

# MITUMBA The second-hand road

Un film di Raffaele Brunetti

“Premiato del Globo d’oro, come miglior documentario, *Mitumba* è una bella pagina di politica estera e di economia politica.”  
Norma Rangieri, *il manifesto*

“Un documentario spiega dove finiscono gli abiti usati che gli europei affidano ai cassonetti della solidarietà.”  
Cinzia Dal Maso, *la Repubblica*

“Il film è una appassionata ricerca, tra reportage e documentario di creazione”  
Michela Greco, *cinecittà.com*

“*Mitumba* è un documentario accattivante, caratterizzato da belle immagini, ottima sceneggiatura e ritmo che evidenziano un percorso in cui il viaggio di una maglietta narra il rapporto Nord-Sud in modo disincantato e non pietistico.”  
Festival Cinemambiente Torino 2006



---

*Il viaggio di una maglietta dal nord al sud del mondo. La storia di chi si veste di prima e chi di seconda mano e soprattutto la storia di tutto quello che c'è tra la prima e la seconda vita degli indumenti.*

---

Durata: 60'; anno: 2005; 16:9 Digibeta; Lingue originali: Tedesco, Italiano, Inglese, Swahili, Versioni in lingua Inglese, Italiano, Tedesco, Francese; Prodotto da B&BFILM in co-prod. con filmtank hamburg; Co-prodotto da NDR (Germania), Arte (Francia/Germania), YLE (Finlandia); Con il contributo di Programma EU Media; Location Germania – Italia – Tanzania.

## **PREMI**

Globo d'oro 2005 for best documentary , Cinema del Reale - Award Cinema del Reale (Italia,2006), Torino Cinema Ambiente - Award Legambiente (Italia, Torino 2006), Castelli Film Festival (Italy, Rome, Novembre 2006), Winner of the Napoli Film festival (Italia, Napoli, Giugno 2007), Best Documentary at Miti Riflessi (Italia,Catania, Giugno 2007).

## **FESTIVALS**

Selected by Arte for Prix d'Europe 2005, Nanook Film Festival (Palermo, Nov. 2005) Circuito Off - Venice International Short Film Festival (Venezia, Nov. 2005), Human Rights Film Festival (Paris, March 2006), 16th African, Asian and Latin American Film Festival (Milano, Marzo 2005), Flahertiana festival (Perm, Russia May 2006), David di Donatello (Italia, Aprile 2006), Arcipelago (Italia, Giugno 2006), EcoVision Festival (Italia, Giugno 2007), Tricontinental Film Festival (India 2007), Planet in Focus, International Film Festival (Canada 2007), Jules Verne Aventures Film Festival (USA 2007), Traveling World Community Film Festival (Canada 2007), 41° Parallelo New York (USA 2007), Ambientfestival (Italia, Aprile 2008)



## **SINOSSI**

La maglietta di Felix, un bambino tedesco di 10 anni, finisce nel cassonetto per la raccolta di abiti usati, da qui parte per un cammino che la condurrà attraverso due continenti: donata, poi raccolta, poi venduta e comprata più volte, fino a giungere al termine del suo viaggio ad essere indossata dal suo nuovo e ultimo proprietario: Lucky un bambino di 9 anni in uno sperduto villaggio in Tanzania. Vicende, luoghi e personaggi creano un mosaico che compone la via del commercio degli abiti usati, una via tortuosa e ancora sconosciuta che rivela una realtà sorprendente.

## NOTE DEL REGISTA

---

### Premessa

Mia moglie era appena tornata da un viaggio in Burundi. Mi mostrava delle fotografie quando una in particolare colpì la mia attenzione. Un bambino africano, davanti ai resti delle case distrutte dai massacri etnici, indossava una maglietta con su scritto “Club Ippico Olgiata Roma”. L’Olgiata è una ricca ed esclusiva area di Roma. Il contrasto tra il bambino, l’ambiente e la maglietta che indossava mi attraeva. Cosa c’era dietro quella maglietta, come aveva raggiunto quel posto impossibile? Le ricerche che seguirono aumentarono ancora la mia curiosità. Nessuna associazione benefica aveva donato quella maglietta al bambino, era stata invece acquistata al mercato. In alcuni paesi Africani i vestiti usati costituiscono la prima voce di importazione dove il 90% della popolazione si veste di seconda mano. Li chiamano “I vestiti dei bianchi morti” perché in Africa é inconcepibile pensare di disfarsi di cose ancora utilizzabili a meno che non appartengano a qualcuno ormai morto.

