



Carlo Verdone
e Renato Pozzetto
in «Sette chilli
in sette giorni»



Cinema Arrivano i primi dati sulla cosiddetta «battaglia delle feste». Ancora una volta trionfano i comici italiani, Celentano e Verdone in testa

Natale, vincitori e vinti



Adriano Celentano e Debra Feuer in «Il burbero di Castellano e Pipolo». Sopra, Walter Matthau in «Pirati di Roman Polanski»

Sfida cinematografica di Natale: primi vincitori e primi sconfitti. I dati sono ancora parziali, suscettibili di variazioni (anche ragguardevoli), ma le tendenze sono chiare. Vincitori i Cecchi Gori, seguono a ruota i trionfatori di De Laurentis e si contesta un piccolo posto al sole il produttore Augusto Caminito; un mezzo tracollo, invece, per le majors statunitensi, ma era previsto, tanto che nessuno, alla Uip o alla Columbia (che peraltro distribuisce due dei quattro film targati Cecchi Gori), mostra di prendersela se i rispettivi Howard e il destino del mondo e Labyrinth hanno fatto cilecca.

Largo agli Italiani — ai comici italiani, s'intende, che nuovamente si sono suddivisi il mercato festaiolo senza darsi troppo fastidio l'un l'altro. Volete la graduatoria? In base ai dati riguardanti le 15 città capozona, in testa 7 chilli in 7 giorni di Luca Verdone (la coppia Verdone-Pozzetto ha fatto faville) con 1166 milioni di incasso. Secondo il burbero celentanesco di Castellano & Pipolo con 840 milioni; ma attenzione: il dato rischia di essere fuorviante, giacché il film è uscito in 220 copie, coprendo praticamente tutto il territorio nazionale. In altre parole, l'incasso potrebbe essere superiore, e di parecchio, se è vero che in località di provincia definite, in gergo, «piazze chiuse» (a Piana degli Albanesi siamo a quota 14 milioni), il burbero ha praticamente spopolato.

Al terzo e al quarto posto (a differenza è minima) Yuppies 2 di Enrico Oldoini con 737 milioni e Siregati di Francesco Nuti con 704 milioni: ovvero la farsa vagante di costume all'insegna del gioco di squadra contro i marxisti in tutto il paese della coppia Nuti-Muti. Il primo è di marca De Laurentis, il secondo rigidamente Cecchi Gori (come 7 chilli in 7 giorni e il burbero). Non male, viste le ultime prove commercialmente non travolgenti del personaggio (Fracchia contro Frankenstein l'anno scorso fu un disastro), Superfantagenio di Paron-Vitaggio: il quinto episodio della serie ha totalizzato finora 650 milioni, ma va ricordato che è uscito proprio a ridosso di Natale, ovvero il 23 (e in certe piazze il 24). Disastroso — quasi — il bilancio degli americani: lo strombazzatissimo Shanghai Surprise con la coppia Madonna-Sean Penn pare avviato a replicare il tonfo registrato negli Stati Uniti e in Gran Bretagna (a Milano 43 milioni, a Roma 75); meglio, ma non di molto, l'esito del delizioso Corto circuito di John Badham (a Milano viaggia sui 114 milioni); clamoroso il fallimento di Howard e il destino del mondo di Willard Wulick che a Roma, l'altro ieri, nel centralis-

simo Barberini, ha incassato solo 17 milioni, e di King Kong 2 che nella capitale ha superato appena i 50 milioni. In leggera ripresa Labyrinth di Jim Henson (domenica a Roma ha totalizzato 37 milioni in un solo locale), stazionario Loia Darling di Spike Lee con 38 milioni al Capranichetta di Roma (ma è noto che la Academy punta tutto su Down by Law di Jim Jarmusch, il film più difficile da vedere di tutta Roma: ogni sera c'è gente costretta ad andarsene per il tutto esaurito).

Il panorama non sarebbe completo se accanto al fallimentare Superfantagenio di Bruno Corbucci (15 milioni in tutta Roma) non mettessimo il gustosissimo Pirati di Polanski distribuito da De Laurentis: non incassa cifre strabilianti, ma sta conquistandosi un suo pubblico di estimatori nonostante le gelide recensioni (a Roma, dove è su in due cinema, è già a 64 milioni).

Che riflessioni trarre da questi primi bollettini di guerra? Le solite, purtroppo. Che il Natale resta, quando gli americani non sferdano titoli-boom come E.T. o Rambo, terra di caccia privilegiata dei (nuovi) comici italiani. Da qualche stagione a questa parte, infatti, i Sordi, i Tognazzi, i Manfredi non «tirano» più, il pubblico giovane preferisce i «malinconici» alla Nuti, i cabarettisti di estrazione televisiva (vedi gli «yuppies» Greggio & Boldi) e l'ormai consolidatissimo Verdone, gente più ancorata al linguaggio e alle mitologie della società contemporanea.

