

## MARCHE FC

UN TERRITORIO  
DA RISCOPRIRE

*Non solo location da promuovere, ma anche un vivaio di nuovi talenti da coltivare. Il responsabile della Marche Film Commission, **FRANCESCO GESUALDI**, ne indica gli obiettivi: far crescere l'industria regionale, e – come conseguenza – sostenere tutto l'audiovisivo italiano*

a cura di Maria Pierangeli

**È** un momento delicato per l'audiovisivo, che non brilla per competitività nei confronti di un mercato estero particolarmente aggressivo, intenzionato a recuperare l'impasse post-pandemia. *Tivù* ne ha parlato con Francesco Gesualdi, dall'aprile scorso alla guida della Marche Film Commission, la divisione della Fondazione Marche Cultura che dedicherà sempre maggiori risorse e talenti alla costruzione di un polo produttivo sul territorio. Già segretario generale della Regione Lazio, tra i fautori del RomaFiction Fest e una lunghissima esperienza in Cinescittà, Gesualdi intende cambiare radicalmente approccio, metodo e (si spera) anche capacità di spesa nei prossimi anni.

**Cosa dovremmo aspettarci dalla sua nomina a direttore?**

Il mio ingresso nella Marche Film Commission ha coinciso con una volontà politica ben precisa che il Presidente della Regione Marche, Francesco Acquaroli, e l'assesso-



re alla cultura Giorgia Latini (oggi parlamentare), hanno espresso, indicando nell'audiovisivo un asset importante per lo sviluppo della Regione, progetto sposato anche dalla nuova assessora Chiara Biondi. In questo quadro, che prevede circa 16 milioni di euro a sostegno delle produzio-

Francesco Gesualdi è da giugno responsabile della Marche Film Commission

ni, si inserisce il rilancio della FC. Sento una grande responsabilità, considerata la grande aspettativa che il settore ripone in questa operazione. La Film Commission è uno strumento che eroga finanziamenti e servizi proprio per incentivare - con fondi e attività a sostegno - la scelta del territorio marchigiano, in grado di soddisfare ogni esigenza paesaggistica delle produzioni, dato che le Marche custodiscono patrimoni inestimabili di bellezza e cultura. Con il nuovo sito, online da gennaio, si potranno vedere le location disponibili ed eventualmente disporre dei nostri location manager e dei nostri servizi, così come dei cv dei professionisti marchigiani. Ci siamo posti come facilitatori nell'impresa più ardua per un produttore, quella di gestire i rapporti con le amministrazioni per l'ottenimento dei permessi e l'occupazione del suolo pubblico. La FC lo fa ben sapendo che cinema e tv sono un volano straordinario per promuovere il territorio: basti pensare a titoli

quali *Montalbano*, *Imma Tataranni*, *I delitti del BarLume*, *Don Matteo*.... Nelle Marche questa attività è stata ignorata per anni, e la missione che la Giunta regionale ci ha affidato è proprio quella rilanciare il territorio attraverso il veicolo dell'audiovisivo, consapevoli di quanto sia importante per sviluppare anche il turismo. All'ultimo MIA abbiamo incontrato molti produttori, ci siamo aperti al mercato internazionale proprio per questo motivo.

**Che conoscenza avevano gli operatori internazionali della Regione?**

A dir la verità, molto scarsa, d'altronde non si è mai intrapresa un'attività di promozione attraverso l'audiovisivo. Il lavoro da fare è molto, ma è un'attività che intendiamo svolgere per recuperare la missione della Film Commission. Vogliamo anche dare spazio alle produzioni locali, micro e piccole imprese per la maggior parte (a eccezione della realtà globale della Rainbow di Iginio Straffi). Cercheremo di dare opportunità a quegli operatori che vogliono crescere e affermarsi. Ci sono attrici e attori molto validi che faticano a farsi conoscere, produttori che devono essere aiutati a produrre film con budget più significativi per aumentare la qualità. Tutto questo substrato artistico, culturale e imprenditoriale ha bisogno di una mano e noi siamo qui per questo.

**Che ruolo avrà la formazione? Nascerà il polo formativo annunciato alla Mostra del cinema di Venezia?**

È noto che il ruolo del produttore è cambiato rispetto all'epoca del grande cinema italiano, quando gli investimenti erano frutto anche di sacrifici personali. Oggi



In alto, *Il giovane favoloso* di Mario Martone e, a destra, *Corsage* di Marie Kreutzer



la sua figura è più simile a quella di un manager che deve costruire un budget cercando le risorse e opportunità di finanziamento. Chi non ha questa formazione, o la capacità di interagire con questo mondo, ha bisogno di strumenti specifici. Si tratta di un percorso lungo e complicato che va sostenuto con stage formativi. In questo senso a Venezia l'assessora alla Cultura Giorgia Latini, all'epoca non ancora parlamentare, ha annunciato la creazione di un'Academy che troverà sede in Villa Bonaccorsi, una residenza d'epoca a Potenza Picena, di proprietà del MiC e a sua volta conferita alla Regione per realizzare attività di formazione culturale e sociale. Mancano ancora alcuni passaggi per poter poi avviare i lavori di ristrutturazione coerenti con le attività che andranno svolte. Parallelamente, definiremo i contenuti dell'offerta formativa e chiameremo i profili più adatti a svolgere le attività didattiche. Stiamo inoltre mettendo a punto un protocollo d'intesa con la Poliarte, una struttura di formazione di Ancona, recentemente

acquisita da Iginio Straffi, per avviare un'attività di alta formazione destinata ai professionisti marchigiani. Vogliamo mettere in condizione tutte le maestranze, attori, attrici e imprenditori di crescere e avere una preparazione sempre più specializzata.

