

**MIA | MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO:
SI CONCLUDE UNA STRAORDINARIA OTTAVA EDIZIONE
CHE HA VISTO UN AUMENTO DEL 20% DI PARTECIPANTI
IL MIA SI CONFERMA IL PIU' IMPORTANTE EVENTO ITALIANO
DEDICATO ALL'AUDIOVISIVO**

Oltre 2400 partecipanti da 60 paesi: +20% rispetto al 2021.

Più di 70 panel ed eventi.

In crescita anche la presenza del MIA sui social Media.

Più di 600 articoli sulla stampa italiana e internazionale

Roma, 15 ottobre 2022- Si è chiusa oggi l'ottava edizione del MIA | Mercato Internazionale Audiovisivo, diretto da Gaia Tridente, che si è svolto a Roma dall'11 al 15 Ottobre 2022 a Palazzo Barberini e al Cinema Barberini.

Nei 5 giorni del MIA, Roma è stata il punto di riferimento per l'industria audiovisiva, grazie all'ampia partecipazione di executive europei e internazionali. Presenze in crescita del +20% rispetto all'edizione 2021 con oltre 2400 accreditati da 60 paesi del mondo.

Sempre piene le sale del Cinema Barberini dove si sono tenuti gli oltre 70 panel e gli showcase. Tutto esaurito sugli stand di Palazzo Barberini con la presenza delle più importanti società di vendite internazionali italiane ed europee.

In crescita anche i numeri del MIA sui social con oltre un milione di visualizzazioni dell'account twitter dalla scorsa edizione ad oggi, mentre i follower della pagina facebook del MIA sono cresciuti del 27% e quelli di LinkedIn del 23%.

Numerosa anche la stampa accreditata, 160 giornalisti - di cui il 20% appartenenti alla stampa internazionale - che hanno seguito il MIA in presenza o da remoto tramite la piattaforma MIA Digital - con oltre 600 articoli usciti ad oggi sulle più importanti testate internazionali e italiane.

Concepito come un mercato curatoriale, uno spazio fisico e digitale di ragionamento, conversazione e strategia, il MIA è oggi il più importante evento di settore in Italia ed è entrato a pieno titolo nell'agenda internazionale degli appuntamenti dedicati ai professionisti

MIA
Mercato Internazionale Audiovisivo
info@miamarket.it
miamarket.it



Official Sponsor

Technological Partners

Supporting Partners



dell'audiovisivo. Il MIA 2022 si è confermato uno strumento attraverso cui tutto il comparto può mostrare le sue eccellenze, intercettare **nuovi partner** internazionali e scoprire nuovi **modelli di business**, ragionare su strategie finanziarie legate alla **produzione di contenuti**, favorire la **circolazione delle opere**, facilitare lo sviluppo di diverse forme di sfruttamento e stringere fondamentali rapporti di business con gli operatori provenienti da tutto il mondo. Anche in questa sua ottava edizione il MIA è stato la **piattaforma** attraverso cui le istituzioni nazionali e internazionali hanno avuto l'occasione per mettere a sistema il lavoro su **finanziamenti** pubblici e regionali, sul **soft money**, sulla scoperta dei territori, in cui intessere le relazioni per l'ideazione e il potenziamento delle azioni a sostegno della produzione e della distribuzione.

“L'ottava edizione del MIA si chiude oggi con risultati eccellenti. Oltre 2400 accreditati provenienti da 60 paesi del mondo che in queste cinque giornate di lavoro hanno letteralmente invaso il Cinema Barberini e Palazzo Barberini. L'affluenza è stata elevatissima con +20% rispetto alla passata edizione, sold out in tutte le sale e in tutte le conferenze del MIA al Cinema Barberini, per non parlare di Palazzo Barberini, cuore delle attività dei b2b del mercato di co-produzione e delle vendite internazionali. Per la prima volta al MIA abbiamo avuto una demo room di virtual production che ha attratto tantissimi professionisti del settore che hanno potuto vivere un'esperienza virtuale all'interno del meraviglioso museo che ospita il MIA. Questa rappresenta un'edizione di svolta, con una partecipazione internazionale davvero significativa, e Roma si è trasformata in questi 5 giorni in una fucina di discussione, dibattito e confronto tra i più importanti executive internazionali provenienti da Europa, Nord America, Medio Oriente e Africa, Sud America, Asia. Abbiamo costruito un programma editoriale forte, in grado di rappresentare l'intero ecosistema e i suoi paradigmi. Il MIA è oggi la destinazione per l'industria globale, che sta attraversando una fase di rapida evoluzione e di esplosione della produzione di nuovi contenuti”, ha dichiarato **Gaia Tridente, direttrice del MIA**.

“Questa edizione del MIA conferma la vitalità dell'industria del Cinema e dell'Audiovisivo italiano e delle sue articolazioni. Una nuova tappa positiva per il MIA che ogni anno vede aumentare la presenza di operatori nazionali ed internazionali e che favorisce l'esportazione dei nostri prodotti e le coproduzioni. Crescono opportunità di incontri e business con la consapevolezza di quanto sia importante questa filiera per la crescita industriale e il lavoro, e per il Soft Power dell'Italia”, ha dichiarato **Francesco Rutelli, Presidente Anica**.

