

ANTICIPAZIONI / I film che vedremo nel 2011

cinema & video

www.cinemaevideo.it international



Gli eccezionali incassi di "Benvenuti al sud" hanno dato grande visibilità a Castellabate, paesino del Cilento e alla "zizzona", megamozzarella locale. Abbiamo parlato del film, remake del fortunatissimo "Bienvenue chez le Ch'tis", con Maurizio Gemma, direttore della Film Commission Regione Campania, Donato Ciociola, presidente nazionale dei giovani di Unimpresa e organizzatore del "Salone della Mozzarella", e con Enrico Nicoletta, responsabile dell'Ufficio Turistico del Comune di Castellabate

□ CAROLINA MANCINI

Forse non raggiungerà le vette francesi, dove "Bienvenue chez le Ch'tis" ha battuto ogni record d'incassi (oltre 21 milioni di spettatori), superando anche "Titanic". Ma gli ottimi risultati al botteghino di "Benvenuti al Sud" (27 milioni di euro), remake italiano della commedia francese, nelle sale dal 1° ottobre, lasciano pensare che sia stata individuata una formula vincente, incentrata appunto sull'incontro/scontro Nord-Sud.

Una formula che, a differenza dei singoli film (che ovviamente la declinano a livello locale e che per questo non possono spingersi molto oltre i confini nazionali) può essere esportata con successo garantendo anche interessanti ricadute economiche ai territori oggetto delle riprese. È del 20% l'incremento turistico portato da "Bienvenue chez le Ch'tis" nella regione di Nord-Pas de Calais, e ci sono i presupposti perché un fenomeno analogo si verifichi in Campania, a Castellabate, il paese medioevale in provincia di Salerno che ha ospitato il set fra settembre e ottobre 2009. Ci ha creduto Maurizio Gemma, direttore di Film Commission Regione Campania, che racconta: "quando nel 2008 Cattleya e Medusa acquisirono i diritti per realizzare il remake, ci candidammo immediatamente ad accogliere le riprese." Offrendo una location esteticamente perfetta: "serviva un luogo con un'integrità e un'identità urbanistica forte e precisa, e Castellabate, arroccato su una collina, un centro storico medioevale patrimonio dell'Unesco, era l'ideale", ma sicuramente non semplice e con nessuna familiarità con il cinema.

"Negli anni siamo riusciti a promuovere Napoli, la provincia di Salerno, la Costiera, le Isole, addirittura a spingere le produzioni nella zona del Sannio e di Caserta, grazie anche alla presenza della Reggia. Mancava un evento importante per far emergere la tipicità di questa terra: il parco nazionale del Cilento e del Vallo di Diano." L'azione persuasiva non è stata semplice, ed è partita dall'invito allo sceneggiatore, Maurizio Gaudioso, a soggiornare a Castellabate, dove "ha modulato l'ambientazione sulla base anche dei suggerimenti che gli venivano dal territorio, dal mondo della cultura e della produzione. Il mare, per esempio, non era previsto nella prima stesura, poi invece si è deciso di utilizzarlo come elemento sorpresa."

"A quel punto, - prosegue Gemma, restavano da convincere il regista (Luca Miniero), la scenografia e la produ-

zione: dovevamo trovare gli ambienti giusti, cercando di far percepire il meno possibile le difficoltà legate al fatto di girare lontano dai distretti tradizionali, difficoltà a cui, peraltro, non si poteva sopperire con il fondo, che dal 2008 non avevamo più a disposizione."

Un piccolo contributo però (100 mila euro) è arrivato comunque dalle casse regionali, nello specifico dal settore che, all'interno dell'Assessorato all'agricoltura, si occupa della promozione dei prodotti della filiera enogastronomica.

