

L'INTERVENTO

Offriamo «location» e attiriamo turisti

di ROBERTO BOMBARDA

Prima la fiction sulla vita di Alcide Degasperi, ora le riprese per un film tv sulla Grande guerra nella città di Rovereto. Sono solo due esempi, due assaggi di come il cinema possa essere veicolo di attività economiche, di promozione turistica, di valorizzazione del territorio oltreché naturalmente di cultura. Del resto l'hanno capito in molti che diventare «location» di una produzione cinematografica o televisiva porta indubbi benefici, diretti ed indotti.

Tanto che si contano ormai a decine le «film commission», ovvero quelle organizzazioni che — a livello di una città, di una regione o di uno stato — assecondano le necessità delle case cinematografiche fornendo servizi di varia natura, dall'ospitalità alberghiera alle professioni artigiane necessarie per allestire un set (falegnami, elettricisti, imbianchini, sarti, ecc.), dalle comparse all'ufficio stampa e così via. Tanto che a giugno si svolgerà anche un'apposita borsa internazionale del turismo cinematografico.

La scuola, anche in questo caso, l'hanno fatta gli americani: basti pensare alle innumerevoli scenografie di New York, oppure al selvaggio west, per finire con location entrate nella storia del cinema quali i deserti di Arizona, Utah e Nevada. Ma la lezione americana è stata ben compresa in tutto il mondo. Bollywood, ovvero l'industria cinematografica indiana che sfiora per dimensioni il gigante statunitense, gi-

ra da anni i film ambientati in montagna tra le valli svizzere. Un'indagine commissionata dal ministero del turismo della Nuova Zelanda ha pure dimostrato come la trilogia del «Signore degli anelli», girato per l'appunto in Oceania, abbia contribuito a posizionare questo Paese come destination ideale, soprattutto per i giovani in cerca di avventura.

Anche le Dolomiti sono state lo sfondo di molti film, dall'«Orso» di Annaud, al «Cliffhanger» con Stallone a «The Italian job» girato per alcuni minuti ai piedi della Marmolada, eccetera.

Per citare altri esempi, «The Passion» di Mel Gibson, girato tra i sassi di Matera, ha svelato al mondo questo importante patrimonio culturale, mentre (su un piano meno artistico) una recente serie televisiva ha promosso in maniera stupefacente il maniero di Rivaombrosa.

Sugli schermi trentini è stato proiettato nelle scorse settimane il delizioso «Sideways» di John Payne. Un film che ha stravinato nei giudizi della critica americana, girato con semplicità tra i vigneti della Ca-

lifornia. Questo film è un «atto d'amore» verso il vino ed uno straordinario biglietto da visita per le cantine che hanno ospitato le sue riprese. Insomma, un gigantesco spot promozionale trasmesso in tutto il mondo, che sta portando sulle stesse strade e nelle stesse borgate contadine americane migliaia di appassionati di cinema e di vino. Ci si può legittimamente chiedere che cosa sarebbe successo se un film del genere fosse stato girato in Trentino, tra i vigneti della Rotaliana, di Isera o della Valle dei Laghi.

Da qualche tempo anche il Trentino si sta interessando alla costituzione di una film commission. Anch'io, con un apposito disegno di legge, ho avanzato una proposta in merito e la stessa riforma della cultura designata dalla vicepresidente Cogo individua una possibile soluzione. Ciò che preme sottolineare in questa sede è la relativa urgenza rispetto a questo investimento. Poiché se è vero che il film su Degasperi è stato girato in Trentino (non poteva essere altrimenti...), è vero anche che con una «film commission» attenta si potrebbero portare in Trentino produzioni come «Sideway»,

che rispetto a «The lord of the ring» costano molto meno e rendono forse ancora di più in termini di immagine del territorio.

Fra poche settimane si svolgerà in Trentino la nuova edizione del Filmfestival della Montagna, il primo dei tre concorsi internazionali che la nostra provincia ospita in campo cinematografico (gli altri due sono Religion Today e Cinema Archeologico). Si tratta di una vetrina di grande valore mondiale, che è sempre stata sottovalutata a livello locale per quanto riguarda le potenzialità commerciali. In maniera per certi versi incomprensibile. A Trento arrivano infatti produttori, registi e giornalisti da tutto il mondo e la presenza di una «film commission» potrebbe stimolare idee, proposte e progetti per la location di film in Trentino e nelle Dolomiti. Così cultura, turismo e business potrebbero finalmente diventare realtà, creando posti di lavoro, attività economiche, immagine turistica ed un indubbio ritorno positivo per il nostro territorio.

Roberto Bombarda,
consigliere provinciale dei Verdi