubblica", hanno annunciato gli organizzatori.

L'evento inaugurerà anche Mia Digital, una piattaforma che collegherà migliaia di utenti e consentirà loro di accedere a un vasto catalogo di nuovi contenuti. Prima del lancio in autunno, il 14 e 18 maggio Mia Digital presenterà due pannelli virtuali in cui si discuterà di distribuzione e produzione cinematografica. Il primo, ospitato in collaborazione con le organizzazioni del settore EAVE ed EPC, è intitolato "Ritorno al Futuro: dopo il blocco quale scenario per la produzione audiovisiva?".

(segue)

Moderato da Nick Vivarelli di Variety, il panel discuterà delle sfide affrontate dai produttori mentre cercano di riavviare la loro attività e riprendere a girare in sicurezza. Tra i temi discussi saranno inclusi assicurazioni, disponibilità di talenti e protocolli per set a prova di COVID-19. La line-up dei partecipanti includerà Marta Donzelli (Vivo Film, Italia); Jonas Dornbach (Komplizen Film, Germania); Alexandra Lebret (European Producers Club); Alvaro Longoria (Morena Films, Spagna); Giannandrea Pecorelli (Aurora TV, Italia) e Carole Scotta (Haut et Court, Francia).

Le presentazioni di film, drammi e documentari per il Pitching Forum del MIA ed il mercato di co-produzione apriranno il 15 maggio. Saranno presentati all'evento ben 50 progetti internazionali davanti a un pubblico di esperti del settore locali e internazionali. MIA spera di riunire le migliori emittenti europee e americane e le piattaforme OTT nella vetrina di ottobre. L'edizione MIA dell'anno scorso ha riunito 2.600 partecipanti, il 44% dei quali erano ospiti internazionali. Pannelli, proiezioni, forum di presentazione e showcase hanno visto la partecipazione di 4.295 persone. Dagli inizi nel 2015, il MIA ha riscontrato un successo sempre maggiore, registrando un incremento nei suoi partecipanti dell'84%.

## **Sesta edizione di MIA a Roma dal 14 al 18 ottobre 2020**

Anche online con la nuova e innovativa piattaforma MIA Digital



Roma, 14 mag. (askanews) – Sin dalla prima edizione, il MIA|Mercato Internazionale Audiovisivo (promosso da APA e ANICA) si è affermato come l'evento fondamentale dell'intero sistema cine-audiovisivo italiano, lo strumento più efficace grazie al quale incrementare l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale. La sesta edizione si svolgerà dal 14 al 18 ottobre 2020 a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, in un ambiente protetto e Covid proof, grazie a protocolli che consentiranno la piena partecipazione nazionale e internazionale a tutti gli appuntamenti, con le necessarie precauzioni per la salute pubblica.

L'attività on-site sarà ulteriormente potenziata e integrata dall'attività online, grazie ad un nuovo e importante strumento: il MIA Digital: una piattaforma online chiara e di facile navigazione, che consentirà l'accesso esclusivo e in diretta live a migliaia di utenti, da tutti i device e sistemi operativi, la fruizione digitale di tutte le attività e di tutti i servizi del Mercato e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti. La manifestazione che, di anno in anno, è stata capace di imporsi come evento innovativo e trasversale, in controtendenza con i mercati tradizionali, compie così un ulteriore passo in avanti, avviando un percorso ancora più ambizioso, che risponde non solo alle nuove esigenze sanitarie, ma soprattutto alle necessità dell'industria audiovisiva in rapido mutamento.

La piattaforma verrà ulteriormente implementata nel corso dei prossimi mesi e il sito ufficiale del MIA Market, completamente rinnovato e potenziato, è già operativo e pronto ad accogliere le prime attività dell'edizione 2020. Oggi e il 18 maggio, due webinar promossi dalla manifestazione per analizzare le nuove prospettive della produzione e della distribuzione audiovisiva. Dal 15 maggio saranno, inoltre, aperte le iscrizioni al PITCHING FORUM E CO - PRODUCTION MARKET, per le sezioni FILM, DRAMA e DOC, che, anche quest'anno, selezionerà circa 50 progetti da tutto il mondo. I progetti selezionati avranno quindi l'opportunità, durante i giorni del Mercato, di essere presentati a un pubblico di key players nazionali e internazionali, delle principali emittenti europee e americane e delle piattaforme OTT, con l'obiettivo di sostenere la coproduzione, il finanziamento e la diffusione dei più interessanti contenuti premium in arrivo.

[http://www.askanews.it/spettacolo/2020/05/14/sesta-edizione-di-mia-a-roma-dal-14-al-18-ottobre-2020-pn\\_20200514\\_00239/](http://www.askanews.it/spettacolo/2020/05/14/sesta-edizione-di-mia-a-roma-dal-14-al-18-ottobre-2020-pn_20200514_00239/)

## Tg Cultura, edizione del 14 maggio 2020



### DAL 14 AL 18 OTTOBRE A ROMA TORNA IL 'MIA'

Il Mia, il mercato internazionale dell'Audiovisivo, torna a Roma dal 14 al 18 ottobre. La sesta edizione si terrà nei consueti spazi del Distretto Barberini, in un ambiente protetto e Covid proof, grazie a protocolli che consentiranno la piena partecipazione nazionale e internazionale a tutti gli appuntamenti, con le necessarie precauzioni per la salute pubblica. E quest'anno la novità sarà tutta online grazie al Mia digital, che consentirà l'accesso esclusivo e in diretta live a migliaia di utenti, oltre alla fruizione digitale di tutte le attività e di tutti i servizi del Mercato e la possibilità di accedere a un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti.

<https://www.dire.it/14-05-2020/460077-tg-cultura-edizione-del-14-maggio-2020/>



## MIA a ottobre torna a ROMA (14 – 18 ottobre) e lancia la nuova piattaforma MIA DIGITAL



La sesta edizione del MIA 2020 si svolgerà dal 14 al 18 ottobre 2020 a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, in un ambiente protetto e Covid proof, grazie a protocolli che consentiranno la piena partecipazione nazionale e internazionale a tutti gli appuntamenti, con le necessarie precauzioni per la salute pubblica. L'attività on-site sarà ulteriormente potenziata e integrata dall'attività online, grazie ad un nuovo e importante strumento: il MIA DIGITAL. Una piattaforma online chiara e di facile navigazione, che consentirà l'accesso esclusivo e in diretta live a migliaia di utenti, da tutti i device e sistemi operativi, la fruizione digitale di tutte le attività e di tutti i servizi del Mercato e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti.