Purtroppo, però, l'innegabile successo di questa nuova generazione di attori comici si è tradotto in un'occasione proterva degli spazi e delle proposte: nessun produttore rischia più, la confezione natalizia nasce già bella e pronta, infarcita di ammiccamenti e canzoncine in voga, quasi che fosse impossibile offrire al pubblico feste di fine d'anno qualcosa di più (clicamente) intelligente. Anche i vecchi maestri della commedia italiana — gli Scialoja, i Monicelli, i Risi — sembrano in voga, quasi che fosse impossibile offrire al pubblico feste di fine d'anno qualcosa di più (clicamente) intelligente. Così vanno le cose del cinema in Italia, inutile prendersela. Al massimo si può cercare (possiamo cercare) di incuriosire la gente, di indirizzarla verso film più garbati e meno pippobaudoreclamizzati. Celentano — quando non fa il Messia — starà sempre in cima ad una pila di miliardi, ma che almeno il robotico pacifista di Corto circuito o il vecchio bucaniere zoppo di Pirati riescano a urtare forte che il cinema, anche quello di Natale, può essere qualcosa di diverso.

Michele Anselmi

Ma Berlusconi manda a dire...

Con quale volto si presenta il cinema italiano all'appuntamento con la seconda metà degli anni Ottanta? Lentamente si viene delineando un mosaico dai connotati del tutto diversi da quelli che eravamo abituati a conoscere. Là dove c'era una sorta di arcipelago frammentato e quasi del tutto privo di tratti unitari, sono emersi tre «sistemi» integrali dotati di caratteristiche abbastanza simili.

Sono centri produttivo-distributivo-fruitivi marcati da uno stretto legame fra cinema e televisione o, meglio, dall'assoggettamento del prodotto filmico alle esigenze del piccolo schermo. In poche parole il film italiano sta mutando abito e volto all'insegna di prevalenti esigenze televisive come dimostrano alcuni dati: sino a poche settimane or sono erano state approntate per la distribuzione 83 nuove produzioni nazionali, un quarto appartenevano al genere porno variamente «indurito», un altro venticinque per cento riguardava le iniziative ruotanti attorno al finanziamento elargito dalla legge sulla cinematografia alle iniziative culturalmente qualificate, la metà erano film realizzati da gruppi di cinema maggioranza con l'intervento delle reti televisive. In tal senso un primo polo

di aggregazione fa capo alla Rai e alla Saeis, la consociata dell'emittente statale incaricata della commercializzazione a livello internazionale delle produzioni finanziate dalla concessionaria pubblica. Le opere realizzate in quest'ambito tendono sempre più a qualificarsi, per lunghezza e/o confezione, come materiali a prevalente destinazione video e questo sia che abbiano la forma del «pilott» come Tex e il signore degli abissi di Duccio Tessari o si configurino come opere di per sé compiute sul genere dei «televisioni di qualità». La piovra di Damiano Damiani, L'isola di Carlo Lizzani o il più recente La storia di Luigi Comincioli.

La sola Rai non compare nei cast di una ventina di titoli, in otto dei quali avendo caricato l'ente cinematografico statale. Sono quasi tutte opere di sicuro livello culturale firmate da grandi autori come Ermanno Olmi, Federico Fellini, i fratelli Taviani, Ettore Scola, Francesco Rosi, Mauro Bolognini. Anche se queste produzioni assumono spesso il carattere di «fiori all'occhiello», se si preferisce, di «locomotive» utili a meglio «trainare» il resto del listino, non è possibile disconoscere l'importanza. Si può anzi dire che oggi il cinema italiano di prestigio è appannaggio dell'emittente pubblica e delle produzioni finanziate dallo Stato in modo diretto o indiretto.

Un secondo centro di potere fa capo a Silvio Berlusconi e alle reti di cui controlla. Già da vari anni il padrone di Canale 5 interviene nella produzione appoggiando una trentina di film a stagione, per un totale di una quindicina di miliardi ripartiti fra acquisto di «diritti di sfruttamento televisivo» e quote di finanziamento vere e proprie. Quest'anno «il cavaliere del Biscione» ha fatto un passo avanti assicurandosi il controllo della Medusa, una fra le più importanti società di produzione e distribuzione. La mossa ha contribuito a chiarire la strategia di questo gruppo che, a differenza della Rai, mira più a esercitare un'influenza complessiva sul settore dello spettacolo che non a imporsi nel solo campo televisivo. Tipico il caso di una serie di film «usa e getta» nati più per esigenze di sfruttamento video che avendo mira le sale cinematografiche. Sono pellicole che utilizzano prevalentemente i comici che compaiono in trasmissioni come Drive In, e che, dopo rapide apparizioni nei locali pubblici che forniscono, fra l'altro, la giustificazione per attingere alle provvidenze statali destinate al sostegno della cinematografia, finiscono nel giro di pochi mesi nei programmi di Canale 5. Retequattro, Italia 1. Qualche esempio: Sposero

Simon Le Bon, Italian Fast Food, il ragazzo del Pony Express.

