Forse «Nuovo cinema Paradiso» vincerà l'Oscar. Ma il premio non potrà nascondere la profonda crisi del nostro cinema

Cinecittà è vuota, la produzione è quasi ferma perché la televisione ha tagliato i fondi. E continua l'invasione Usa

Un'Italia che non fa più ciak

ALBERTO CRESPI

ROMA. Il cinema italiano è fermo. Cinecittà è semivuota. Solo due *troupe* importanti sono al lavoro: quella di Ettore Scola per *Capitan Fracassa* e quella (in buona parte americana) di Francis Coppola per *Il Padrino 3*. Il nostro cinema ha incrociato le braccia, ma la congiuntura che per il momento ha bloccato quasi tutti i film in preparazione è imposta dall'alto. La Rai non ha soldi e la nuova direzione ha tagliato i fondi alla produzione di film. Berlusconi ha stornato parecchi miliardi dal cinema per coprire altri settori della sua multiforme attività (l'affare Mondadori, una Standa che non rende come dovrebbe). I «super-produttori» Cecchi Gori non attraversano un buon momento. La nascita della Penta (la cosiddetta *major* che nello scorso novembre, al Mifed di Milano, sancì l'alleanza fra Cecchi Gori e Fininvest) non ha dato i frutti sperati. Alcuni film usciti con il nuovo marchio (*Dimenticare Palermo* di Rosi, *Tre colonne in cronaca* dei Vanzina, lo stesso Fellini, almeno in rapporto a quanto è costato) sono stati degli insuccessi. Mario Cecchi Gori insegue il fantasma della Fiorentina, un affare «extracinematografico» che gli potrebbe costare molto denaro, e non si sbilancia. *Tutto è fermo. Registi, attori*, sceneggiatori e tecnici attendono con trepidazione.

La «fotografia» del cinema italiano, alla vigilia di un Oscar che potrebbe inopinatamente rilanciarlo, è quindi preoccupante. Una struttura piramidale in cui Rai e Fininvest decidono (o, come in questi giorni, *non* decidono) e un solo produttore «grande», Cecchi Gori, fa da mediatore fra la committenza televisiva e i tanti produttori «piccoli». Questi ultimi, però, cominciano (era ora) a protestare. Ne abbiamo intervistati tre (Gianfranco Piccioli, Francesca Noè, Claudio Bonivento), ecco cosa dicono.

Insieme ad altri colleghi (Berardi, Cicutto, Barbagallo, Antonio Avati) Piccioli ha di recente preso posizione contro la situazione di *trust* cui la Penta ha dato vita. Il *casus belli* è stata la vendita dei diritti tv del film di Francesco Nuti *Willy Signori*. Film che non è targato Penta, ma è una coproduzione tra Unione Cinematografica (la società di Piccioli) e Cecchi Gori, «chiusa» ben prima della nascita della Penta, e distribuita in Italia dalla Warner. «Al momento di trattare i diritti televisivi la Rai ha chiesto che la Penta non entrasse nella trattativa. Ma quando stavo per chiudere la cessione del film alla Rai, Cecchi Gori mi rilancia un'offerta della Penta (ovvero della Fininvest): la Rai offriva 2 miliardi e 250 milioni per cinque passaggi, la Penta 2 miliardi e 850 milioni per otto passaggi. Faccio presente che l'offerta Rai è più vantaggiosa e che io e Nuti preferiamo dare il film alla tv di stato dove passerà senza spot pubblicitari. E alla Penta mi rispondono che sono disposti a lasciare alla Rai i primi cinque passaggi tv, e la Rai è già d'accordo. Non a caso, nel frattempo, è avvenuto il passaggio di consegne fra Agnes e Pasquarelli e la Penta stessa stava trattando con Rai e Fininvest contemporaneamente il destino tv di un film che non era nemmeno suo». Secondo Piccioli, insomma, lo scenario sta cambiando: Rai e Fininvest non agiscono più in concorrenza, ma fanno in sostanza una politica «di cartello», e l'accordo Berlusconi-Cecchi Gori non è finalizzato alla sconfitta della Rai: «La Penta si è inserita nel duopolio Rai-Fininvest per mantenere un equilibrio di fatto che azzeri tutto il resto. Fanno tutto loro, e la piccola impresa viene schiacciata».