### La storia

Più approfondivo le ricerche e più le cose si complicavano. Scoprivo che i vestiti che depositiamo nei cassonetti della Caritas, della Croce Rossa o di altre organizzazioni, sono spesso raccolti da imprese private che non hanno fini caritatevoli. Decisi di seguire una maglietta, una qualsiasi, e vivere con lei nel limbo tra le due vite, la prima in Europa e la seconda in Africa.

La maglietta era la numero 10 del Football Club di Maschen, un centro residenziale a pochi chilometri da Amburgo, apparteneva a Felix un bambino di 10 anni. A donarla era stata la sua mamma depositandola insieme ad altri indumenti in uno dei tanti cassonetti sparsi per la città. Da quel cassonetto la maglietta era stata prelevata da un raccoglitore tedesco proprietario di uno degli stabilimenti più grossi di Amburgo: Olaf, ultimo di una famiglia che raccoglie indumenti usati nel Nord della Germania dal 1914. Oggi l’azienda vende in tutto il mondo, anche in Italia, ed è qui che dopo aver attraversato l’Europa in camion, finisce la maglietta di Felix.

Ercolano, pochi chilometri dalla città di Napoli, ad acquistare il carico spedito da Olaf è Lello. Napoletano, 30 anni, un tipo eccentrico ed enigmatico che lavora in una zona difficile tra infiltrazioni camorristiche ed invidia dei concorrenti più anziani. Il suo stabilimento è stato completamente distrutto dalle fiamme nel 2000 durante un incendio risultato doloso. Lello vende la sua merce in 21 paesi africani oltre ad esportare in Europa dell’Est, Sud America e Asia. Da piccolo “scugnizzo” della provincia di Napoli, si é trovato ad essere un anello fondamentale per alcune attività di organismi come la Croce Rossa internazionale e l’ONU.

Questa volta Lello spedisce la merce in Tanzania. Dopo due mesi la nave che contiene le balle di vestiti confezionate ad Ercolano approda a Dar es Salaam, la merce è stata acquistata da Mohammed, originario dell’India come la maggior parte dei business man di Dar. La balla che contiene la maglietta, viene ancora una volta venduta: ad acquistarla è un piccolo commerciante che viene dall’interno del paese. Il viaggio è ad una svolta, nella stazione degli autobus di Dar es Salaam il piccolo commerciante carica la balla su un bus diretto a Iringa a, 10 ore di viaggio verso l’interno del paese.

A Iringa ogni giorno gli abiti usati vengono messi all’asta, qui arrivano persone di tutti i tipi, c’è chi compra per sè e chi per rivendere nei villaggi. Tra centinaia di



indumenti rispunta la maglietta, tante mani si levano per fare un offerta, la più alta è quella di Ester una donna non più giovane che compra gli abiti in città per rivenderli in un piccolo villaggio. Ester segue un seminario per imparare le regole del business dell'usato. Mama Mwingira è la sua insegnante, impartisce nozioni fondamentali di marketing e micro economia alle donne dei villaggi. Ester parte per il piccolo villaggio di Ilambilole . Viaggia sette ore su un pick-up sgangherato per raggiungere i suoi clienti. Nel villaggio non ci sono negozi, Ester è l'unica a vendere abiti, non ha concorrenti.

Non era un caso che la maglietta fosse arrivata al villaggio nel periodo del raccolto. Questo è l'unico periodo dell'anno in cui la maggior parte degli abitanti dispone di qualche soldo. Si coltiva principalmente mais ma sorprendentemente c'è anche una piantagione di cotone, quello stesso cotone che forse un giorno ritornerà al villaggio dopo aver girato il mondo sotto forma di vestiti usati, o anche nuovi.

Il cerchio sta per chiudersi, la maglietta sta per incontrare il suo nuovo e ultimo proprietario. Una giovane mamma compra da Ester la maglietta e qualche altro "vestito dei bianchi morti". Shukuro è la madre di Lucky un ragazzino di 9 anni con una grande passione per il calcio e per le magliette con il numero dietro. Lucky la indossa e incontra i suoi amici che con ammirazione sono curiosi di sapere quanto l'ha pagata.