Un terzo nucleo di forza è quello che, sempre in questi mesi, si è venuto concretizzando attorno agli accordi Cecchi Gori-Titanus e Cecchi Gori-Columbia. Qui siamo più vicini alla salvaguardia di interessi produttivi di stampo tradizionale, anche se non va dimenticato che da tempo i Cecchi Gori sono, con Achille Manzotti e Luigi e Aurelio De Laurentis, gli interlocutori privilegiati degli interessi cinematografici berlusconiani. È possibile che questo rapporto abbia subito un qualche contraccolpo a causa dell'ingresso del «patron» di Canale 5 nella Medusa, ma non è meno sicuro che le buone relazioni di un tempo un qualche peso continueranno ad avere.

Un quarto centro d'influenza potrebbe infine gravitare attorno agli enti cinematografici pubblici di Cinecittà e Luce-Italnoleggio. Tuttavia l'uso del condizionale appare doveroso in quanto sino ad ora le rilevanti potenzialità insite in un apparato, complesso e tecnicamente poderoso, sono state sfruttate solo molto parzialmente. Mentre il mercato subiva profonde trasformazioni negli uffici di questi enti si perdeva tempo in ridicole congiure di corridoio, si sbandieravano progetti cervellottici impastati di

cultura cineclubbista.

Il risultato è sotto gli occhi di tutti: nel momento in cui il settore si sta sempre più orientando verso il video, sta «etere», sta «home», le società pubbliche non hanno mosso un passo per la valorizzazione, anche commerciale, di quell'immenso patrimonio di cui sono depositari l'Istituto Luce e il vecchio Italnoleggio. Nello stesso tempo in cui importanti settori dell'imprenditoria privata scoprivano le possibilità, anche economiche, insite nel circuito culturale (scuole, università, sale d'essai, associazioni) i responsabili degli enti statali si disinteressavano di un campo in cui si gioca, senza alcuna retorica, l'avvenire del nostro cinema.

Nel mesi in cui, pur faticosamente, anarchicamente e con grave ritardo, l'esercizio cinematografico iniziava a porsi il problema dell'adeguamento delle strutture al mutamento della domanda, i dirigenti del Luce-Italnoleggio davano prova di un'inerzia quasi totale.

Al di fuori della mappa sommarariamente tratteggiata, resta un gruppetto di film, quasi tutti d'impianto soft-erotico, ultime vestigia di quello che un tempo fu un cinema disordinato, cialtronesco, pasticciaccio, ma non privo di grandezza e fascino.

Umberto Rossi

SE FATE I BRAVI VI REGALIAMO I CATTIVI

IL CALENDARIO DI CIAK "CATTIVI SOGGETTI" IN REGALO CON IL NUMERO DI GENNAIO



AUGURI

SIAMO RICCHI SOLO DENTRO.

SOTTOSCRIVI



riforma della scuola

fondata nel 1953 da Dina Bertoni Jovine e Lucio Lombardo Radice diretta da T. De Mauro, C. Bernardini, A. Oliverio mensile abbonamento annuo L. 32.000 (estero L. 50.000)

GENNAIO '87

CCT

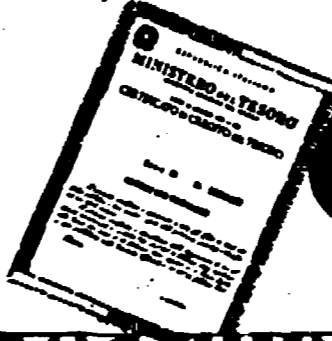
Certificati di Credito del Tesoro decennali

- I CCT possono essere sottoscritti, presso gli sportelli della Banca d'Italia e delle aziende di credito, al prezzo di emissione e senza pagare alcuna provvigione.
- La cedola è annuale e la prima verrà a scadenza l'1.1.1988.
- Le cedole successive sono pari al rendimento dei BOT a 12 mesi, al lordo del-

- la ritenuta del 6,25%, maggiorato del premio di 0,75 di punto.
- Qualora l'ammontare delle sottoscrizioni superi l'importo offerto, le richieste verranno soddisfatte con riparto.
- Hanno un largo mercato e quindi sono facilmente convertibili in moneta in caso di necessità.

In sottoscrizione dal 2 all'8 gennaio

| Prezzo di emissione | Durata anni | Prima cedola annuale lorda | Prima cedola annuale netta |
|---------------------|-------------|----------------------------|----------------------------|
| 99% | 10 | 10,80% | 10,12% |



CCT

STING E MARCELLA PER LA PRIMA VOLTA INSIEME

"LE PIÙ BELLE CANZONI DELL'ANNO" RACCOLTE NELLO SPECIALE INSERTO REGALO DI QUESTA SETTIMANA.



UNIPOL ASSICURAZIONI UNA GRANDE TRANQUILLITÀ PER CHI SI ABBONA ALL'UNITÀ

