[two_third]

HG

È sempre più frequente vedere immagini di Genova come set di film o pubblicità. Perché la città risulta attraente per questo tipo di iniziative? Quali sono i suoi punti di forza?

EDM

Oltre alla indubbia bellezza della città e del suo territorio, direi che i motivi sono principalmente due.

Da un lato, il fatto che in un ambito territoriale piuttosto compatto si trova una grande varietà di “locations”: dal borgo di pescatori al palazzo rinascimentale, dalla collina rocciosa al sito industriale dismesso, dall’orto al terminal portuale. In pratica, un produttore ha la possibilità di “girare” più scene senza doversi spostare di molti chilometri.

Il secondo motivo risiede nel servizio che forniamo alle produzioni, sia in termini qualitativi che di rapidità, grazie anche al buon rapporto con le autorità territoriali. Ne è un esempio la recente chiusura al traffico di Via Balbi per una intera settimana per permettere di girare a Palazzo Reale alcune scene del film su Grace Kelly interpretato da Nicole Kidman senza il disturbo del rumore dei veicoli.

Negli ultimi due anni, poi, i servizi offerti sono stati ulteriormente arricchiti, con la struttura denominata “Videoporto”, sita a Cornigliano, dove le produzioni hanno a disposizione uffici attrezzati, foresteria, magazzini, e la prossimità fisica con molte aziende locali fornitrici di servizi di supporto vari (parrucchieri, sarti, noleggio luci, catering, etc).

HG

Quale attività svolge Film Commission Genova e quali risultati ha ottenuto per lo sviluppo della città?

EDM

Il “core business” tradizionale di tutte le Film Commission al mondo è quello di attrarre sul territorio di competenza (per noi la Regione Liguria) le produzioni audio-visive.

In questa direzione agiamo facendo conoscere le possibilità che offre la nostra regione e i servizi che possiamo fornire. Si tratta di comunicare essenzialmente al mondo dei professionisti del settore, tramite le riviste specializzate e la presenza ai più importanti appuntamenti cinematografici (Cannes, Berlino, Venezia), pur consci del fatto che nel mondo del cinema ciò che più conta è il “passaparola”.

Sotto questo profilo, per parlare di risultati, nel corso del biennio 2011-2012 sono state oltre 250 le produzioni assistite (tra film, fiction, spot pubblicitari, videoclip, documentari e servizi fotografici,) per circa 1.000 giornate di produzione.

Dal punto di vista delle ricadute economiche, ciò ha comportato circa 7.000 pernottamenti e poco meno di 20.000 giornate lavoro/persona, generando un volume d’affari diretto di circa 3 milioni annui e, quindi, calcolando anche l’indotto, una ricaduta complessiva sul territorio ligure di circa 4,5 milioni annui. Considerato che i contributi che riceviamo dalle istituzioni è di poco più di 200.000 euro annui, in pratica per ogni euro di contributo alla Film Commission, la ricaduta economica è stata di quasi 20 euro.

Accanto a ciò, abbiamo sviluppato un secondo filone di attività, che mira a rafforzare il settore audiovisivo nell'economia locale. In questa prospettiva si è dato vita ad una sorta di distretto, denominato Polo Audiovisivo di Cornigliano, localizzato a Villa Bombrini, dove si sono insediate oltre 35 aziende (prevalentemente di piccolissime dimensioni). Lo schema è quello dell'incubatore di imprese (ossia messa a disposizione di uno spazio e altri servizi in comune, quali wi-fi, sale riunioni, macchine da ufficio, formazione, consulenza, etc) ma riferito ad un settore specifico, quello – appunto – dell'audiovisivo. Dal momento che si tratta di imprese che spesso svolgono funzioni non concorrenziali tra di loro, ma complementari, la prossimità fisica tra di esse costituisce senza dubbio una notevole facilitazione di rapporti.

Con tale iniziativa abbiamo quindi non solo aiutato lo sviluppo delle imprese genovesi del settore, ma anche contribuito a rivitalizzare un territorio, quello di Cornigliano, che è in cerca di una sua nuova identità post-siderurgica.

Il



Galeone, nel Porto Antico di Genova, durante le riprese di un film.

HG

Esiste un film di un noto autore inglese intitolato “Genova”. Esiste un cambiamento dell’immagine di Genova nel mondo grazie all’industria cinematografica e della pubblicità?

EDM

Senza dubbio la percezione di Genova nell'immaginario collettivo è profondamente mutata rispetto a trent'anni fa. Da città grigia e poco attraente dal punto di vista artistico-culturale, è diventata una mèta turistica di tutto rispetto; in quanto abbia contribuito il cinema e la pubblicità è difficile dire. Infatti, non ci sono criteri attendibili per determinare l'incidenza degli audiovisivi girati in un determinato territorio rispetto alla attrattiva turistica di quel territorio.

"Genova" di Winterbottom, così come "Giorni e Nuvole" di Albanese, sono esempi in cui la città diventa protagonista, ma non sempre nelle scene girate (specie gli interni) la città è riconoscibile. Certo è che nell'ambiente delle produzioni audio-visive Genova e la Liguria vengono considerate con notevole interesse.

HG

In che modo la vostra attività prende in considerazione il rapporto della

città con il mare?

EDM

Come dicevo in esordio, Genova ha molteplici aspetti: il mare entra sicuramente in modo importante in molti di questi aspetti. Tra le tipologie di location che le produzioni ricercano a Genova sia la classica spiaggia, che la banchina portuale, che la passeggiata a mare, che il terrazzo “vista mare” sono molto “gettonati”.

D’altra parte, non dimentichiamo che uno dei primi casi di successo della Film Commission genovese è stato “Vento di Ponente”, nota fiction dei primi anni 2000, ambientata nei cantieri navali.

Head Image: Camogli a Baccadasse, uno dei borghi affacciati sulla costa genovese, utilizzato come set cinematografico.

[/two_third]