

Cinema Sul set va in scena il territorio

Nel 2016 la Ticino Film Commission ha generato un indotto diretto di 1,6 milioni

■ «Bisogna sempre ricordare che siamo un progetto di politica economica e non culturale». La premessa del presidente **Nicola Pini** è necessaria, in quanto il metro di giudizio per la Ticino Film Commission è strettamente legato al suo indotto sul territorio. Si perché incoraggiando e sostenendo la realizzazione di ogni tipo di prodotto audiovisivo (cinema, televisione, pubblicità e multimedia) le ricadute per la regione possono avere un certo peso. «E con l'attività del 2016 possiamo quantificare le spese dirette a favore del cantone in quasi 1,6 milioni» anticipa Pini, precisando come «ciò sia stato possibile accompagnando una ventina di progetti». Numeri, questi, che sono in crescita. «A titolo di paragone nel 2015 avevamo supportato 11 iniziative, generando un indotto diretto di 600.000 franchi». Tornando allo scorso anno, la colla-



NICOLA PINI
Il presidente della Ticino Film Commission crede nelle grandi potenzialità del territorio.
(Foto Maffi)

borazione con produttori nazionali e internazionali si è tradotta in circa 1.000 pernottamenti come pure in professionisti attivi in Ticino chiamati a lavorare con le diverse troupe.

Ma tra gli obiettivi della Ticino Film Commission v'è anche la promozione indiretta del territorio quale destinazione turistica. In tal senso Pini riconosce «alla variegata bellezza del nostro territorio un grande potenziale per poter essere attrattivi su scala internazionale». In termini di visibilità e in un periodo in cui fa discutere il video su Youtube che promuove le cosiddette Maldive di Milano in Val Verzasca, al presidente della Ticino Film Commission piace dunque ricordare la portata di alcuni progetti promossi nel 2016: «Ad esempio il film Mister Felicità di Alessandro Siani, che inizia al LAC di Lugano, è stato visto da 1,7 milio-

ni di spettatori. O ancora, per restare in tema, il video proprio in Val Verzasca di una compagnia indiana che ha generato 3 milioni di visualizzazioni online». Grazie a un'apposita «guida alle location», la Ticino Film Commission cerca dunque di far viepiù incontrare il sud delle Alpi con nuovi prodotti audiovisivi. «Mentre la guida alla produzione mira a mettere in rilievo tutti i professionisti del settore presenti in Ticino e sui quali possono fare sicuro affidamento i nostri partner» evidenzia Pini. E in questi giorni di Locarno Festival, conclude, «abbiamo la grandissima opportunità di avere i gotha del cinema in casa e di poter far loro conoscere quanto possiamo offrire sia in termini di risorse umane sia a livello di territorio. Vogliamo essere uno strumento innovativo per promuovere il nostro Ticino tramite l'emozione». **M.S.**