La manifestazione che, di anno in anno, è stata capace di imporsi come evento innovativo e trasversale, in controtendenza con i mercati tradizionali, compie così un ulteriore passo in avanti, avviando un percorso ancora più ambizioso, che risponde non solo alle nuove esigenze sanitarie, ma soprattutto alle necessità dell'industria audiovisiva in rapido mutamento.

La piattaforma verrà ulteriormente implementata nel corso dei prossimi mesi e il sito ufficiale del MIA Market, completamente rinnovato e potenziato, è già operativo e pronto ad accogliere le prime attività dell'edizione 2020.

Si terranno, infatti, il 14 e il 18 maggio i due webinar promossi dalla manifestazione per analizzare le nuove prospettive della produzione e della distribuzione audiovisiva.

Si inizierà il 14 maggio con il panel, in collaborazione con EAVE e EPC, Back to the Future: Dopo il lockdown quali scenari per la produzione audiovisiva? Alcuni produttori europei condivideranno le possibili modalità per far ripartire il settore e ricominciare a produrre e girare in sicurezza: Marta Donzelli (Vivo Film, Italia); Jonas Dornbach (Komplizen Film, Germania); Alexandra Lebret (European Producers Club); Alvaro Longoria (Morena Films, Spagna); Giannandrea Pecorelli (Aurora TV, Italia) Carole Scotta (Haut et Court, Francia). Tra i temi, le assicurazioni, la disponibilità dei talent, i protocolli per set Covid-proof, le più urgenti misure di sostegno richieste dai produttori per poter tornare al lavoro. Modererà l'incontro il giornalista Nick Vivarelli (Variety). Dal 15 maggio saranno, inoltre, aperte le iscrizioni al PITCHING FORUM E CO – PRODUCTION MARKET, per le sezioni FILM, DRAMA e DOC, che, anche quest'anno, selezionerà circa 50 progetti da tutto il mondo. I progetti selezionati avranno quindi l'opportunità, durante i giorni del Mercato, di essere presentati a un pubblico di key players nazionali e internazionali, delle principali emittenti europee e americane e delle piattaforme OTT, con l'obiettivo di sostenere la coproduzione, il finanziamento e la diffusione dei più interessanti contenuti premium in arrivo.

MIA è il risultato di uno sforzo collettivo del settore industriale italiano, che ha ricevuto un grande e sinergico sostegno dalle istituzioni, nato dalla consolidata joint venture tra ANICA e APA con il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e di ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane, Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo, Regione Lazio, e Creative Europe e la partecipazione delle istituzioni e degli organismi internazionali e dei partner nazionali, tra cui Apulia Film Commission, Unicredit, Fondazione Cinema per Roma, Eurimages; anche per questa edizione, MIA si avvale del contributo del Comitato Editoriale – un tavolo di ragionamento, aperto a tutte le associazioni di categoria Associazioni Audiovisive Italiane – 100autori, AGICI, ANICA, APA, Cartoon it, CNA, Italian Film Commission, Doc/it, LARA, UNEFA.



Concentrato nel tempo e nello spazio – 4 giorni a Roma e dal 2020 su MIA DIGITAL – il MIA ha consolidato il suo format negli anni: dalla prima edizione, il Mercato è cresciuto di quasi il doppio in termini di presenze e numero di contenuti presentati (+84% dal 2015), dal 2017 gli operatori registrati sono aumentati del 35%, dal 2018 del 20%. Nell'edizione 2019 sono state 2.600 le presenze a Palazzo Barberini in 4 giorni di mercato, di cui il 44% internazionali; 4.295 le presenze a panel, screenings, pitching forums e content showcase, di cui ancora 44% internazionali.

<https://tvzap.kataweb.it/news/275586/mia-a-ottobre-torna-a-roma-14-18-ottobre-e-lancia-la-nuova-piattaforma-mia-digital/>



## Mia, la sesta edizione a Roma dal 14 al 18 ottobre

SOCIAL

Mercoledì 13 Maggio 2020



### Mercato Internazionale Audiovisivo

Sin dalla prima edizione, il MIA| MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO si è affermato come l'evento fondamentale dell'intero sistema cine-audiovisivo italiano, lo strumento più efficace grazie al quale incrementare l'esportazione di prodotto, le coproduzioni e le relazioni di

business a livello internazionale.

La sesta edizione del MIA 2020 si svolgerà dal 14 al 18 ottobre 2020 a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, in un ambiente protetto e Covid proof, grazie a protocolli che consentiranno la piena partecipazione nazionale e internazionale a tutti gli appuntamenti, con le necessarie precauzioni per la salute pubblica.

L'attività on-site sarà ulteriormente potenziata e integrata dall'attività online, grazie ad un nuovo e importante strumento: il MIA DIGITAL. Una piattaforma online chiara e di facile navigazione, che consentirà l'accesso esclusivo e in diretta live a migliaia di utenti, da tutti i device e sistemi operativi, la fruizione digitale di tutte le attività e di tutti i servizi del Mercato e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti.

La manifestazione che, di anno in anno, è stata capace di imporsi come evento innovativo e trasversale, in controtendenza con i mercati tradizionali, compie così un ulteriore passo in avanti, avviando un percorso ancora più ambizioso, che risponde non solo alle nuove esigenze sanitarie, ma soprattutto alle necessità dell'industria audiovisiva in rapido mutamento.

La piattaforma verrà ulteriormente implementata nel corso dei prossimi mesi e il sito ufficiale del MIA Market, completamente rinnovato e potenziato, è già operativo e pronto ad accogliere le prime attività dell'edizione 2020.

Si terranno, infatti, il 14 e il 18 maggio i due webinar promossi dalla manifestazione per analizzare le nuove prospettive della produzione e della distribuzione audiovisiva.

