



Nella splendida cornice del Castello dell'Abate ha avuto luogo la serata finale dell'Unitaly Film Festival, il primo Festival Nazionale dedicato a Spot di un minuto sul tema dell'Unità d'Italia, promosso dal Comune di Castellabate e organizzato dalla Cilento Film Music Festival.

Venti gli spot in gara, giudicati da 6 esperti del mondo del cinema: Franco Mariotti Capo Ufficio Stampa Cinecittà, Adriano Amidei Migliano direttore di ComingSoon Television, la tv del cinema per eccellenza, il direttore della Campania Film Commission Maurizio Gemma, il regista Leonardo Celi e l'autore e scrittore cinematografico Edmondo Mingione. A presiedere questa giuria di qualità è stato l'attore e regista internazionale Michele Placido.

“Uniti nel Tricolore”, realizzato dall'Istituto Comprensivo R.Leoncavallo e “In prima linea” realizzato dall'Ass. Capatosta, sono gli spot vincitori, in ex-quo per la sezione Unitaly Castellabate; mentre nella sezione Unitaly Italia lo spot che ha trionfato è stato “L'Italia non c'era”, di Milano.

La manifestazione ha riscosso un grande successo di pubblico e la stessa giuria è rimasta molto colpita dall'originalità e dalla vivacità di idee con cui gli spot hanno celebrato l'Unità d'Italia. Come ha ribadito anche Migliani, direttore di Coming Soon Tv: «E' facile parlare delle cose, dilungandosi in dettagli e ripetizioni. Molto più difficile è riuscire a raccontare una storia in modo suggestivo e completo in un solo minuto». Michele Placido ha invece invitato tutti i giovani filmmaker a coltivare la loro creatività, in modo serio, avvicinandosi prima di tutto all'arte del teatro, senza pensare di poter raggiungere facili traguardi, come la tv vorrebbe far credere. Agli organizzatori della manifestazione ha suggerito di dedicare momenti di studio a questo tema.

Molto soddisfatta della riuscita dell'Unitaly Film Festival la presidente dell'Ass. Cilento Film Music Festival, Raffaella Giaccio: «E' stata una bella avventura e una bella sfida. E' la prima volta che nel Cilento viene realizzato un Festival di questo tipo. Riteniamo di aver raggiunto appieno il nostro obiettivo di riuscire a creare le basi di qualcosa di davvero innovativo e importante per questo territorio. Non a caso i partecipanti venuti dal resto d'Italia e gli stessi giurati sono rimasti tutti profondamente colpiti dalla bellezza del nostro Cilento, dall'incanto dei suoi paesaggi, dall'accoglienza calorosa, dal cibo. Una pubblicità non indifferente con cui abbiamo fatto conoscere la ricchezza e la potenzialità turistica dei nostri paesi». Molto soddisfatto anche il direttore artistico Gianni Petrizzo: «Gli spot pervenuti sono stati più di trenta. Noi ne abbiamo selezionati venti, ma devo dire che alcuni lavori sono stati davvero sorprendenti. Si vedeva che dietro c'era una voglia di mettersi in gioco molto forte, ma soprattutto dagli spot traspariva come questo tema dell'Unità d'Italia fosse qualcosa di sentito. Chi ha partecipato ci crede veramente!»