Spiega Gemma: "Abbiamo individuato la possibilità di piazzare un placement che andasse a toccare tutti i "presidi d'eccellenza", primo fra tutti la "Zizzona di Battipaglia", la famosa mozzarella di Bufala, ma anche il limoncello, la pastiera, il nocino, il Fico Bianco del Cilento." Un placement che pare stia già dando frutti: Donato Ciociola, presidente nazionale dei giovani di Unimpresa e organizzatore del "Salone della Mozzarella" rileva che, secondo quanto segnalatogli dai produttori battipagliesi di "zizzona", c'è stato un aumento delle richieste, da tutta Italia, di mozzarelle simili a quella da 5 chili mostrata nel film.

La collaborazione del territorio ha poi giocato un ruolo fondamentale. Racconta Enrico Nicoletta, responsabile dell'Ufficio Turistico del Comune di Castellabate, che ha fatto da location manager: "la proprietaria di Palazzo Perrotti ha permesso che il set utilizzasse quasi tutto l'edificio, il titolare del Bar la Piazzetta ha concesso i locali dove è stato allestito l'Ufficio Postale. In piazzetta, dove è stato ricostruito anche il Municipio, si è ricreata l'atmosfera di "agorà" che si respirava nel passato, prima che questa piazza diventasse il 'salotto' del paese: oggi si affacciano qui solo i ristoranti". E in questa piazza si attendeva la troupe a fine riprese, cementando i rapporti con la comunità locale (nel centro storico vivono 800 persone, che sono aumentate di un quarto durante le riprese).

"Tutti hanno imparato qui "o ballo do cavallo", il tormentone dell'estate da queste parti, che poi è stato inserito nella scena in cui Bisio è in autostrada, sulla Salerno-Reggio Calabria".

Dopo il Piemonte di "Elisa di Rivombrosa" o la Sicilia di "Montalbano", il Cilento si candida a diventare la prossima meta dei cineturisti: "In questo primo mese abbiamo registrato un certo movimento - afferma Nicoletta - e nell'ultima settimana stanno 'spuntando' turisti

dalla Puglia e dalla Basilicata, cosa anomala per questo periodo dell'anno. Con il Comune e la Provincia stiamo mettendo a punto il piano di promozione "Benvenuti al Sud-Benvenuti a Castellabate", che prevede che nel percorso dal centro storico alla Marina Piccola vengano installati dei banner che introducano il turista nella location, corredati di foto e movie map. In una seconda fase il percorso si trasferirà anche sul sito istituzionale

del comune, in una sezione dedicata al film." Se il territorio punta a promuoversi attraverso il film, Medusa, distributore del film, mira al territorio per spingere il titolo: dei numerosi concorsi legati a questo titolo, ben due mettono in palio un viaggio nei luoghi del film, uno è stato realizzato in collaborazione con Blockbuster, l'altro è un gioco che si svolge su Facebook, e che insiste sulla contrapposizione Nord/Sud.

LA "ZIZZONA" ALLE GIORNATE

Sarà presentato il 30 novembre a Sorrento, in occasione delle Giornate Professionali di Cinema, la prima edizione di **Ginecibo**, festival del cinema a tema enogastronomico, diretto da **Nicola Acunzo**, con la presidenza onoraria di **Michele Placido** e l'organizzazione di **Donato Ciociola**.

Il Festival si svolgerà dall'8 al 10 luglio all'Ariston di Paestum, una struttura espositiva a pochi passi dalla spiaggia dotata di 3 sale cinematografiche che ospiteranno i film in concorso: opere che abbiano come tema il valore del cibo e il territorio di appartenenza.

All'interno dell'Ariston sarà allestita un'area dedicata alla degustazione delle produzioni tipiche campane e di altri territori: saranno coinvolti circa 120 espositori del settore agroalimentare.

In collaborazione con la Film Commission Regione Campania e con i produttori di tipicità saranno organizzati i percorsi tematici **Le vie di Ginecibo**, che interesseranno il territorio della Piana del Sele (Salerno), con l'obiettivo di far conoscere i luoghi di produzione delle eccellenze enogastronomiche e di promuoverli come location di film e fiction.