

Debutta The Italian Tv Festival a Los Angeles

Storie da raccontare, formati originali e volti nuovi: nella Mecca americana del cinema, a Los Angeles, il via al primo festival italiano della TV, ITTV The Italian Tv Festival. Il progetto nasce dalla collaborazione di Good Girls Planet - start up di Valentina Martelli, Cristina Scognamiglio e Francesca Scorcucchi - e Marco Testa Los Angeles, società del Gruppo Armando Testa che promuove operazioni legate al mondo dell'entertainment nel cuore di Hollywood. 'Le serie televisive italiane, ma in generale le produzioni di contenuti per Tv e il web, stanno conquistando il mercato internazionale dell'audiovisivo. Gomorra, The Young Pope, L'amica geniale, Romanzo Criminale, I Medici, Suburra, hanno incuriosito e creato interesse anche tra il pubblico statunitense e internazionale, aprendo un mercato molto importante, vasto e remunerativo, per l'Italia. Abbiamo quindi pensato fosse arrivato il momento giusto per creare un appuntamento annuale dedicato a promuovere i nostri talenti', dice Valentina Martelli. La première del progetto ITTV viene lanciata il 19 settembre 2019 a Los Angeles, durante una giornata di conversazioni, trailer in anteprima, consegna di premi, incontri seguiti da un carpet party, in pieno stile hollywoodiano: uno showcase per sottoporre all'attenzione degli addetti ai lavori americani e internazionali la ricca produzione televisiva italiana, in concomitanza con gli Emmy Awards. Durante il panel dal titolo Opening Boundaries intervengono Martha De Laurentiis, presidente della De Laurentis Company, lo sceneggiatore, regista e produttore Peter Landesman, Nils Hartmann, direttore delle produzioni originali Sky Italia e la giornalista e critico televisivo di Variety, Elaine Low, figure chiamate in causa per parlare del cambiamento del mercato audiovisivo, affrontato e raccontato da chi lo sta vivendo in prima persona, dal punto di vista creativo e produttivo. 'Come agenzia pubblicitaria ITTV è per noi un'opportunità interessante per guardare fuori dagli schemi tradizionali', dice Marco Testa, presidente del gruppo Armando Testa, che continua precisando come: 'In precedenza abbiamo lavorato con successo al posizionamento dei prodotti nei film ma negli ultimi anni abbiamo sperimentato, lavorando con produzioni statunitensi, le potenzialità del 'branded content' in televisione. Il Festival non è solo un modo per mostrare al pubblico e ai professionisti americani la qualità dei talenti e delle idee italiane, ma anche un'opportunità per promuovere e aiutare il made in Italy'. All'evento partecipano anche le Film Commission italiane. Esistono infatti nel nostro Paese realtà produttive di settore e location ancora poco conosciute che meritano l'attenzione degli addetti ai lavori. Presenti l'Italian Film Commission, insieme alle regionali di Liguria, Veneto, Sardegna. Il Festival conta due location: la Soho House, dove si tengono screenings,



NewsCinecitta

FEdS

panel e incontri; e The London Hotel West Hollywood : sulrooftoppanoramico spazio a red carpet e party. I premi di ITTV sono creati dall' artista Fidia Falaschetti .Il Festival è Patrocinato dal Consolato Generale di Los Angeles e dall' ITA, l' Italian Trade Agency. Realizzato anche grazie al supporto di Italy-America Chamber of Commerce West e True Italian Taste. Media Partner di ITTV: Variety , Extra TV! , Cinecittanews.it , **Rivista** del **Cinematografo** , **Cinematografo**.it , FRED Film Radio .