

Lo ha detto il regista Sergio Rubini, che ha presentato a Bari, in un incontro con i giornalisti, il film "L'uomo nero"

"La sinistra non ha coltivato i talenti. Ora si sono rivolti alla destra"

BARI - «La sinistra è colpevole di non aver coltivato, negli anni Sessanta, i talenti degli uomini della strada, degli uomini comuni, prendendosi cura dei professionisti. Il risultato è che ora quegli uomini che non sono cresciuti si ritrovano dall'altra parte, si sono rivolti alla destra e alcuni programmi della tv di oggi sono la conferma di quello che dico». Lo ha detto il regista Sergio Rubini, che ha presentato a Bari, in un incontro con i giornalisti, il film «L'uomo nero» in corso di realizzazione in Puglia, prodotto da Bianca Film in collaborazione con Rai Cinema e Apulia Film Commission. Il film racconta proprio di un uomo qualunque degli anni Sessanta, un capostazione, che ha la passione per la pittura ed ha talento ma l'ambiente paesano si accanisce, soprattutto per bocca di due rappresentanti del ceto colto, contro la sua vocazione artistica. Ma non è solo il rammarico di Rubini a tenere banco. Ne parla anche il sex-symbol italiano, Riccardo Scamarcio che sottolinea come la mancanza di risorse e investimenti nella cultura e nel cinema stia impoverendo le



produzioni. «Dai prossimi mesi si vedranno meno film, meno spettacoli teatrali, meno concerti, meno serie televisive, meno artisti, meno idee, in un panorama di pretesi risparmi che finiranno per rendere il paese più povero di emozioni, di pensieri, di profondità, di energia creativa, di allegria». «L'arte e la cultura italiana rappresentano non solo un nostro patrimonio ma qualcosa che appartiene - è detto nel documento - alla comunità internazionale: meno cultura in Italia equivale a dire meno cultura nel mondo». «Noi - si conclude - non consentiremo che questo accada, consapevoli che gli artisti degli altri paesi - a partire dalle grandi manifestazioni artistiche internazionali dell'estate e dell'autunno - non ci lasceranno soli in questa battaglia». Sono tre i brand pugliesi proposti per alcune scene de 'L'uomo nero', il film prodotto da Bianca Film in collaborazione con Rai Cinema e Apulia Film Commission per la regia di Sergio Rubini. Nel corso della presentazione del film è stato anche annunciato l'accordo tra Cinemarca - il consorzio pugliese per il product placement - e Bianca Film sui marchi pugliesi accettati nella sceneggiatura del film, quasi interamente girato in Puglia tra i quali l'Amaro Mediterraneo Beltion della Merak Srl di Putignano. Dalla coesione dei valori di marca e quelli espressi dal film 'L'Uomo Nero', ambientato nella Puglia degli anni 60', ha preso le mosse questa esperienza di product placement dove l'Amaro Mediterraneo risulterebbe valorizzato grazie al posizionamento della marca all'interno della narrazione. La Merak (presente in oltre 30 paesi con le sue bevande alcoliche e analcoliche) è stata coinvolta in questa iniziativa di product placement da Cinemarca, il consorzio creato da cinque imprese pugliesi di comunicazione (CarucchieChiurazzi, Co.M.Media, Red Hot, SEC Mediterranea e Social Key) con l'obiettivo di promuovere presso le imprese del Mezzogiorno la presenza di prodotti o marchi regionali all'interno di film girati in Puglia. «L'inserimento di prodotti made in Puglia ne 'L'uomo nero', un film che valorizza fortemente l'identità del territorio pugliese - ha spiegato Ettore Chiurazzi, presidente del consorzio Cinemarca - riteniamo possa supportare le rispettive politiche di marca portando benefici alle aziende in termini di personalità e differenziazione». «In un momento di crisi generalizzata - ha confermato Angelo Giannandrea, Direzione Merak Srl - in cui gli attori del nostro comparto sembrano ridurre le attività di comunicazione concentrandole su mezzi classici, noi abbiamo creduto in questa nuova forma di comunicazione».