

# Il cineturismo per lanciare Expo

## La ricetta di Contri con la Lombardia Film Commission

**MASSIMO IONDINI**

MILANO

**È** tutto cinema, cinema, cinema / ah, come *back to my old Chinatown*. Così cantava Paolo Conte nel brano *Lo zio*. Zio che per noi italiani non è più quello ricco d'America, ma quello cinese che gira i film a Milano e sul lago di Como e svuota i negozi di via Montenapoleone nei giorni in cui nottetempo si fanno le riprese in centro. È il caso del più importante kolossal cinese dell'anno, in uscita a Pechino e dintorni il prossimo maggio, il mese in cui qui da noi si apre Expo. Il che vorrà dire che, nei mesi successivi, il set di quel film (ovvero Milano) sarà invaso da molti altri cinesi in più. È il fenomeno del cosiddetto cineturismo. Un altro modo di intendere e promuovere l'Italia e il made in Italy. Basti pensare che da quando la Bbc ha iniziato a trasmettere *Montalbano* i visitatori inglesi del barocco siciliano nella Sicilia sud-orientale sono aumentati del 20%.

«È per questo che stiamo lanciando verso produttori e broadcaster di tutto il mondo, d'intesa con Expo, la campagna *Viaggiate leggeri* – spiega Alberto Contri, direttore generale uscente di Lombardia Film Commission, ente che ha guidato e rilanciato negli ultimi cinque anni –. A Expo saranno presenti 140 Paesi e, tra news e documentari, arriveranno a Milano più di mille troupe tutte assieme. Ebbene, ora possono prenotare online, ricevendo assistenza, tutte le apparecchiature che vogliono (cavalletti, luci, steadycam, telecamere a piacimento) tramite la guida alla produzione di Lfc, un database che è costato due anni di lavoro per certificare tutte le imprese specializzate».

Undici milioni di euro l'indotto del 2013 con 185 produzioni (14 indiane, targate Bollywood) assistite da Lombardia Film Commission. Undici milioni di indotto anche l'anno scorso con 204 pellicole girate in Lombardia e soprattutto nel capoluogo, tra cui il più importante film cinese dell'anno. È il nuovo *Miracolo a Milano*, ma con un'altra regia. Dall'occhio magico e neorealista di De Sica agli occhi a mandorla di questi nuovi blockbuster asiatici. Una realtà, più che un miracolo, da prendere al volo nell'anno di Expo, potenziale e provvidenziale volano per un'economia milanese, lombarda e italiana che vuole uscire dalla crisi e proiettarsi nel futuro.

«Tutto ciò ha importanti spinte economiche – spie-

ga Contri, stratega della rinnovata mission di Lfc dopo i precedenti anni bui –. Da una parte, promuovere l'indotto ovvero gli operatori locali, le comparse, i casting, ecc. Poi, rilanciando le produzioni cinematografiche internazionali in Italia, incentivare il cosiddetto *product placement* facendo pubblicità ai grandi industriali italiani che guardano all'estero (in India ci sono 800 bar con il marchio Ily caffè). Infine, lanciare il cineturismo. Basti pensare che il 10% dei fan del cinema indiano di Bollywood vanno poi in vacanza nei luoghi dove i loro beniamini hanno cantato e ballato nei film».

Ma cosa fa nello specifico una Film Commission? Anzitutto è o dovrebbe essere il principale punto di riferimento per chiunque decida di girare un film, un documentario o semplicemente degli spot in un determinato luogo. Pratiche per permessi, assistenza, fornitura di materiale, messa a disposizione di studi di produzione, sale trucco, parrucco, ecc. «E poi noi, anziché offrire soldi alle produzioni per farle venire da noi a girare per promuovere il territorio, offriamo risparmi – dice Contri –. Guardiamo i piani di produzione di chi vuol girare qui e diamo dei suggerimenti. Una volta volevano noleggiare una gru a 20 mila euro per fare una panoramica di Milano... Noi invece li abbiamo fatti andare gratis sulla Terrazza Martini e hanno fatto ottime riprese di tutto il centro dall'alto».

Dall'India, per girare un film a Milano, la prima volta vennero in 60, la volta dopo in 20, poi in cinque, visto che potevano noleggiare tutto e trovare anche le comparse. Per trovare cinesi e indiani ormai c'è l'imbarazzo della scelta.

«Abbiamo un database per le location con oltre 25 mila immagini: sarà una miniera d'oro in vista di Expo – spiega ancora Contri –. La Lombardia è la prima regione per fatturato audiovisivo, grazie anche a Mediaset, Sky, Discovery Channel, tutte aziende che supportiamo per permessi e altro. Il nostro cineporto, un centro di post produzione a Cologno Monzese, nel 2014 è stato impegnato per più di due mila ore».

