

TAX CREDIT

E l'impresa fa pure cinema

Per la prima volta nel nostro Paese i privati finanziano in maniera rilevante un film: gli industriali marchigiani stanziavano 2 milioni su 8 per l'opera di Mario Martone su Leopardi

di **Cristina Battocletti**

«**T**he major event», l'evento filosofico e letterario più significativo. Così John Gray dalle pagine del «New Statesman» aveva recensito il 26 settembre scorso la recente traduzione dello *Zibaldone* per il mondo anglosassone a cura di Michael Caesar (intervistato per noi da Elisabetta Rasy, «Domenica», 3 novembre, pagina 26) e Franco D'Intino per la Penguin Books. Una figura, Giacomo Leopardi, molto cara a «Domenica», che ancora prima (copertina del 21 aprile) aveva lanciato una traduzione di un numero ristretto di pagine dell'opera - 200 su oltre 4mila - a opera di Tim Parks (già per Donzelli editore/Yale University Press).

Domani Mario Martone finirà di girare a Roma, dopo dodici settimane di riprese, *Il giovane favoloso*, il cui intento è quello di restituire un'immagine del pensatore recanatese in linea con gli anglosassoni e con «Domenica»: un filosofo moderno, oppositore del pensiero razionale, anti innatista, la cui identità filosofica, oggi esaltata dal plauso internazionale, era stata oscurata in Italia dalla tirannide dell'Idealismo.

Un film che potrebbe essere importante per la cultura italiana in casa e all'estero e che segna una svolta anche per la più grossa operazione di tax credit, di oltre 2 milioni di euro, realizzata in Italia da privati, cui ha partecipato l'eccellenza dell'industria marchigiana. «Dopo l'operazione folle e coraggiosissima di *Noi credevamo* (2010), pellicola risorgimentale per i 150 anni dell'unità d'Italia, Martone e io abbia-

mo maturato una familiarità con il film storico, in cui nessuno si cimenta più - spiega Carlo Degli Esposti, produttore del film -. Così dopo il successo di pubblico (un incasso di un milione e mezzo di euro in Italia) abbiamo scommesso su Leopardi, sulle cui *Operette Morali* Martone aveva lavorato per il teatro». Essendo una pellicola in costume, *Il giovane favoloso* prevede un budget di 7 milioni e 500mila euro, finanziato con uno dei contributi più grossi del Mibac degli ultimi anni, un milione 250mila euro, 2 milioni da Rai cinema, 2 milioni dei privati e il resto Palomar, cui si potrebbe aggiungere un produttore estero. L'operazione più rilevante per la sua novità è quella del coinvolgimento massiccio del capitale privato. «È stato il presidente della regione Marche, Gian Mario Spacca - puntualizza Degli Esposti - grazie all'avvocato Paolo Tanoni ad aprirci le porte della Fondazione Marche». Quest'ultima è un'entità privata, la cui missione è lo sviluppo economico e la valorizzazione del territorio, attraverso il turismo e la cultura. Costituita nel gennaio 2009 da un manipolo di imprenditori della regione adriatica e capitanata da Francesco Merloni, segue start up, sostiene e promuove la ricerca e l'innovazione tecnologica e scientifica.

Da una riunione in un ristorante di Ancona è nata la scintilla tra il regista napoletano e i membri della Fondazione. «Martone ci ha affascinato con la sua conoscenza di Leopardi - spiega Mario Pesaresi, vicepresidente esecutivo e tra i fondatori dell'ente -. Tutti gli italiani conoscono i suoi versi, ma non la sua natura vitale ed estrosa». Un Leopardi, interpretato da Elio Germano, lontano dunque dal poeta ingobbato dallo "studio matto e disperatissimo",

dal versatore romantico particolarmente vicino alle ubbie adolescenziali. Ironico, socialmente spregiudicato, con pochi rapporti stabili, Leopardi aveva trascorso, indigente, gli ultimi anni nella casa di un amico a Napoli, dove era morto tra l'altro, da goloso qual era, per un'indigestione (Massimo Gatta, *Domenica*, 27 gennaio, pag. 40).

«Poiché non si trovava bene con la cucina partenopea, diede ordine al cuoco di cucinare le ricette marchigiane, conservate ora nel museo di Napoli. Attraverso il film potrebbero facilmente entrare nel patrimonio enogastronomico italiano - auspica Pesaresi -. Oltre a recuperare il 40% dell'investimento grazie al tax credit e all'orgoglio di essere marchigiani, speriamo che il film di Martone sia un veicolo di sviluppo culturale e turistico». Un ragionamento che fa discutere i puristi del cinema, ma che ha confortato negli anni altre regioni, dove le film commission sono più attive, come Piemonte, Puglia e Friuli Venezia Giulia, con un indotto che ricade anche sulla forza lavoro e sulle maestranze locali chiamate a intervenire per la pellicola. Basti pensare al caso della fiction Tv *Elisa di Rivombrosa*, grazie a cui Castello Ducale di Agliè, set principale delle riprese, ha visto incrementare le frequentazioni esponenzialmente (8.500 nel 2003, 57mila nel 2006, 92mila nel 2004). *La passione di Cristo* di Mel Gibson in un solo anno, dal 2003 al 2004 ha provocato un aumento di presenze a Matera pari al 40%, nonostante la cittadina lucana fosse patrimonio dell'Unesco già dal 1993. *Mine vaganti* di Ferzan Ozpetek nel 2010 ha fatto registrare in Puglia un balzo del 20% degli arrivi rispetto al 2005. Vedremo cosa succederà a Recanati, Osimo, Loreto e Macerata, dove è stato girato - oltre che a Firenze, Roma e Napoli - *Il giovane favoloso*. Mancano ancora dei fondi al budget che la Fondazione si è impegnata a raggiungere entro fine anno. «Noi facciamo da capofila tra gli imprenditori anche fuori la Fondazione - specifica Pesaresi -. Siamo rimasti molto impressionati soprattutto dalla complessità e dalla precisione dell'industria cinematografica, la cui pianificazione è molto simile a quella d'impresa. In un momento di crisi come questo, investire nel cinema culturale non è una mossa pionieristica ma intelligente».

© RIPRODUZIONE RISERVATA