Si inizierà il 14 maggio con il panel, in collaborazione con EAVE e EPC, Back to the Future: Dopo il lockdown quali scenari per la produzione audiovisiva? Alcuni produttori europei condivideranno le possibili modalità per far ripartire il settore e ricominciare a produrre e girare in sicurezza: Marta Donzelli (Vivo Film, Italia); Jonas Dornbach (Komplizen Film, Germania); Alexandra Lebret (European Producers Club); Alvaro Longoria (Morena Films, Spagna); Giannandrea Pecorelli (Aurora TV, Italia) Carole Scotta (Haut et Court, Francia).

Tra i temi, le assicurazioni, la disponibilità dei talent, i protocolli per set Covid-proof, le più urgenti misure di sostegno richieste dai produttori per poter tornare al lavoro. Modererà l'incontro il giornalista Nick Vivarelli (Variety).

Dal 15 maggio saranno, inoltre, aperte le iscrizioni al PITCHING FORUM E CO - PRODUCTION MARKET, per le sezioni FILM, DRAMA e DOC, che, anche quest'anno, selezionerà circa 50 progetti da tutto il mondo. I progetti selezionati avranno quindi l'opportunità, durante i giorni del Mercato, di essere presentati a un pubblico di key players nazionali e internazionali, delle principali emittenti europee e americane e delle piattaforme OTT, con l'obiettivo di sostenere la coproduzione, il finanziamento e la diffusione dei più interessanti contenuti premium in arrivo.

MIA è il risultato di uno sforzo collettivo del settore industriale italiano, che ha ricevuto un grande e sinergico sostegno dalle istituzioni, nato dalla consolidata joint venture tra ANICA e APA con il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e di ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane, Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo, Regione Lazio, e Creative Europe e la partecipazione delle istituzioni e degli organismi internazionali e dei partner nazionali, tra cui Apulia Film Commission, Unicredit, Fondazione Cinema per Roma, Eurimages; anche per questa edizione, MIA si avvale del contributo del Comitato Editoriale – un tavolo di ragionamento, aperto a tutte le associazioni di categoria Associazioni Audiovisive Italiane - 100autori, AGICI, ANICA, APA, Cartoon it, CNA, Italian Film Commission, Doc/it, LARA, UNEFA.

Concentrato nel tempo e nello spazio - 4 giorni a Roma e dal 2020 su MIA DIGITAL - il MIA ha consolidato il suo format negli anni: dalla prima edizione, il Mercato è cresciuto di quasi il doppio in termini di presenze e numero di contenuti presentati (+84% dal 2015), dal 2017 gli operatori registrati sono aumentati del 35%, dal 2018 del 20%. Nell'edizione 2019 sono state 2.600 le presenze a Palazzo Barberini in 4 giorni di mercato, di cui il 44% internazionali; 4.295 le presenze a panel, screenings, pitching forums e content showcase, di cui ancora 44% internazionali.

[https://www.ilmessaggero.it/social/mia\\_roma\\_ottobre\\_2020-5224136.html](https://www.ilmessaggero.it/social/mia_roma_ottobre_2020-5224136.html)

## Spazi Covid proof e una piattaforma digital per assistere agli eventi. Il Mia prepara la sesta edizione

Il Mia – Mercato Internazionale Audiovisivo prepara la sua sesta edizione. In programma dal 14 al 18 ottobre a Roma nei consueti spazi Covid proof del Distretto Barberini, la manifestazione si prepara a potenziare le sue attività grazie a Mia Digital, piattaforma online che consentirà l'accesso in diretta, da tutti i device e sistemi operativi, a tutte le attività in programma.

Dalla prima edizione, il Mia nato dalla consolidata joint venture tra Anica e Apa, ha registrato numeri in continua crescita: in termini di presenze e numero di contenuti presentati (+84% dal 2015), dal 2017 gli operatori registrati sono aumentati del 35%, dal 2018 del 20%. Nell'edizione 2019 sono state 2.600 le presenze a Palazzo Barberini, di cui il 44% internazionali; 4.295 le presenze a panel, screenings, pitching forums e content showcase, di cui ancora 44% internazionali.

In attesa dell'inizio ufficiale della manifestazione, [sul sito](#), completamente rinnovato, trovano già spazio le prime attività dell'edizione 2020, con due webinar, il 14 e il 18 maggio, per analizzare le nuove prospettive della produzione e della distribuzione audiovisiva. Dal 15 maggio saranno, inoltre, aperte le iscrizioni al PITCHING FORUM E CO – PRODUCTION MARKET, per le sezioni FILM, DRAMA e DOC, che, anche quest'anno, selezionerà circa 50 progetti da tutto il mondo che avranno l'opportunità, durante i giorni del Mercato, di essere presentati a un pubblico di key players nazionali e internazionali.

Mia ha il supporto di del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e di ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane, Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo, Regione Lazio, e Creative Europe e la partecipazione delle istituzioni e degli organismi internazionali e dei partner nazionali, tra cui Apulia Film Commission, Unicredit, Fondazione Cinema per Roma, Eurimages; anche per questa edizione, MIA si avvale del contributo del Comitato Editoriale – un tavolo di ragionamento, aperto a tutte le associazioni di categoria Associazioni Audiovisive Italiane – 100autori, AGICI, ANICA, APA, Cartoon it, CNA, Italian Film Commission, Doc/it, LARA, UNEFA.

<https://www.primaonline.it/2020/05/13/306735/spazi-covid-proof-e-una-piattaforma-digital-per-assistere-agli-eventi-il-mia-prepara-la-sua-sesta-edizione/>



## MIA MARKET: A OTTOBRE LA SESTA EDIZIONE

share f t in

redazione



October, here we come.

Il MIA 2020 è confermato. Ti aspettiamo dal 14 al 18 ottobre, a Roma e online.

**S**i terrà dal 14 al 18 ottobre a Roma la sesta edizione del Mia Market, sempre negli spazi del Distretto Barberini e in un ambiente "Covid Proof". L'attività digital viene ulteriormente potenziata grazie al lancio di un nuovo strumento, il **Mia Digital**, una piattaforma online che consentirà l'accesso esclusivo e live a migliaia di utenti ai servizi del mercato e a un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti. La piattaforma verrà ulteriormente implementata nei prossimi mesi, mentre il sito ufficiale del mercato è già operativo e pronto a ospitare i primi eventi digitali: il 14 e il 18 maggio si terranno infatti due **webinar** dedicati ad analizzare le nuove prospettive della produzione e della distribuzione audiovisiva. Il primo appuntamento è domani con **Back to the Future: Dopo il lockdown quali scenari per la produzione audiovisiva?**, panel realizzato in EAVE e EPC. Tra i temi, le assicurazioni, la disponibilità dei talenti, i protocolli per set Covid-proof, le più urgenti misure di sostegno richieste dai produttori per poter tornare al lavoro. **Dal 15 maggio saranno invece aperte le iscrizioni per il Pitching Forum e Co-Production Market, per le sezioni Film, Drama e Doc:** verranno selezionati 50 progetti da tutto il mondo per essere presentati a un pubblico di key players nazionali e internazionali.

