

FILM COMMISSION



# A Milano fiorisce l'audiovisivo

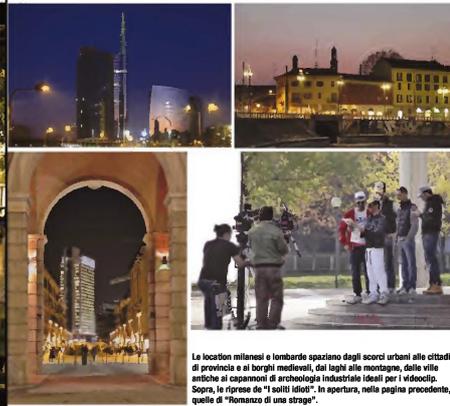
*Rinata nel 2009 con Alberto Contri, prima presidente e ora direttore generale, la Lombardia Film Commission punta sull'assistenza, forte della tradizione meneghina nella post-produzione pubblicitaria, e sulla varietà delle possibili location, sia urbane che paesaggistiche*

a cura di Elisa Lagomarsino

**I**l bilancio a tre anni dalla "rinascita" è più che positivo. Dal 2009 una gestione radicalmente nuova della Lombardia Film Commission ha riportato l'audiovisivo agli onori della cronaca a Milano e in regione, nonostante un budget ancora esiguo (600mila euro nel 2012, 200mila euro in più rispetto agli anni precedenti). Non solo il cinema, anche la tv è diventata protagonista con fiction (Stadio illegale, tv movie girato al penultimo piano del grattacielo Firelli), e una puntata

de *I Cesaroni* con location in Piazza Scala, Galleria Duomo, Piazza Duomo e Borsa), programmi (America's Next Top Model, che ha realizzato riprese al Cenacolo di Leonardo, grazie all'utilizzo di macchine digitali avanzatissime e a luci non troppo invasive, e *I soliti idioti*, girato al Cineporto) e videoclip. «Abbiamo studiato i punti di debolezza e avviato un rinnovamento che ha portato al rilancio della Fc», spiega il dg Alberto Contri. «Milano, dove peraltro si ambienta il 73% del girato in Lombardia,

a differenza di Torino, Roma e alcune città della Puglia, godeva di una pessima fama, dovuta soprattutto alle macchinisti burocratiche. Al punto che la fiction *Le 5 giornate di Milano* è stata girata a Torino, dove i produttori hanno trovato facilitazioni nei permessi, rapidità decisionali e sconti sui servizi. Abbiamo fatto di necessità virtù e, non potendo offrire denaro (la Lombardia, pur essendo la regione più ricca d'Italia, ha un piccolo fondo, di non più di 1mln di euro, distribuito l'anno scorso, mentre



Le location milanesi e lombarde spaziano dagli scordi urbani alle cittadine di provincia e ai borghi medievali, dai laghi alle montagne, dalle ville antiche ai capannoni di archeologia industriale ideati per i videoclip. Sopra, le riprese de "I soliti idioti". In apertura, nella pagina precedente, quelle di "Romanzo di una strage".

per il 2012 il bando non è ancora uscito), abbiamo iniziato a offrire un'assistenza tecnica puntuale, inserendo nel nostro staff un responsabile tecnico, Luigi Zaccotti e tre producer e mettendo a disposizione una stazione di post-produzione per visionare il girato giornaliero e fare dei pre-montaggi». Per realizzare delle riprese dall'alto, per esempio, si può utilizzare un palazzo di 30 piani, risparmiando così il noleggio di una gru. La post-produzione milanese, che grazie all'apertura nella pubblicità ha un grande know-how soprattutto digitale, può offrire servizi di altissima qualità. «Per questo», prosegue Contri, «abbiamo proposto alle regioni vicine di venire a post-produrre a Milano». La Lfc è una fondazione che ha

tra i propri scopi la Regione, il Comune, la fondazione Cariplo e Unisciamere. «Questo non è sempre così chiaro ai funzionari pubblici», continua Contri, «che vivono la gestione amministrativa del proprio ufficio come un territorio da difendere. Abbiamo risolto casi straordinari, come realizzare, per il film *Romanzo di una strage*, l'esplosione in Piazza Fontana, organizzare le riprese della serie *Una grande famiglia* in nove comuni quasi in contemporanea, dando vita a un coordinamento di Fc locali, tra cui quelle di Bergamo, Como e Monza, con una rete di operatori sul territorio». Per l'occasione è stato anche inaugurato il Cineporto di Cologno Monzese, vicino agli studi di Sky e Mediaset, che è diventato il quartier generale della Fc con camerini per trucco e parrucco, magazzino per scenografie e costumi, sale per uffici e redazioni (700mq complessivi, se si considerano anche la sede centrale di corso San Cotardo). Una volta al mese si realmano incontri per diffondere le best practice per far sì che il personale delle Fc locali o i referenti per il cinema e la tv dei Comuni imparino a dialogare con le Produzioni,

le società di servizi e gli uffici che devono autorizzare le riprese. «Andare incontro alle esigenze dei produttori, consentendo risparmi effettivi di tempo e denaro, è quasi meglio che offrire incentivi economici ma poi abbandonarli a se stessi», commenta il dg Contri. L'obiettivo, entro la fine del 2012, è creare anche a Milano, come a Torino, uno Sporzello unico. «Non è un percorso semplice perché diversi associati hanno competenze che si sovrappongono. Ora la filiera non fa più parte dell'Assessorato alla cultura ma dell'Assessorato alle Attività produttive e alla promozione del territorio e turismo, che mi sembra più corretto perché ci occupiamo dell'audiovisivo dal punto di vista industriale, non culturale. Mi auguro che anche a Milano si stabilisca che la promozione dell'audiovisivo è una priorità per attirare turisti e rilanciare il territorio». La Lfc si rivolge anche agli operatori internazionali, ipotizzando progetti di cine-turismo: «Produttori indiani e cinesi hanno recentemente manifestato interesse per le location milanesi e lombarde, che spaziano dai laghi alle ville antiche, dai borghi medievali agli skyline urbani moderni, dalle campagne alle montagne». Nel caso della tv, poiché raramente i progetti italiani vanno all'estero, si tende piuttosto a promuovere, attraverso la fiction, un turismo interno, come avvenuto con *Il commissario Montalbano*. Alcune puntate di *Un medico in famiglia* potrebbero essere girate in Lombardia. Saranno inoltre disponibili entro la fine di luglio il nuovo portale della Lfc, che - ospitando news, trailer e 26mila immagini - sarà utile per la ricerca di location e società di servizi, e una Guida alla produzione certificata, dove si troveranno, suddivisi per provincia, gli operatori dell'audiovisivo, dal trucco e parrucco al noleggio di attrezzature tecniche, dagli alberghi al catering. Infine, la newsletter bimestrale *Oltre la sipe* segue nel dettaglio tutte le mutazioni della tv e della pubblicità, che sta in parte diventando bandiera entertainment e product placement. Quest'ultimo, in particolare, è soggetto anche di convegni e seminari promossi dalla Fc, che spesso mette in contatto i produttori con aziende interessate a questa nuova forma di pubblicità. ♦



**L'ASSISTENZA TECNICA CHE LA LOMBARDIA FILM COMMISSION È IN GRADO DI OFFRIRE PERMETTE UN'OTTIMIZZAZIONE DELLA PRODUZIONE IN TERMINI DI RISPARMIO DI TEMPO E DENARO**