

Un'industria che vale 20 mila posti di lavoro

**PER OGNI EURO
INVESTITO NELLA
PRODUZIONE DI FILM
NE RIENTRANO
ALLA CITTA'
3 E MEZZO**

LE CIFRE

ROMA Pensare che per ogni euro speso dalla produzione di un film, l'economia di Roma ne recupera, in forma diretta o indiretta, 3,57. Pensare che non c'è solo l'effetto scontato del premio Oscar della "Grande Bellezza" a rilanciare l'immagine di Roma all'estero e dunque ad alimentare il flusso di turisti, ma ci sono anche pellicole meno memorabili come "Angeli e Demoni" a dare benefici, tanto che influiscono sul numero dei visitatori a Castel Sant'Angelo, tanto che in rete c'è chi offre tour nei luoghi del film tratto dal libro di Dan Brown. Pensare - ultimo elemento che fa comprendere quanto Roma sia miope nel frenare i set - che l'audiovisivo vale 20 mila posti di lavoro e 4.000 imprese a Roma e dintorni: nonostante tutto, grazie alla fiction che colma le flessioni del cinema, è una delle industrie che ancora funzionano, anche se sono lontani i fasti del Dopoguerra.

Secondo un report della Fondazione Rosselli per Luce-Cinecittà, che cita una ricerca della Luiss, il sistema di sostegno alle produzio-

ni nel Lazio ha generato una ricchezza di 600 milioni di euro. Ecco perché frenare la produzione di film a Roma è una tattica suicida.

Luciano Sovena, presidente di Film commission di Roma e del Lazio: «Altro che frenare. Vorrei portare qui le produzioni dei film di Bollywood. Sarebbero un volano straordinario, darebbero opportunità di lavoro e consentirebbero di promuovere Roma in un mercato del turismo come quello indiano». Il problema è che spesso nella Capitale si danno molte cose per scontate: si ha la certezza che la Città Eterna abbia un'immagine impareggiabile e già conosciuta. Vero, ma solo in parte: nel turismo ci sono nuovi mercati per i quali molte cose non sono così scontate. Scherza il presidente di Confcommercio di Roma, Rosario Cerra: «Un mese fa, in Cina, nel ristorante di un grande albergo, ho tentato inutilmente di spiegare al proprietario che la pizza non è stata inventata in Usa come lui pensa. Al di là dell'aneddoto, ci sono mercati emergenti del turismo da conquistare e le grandi produzioni cinematografiche ci possono aiutare». Giuseppe Roscioli, presidente di Federalberghi: «Sottovalutare l'effetto positivo per il turismo di film come la "Grande bellezza", "Ocean Twelve" o "Angeli e demoni" è folle». C'è chi ricorda che anche produzioni meno roboanti, come la fiction "I Cesaroni", sono un catalizzatore, prova ne siano i turisti che vanno a visitare il bar della

Garbatella dei Cesaroni. Parlare di turismo a Roma significa fare riferimento a oltre 12 milioni di visitatori all'anno, con la necessità di intercettare i nuovi mercati, in primis indiano e cinese. E allora bisogna tornare ai numeri per capire quanto sia decisivo per Roma non allontanare le produzioni. Il dato sull'euro investito dai produttori che vale 3,57 come ricadute su Roma è stato elaborato da una ricerca dell'Ape (associazione produttori esecutivi) in collaborazione con La Sapienza.

LE REGIONI

Negli ultimi anni la competizione tra le varie regioni per convincere le case di produzione a scegliere il proprio territorio per girare i film è diventata agguerrita (a colpi di finanziamenti), con il protagonismo, che può constatare chi va al cinema, soprattutto della Puglia (vedi la Lecce di Ozpetek) e del Piemonte. E il Lazio? La Regione ha deciso di distribuire finanziamenti (15 milioni all'anno) per film e fiction sulla base di criteri tecnici, per evitare che una commissione abbia il potere discrezionale di sentenziare a chi dare i soldi. La strada che si segue ora, battuta dalla Film Commission, è quella di puntare sulla promozione e sulle relazioni internazionali, offrendo oltre alla bellezza di Roma, anche agevolazioni fiscali. Ma se tariffe alte e burocrazia spaventano i produttori, è un lavoro inutile.

M.Ev.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