**Dopo la pandemia, cosa si aspetta da una realtà più piccola e tutta da costruire rispetto alla sua esperienza nel più complesso audiovisivo laziale?**

La pandemia ha sicuramente complicato la vita di questo comparto, ma i dati di questo inizio di stagione inducono a un moderato ottimismo. Mai come in questi anni si sono prodotti tanti film, nonostante le difficoltà che tutti conosciamo. Quello che stride è che tutte queste produzioni non siano poi così apprezzate dal pubblico. È vero, la crisi delle sale e le piattaforme on demand spingono a vedere i film a casa, ma Francia, Spagna, Germania – che hanno avuto identici problemi - non hanno avuto le stesse conseguenze. Oggi vedo due tipi di problemi. Il primo riguarda la necessità di riportare le persone nelle sale |→



adottando campagne promozionali più efficaci, a cominciare da una politica sul prezzo del biglietto. Per quello che possiamo fare, ci stiamo attivando con gli esercenti marchigiani per un lavoro sulle scuole; formare i bambini è un passaggio fondamentale per creare un nuovo pubblico, così come parlare di cinema, farlo diventare argomento in tv e radio, locali e nazionali. La sala è un presidio culturale da difendere; nel nostro presidio regionale ci impegneremo in ogni modo, insieme agli esercenti e agli operatori. L'altro problema riguarda la qualità dei film italiani: un tema che solo da poco è stato posto all'attenzione, prima dal direttore della Mostra del Cinema di Venezia, Alberto Barbera, e, più recentemente, da Nanni Moretti. Gli incassi modesti, salvo qualche recente eccezione, mostrano uno scarso gradimento. Credo che quella dei budget contenuti per essere competitivi sia una questione da affrontare rapidamente e che un primo passo sia evitare di erogare i contributi a pioggia, concentrandoli su titoli potenzialmente più appetibili. In questa logica, sarebbe opportuno un coordinamento tra FC e il MIC per evitare una dannosa polverizzazione delle risorse.

**Il PNRR è adeguato alle esigenze del settore?**

Sono a conoscenza di un in-

gente investimento che verrà erogato su Cinecittà, in ottica di innovazione tecnologica. Avendoci passato tanti anni della mia vita professionale, mi emoziona sempre parlarne, e sapere che lo Stato investe cospicue risorse per renderla competitiva sul mercato internazionale, mi fa molto piacere, sapendo anche che le persone chiamate a gestire questa fase sono una garanzia per il buon fine dell'operazione. Come Marche FC stiamo invece studiando per capire cosa sia previsto per i territori. Nonostante la Giunta Regionale abbia cambiato passo rispetto alla cultura, e all'audiovisivo in particolare, aumentando le risorse, il nostro obiettivo sarà focalizzato non solo su quelle pubbliche, ma soprattutto nella ricerca di partner. Inaugureremo dei roadshow presso le associazioni di categoria per illustrare loro le ricadute positive per le loro attività se decidessero di investire su serie e film. Il rapporto con il Turismo è l'altro punto nodale: la Giunta ha creato l'Agenzia per il Turismo, guidata da Marco Bruschini, con il quale ho già lavorato e con cui intendiamo coordinarci, consapevoli che una stretta interazione potrà produrre risultati eccellenti, in particolare sul tema dell'internazionalizzazione.

**Il metaverso può essere una via di innovazione?**

A sinistra, *La Banda Grossi* di Claudio Ripalti. A destra, una veduta del Palazzo Ducale di Urbino

## L'AUDIOVISIVO PUÒ CONTRIBUIRE ALLO SVILUPPO DEL TURISMO

Credo siamo ancora in una fase sperimentale e che per l'Italia varrà ancora un approccio di tipo "tradizionale" alla costruzione delle storie. È piuttosto appannaggio delle nuove generazioni, più attente alle novità, che però d'istinto si muovono verso un prodotto non italiano. Sono linguaggi che richiedono investimenti importanti: altri sono partiti prima e, quando arriverà un prodotto italiano adeguato, sarà sempre arrivato dopo.

**C'è qualcosa che l'audiovisivo ancora non ha raccontato?**

I temi non cambiano, basta guardare l'offerta delle piattaforme. Quello che invece andrebbe attenzionato sono le produzioni mediterranee, un fenomeno che potrebbe sollecitare il racconto di nuove storie, con nuovi linguaggi. Ci sono esempi in Turchia, Israele, nei Paesi Balcanici (cfr. *Tivù* di ottobre, ndr.). In Italia dovremmo agganciarci a queste realtà, magari stimolando le coproduzioni. Come Marche FC, vorremo aprire un dialogo, anche operativo in tal senso. Abbiamo tante cose da fare per rilanciare il tessuto produttivo delle Marche e vorremo anche poter raccontare agli appassionati di serie storie e personaggi che hanno onorato questo territorio, per far emergere le bellezze naturali e culturali della Regione.

