

## LAVORO

**SAPER FARE** PAG23

Le giacche di Boglioli: abilità manuale per un "vintage di lusso"

**IMPORT EXPAT** PAG24

Un gesuita in Bolivia e un monaco buddhista fuori dal mondo

Bollywood a Venezia. Sul set del film *Kambakkht Ishq* (Damned Love). Foto: Maurizio La Pira

## La venditrice di location. Giulia Salvadori trova set cinematografici per i film di Bollywood ambientati in Italia

Cartoline per nuovi ricchi

di Livio Milanesio

Almeno due volte all'anno, Giulia Salvadori riempie la valigia di paesaggi italiani. Confeziona brochure, dossier, raccolte fotografiche di città e parte per l'India. L'aspettano schiere di nuovi ricchi indiani, frutto della potente crescita economica del Paese, affamati di stile, moda e di tutti i *symbol* che possono affermare il successo del proprio *status*. E quale paese meglio del nostro ha l'opportunità di offrire un tale bagno di prestigio?

Ma non è di vacanze per giovani *tycoon* bengalesi o punjabi che Giulia Salvadori si occupa. Lei offre paesaggi italiani che finiscono

nel mondo dei sogni della più grande industria cinematografica. Come *line producer*, Giulia trova e organizza location italiane per le produzioni cinematografiche indiane.

Genericamente conosciuta come Bollywood (ma il *-wood* cambia prefisso a seconda della lingua e della regione in cui i film sono girati: ci sono ad esempio Tollywood in bengali, Kollywood in tamil, Mollywood nel Kerala), la cinematografia indiana produce circa mille titoli l'anno, il doppio delle pellicole di quella statunitense. Serve un mercato sterminato, dentro e fuori i confini nazionali. Il pubblico apprezza le storie



Un balletto in Laguna con gli attori di *Kambakkht Ishq*. Foto: Maurizio La Pira

ambientate tra i paesaggi esotici di Australia, Stati Uniti, Inghilterra e soprattutto della vecchia Europa. E quando le storie si fanno romantiche, lussuose ed edonistiche, il nostro paese diventa la location ideale per qualunque produzione.

L'Italia è la Shangri-La dei nuovi ricchi. Dal Dopoguerra in poi americani, giapponesi, arabi, cinesi e russi l'hanno eletta meta distintiva del successo. Il nuovo Grand Tour dell'ostentazione passa da qui: centro dello shopping di alta moda, patria della Ferrari, di Armani e di Romeo e Giuletta. Romanticismo, lusso e dolce vita. I nuovi ricchi indiani si stanno adeguando. "Se qualche anno fa molti indiani facevano fatica a collocare geograficamente l'Italia rispetto a Londra, oggi — racconta Giulia Salvadori — capita di scambiare idee ed esperienze sulle Cinque Terre o sulla zona del Chianti con gli imprenditori locali durante un evento dell'Indo-Italian Chamber of Commerce".

Quarantenne, milanese, la "specializzazione" indiana di Giulia Salvadori nasce per caso. Durante la lavorazione di uno spot pubblicitario in Egitto, Aarti Surendranath, un mito tra i *producer* indiani, le parla delle opportunità del cinema del suo paese e si offre di presentarla ad alcuni produttori di Mumbai. Come racconta Salvadori, l'appoggio di un nome importante in India è cruciale: diversamente si rischia di rimanere invischiati in presentazioni senza sbocco con una pletera di assistenti cortesi ma poco rilevanti. Il tentativo ha tanto successo che la milanese ha eletto l'India a seconda casa. I luoghi che il cinema indiano richiede sono spesso gli stessi: le spiagge di nord e sud Italia, le vie dello shopping con i marchi del Made in Italy in bella vista, caffè e ristoranti storici e anche un tocco di archeologia romana: tutto quello che non sfignerebbe in una splendida cartolina spedita da un luogo da favola.