“Il MIA, edizione dopo edizione, continua ad affermarsi come un progetto ambizioso e senza dubbio fondamentale perché garantisce agli operatori di settore mondiali una vetrina ricca di prodotti d'eccellenza per potenziali grandi coproduzioni e importanti accordi di business. L'obiettivo resta quello di accendere i riflettori sulla filiera audiovisiva che in Italia ha un valore di circa 1,5 miliardi di euro e coinvolge più di 7mila imprese e circa 200mila occupati tra diretti e indiretti. La nostra industria diventa sempre più competitiva nel panorama internazionale, continua a crescere ed evolversi, come dimostrano anche i dati emersi nel 4° Rapporto APA sulla produzione audiovisiva nazionale, presentato proprio in occasione del Mercato”, ha dichiarato il **Presidente APA Giancarlo Leone**.

Nato nel 2015 per volontà di **ANICA** (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Digitali) presieduta da **Francesco Rutelli** e **APA** (Associazione Produttori Audiovisivi) presieduta da **Giancarlo Leone**, il MIA gode del sostegno di **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale**, **ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane**, **Ministero della Cultura**, **Ministero dello Sviluppo Economico**, **Regione Lazio** ed è sostenuto anche grazie al supporto di sponsor privati: **Unicredit** è lo sponsor ufficiale e **Fastweb** è il partner tecnologico. Il MIA 2022 gode, quest'anno per la prima volta, del **patrocinio di Eurimages**, il fondo del Consiglio d'Europa.

Sulla piattaforma **[MIA DIGITAL](#)** gli accreditati al mercato potranno vedere o rivedere panel, talks e contenuti di questa edizione.

Nel corso della giornata conclusiva sono stati assegnati i **MIA Awards 2022**. Questa la lista dei premi e dei vincitori.

Co-Production and Pitching Forum

- Premio Internazionale **ARTEKINO** - destinato a sostenere registi e produttori di Film emergenti di tutto il mondo - a **Forastera** di Lucia Alenar Iglesias, prodotto da Lastor Media (Spagna).
- I Premi **ILBE** - due premi a sostegno dello sviluppo di progetti presentati al MIA Film co-production Market & Pitching Forum e nella sezione **Wanna Taste IT?**, dedicata ai progetti cinematografici italiani in fase di sviluppo - sono andati a **Through the winter** di Anita Rivaroli, prodotto da Indiana Production, e a **Brianza** di Simone Catania, prodotto da Indyca e Rough Cat.
- Il Premio **Paramount+** - al miglior progetto presentato al MIA Drama Pitching Forum - è stato vinto da **The Abbess**, prodotta da Peter Carlton di Warp Films.
- Il Premio **WIFTMI** - assegnato da Women in Film, Television and Media Italia a un progetto italiano selezionato nell'ambito del Co-Production Market & Pitching Forum di Animazione, Drama e Film con il maggior potenziale di realizzazione in base a criteri legati all'eliminazione della disuguaglianza di genere, alla rappresentazione positiva ed equilibrata, alla diversità e all'inclusione - è andato alla serie **Cosplay Girl** di Rodeo Drive, creata da Massimo Bacchini, Eleonora Cimpanelli e Giulio Rizzo. La serie è basata sull'omonimo romanzo di Valentino Notari.

Content Showcase

- Il Premio **Lazio Frames** - al titolo che più valorizza il territorio della Regione, presente nelle vetrine di **What's Next Italy**, **GREENlit** e **Italians Doc It Better** - a **The Breath of the Mountain**, film animato di Lorenzo Latrofa, prodotto da La Sarraz Pictures.
- **Lo Screen International Buyers' Choice Award** - assegnato ai film selezionati alla vetrina **C EU Soon** e votati da distributori, agenti di vendita e buyer - a **Matria** di Álvaro Gago (Spagna), prodotto da Matriuska Producciones, Elastica Films, Avalon P.C., Ringo Media. Sales Agent: New Europe Film Sales.

Hosted

- I Premi **La Bottega della Sceneggiatura**: un'iniziativa di Premio Solinas e Netflix per scoprire e promuovere la nuova generazione di autori di serie televisive in Italia. Primo Premio a **Il peso del mondo** di Jacopo Cazzaniga. Secondo Premio a **Le figlie di Roma** di Federica Baggio e Anna Francesca Leccia. Menzione speciale a **Galena** di Marco Panichella.

Ufficio Stampa Fusion Communications

Simona Pedroli: simona@fusioncommunications.com Cell: 333-6076773
Nicoletta Gemmi: nicoletta@fusioncommunications.com Cell: 339-4589349

Comunicazione MIA Market Marta Bertolini, Head of Corporate Communication & PR m.bertolini@miamarket.it