

Bollywood sulle Alpi

Viaggiatori d'Occidente Quando il cinema promuove il turismo

Carlo Camarda

In India, se provi a chiedere qual è la città più importante d'Europa, potrebbero risponderti: «Interlaken!» o «Engelberg!». E anche chi a malapena conosce Roma o Parigi, potrebbe menzionare più o meno correttamente diverse destinazioni svizzere. I più socievoli cominceranno ad accostare ai nomi dei paesi e delle città svizzere titoli di film, e potrebbero pure canticchiarvi una canzone in hindi, in tamil o in qualche altra lingua del subcontinente, ciondolando la testa a destra e sinistra.

Nell'ultimo anno le statistiche contano 132 mila arrivi e 327 mila presenze di turisti indiani

Questa curiosa familiarità si deve a Bollywood, l'industria cinematografica in lingua hindi, la più grande del mondo, con i suoi mille film prodotti ogni anno.

Il primo incontro tra i paesaggi alpini e il cinema indiano avvenne nel lontano 1964, quando Raj Kapoor, uno dei più grandi registi indiani, girò una parte del film *Sangam* nell'Hotel Terrasse di Engelberg e sulla cima della Jungfrau a Interlaken. La scelta fu del tutto casuale: alcune scene del film avrebbero dovuto svolgersi su alte cime nevose in India, ma il Kashmir, la regione prescelta, cadde proprio allora in un turbine di guerre che ancora oggi non si è placato. Fu così che Raj Kapoor, dopo alcuni sopralluoghi, scelse la Svizzera.

Sangam fu un successo e, in India, è attualmente settimo nella classifica degli incassi di tutti i tempi, con 13 milioni di euro. Dopo tre anni anche il regista Shakti Samanta, mentre lavorava al film *An Evening in Paris* (1967), girò in Svizzera alcune scene nelle quali si cantava *Akele akele kahan ja rahen ho*, una canzone che ebbe grandissimo successo. Questa scena fu girata sul Monte Titlis che, assieme alla già citata Jungfrau, divenne l'altra montagna sacra del cinema indiano ad alta quota bollywoodiano.

Dopo una pausa quasi totale di due decenni, la Svizzera tornò in auge negli anni Ottanta grazie a Yash Chopra, regi-



Il chiosco di snack indiani dei fratelli Singh ai piedi dell'impianto di risalita Titlis Rotair. (Carlo Camarda)

sta e produttore della Yash Raj Film, che la lanciò come location per scene di amore e per set di balli e canzoni, prima con *Vijay* (1988), poi con *Chandni* (1989), fino ad arrivare a *Dilwale Dulhania Le Jayenge* (1995), da molti considerato il film più bello del cinema indiano, che nel marzo 2009 ha raggiunto l'incredibile record di 700 settimane consecutive di presenza nei cinema, e viene programmato per il 14° anno consecutivo al cinema Maratha Mandir di Mumbai.

Il grande schermo è l'industria dei sogni, e spesso l'unico conforto dalla durezza della vita reale, per i nove milioni di indiani che ogni giorno si recano nelle sale cinematografiche. Il biglietto d'ingresso è alla portata di tutti: una ventina di rupie, poco più di trenta centesimi di euro. Il cinema raggiunge tutte le classi e le caste, e le colonne sonore dei film sono le hit più ascoltate in tutto il paese.

Per molti decenni il cinema è stato l'unico modo di viaggiare, anche se solo con la fantasia e, attraverso questo media, milioni di indiani hanno imparato a conoscere luoghi svizzeri. Poi la situazione economica è cambiata, e per l'ex colonia della Corona d'Inghilterra è cominciato un promettente sviluppo. Oggi molti di quegli spettatori possono finalmente realizzare il loro sogno turistico intercontinentale, e buona parte di questi, per il primo viaggio, sceglie proprio la Svizzera.

Se volete la controprova, andate tra maggio e luglio nel territorio compreso fra Engelberg e Gstaad, passando da Interlaken. Passeggiando per le strade di questi paesi ci si renderà immediatamente conto di ritrovarsi in un ennesimo cantone: la Svizzera indiana. Nell'ultimo anno le statistiche contano 132 mila arrivi e 327 mila presenze indiane, ma i dati in realtà potrebbero essere maggiori, visto che le notti trascorse negli appartamenti privati, molto get-

tonati dalle numerose famiglie allargate indiane, non vengono prese in considerazione.

Inoltre, anche se questi sono dati nazionali, la maggior parte di questi turisti trascorre la propria vacanza senza uscire al di fuori di queste aree ben delimitate, e quindi la loro presenza diventa molto visibile. E così, in cima alla Jungfrau, è possibile mangiare indiano al ristorante «Bollywood» (ovviamente).