Durante il viaggio ho visto enormi impianti industriali per la selezione e l'imballaggio di vestiti usati, ho parlato con dirigenti della croce rossa, sono stato nel più antico mercato di abiti usati al mondo e ho conosciuto gli imprenditori che vivono comprando dal nord Europa e rivendendo nel Terzo Mondo. In Africa ho visto i ricchi di Dar es Salaam che preferiscono comprare i vestiti usati perchè quelli nuovi sono scadenti. Ho imparato che tutti in Africa credono che noi Europei ci liberiamo dei nostri indumenti vecchi vendendoli e non donandoli. Al contrario gli Europei sono convinti che i vestiti usati vengano donati ai poveri e ai bisognosi. Ho visto l'Africa che sta cambiando velocemente ed ho visto produttori cinesi che tentano di penetrare in maniera capillare il mercato con vestiti nuovi a prezzi stracciati, facendo concorrenza anche all'usato. Se questo un giorno avverrà i bianchi vivi dovranno provvedere da soli a smaltire i vestiti dei bianchi morti.

## **STRATEGIA DI PRODUZIONE**

Il progetto MITUMBA é stato selezionato nel 2002 per il Filmstiftung NRW e per il programma Eurodoc. Il documentario è stato coprodotto dalla B&B Film con le televisioni europee più attive nel campo della produzione di documentari di creazione: Arte canale Franco-Tedesco, NDR Tv pubblica tedesca, YLE Tv pubblica finlandese. Per il progetto é stato accordato il finanziamento del programma Media+ TV Broadcasting, che viene assegnato ai documentari che vedono coinvolti un numero considerevole di partner internazionali. Una classifica a punti premia i film in base al numero di paesi co-produttori ed alle differenti versioni previste. Mitumba è stato editato in lingua: Italiana, Inglese, Tedesca, Francese, Finlandese, Svedese, Lettone.



## GLI AUTORI

---

**Raffaele Brunetti** (autore e regista) è produttore e regista di film-documentari. Nel 1987 ha fondato la B&B FILM, una dinamica società di produzione con base a Roma. La società sviluppa e produce documentari attraverso accordi di co-produzione e collaborazioni con emittenti pubbliche europee come ZDF, Arte, NDR, YLE, SVT, RAI e broadcaster internazionali come National Geographic e Al Jazeera. I documentari della B&B FILM sono stati distribuiti in oltre 160 Paesi, sia in televisione che in sala e sono stati premiati in importanti festival quali IDFA, HOT DOCS, Full Frame, Festival dei Popoli. Raffaele ha ricevuto l’Award for Creative Excellence all’US Int. Film Festival, il Globo d’Oro, il Premio Ondas per il miglior documentario, il Premio della Giuria al Festival di Guangzhou e due importanti nomination (BANFF e Shanghai). Nel 2014 ha diretto la serie docu-reality Il Boss delle Cerimonie (6X23') per Discovery Channel Italia, record di ascolti, visualizzazioni, tweet e polemiche. La serie è attualmente trasmessa in diversi Paesi, tra cui l'Inghilterra dove va in onda su TLC. Raffaele è membro dell’Associazione della Stampa Estera in Italia e fa parte del board di European Documentary Network (EDN) e di Doc it. Nel 2005 ha ideato gli Italian Doc Screenings, lo showcase del documentario italiano.

**Ilaria de Laurentiis** (autrice e montatrice) si è diplomata in montaggio cinematografico alla Scuola Nazionale di Cinema. Ha firmato il montaggio di film di fiction e documentari trasmessi da RAI, Mediaset, Arte, National Geographic, NHK, Tele+. E’ stata direttore creativo di campagne promozionali per il cinema occupandosi dell’ideazione di trailers cinematografici e back-stages.

## LA PRODUZIONE

---

### **B&B Film**

La B&B Film è una dinamica società di produzione con base a Roma. Essa sviluppa e produce documentari e docu-reality grazie ad accordi di coproduzione con i maggiori broadcaster europei, tra cui ZDF, Arte, NDR, YLE, SVT, RAI, nonché internazionali, come National Geographic, Al Jazeera e Discovery Channel. I documentari della B&B Film sono stati trasmessi in oltre 160 paesi e sono stati selezionati in prestigiosi festival internazionali come IDFA, HOT DOCS, Full Frame e Festival di Locarno, ricevendo importanti riconoscimenti tra cui il Creative Excellence al US International Film Festival, il Globo D’Oro, il premio della Giuria al Festival di Guangzhou e il premio Ondas nel 2009. Nel 2006, nel 2009 e nel 2011 la B&B Film ha ricevuto lo Slate Funding dal Media Plus Programme.