I line producer sono una ricchezza per il nostro paese: ogni location è una cartolina turistica per i nuovi ricchi dell'India

Con una punta di comprensibile orgoglio, Salvadori considera il proprio lavoro una fonte di ricchezza per il nostro paese. "L'ambientazione di un film in Italia è un'opportunità straordinaria di promozione turistica", racconta a Italic. "Il cinema in India ha un enorme ascendente sullo stile di vita e le tendenze della popolazione. E i protagonisti sono venerati come divinità, tanto che star come Salman Khan hanno persino dei templi a loro dedicati".

Il suo lavoro non è semplice. Tenere i rapporti fra Italia e India significa coltivare continui contatti con il territorio. L'ENIT (l'Agenzia Nazionale del Turismo) ha uno dei suoi osservatori — le "Antenne" — a Mumbai, sotto la responsabilità di Salvatore Ianniello che fa da punto di riferimento. "L'intraprendenza personale è fondamentale. Con Salvatore, che è una miniera di idee, si lavora molto bene", dice entusiasta Salvadori. Quando nel 2009 una troupe girò sul Gargano alcune scene del film *Housefull*, in occasione dell'uscita del film nelle sale Ianniello organizzò con il tour operator indiano Kuoni la promozione della Puglia. Operazione ripetuta per Verona, ambientazione dell'ultimo film a cui Giulia Salvadori ha lavorato: una campagna di promozione ha coinvolto affissioni, annunci sulla stampa locale e il coinvolgimento dei baristi del circuito Lavazza in India. Dal lato dell'accoglienza nel nostro paese, Ianniello organizza seminari per i tour operator italiani per spiegare come accogliere i turisti indiani.

Le risorse economiche, in Italia, restano un punto debole. Gli indiani, pur consapevoli dell'unicità degli scenari del nostro paese, fanno bene i conti. La scelta di una location dipende molto dalla disponibilità del territorio a venire incontro alle esigenze della produzione, con agevolazioni, spazi e servizi, risorse. "Girare in Italia è complicato e costoso. I permessi

necessari sono molti, la burocrazia a volte difficile da comprendere, le troupe locali costano care e spesso non parlano inglese", racconta la producer. A queste condizioni, persino l'Inghilterra diventa più conveniente. Grazie alle agevolazioni della British Film Commission, il risparmio sul budget previsto dalla produzione può arrivare fino al 35%.

In Italia la rete delle diverse *film commission* che si occupano della promozione del territorio attraverso il cinema è parcellizzata a livello regionale, a volte anche provinciale, con potenzialità molto diverse. "Si lavora bene con Piemonte, Puglia, Friuli e con la neonata commissione del Trentino. Altri sono troppo spesso sprovvisti di risorse concrete", racconta Salvadori.

Malgrado ciò le *film commission*, anche quelle che possono contare su poche o nulle risorse da spendere, hanno capito l'importanza di promuovere il territorio attraverso il cinema. Verona è uno degli esempi più positivi: "Per *Rockstar*, con protagonista la promessa di Bollywood Ranbir Kapoor, il Comune e la *film commission* locale hanno fatto squadra per offrire ai produttori la massima collaborazione".

Le produzioni bollywoodiane sono una preda ambita, attirano investimenti e sono un ottimo biglietto da visita all'estero. Città, regioni e località turistiche di tutto il mondo fanno a gara per offrire soggiorni promozionali ai produttori, che spesso declinano per via del loro forsennato ritmo di lavoro. "Ma a parte Thailandia e Malesia che garantiscono bassissimi costi di produzione — assicura Salvadori — il nostro paese ha pochi rivali nell'immaginario dei nuovi indiani".

Al prossimo viaggio, intanto, la sua valigia continuerà a sfornare meraviglie sotto gli occhi dei cineasti indiani, possibili location di un paese che spesso dimentica quanto gli risulti facile essere esotico e irresistibile.