Ai piedi del monte Titlis è possibile incontrare i fratelli Singh del Rajasthan, che con il loro chiosco sbarcano il lunario vendendo snack indiani ai loro connazionali all'uscita dalla funivia. Sempre ad Engelberg, all'Hotel Terrasse, nei mesi dell'alta stagione indiana ci si troverà in mezzo a quasi soli turisti indiani, serviti da camerieri indiani che portano piatti indiani, cucinati da sette chef indiani, per poi concludere la serata nella discoteca dell'albergo con musica indiana mixata da un deejay (ovviamente indiano).

Un roseo presente e buone potenzialità future. La Svizzera, infatti, è diventata una meta simbolo per la nuova *middle class* indiana: se un tour operator di quel paese propone un pacchetto con una sola destinazione europea, questa è spesso proprio la Svizzera. Fin qui il successo è stato considerevole, e sembra destinato a durare anche per i prossimi anni. Non saranno vacche sacre, ma certo sono vacche grasse...



Due sorelle indiane musulmane passeggiano in cima allo Jungfrauoch. (Carlo Camarda)

Hy-Kers: una supercar tutta verde

Motori Dalla Ferrari un prototipo equipaggiato di motore ibrido, che ha debuttato quest'anno al Salone dell'auto di Ginevra

Mario Alberto Cucchi

Ferrari stupisce il mondo con una tonalità di verde che mai era stata adottata in precedenza su una vettura ma, soprattutto, con la sua prima supercar equipaggiata di motore ibrido. Sì, proprio così, non una Ferrari rossa ma verde e in tutti i sensi.

La vettura-laboratorio si chiama Hy-Kers ed è basata sulla splendida 599 GTB Fiorano.

In questo caso, come in mille altri del passato, il costruttore di Maranello ha utilizzato l'esperienza derivata dal mondo delle corse, dalla Formula 1.

La scuderia italiana aveva, infatti, investito risorse economiche e umane nel Kers, il serbatoio di potenza delle monoposto da corsa che questa stagione è stato messo da parte da un accordo tra i team del Mondiale. Proprio gli studi fatti dalla Gestione Sportiva di Ferrari con il Kers hanno permesso di sviluppare il prototipo verde che ha debuttato al Salone dell'auto di Gine-

vra. Una quattroruote che adotta soluzioni tecnologiche che in un futuro non troppo lontano potrebbero essere installate sulle vetture a 12 e 8 cilindri andando ad abbattere del 35% le emissioni di CO₂ e i consumi nel ciclo combinato.

Ma come funziona la prima vettura verde che si fregia del cavallino sul «muso»? Tutte le componenti sono state montate sotto il centro di gravità della vettura in modo tale da non diminuire né l'agilità né l'abitabilità.

Non una soluzione scontata ma un vero colpo da maestro. Anche le batterie piatte agli ioni di litio sono state collocate sotto il pavimento all'interno del fondo aerodinamico. Il propulsore elettrico è un compatto trifase ad alto voltaggio da 40 chilogrammi accoppiato alla parte posteriore del cambio F1 a doppia frizione con sette marce. È stato studiato per fornire coppia nelle partenze da fermo e durante i sorpassi, ma anche per offrirla in modo autonomo in modo da rende-



Il nuovo prototipo della Ferrari: Hy-Kers.

re l'automobile una elettrica pura, al 100%. L'obiettivo dei tecnici di Maranello era quello di compensare ogni chilogrammo di peso aggiunto per la «causa ecologica» con almeno un ca-

vallo di potenza. Obiettivo centrato! Il propulsore elettrico è in grado di erogare oltre 100 cavalli. Per recuperare energia quest'ultimo funge da generatore durante la fase di frenata andando

a ricaricare le batterie sfruttando l'energia cinetica della coppia negativa. Insomma una soluzione in teoria pronta per essere portata sulla piccola-grande produzione del cavallino, ma che in realtà deve ancora risolvere il problema dei costi: pare che le batterie utilizzate siano particolarmente costose anche per i ricchi clienti Ferrari.

Mentre gli uomini in rosso continuano a lavorare sodo per ovviare a questo «problema» e per perfezionare la loro creatura, un sondaggio della Fota - Formula One Teams Association - realizzato in collaborazione con la rivista F1 Racing ha certificato che la Scuderia Ferrari è la squadra più popolare al mondo. Il 30,1% degli interpellati tifa Ferrari contro il 19,1% per la McLaren e il 10,1% per la Mercedes. Dopo la straordinaria doppietta rossa che ha visto sul podio del 1° Gran Premio della stagione 2010, quello del Bahrain, Fernando Alonso e Massa è una percentuale che è destinata a crescere.