<http://www.e-duesse.it/News/Televisione/Mia-Market-a-ottobre-la-sesta-edizione-248778>

**MIA 2020**

**Il MIA 2020 a Roma "Covid-proof" e su piattaforma digitale**

📅 14/05/2020 - Il market si svolgerà dal 14 al 18 ottobre, in un ambiente protetto, integrata da una attività on line. Si comincia oggi con un webinar sulle nuove prospettive di produzione e distribuzione



La sesta edizione del **MIA Audiovisual International Market** si svolgerà dal 14 al 18 ottobre 2020 a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, in un ambiente protetto e *Covid proof*, grazie a protocolli che consentiranno la piena partecipazione nazionale e internazionale a tutti gli appuntamenti, con le necessarie precauzioni per la salute pubblica. L'attività on-site sarà ulteriormente potenziata e integrata dall'attività online, grazie ad un nuovo strumento: il MIA Digital. Si tratta di una piattaforma online che consentirà l'accesso esclusivo e in diretta live a migliaia di utenti, da tutti i device e sistemi operativi, la fruizione digitale di tutte le attività e di tutti i servizi del Mercato e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti.

La piattaforma verrà ulteriormente implementata nel corso dei prossimi mesi e il sito ufficiale del MIA Market, completamente rinnovato e potenziato, è già operativo e pronto ad accogliere le prime attività dell'edizione 2020. Si terranno, infatti, il 14 e il 18 maggio i due webinar promossi dalla manifestazione per analizzare le nuove prospettive della produzione e della distribuzione audiovisiva ([qui per registrarsi](#)).

Si inizierà il 14 maggio con il panel, in collaborazione con **EAVE** e **EPC -The European Producers Club**, "Back to the Future: Dopo il lockdown quali scenari per la produzione audiovisiva?" Alcuni produttori europei condivideranno le possibili modalità per far ripartire il settore e ricominciare a produrre e girare in sicurezza: **Marta Donzelli** (**Vivo Film**, Italia); **Jonas Dornbach** (**Komplizen Film**, Germania); **Alexandra Lebre**t (**European Producers Club**); **Alvaro Longoria** (**Morena Films**, Spagna); **Giannandrea Pecorelli** (**Aurora TV**, Italia) **Carole Scotta** (**Haut et Court**, Francia). Tra i temi, le assicurazioni, la disponibilità dei talent, i protocolli per set Covid-proof, le più urgenti misure di sostegno richieste dai produttori per poter tornare al lavoro. Modererà l'incontro il giornalista **Nick Vivarelli** (**Variety**).

Dal 15 maggio saranno, inoltre, aperte le iscrizioni al Pitching Forum e Co-production Market per le sezioni Film, Drama e Doc, che, anche quest'anno, selezionerà circa 50 progetti da tutto il mondo. I progetti selezionati avranno quindi l'opportunità, durante i giorni del mercato, di essere presentati a un pubblico di key players nazionali e internazionali, delle principali emittenti europee e americane e delle piattaforme OTT, con l'obiettivo di sostenere la coproduzione, il finanziamento e la diffusione dei più interessanti contenuti premium in arrivo.

Il MIA è nato dalla joint venture tra **ANICA** e **APA Associazione Produttori Audiovisivi**, con il supporto del Ministero degli Affari Esteri e di **ICE, Mibac, Regione Lazio** e **Creative Europe** e la partecipazione, tra gli altri, di **Apulia Film Commission**, **Unicredit**, **Fondazione Cinema per Roma**, **Eurimages**. Dalla prima edizione, il MIA è cresciuto di quasi il doppio in termini di presenze e numero di contenuti presentati (+84% dal 2015), dal 2017 gli operatori registrati sono aumentati del 35%, dal 2018 del 20%. Nell'edizione 2019 sono state 2.600 le presenze a Palazzo Barberini in 4 giorni di mercato, di cui il 44% internazionali; 4.295 le presenze a panel, screenings, pitching forums e content showcase, di cui ancora 44% internazionali.

<https://www.cineuropa.org/it/newsdetail/388359>

Daniele Mignardi Promopressagency

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

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

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

**MIA 2020**

## Rome's MIA 2020 to be "COVID-proof" and to boast a digital component

📅 14/05/2020 - The market will unspool 14-18 October within a safe environment and will be bolstered by online activities, beginning today with a webinar on the future of audiovisual production and distribution



The sixth edition of the [MIA Audiovisual International Market](#) will unspool between 14 and 18 October 2020, within the familiar setting of Rome's Barberini district and within a safe, COVID-proof environment, thanks to specific protocols allowing for full national and international participation in all scheduled events, with all the necessary sanitary precautions in place. On-site activity will be further enhanced by way of online activities, made possible by a new tool: MIA Digital, an online platform which will provide live and exclusive access to thousands of users, across all devices and operating systems, allowing online participation in all Market activities, as well as access to all Market services and a vast catalogue of hitherto unseen multimedia content.

The platform will be further expanded over the next few months, while the official MIA Market website - fully renovated and upgraded - is already up and running and ready to host the first activities of the 2020 event. Indeed, on 14 and 18 May, the site will host two webinars sponsored by the MIA and analysing new production and distribution prospects for audiovisual works (click [here](#) to register).

The 14 May webinar will open with a panel discussion, organised in collaboration with [EAVE](#) and [EPC -The European Producers Club](#) and intitled: "Back to the Future: Post-lockdown scenarios for audiovisual production". Several European producers will share potential ideas for getting the sector back on its feet and for producing and filming in safe surrounds. These include [Marta Donzelli](#) ([Vivo Film](#), Italy); [Jonas Dornbach](#) ([Komplizen Film](#), Germany); [Alexandra Lebret](#) (European Producers Club); [Alvaro Longoria](#) ([Morena Films](#), Spain); [Giannandrea Pecorelli](#) (Aurora TV, Italy) and [Carole Scotta](#) ([Haut et Court](#), France). Topics set to be covered include insurance, availability of talent, COVID-safe protocols on-set and the most urgent support measures requested by producers wishing to return to work. Journalist [Nick Vivarelli](#) ([Variety](#)) will moderate the talk.

