

Un lungometraggio da 400.000 euro per valorizzare il settore vitivinicolo del Vulture. La Regione Basilicata come la Metro Goldwyn Mayer

Sembra che la Regione Basilicata a guida di Pittella si stia trasformando sempre più in un produttore cinematografico. Ma si sa la politica del Pd è tutta apparenza.

Oggi, alla modica cifra di 400.000 euro la Regione intende realizzare un lungometraggio nella zona del Vulture per “esaltare il valore intrinseco del rapporto tra prodotto e territorio di produzione”.

Ecco come la Regione Basilicata spreca le importanti quanto preziose risorse economiche, provenienti dagli accordi tra la Regione Basilicata e l'Eni S.p.A del 1998 /99.

Con la determina n. 895 del 1 settembre 2015, il Dipartimento Programmazione e Finanze approva il progetto del Dipartimento Politiche Agricole e Forestali “Promozione dei vini di qualità della Regione Basilicata per il rilancio della competitività del sistema agroalimentare”.

Nella relazione che presenta il progetto e che riprende degli studi effettuati sulle produzioni cinematografiche da Riley e Van Doren nel lontano 1998, si legge: *“Dall’indagine condotta emerge che, Nei 5 anni successivi all’uscita della pellicola l’incremento del flusso turistico è stato più del 12% medio annuo”*.

L’indagine fa riferimento al cineturismo, cioè a veri e propri film, magari a produzioni internazionali, con cast di livello quantomeno nazionale, ed analizza l’impatto delle pellicole sul turismo, non sulla competitività delle imprese, che dovrebbe essere la finalità del progetto. È ovvio che, per la cifra prevista, il massimo che si potrà ottenere è un documentario, se si pensa ai 62.000 euro spesi soltanto per far comparire il logo regionale nel backstage del film ‘Christ the Lord – Out of Egypt’. E si badi che non si parla del film, ma di un filmato di 5 minuti.

Cosa facciano la Basilicata Film Commission e l’APT, a questo punto, non sappiamo.

La Determina, inoltre, approva il progetto ma non definisce chi dovrà girare il documentario né i criteri e le modalità (ad esempio, bando pubblico) con cui sarà individuato il beneficiario.

Per il rilancio della competitività del settore agroalimentare, in particolare del settore vitivinicolo del Vulture, noi avremmo investito su workshop dedicati cui far partecipare buyers stranieri e i nostri produttori, in modo da creare un filo diretto tra domanda ed offerta. Ma tant’è.

Il settore vitivinicolo lucano, con le sue eccellenze, ha bisogno di altro. In modo particolare l’Aglianico del Vulture, una delle punte di diamante dell’agroalimentare lucano, famoso in tutto il mondo, ha necessità di raggiungere i grandi mercati

internazionali, cosa che presuppone una programmazione di medio e lungo periodo. Ma forse è proprio questo il problema, la Basilicata va avanti con azioni che non trovano collocazione in una visione complessiva di Regione. Si va avanti per spot. Pardon, per film!

Potenza, 12 Ottobre 2015

Gianni Rosa, Fratelli d'Italia – Alleanza Nazionale