



Extrait du Close-Up.it - storie della visione

<https://www.closeup-archivio.it/intervista-a-vittorio-moroni,2715>

Intervista a Vittorio Moroni

- INCONTRI - INTERVISTE -



Date de mise en ligne : mercoledì 9 maggio 2007

Close-Up.it - storie della visione

L'uscita dell'ultimo lavoro di Vittorio Moroni, *Le ferie di Licu*, è stato il punto di partenza di un'interessante discussione sui soliti problemi, tutti italiani, legati alla produzione e alla distribuzione cinematografica. Gentile e disponibile, il regista ci ha mostrato le vie alternative per far emergere il cinema indipendente.

Ne Le ferie di Licu torna il tema della 'storia d'amore', stavolta in chiave diversa rispetto a quella del tuo precedente lavoro, *Tu devi essere il lupo*. Da cosa è dipesa la scelta di passare dal film di fiction al documentario?

Inizialmente non ero attirato dalla storia d'amore tra Licu e Fancy. Sempre che ci sia effettivamente stata. Ero interessato al personaggio di Licu, a come viveva in Italia e alla sua necessità di ricostruire la propria identità. Nel periodo in cui lo seguivo fra i suoi problemi lavorativi e quelli legati ad aspetti più materiali, è arrivata la busta contenente le foto della sua futura moglie.

Come era iniziato, quindi, il progetto del documentario?

L'idea principale era di realizzare un film di fiction. Non una storia d'amore. Un film in cui erano presenti personaggi bengalesi; sentivo però di non conoscere bene questa comunità, ed allora ho iniziato ad esplorare. Quando ho conosciuto Licu ho trovato più interessante lui e, di conseguenza, il fatto di realizzare un documentario su di lui rispetto alla sceneggiatura che stavo scrivendo. Mi sono affezionato a un progetto di documentario che stava diventando una cosa sempre più lunga e affascinante. La svolta è arrivata durante le riprese. La lettera, le foto, il matrimonio. Non so se si possa realmente definire 'storia d'amore', ma abbiamo ritenuto giusto andare avanti su questa strada.

Come è stata presa la presenza della troupe da parte degli abitanti del villaggio natio di Licu?

Siamo stati accolti molto bene. La gente è ospitale e curiosa di conoscere chi viene da lontano. Abbiamo pensato che la nostra presenza potesse condizionare lo svolgimento degli eventi. Ma i problemi legati al matrimonio erano altri, come ad esempio lo stato sociale di Licu, giudicato non all'altezza dei familiari di Fancy, e le difficoltà legate ai preparativi. Ho goduto di grande libertà, anche grazie all'uso di teleobiettivi e radiomicrofoni, che mi hanno consentito di filmare senza risultare troppo invadente.

Spostiamo l'attenzione sulle problematiche legate alla produzione e alla distribuzione cinematografica...

Ci siamo autoprodotti senza sapere la rotta del film. Non credevo possibile l'eventualità di trovare qualcuno che producesse un lavoro così libero. Per quanto riguarda la distribuzione, il discorso è più complesso. In questo momento è difficilissimo distribuire film italiani anche di qualità o apprezzati nei festival. E' come se non ci fosse nessuna ambizione, nessuna voglia di rischiare.

Da cosa può dipendere questo problema?

In parte dipende dal fatto che una distribuzione, anche media, ha dei costi molto elevati che in qualche modo deve avere un ritorno molto consistente. Forse distribuendo film stranieri si ha la possibilità di guadagnare più soldi... O forse è questione di miopia...

Miopia di chi distribuisce o dello stesso pubblico?

Il pubblico è molto vasto e credo che abbia voglia di vedere cose nuove o film che passano in sordina. Il problema è il ponte tra chi fa i film e il pubblico. Per me, chi decide le programmazioni dei cinema neanche li vede questi film: ragionano per cartelli, per pacchetti, per attori. Non provano a rischiare o ad immaginare di distribuire cose diverse e su diverse possibilità per arrivare al pubblico. Noi, però, invece delle solite lamentele continuiamo l'esperimento di distribuzione tramite il metodo *Myself*: attraverso un 'azionariato' ci garantiamo i fondi sufficienti per ottenere una distribuzione minima, sette od otto copie. Niente manifesti o spot televisivi, ma un lavoro molto più 'di base': arrivando alle persone attraverso incontri in librerie, nelle scuole, in strada, proponendo inoltre dei coupon per convincere l'esercente che esiste un pubblico. Vendere i biglietti prima dell'uscita del film, in modo tale da presentarsi, soldi alla mano ed avere una distribuzione. Questo è il modo con il quale abbiamo trovato questi pochi sbocchi nelle sale. Da qui in poi, tutto è in mano al pubblico...