May 15, meanwhile, will see the opening of registration for the Pitching Forum and Co-Production Market's Film, Drama and Doc sections, which will once again select approximately 50 projects from around the world. The chosen projects will then be presented, over the course of the Market, to an audience composed of key national and international players hailing from the biggest European and American broadcasters and OTT platforms, with a view to securing co-production, funding and distribution support for the most interesting, upcoming premium content on offer.

The MIA is the product of a joint venture between [ANICA](#) and [APA – the Association of Audiovisual Producers](#), supported by the Ministry of Foreign Affairs and the Italy Trade Agency ICE, Mibact, the Lazio region and [Creative Europe](#), and backed by the [Apulia Film Commission](#), Unicredit, [Fondazione Cinema per Roma](#) and [Eurimages](#), among various others. Since its first edition, the MIA has almost doubled in size in terms of attendance figures and the number of works presented (up 84% since 2015). Compared to 2017, the number of professionals registering for the event has increased by 35%, and by 20% compared to 2018. In the 2019 edition of the event, 2,600 attendees were recorded in Palazzo Barberini over the course of the 4-day Market, 44% of whom were international, while 4,295 individuals attended the panels, screenings, pitching forums and content showcases, of whom 44% were also international.

<https://www.cineuropa.org/en/newsdetail/388359>



## MIA, date e novità per l'edizione 2020



Mercato Internazionale  
Audiovisivo  
Film - Drama - Doc

Si svolgerà dal 14 al 18 ottobre 2020 a Roma la sesta edizione del MIA|Mercato Internazionale Audiovisivo, nei consueti spazi del Distretto Barberini, in un ambiente protetto e Covid proof, grazie a protocolli che consentiranno la piena partecipazione nazionale e internazionale a tutti gli appuntamenti, con le necessarie precauzioni per la salute pubblica. L'attività on-site sarà ulteriormente potenziata e integrata dall'attività online, grazie ad un nuovo e importante strumento: il MIA Digital. Una piattaforma online che consentirà l'accesso esclusivo e in diretta live a migliaia di utenti, da tutti i device e sistemi operativi, la fruizione digitale di tutte le attività e di tutti i servizi del Mercato e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti.

La piattaforma verrà ulteriormente implementata nel corso dei prossimi mesi e il sito ufficiale del MIA Market, completamente rinnovato e potenziato, è già operativo e pronto ad accogliere le prime attività dell'edizione 2020: il 14 e il 18 maggio, infatti, ci saranno due webinar per analizzare le nuove prospettive della produzione e della distribuzione audiovisiva. Si inizierà il 14 maggio con il panel, in collaborazione con EAVE e EPC, **Back to the Future: Dopo il lockdown quali scenari per la produzione audiovisiva?** Alcuni produttori europei condivideranno le possibili modalità per far ripartire il settore e ricominciare a produrre e girare in sicurezza: Marta Donzelli (Vivo Film, Italia); Jonas Dornbach (Komplizen Film, Germania); Alexandra Le Bret (European Producers Club); Alvaro Longoria (Morena Films, Spagna); Giannandrea Pecorelli (Aurora TV, Italia) Carole Scotta (Haut et Court, Francia). Tra i temi, le assicurazioni, la disponibilità dei talent, i protocolli per set Covid-proof, le più urgenti misure di sostegno richieste dai produttori per poter tornare al lavoro. Modererà l'incontro il giornalista Nick Vivarelli (Variety).

Dal 15 maggio saranno, inoltre, aperte le iscrizioni al **Pitching Forum e Co-Production Market**, per le sezioni Film, Drama e Doc che, anche quest'anno, selezionerà circa 50 progetti da tutto il mondo. I progetti selezionati avranno quindi l'opportunità, durante i giorni del Mercato, di essere presentati a un pubblico di key players nazionali e internazionali, delle principali emittenti europee e americane e delle piattaforme OTT, con l'obiettivo di sostenere la coproduzione, il finanziamento e la diffusione dei più interessanti contenuti premium in arrivo.

MIA è il risultato di uno sforzo collettivo del settore industriale italiano, che ha ricevuto un grande e sinergico sostegno dalle istituzioni, nato dalla consolidata joint venture tra ANICA e APA con il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e di ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane, Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo, Regione Lazio, e Creative Europe e la partecipazione delle istituzioni e degli organismi internazionali e dei partner nazionali, tra cui Apulia Film Commission, Unicredit, Fondazione Cinema per Roma, Eurimages; anche per questa edizione, MIA si avvale del contributo del Comitato Editoriale - un tavolo di ragionamento, aperto a tutte le associazioni di categoria Associazioni Audiovisive Italiane - 100autori, AGICI, ANICA, APA, Cartoon it, CNA, Italian Film Commission, Doc/it, LARA, UNEFA.

<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/55/82067/mia-date-e-novita-per-l-edizione-2020.aspx>

## Mia 2020, spazi Covid proof e piattaforma digital

Mia 2020 a ottobre a Roma, le novità e il Mia Digital



Mercato Internazionale  
Audiovisivo  
Film – Drama – Doc



Sin dalla prima edizione, il MIA| MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO si è affermato come l'evento fondamentale dell'intero sistema cine-audiovisivo italiano, lo strumento più efficace grazie al quale incrementare l'esportazione di prodotto, le coproduzioni e le relazioni di business a livello internazionale.

La sesta edizione del MIA 2020 si svolgerà dal 14 al 18 ottobre 2020 a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, in un ambiente protetto e Covid proof, grazie a protocolli che consentiranno la piena partecipazione nazionale e internazionale a tutti gli appuntamenti, con le necessarie

precauzioni per la salute pubblica. L'attività on-site sarà ulteriormente potenziata e integrata dall'attività online, grazie ad un nuovo e importante strumento: il MIA DIGITAL. Una piattaforma online chiara e di facile navigazione, che consentirà l'accesso esclusivo e in diretta live a migliaia di utenti, da tutti i device e sistemi operativi, la fruizione digitale di tutte le attività e di tutti i servizi del Mercato e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti.