Un altro cineporto, visto che dopo Milano la location più richiesta è il lago di Como, potrebbe presto sorgere anche nella vicina Lecco, al posto di una ex area industriale. «Dobbiamo ancora risolvere qualche criticità – ammette Contri –, a partire dalla scarsità di sinergie. Non si può aspettare un mese o più per avere un permesso. Se facciamo così perdiamo gli stranieri e la nostra attrattiva. Ricordo bene quando il film per la tv *Le cinque giornate di Milano* fu girato a Torino per l'inefficienza di qualcuno».



## da sapere

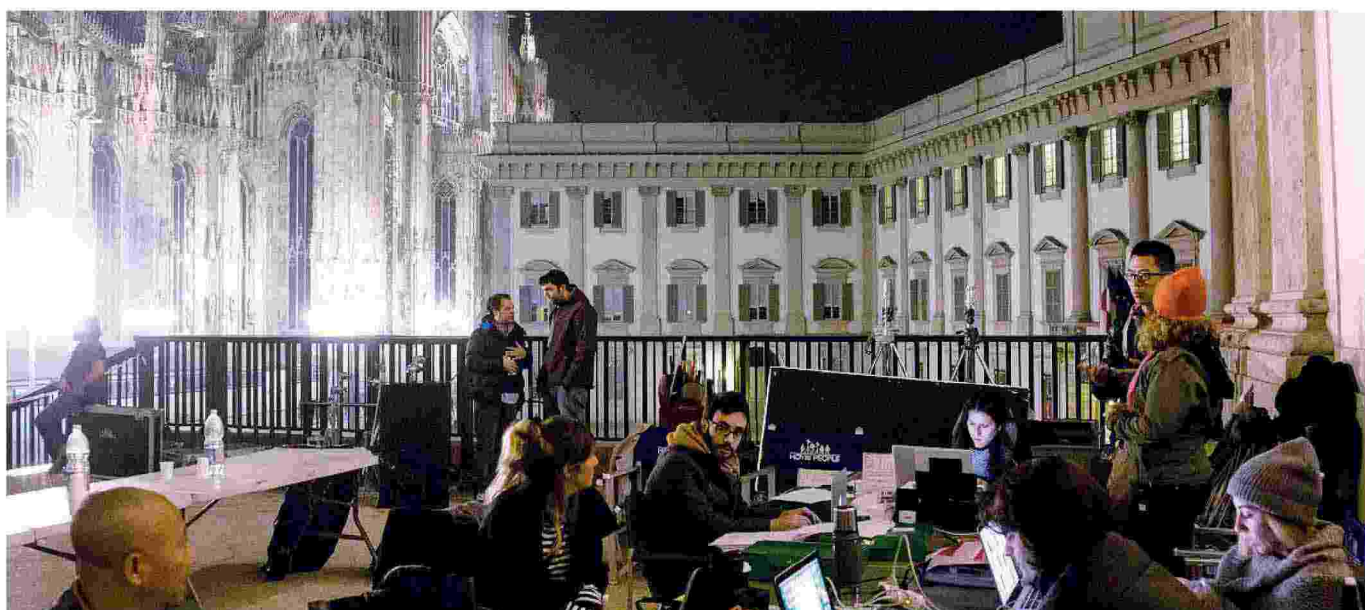
### La 17 «sorelle» a sostegno del cinema sul territorio

Le **Film Commission** sono enti senza scopo di lucro nati nel corso dell'ultimo decennio con l'obiettivo di promuovere le produzioni cinematografiche del territorio. Le **Film Commission** sono perlopiù a carattere regionale, ma ce ne sono anche provinciali e sono di solito cofinanziate da amministrazioni pubbliche come Regioni e Province. Le **Film Commission** sono nate allo scopo di costituire un riferimento per le produzioni nazionali e internazionali, gli investitori, gli autori, gli operatori professionali e le istituzioni del cinema e dell'audiovisivo. Gran parte di esse (attualmente 17) sono associate alla **Italian Film Commission (Ifc)** che, in assenza di un apposito quadro legislativo, si rifà al regolamento dell'**Association of Film Commission International (Afc)**. Naturalmente, in questi primi anni questi nuovi soggetti si sono spesso dovuti scontrare con una certa farraginosità burocratica oltre che con obiettivi non sempre chiari, vista la vastità del campo di azione. Così come è ampia la materia di cui si occupa la Ifc, il cui scopo è riunire organismi che a loro volta provvedano all'erogazione di servizi, tra i quali l'assistenza logistica, l'accesso alle risorse finanziarie locali, la concessione di permessi, la mappatura di maestranze e fornitori di servizi nei territori, la ricerca delle location. Attività di rilievo sono poi l'organizzazione di iniziative congiunte e la partecipazione ai principali festival e mercati cinematografici in Italia e all'estero, sempre all'insegna del made in Italy.

Per il dg uscente l'immagine di Milano e dell'Italia potrà essere un volano della ripresa grazie all'interesse del mondo intero a partire da India e Cina. In due anni 22milioni di euro di indotto e 400 produzioni



Alberto Contri



**LA TROUPE** Un momento di una ripresa cinematografica da una terrazza su Piazza Duomo a Milano.