

# IVG

## Tra dolmen e streghe sepolte, i misteri della Liguria arrivano in TV

di **Andrea Chiovelli**

26 Marzo 2015 - 9:09



**Liguria.** I misteri della Riviera Ligure arrivano in televisione: saranno in onda **martedì 31 marzo alle ore 22 su Focus**, all'interno della trasmissione "Città Misteriose". La serie di Discovery Channel è un viaggio attraverso diverse regioni italiane a caccia di misteri: e questa volta **tra i protagonisti ci saranno anche la strega sepolta a Castelvecchio di Rocca Barbena e i dolmen di Roccavignale e di Ferrania.**

L'idea è nata nel 2012, quando **Alessandra e Raffaele Bergero della Italian Riviera Film Commission** hanno incontrato al MipTV di Cannes dei giovani produttori indipendenti marchigiani, ed ha preso definitivamente quota lo scorso settembre, la Sydonia Production Srl, dopo mesi di ricerche e studi, ha finalmente deciso di includere tra le scelte anche alcune delle storie proposte dalla Italian Riviera FC ed è venuta in riviera per le riprese.

La puntata "ligure" andrà quindi in onda martedì 31 marzo alle ore 22 sul **canale 56 del Digitale Terrestre e su Sky Canale 418**. Gli argomenti riguardano varie località: si comincia con le streghe, partendo dal Museo di Triora (Imperia) con l'intervento di Sandro Oddo e di Lorenzo Lanteri per poi arrivare a **Castelvecchio di Rocca Barbena** (Savona) dove Gerry Delfino racconterà **la storia di una strega tumulata nel cimitero locale**. La magia del Giardino Letterario Delfino ha fatto da sfondo per la ricostruzione di un rituale con le streghe dell'Associazione Teatrale 'Quelli del Mercoledì'.

Gli altri argomenti 'misteriosi' scelti dagli autori della Sydonia Production riguardano l'archeologia e sono **i Dolmen di Roccavignale, di Ferrania e del Monte Beigua**

raccontati dallo storico **Franco Icardi** e da **Andrea De Pascale del Museo Archeologico di Finale Ligure**, ed infine il Museo del Castello San Giorgio di La Spezia dove sono conservate le le celeberrime statue stele della Lunigiana.

“Le cose non si improvvisano mai in questo settore - spiega Alessandra Bergero, fondatrice nel 1998 della Italian Riviera FC, una delle prime sul territorio italiano - Qualsiasi tipo di produzione, anche quelle che sembrano semplici agli spettatori, in realtà nascondono molto lavoro e una serie di professionisti coinvolti. Basta per una volta seguire i crediti fino in fondo per capire quante risorse umane sono necessarie per realizzare un prodotto audiovisivo. A noi fa molto piacere essere in grado di facilitare le produzioni grazie alla nostra esperienza e ci teniamo molto ad essere in quella lista alla fine delle immagini che nessuno legge mai”.

La Italian Riviera-Alpi del Mare Film Commission, fondata nel 1998 da Alessandra Bergero e sostenuta dalla Fondazione A. De Mari, questa volta fa il “pieno” riuscendo nel suo intento di promuovere non solo le ‘locations’, ma anche i contenuti storici e culturali del territorio. Quindi non solo bei paesaggi visibili per pochi minuti o pochi secondi, utilizzati semplicemente come *sfondi*, ma anche le storie locali saranno protagoniste. Era già successo per il serial blockbuster “La Terra dopo l’Uomo” di History Channel USA e per “Galileo” della TV Russa, ma questa volta si tratta di un taglio, quello del programma Focus, che sebbene tratti di misteri, lo fa in modo ‘scientifico’.

Le riprese sono durate in tutto cinque giorni e la troupe ha soggiornato in piccoli alberghi e B&B dell’entroterra. “Ci sono volute diverse settimane di ricerche - racconta Bergero - per arrivare non solo ad avere un buon numero di argomenti da proporre adeguati al tema, ma anche supportati da una documentazione storico-scientifica. E’ stato infatti grazie alla preziosa collaborazione di appassionati, storici ed esperti locali che siamo riusciti ad individuare sufficienti temi affinché gli autori potessero avere una buona scelta ed essere motivati a venire qui per coprire più argomenti (e quindi più episodi) in una volta sola. Ovviamente non è una produzione che arriva per caso. C’è sempre un continuo lavoro a monte che produce risultati come questo e come altri. Le nostre strategie di marketing sempre innovative e fuori dal coro, ci hanno portato infatti a frequentare prima di ogni altra Film Commission il MipTV e il MipCOM di Cannes, due importanti Markets internazionali di Televisione e Global Content, dove, insieme al mio collaboratore Raffaele Bergero, abbiamo dovuto operare una promozione ex-novo, in quanto in questo settore dell’industria televisiva le Film Commission non erano così conosciute come nel settore cinematografico. E’ andata bene. Siamo molto soddisfatti e speriamo di poter continuare”.