La manifestazione che, di anno in anno, è stata capace di imporsi come evento innovativo e trasversale, in controtendenza con i mercati tradizionali, compie così un ulteriore passo in avanti, avviando un percorso ancora più ambizioso, che risponde non solo alle nuove esigenze sanitarie, ma soprattutto alle necessità dell'industria audiovisiva in rapido mutamento. La piattaforma verrà ulteriormente implementata nel corso dei prossimi mesi e il sito ufficiale del MIA Market, completamente rinnovato e potenziato, è già operativo e pronto ad accogliere le prime attività dell'edizione 2020.

Si terranno, infatti, il 14 e il 18 maggio i due webinar promossi dalla manifestazione per analizzare le nuove prospettive della produzione e della distribuzione audiovisiva.

Si inizierà il 14 maggio con il panel, in collaborazione con EAVE e EPC, Back to the Future: Dopo il lockdown quali scenari per la produzione audiovisiva? Alcuni produttori europei condivideranno le possibili modalità per far ripartire il settore e ricominciare a produrre e girare in sicurezza: Marta Donzelli (Vivo Film, Italia); Jonas Dornbach (Komplizen Film, Germania); Alexandra Lebret (European Producers Club); Alvaro Longoria (Morena Films, Spagna); Giannandrea Pecorelli (Aurora TV, Italia) Carole Scotta (Haut et Court, Francia). Tra i temi, le assicurazioni, la disponibilità dei talent, i protocolli per set Covid-proof, le più urgenti misure di sostegno richieste dai produttori per poter tornare al lavoro. Modererà l'incontro il giornalista Nick Vivarelli (Variety).

Dal 15 maggio saranno, inoltre, aperte le iscrizioni al PITCHING FORUM E CO - PRODUCTION MARKET, per le sezioni FILM, DRAMA e DOC, che, anche quest'anno, selezionerà circa 50 progetti da tutto il mondo. I progetti selezionati avranno quindi l'opportunità, durante i giorni del Mercato, di essere presentati a un pubblico di key players nazionali e internazionali, delle principali emittenti europee e americane e delle piattaforme OTT, con l'obiettivo di sostenere la coproduzione, il finanziamento e la diffusione dei più interessanti contenuti premium in arrivo. MIA è il risultato di uno sforzo collettivo del settore industriale italiano, che ha ricevuto un grande e sinergico sostegno dalle istituzioni, nato dalla consolidata joint venture tra ANICA e APA con il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e di ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane, Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo, Regione Lazio, e Creative Europe e la partecipazione delle istituzioni e degli organismi internazionali e dei partner nazionali, tra cui Apulia Film Commission, Unicredit, Fondazione Cinema per Roma, Eurimages; anche per questa edizione, MIA si avvale del contributo del Comitato Editoriale - un tavolo di ragionamento, aperto a tutte le associazioni di categoria Associazioni Audiovisive Italiane - 100autori, AGICI, ANICA, APA, Cartoon it, CNA, Italian Film Commission, Doc/it, LARA, UNEFA.

Concentrato nel tempo e nello spazio - 4 giorni a Roma e dal 2020 su MIA DIGITAL - il MIA ha consolidato il suo format negli anni: dalla prima edizione, il Mercato è cresciuto di quasi il doppio in termini di presenze e numero di contenuti presentati (+84% dal 2015), dal 2017 gli operatori registrati sono aumentati del 35%, dal 2018 del 20%. Nell'edizione 2019 sono state 2.600 le presenze a Palazzo Barberini in 4 giorni di mercato, di cui il 44% internazionali; 4.295 le presenze a panel, screenings, pitching forums e content showcase, di cui ancora 44% internazionali.

[https://www.affaritaliani.it/entertainment/mia-2020-spazi-covid-proof-piattaforma-digital-671945.html?ref=rss&utm\\_source=dlvr.it&utm\\_medium=facebook](https://www.affaritaliani.it/entertainment/mia-2020-spazi-covid-proof-piattaforma-digital-671945.html?ref=rss&utm_source=dlvr.it&utm_medium=facebook)



## Il MIA Market confermato a ottobre sia a Roma che online

Si svolgerà regolarmente, seppure in un'edizione mista, la manifestazione nata come costola della Festa di Roma e giunta alla sesta edizione.



Mentre tutto tace da parte dei vertici della Festa di Roma, sulla conferma o meno, e in che modalità, della prossima edizione, la sua costola dedicata al mercato, il MIA Market, ha confermato che la sesta edizione si svolgerà dal 14 al 18 ottobre, come al solito negli spazio del cosiddetto Distretto Barberini, "in un ambiente protetto e Covid proof", ma anche online "attraverso una nuova e innovativa piattaforma, il MIA Digital, che consentirà a tutti gli operatori che non potranno essere presenti di partecipare alle attività del mercato".

Il MIA si occupa fin dalla prima edizione di incrementare l'esportazione del nostro prodotto audiovisivo, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale.

La piattaforma verrà ulteriormente implementata nel corso dei prossimi mesi e il sito ufficiale del MIA Market, completamente rinnovato e potenziato, è già operativo e pronto ad accogliere le prime attività dell'edizione 2020. Si terranno, infatti, il 14 e il 18 maggio i due webinar promossi dalla manifestazione per analizzare le nuove prospettive della produzione e della distribuzione audiovisiva. Si inizierà il 14 maggio con il panel **Back to the Future: Dopo il lockdown quali scenari per la produzione audiovisiva?** Alcuni produttori europei condivideranno le possibili modalità per far ripartire il settore e ricominciare a produrre e girare in sicurezza. Tra i temi, le assicurazioni, la disponibilità dei talent, i protocolli per set Covid-proof, le più urgenti misure di sostegno richieste dai produttori per poter tornare al lavoro.

Dal 15 maggio saranno, inoltre, aperte le iscrizioni al **Pitching Forum e co-production market**, per le sezioni Film, Drama e Doc, che selezionerà circa 50 progetti da tutto il mondo. I progetti selezionati avranno quindi l'opportunità, durante i giorni del Mercato, di essere presentati a un pubblico di key players nazionali e internazionali, delle principali emittenti europee e americane e delle piattaforme OTT, con l'obiettivo di sostenere la coproduzione, il finanziamento e la diffusione dei più interessanti contenuti premium in arrivo.

