

Quando il film diventa un affare più 15% di turisti grazie a Papaleo



I soldi
Pellicola
pagata
con i fondi
pubblici
e degli
sponsor
del petrolio

Il caso

«Coast to coast» capovolge
l'immagine di arretratezza
cui era condannata la Lucania
L'INVIATO

POTENZA. L'idea ha scandalizzato ma alla fine si è rivelata la più importante operazione di marketing sul «marchio» Basilicata fatta negli ultimi anni: 350mila euro dal fondo europeo di sviluppo delle aree rurali per cofinanziare «Basilicata coast to coast», opera prima come regista del lucano Rocco Papaleo con Alessandro Gassman, Giovanna Mezzogiorno, Max Gazzè e Paolo Briguglia.

Secondo una valutazione della Regione Basilicata, da solo «Basilicata coast to coast» ha significato un incremento del 15 per cento dei turisti con l'interesse per le aree più interne che prima non era mai stato registrato. Il film, peraltro, ha dato - pur non essen-

do tra i suoi obiettivi - un'immagine moderna, e a tratti guascona dei lucani che fino ad allora erano stati protagonisti di pellicole («Rocco e i suoi fratelli», «I Basilischi», «il Vangelo secondo Matteo») che ne avevano per lo più ritratto la povertà e l'arretratezza. Film importanti ma che ne avevano descritto la regione bloccata in un tempo passato che tuttavia nell'immaginario generale era ancora attuale. Papaleo ha, in un certo senso, riscritto il codice dell'immagine dei lucani giocando e ironizzando una serie di stereotipi. I due mari (il Tirreno di Maratea e lo Jonio di Scanzano), la cineasta «raccomandata», i calanchi di Aliano, il brigante «travestito», l'elenco un po' retro dei prodotti tipici, toccano tutti il Dna di una terra che con il suo territorio ha ancora i conti in sospeso non avendo mai fatto scelte definitive.

Con «Basilicata coast to coast» si è mossa un'intera regione, è stato il film più visto di tutti i tempi dai lucani che hanno affollato le sale cinematografiche. È stato giusto usare i fondi dell'Unione Europea per finanziare un film? «Un vanto» per il governatore lucano, Vito De Filippo (Pd), al suo secondo mandato «perché ha fatto conoscere questa terra più e meglio di ogni campagna pubblicitaria». Uno «spreco» per i detrattori che ricordano le tante opere incompiute e i «disastri» delle «tante cattedrali del deserto».

Una curiosità che riguarda Papaleo: il film ha avuto anche un finanziamento della compagnia petrolifera francese Total, titolare del secondo campo petrolifero lucano, quello di Tempa Rossa (non ancora in produzione, quando lo sarà si stima prodotta 45-50mila barili di greggio al giorno) per 300mila euro. Papaleo è testimonial dell'Eni.

g. mol.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