MIA è il risultato di uno sforzo collettivo del settore industriale italiano, nato dalla consolidata joint venture tra ANICA e APA con il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e di ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane, Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo, Regione Lazio, e Creative Europe e la partecipazione delle istituzioni e degli organismi internazionali e dei partner nazionali, tra cui Apulia Film Commission, Unicredit, Fondazione Cinema per Roma, Eurimages; anche per questa edizione, MIA si avvale del contributo del Comitato Editoriale – un tavolo di ragionamento, aperto a tutte le associazioni di categoria Associazioni Audiovisive Italiane - 100autori, AGICI, ANICA, APA, Cartoon it, CNA, Italian Film Commission, Doc/it, LARA, UNEFA.

Concentrato nel tempo e nello spazio - 4 giorni a Roma e dal 2020 su MIA DIGITAL - il MIA ha consolidato il suo format negli anni: dalla prima edizione, il Mercato è cresciuto di quasi il doppio in termini di presenze e numero di contenuti presentati (+84% dal 2015), dal 2017 gli operatori registrati sono aumentati del 35%, dal 2018 del 20%. Nell'edizione 2019 sono state 2.600 le presenze a Palazzo Barberini in 4 giorni di mercato, di cui il 44% internazionali; 4.295 le presenze a panel, screenings, pitching forums e content showcase, di cui ancora 44% internazionali.

<https://www.comingsoon.it/cinema/news/il-mia-market-confermato-a-ottobre-sia-a-roma-che-online/n105313/>





## MIA: il Mercato Internazionale Audiovisivo torna a Roma

Sin dalla prima edizione, il **MIA MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO** si è affermato come l'evento fondamentale dell'intero sistema cine-audiovisivo italiano; lo strumento più efficace grazie al quale incrementare l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale.

La sesta edizione del **MIA 2020** si svolgerà dal 14 al 18 ottobre 2020 a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, in un ambiente protetto e **Covid proof**, grazie a protocolli che consentiranno la piena partecipazione nazionale e internazionale a tutti gli appuntamenti, con le necessarie precauzioni per la salute pubblica. L'attività on-site sarà ulteriormente potenziata e integrata dall'attività online, grazie ad un nuovo e importante strumento: il MIA DIGITAL. Una piattaforma online chiara e di facile navigazione, che consentirà l'accesso esclusivo e in diretta live a migliaia di utenti, da tutti i device e sistemi operativi, la fruizione digitale di tutte le attività e di tutti i servizi del Mercato e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti.

## MIA: il Mercato Internazionale Audiovisivo torna a Roma e lancia la sua piattaforma digital

La manifestazione che, di anno in anno, è stata capace di imporsi come evento innovativo e trasversale, in controtendenza con i mercati tradizionali, compie così un ulteriore passo in avanti, avviando un percorso ancora più ambizioso, che risponde non solo alle nuove esigenze sanitarie, ma soprattutto alle necessità dell'industria audiovisiva in rapido mutamento.

La piattaforma verrà ulteriormente implementata nel corso dei prossimi mesi e il sito ufficiale del **MIA Market**, completamente rinnovata e potenziata, è già operativo e pronto ad accogliere le prime attività dell'edizione 2020. Si terranno, infatti, il 14 e il 18 maggio i due webinar promossi dalla manifestazione per analizzare le nuove prospettive della produzione e della distribuzione audiovisiva.

La manifestazione che, di anno in anno, è stata capace di imporsi come evento innovativo e trasversale, in controtendenza con i mercati tradizionali, compie così un ulteriore passo in avanti, avviando un percorso ancora più ambizioso, che risponde non solo alle nuove esigenze sanitarie, ma soprattutto alle necessità dell'industria audiovisiva in rapido mutamento.

La piattaforma verrà ulteriormente implementata nel corso dei prossimi mesi e il sito ufficiale del **MIA Market**, completamente rinnovato e potenziato, è già operativo e pronto ad accogliere le prime attività dell'edizione 2020. Si terranno, infatti, il 14 e il 18 maggio i due webinar promossi dalla manifestazione per analizzare le nuove prospettive della produzione e della distribuzione audiovisiva.



Si inizierà il 14 maggio con il panel, in collaborazione con EAVE e EPC, **Back to the Future: Dopo il lockdown quali scenari per la produzione audiovisiva?** Alcuni produttori europei condivideranno le possibili modalità per far ripartire il settore e ricominciare a produrre e girare in sicurezza: Marta Donzelli (Vivo Film, Italia); Jonas Dornbach (Komplizen Film, Germania); Alexandra Lebret (European Producers Club); Alvaro Longoria (Morena Films, Spagna); Giannandrea Pecorelli (Aurora TV, Italia) Carole Scotta (Haut et Court, Francia). Tra i temi, le assicurazioni, la disponibilità dei talent, i protocolli per set Covid-proof, le più urgenti misure di sostegno richieste dai produttori per poter tornare al lavoro. Modererà l'incontro il giornalista Nick Vivarelli (Variety).

Dal 15 maggio saranno, inoltre, aperte le iscrizioni al **PITCHING FORUM E CO - PRODUCTION MARKET**, per le sezioni **FILM, DRAMA e DOC**, che, anche quest'anno, selezionerà circa 50 progetti da tutto il mondo. I progetti selezionati avranno quindi l'opportunità, durante i giorni del Mercato, di essere presentati a un pubblico di key players nazionali e internazionali, delle principali emittenti europee e americane e delle piattaforme OTT, con l'obiettivo di sostenere la coproduzione, il finanziamento e la diffusione dei più interessanti contenuti premium in arrivo. MIA è il risultato di uno sforzo collettivo del settore industriale italiano, che ha ricevuto un grande e sinergico sostegno dalle istituzioni, nato dalla consolidata joint venture tra ANICA e APA con il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e di ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo, Regione Lazio, e Creative Europe e la partecipazione delle istituzioni e degli organismi internazionali e dei partner nazionali, tra cui Apulia Film Commission, Unicredit, Fondazione Cinema per Roma, Eurimages; anche per questa edizione, MIA si avvale del contributo del Comitato Editoriale - un tavolo di ragionamento; aperto a tutte le associazioni di categoria Associazioni Audiovisive Italiane - 100autori, AGICI, ANICA, APA, Cartoon It, CNA, Italian Film Commission, Doc/it, LARA, UNEFA.

Concentrato nel tempo e nello spazio - 4 giorni a Roma e dal 2020 su **MIA DIGITAL** - il MIA ha consolidato il suo format negli anni: dalla prima edizione, il Mercato è cresciuto di quasi il doppio in termini di presenze e numero di contenuti presentati (+84% dal 2015), dal 2017 gli operatori registrati sono aumentati del 35%, dal 2018 del 20%. Nell'edizione 2019 sono state 2.600 le presenze a Palazzo Barberini in 4 giorni di mercato, di cui il 44% internazionali; 4.295 le presenze a panel, screenings, pitching forums e content showcase, di cui ancora 44% internazionali.

<https://www.uominedonnecomunicazione.com/mia-mercato-internazionale-audiovisivo-roma/>

## MIA, verso la VI edizione

Dal 14 al 18 ottobre a Roma il prossimo appuntamento con il Mercato Internazionale Audiovisivo. Che lancia la nuova piattaforma online

15 Maggio 2020

Business, In evidenza

CONDIVIDI



# Mercato Internazionale Audiovisivo Film – Drama – Doc

Sin dalla prima edizione, il **MIA|MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO** si è affermato come l'evento fondamentale dell'intero sistema cine-audiovisivo italiano, lo strumento più efficace grazie al quale incrementare l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale.

La **sesta edizione del MIA 2020** si svolgerà dal **14 al 18 ottobre 2020 a Roma** nei consueti spazi del **Distretto Barberini**, in un ambiente protetto e **Covid proof**, grazie a protocolli che consentiranno la piena partecipazione nazionale e internazionale a tutti gli appuntamenti, con le necessarie precauzioni per la salute pubblica. L'attività on-site sarà ulteriormente potenziata e integrata dall'attività online, grazie ad un nuovo e importante strumento: il **MIA DIGITAL**. Una piattaforma online chiara e di facile navigazione, che consentirà l'accesso esclusivo e in diretta live a migliaia di utenti, da tutti i device e sistemi operativi, la fruizione digitale di tutte le attività e di tutti i servizi del Mercato e la possibilità di accedere ad un **vasto catalogo di contenuti multimediali inediti**.

La manifestazione che, di anno in anno, è stata capace di imporsi come evento innovativo e trasversale, in controtendenza con i mercati tradizionali, compie così un ulteriore passo in avanti, avviando un percorso ancora più ambizioso, che risponde non solo alle nuove esigenze sanitarie, ma soprattutto alle necessità dell'industria audiovisiva in rapido mutamento.

La piattaforma verrà ulteriormente implementata nel corso dei prossimi mesi e il **sito ufficiale del MIA Market, completamente rinnovato e potenziato**, è già operativo e pronto ad accogliere le **prime attività dell'edizione 2020**.

Si terranno, infatti, il **14 e il 18 maggio** i due **webinar** promossi dalla manifestazione per analizzare le nuove prospettive **della produzione e della distribuzione audiovisiva**.

Si inizierà il **14 maggio** con il panel, in collaborazione con EAVE e EPC, **Back to the Future: Dopo il lockdown quali scenari per la produzione audiovisiva?** Alcuni produttori europei condivideranno le possibili modalità per far ripartire il settore e ricominciare a produrre e girare in sicurezza: **Marta Donzelli** (Vivo Film, Italia); **Jonas Dornbach** (Komplizen Film, Germania); **Alexandra Lebre**t (European Producers Club); **Alvaro Longoria** (Morena Films, Spagna); **Giannandrea Pecorelli** (Aurora TV, Italia) **Carole Scotta** (Haut et Court, Francia).

Tra i temi, le assicurazioni, la disponibilità dei talent, i protocolli per set Covid-proof, le più urgenti misure di sostegno richieste dai produttori per poter tornare al lavoro. Modererà l'incontro il giornalista **Nick Vivarelli** (Variety).

Daniele Mignardi Promopressagency  
Via Giovanni Nicotera 29 00195 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.  
on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)  
Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi  
Partita IVA 12450721001

Dal 15 maggio saranno, inoltre, aperte le iscrizioni al **PITCHING FORUM E CO – PRODUCTION MARKET**, per le sezioni **FILM, DRAMA e DOC**, che, anche quest'anno, selezionerà circa 50 progetti da tutto il mondo. I progetti selezionati avranno quindi l'opportunità, durante i giorni del Mercato, di essere presentati a un pubblico di key players nazionali e internazionali, delle principali emittenti europee e americane e delle piattaforme OTT, con l'obiettivo di sostenere la coproduzione, il finanziamento e la diffusione dei più interessanti contenuti premium in arrivo.

MIA è il risultato di uno sforzo collettivo del settore industriale italiano, che ha ricevuto un grande e sinergico sostegno dalle istituzioni, nato dalla consolidata joint venture tra **ANICA e APA** con il supporto del **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale** e di **ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo, Regione Lazio, e Creative Europe** e la partecipazione delle istituzioni e degli organismi internazionali e dei partner nazionali, tra cui **Apulia Film Commission, Unicredit, Fondazione Cinema per Roma, Eurimages**; anche per questa edizione, MIA si avvale del contributo del Comitato Editoriale – un tavolo di ragionamento, aperto a tutte le associazioni di categoria **Associazioni Audiovisive Italiane – 100autori, AGICI, ANICA, APA, Cartoon it, CNA, Italian Film Commission, Doc/it, LARA, UNEFA**.

Concentrato nel tempo e nello spazio – 4 giorni a Roma e dal 2020 su MIA DIGITAL – il MIA ha consolidato il suo format negli anni: dalla prima edizione, il Mercato è cresciuto di quasi il doppio in termini di presenze e numero di contenuti presentati (**+84% dal 2015**), dal 2017 gli operatori registrati sono aumentati del 35%, dal 2018 del 20%. **Nell'edizione 2019 sono state 2.600 le presenze** a Palazzo Barberini in 4 giorni di mercato, di cui il **44% internazionali**; 4.295 le presenze a panel, screenings, pitching forums e content showcase, di cui ancora 44% internazionali.

<https://www.cinematografo.it/news/mia-verso-la-vi-edizione/>