Francesca Noè è appunto, con la sua Libra*film* (la casa che ha prodotto *Stesso sangue* di Egidio Eronico e Sandro Cecca, uno dei migliori film italiani indipendenti degli anni '80), una rappresentante di questa «piccola impresa». Ma non è del tutto d'accordo con Piccioli: «Il problema non è se il trust esiste o no. Il problema è che il trust – nel cinema come in altri campi – è l'ovvia conseguenza di un totale vuoto legislativo. Viviamo in uno stato che non legifera, che non ha la minima politica culturale, che di tanto in tanto prova a diventare 'imprenditore' ma si scontra con gli imprenditori che ci sono già, e che nel frattempo, in assenza di leggi, hanno fatto quello che hanno voluto. E' molto semplice. Esistono tre possibili fonti di sovvenzione per i film: Rai, Fininvest e i fondi del Ministero del Turismo e Spettacolo, il vecchio articolo 28. Le banche private non investono (a differenza che in Francia, o in Germania). Il risultato è il blocco per chiunque non sia del giro o non abbia sponsor politici potenti. Con un'aggravante: che fra l'87 e l'88 c'è stata un'ondata di esordi del tutto casuale che, non avendo alle spalle un'industria, ha creato solo 3-4 registi con un futuro (Tornatore, Archibugi, Salvatores e pochi altri) e una marea di frustrati il cui primo film è magari uscito in un cinema per tre giorni, e che non riusciranno mai a farne un secondo».

Già, l'uscita nei cinema. Un altro problema drammatico su cui, prossimamente, dovremo tornare. Bonivento, il produttore di *Mery per sempre* di Marco Risi, e che attualmente sta producendo almeno tre film di forte impatto sociale (*Ragazzi fuori* ancora di Risi, *Pummarò* di Placido, *Ultrà* di Ricky Tognazzi, tutti con diritto antenna Raidue) è più ottimista («Produrre un film, se uno ci crede, è sempre possibile. Sia alla Rai che a Reteitalia io ho sempre trovato persone sensibili, capaci»), ma quando si parla delle sale non ha peli sulla lingua: «Gli esercenti sono la tomba del nostro cinema. E' vergognoso che un distributore americano sappia già oggi in quali cinema, e per quanti giorni, uscirà con i suoi film di Natale, mentre io, italiano, non posso saperlo. Anzi, so già che mi faranno uscire al massimo in 7-8 città, in cinema di serie B, e se il film non incasserà mi smonteranno dopo tre giorni. La mia domanda è: quanti *Mery per sempre*, quanti *Nuovo cinema Paradiso* sono stati fatti negli ultimi anni in Italia, ma nessuno se n'è accorto semplicemente perché nessuno ha potuto vederli?».

Stanotte, a Hollywood, l'Italia potrebbe riconquistare quell'Oscar per il miglior film straniero che le manca da 16 anni. Nel 1974 vinse Federico Fellini con *Amarcord*, ora Giuseppe Tornatore e il suo *Nuovo cinema Paradiso* puntano al bis. Ma ancora una volta, come nel caso delle 9 statuette vinte da *L'ultimo imperatore* di Bertolucci, l'Oscar non potrà nascondere la situazione produttiva del nostro cinema, che può essere definita solo in un modo: drammatica. Il cinema italiano è sempre più prigioniero della committenza televisiva, cioè di un duopolio (Rai e Fininvest) dal cui interno arrivano segnali inquietanti, perché sia la Rai, sia Berlusconi stanno diminuendo sensibilmente la produzione di film «per le sale». In Italia, insomma, non esiste più un «cinema»: esistono due potentati televisivi che di tanto in tanto producono film, e che forse, nell'immediato futuro, ne produrranno sempre meno. E quindi, deve far riflettere che in corsa per l'Oscar ci sia un produttore – Franco Cristaldi – che ancora lavora all'antica, in proprio, con appoggi minimi da parte delle tv (nel caso di *Nuovo cinema*, un diritto antenna di Raitre). L'Oscar (se arriverà, speriamo in bene!) non farà primavera. Vediamo di capire perché.

Numero di spettatori

	1988-1989	1989-1990	differenza
Italia	7.775.116	5.131.236	– 34,0%
Coproduzioni	538.452	1.740.315	+223,2%
Totale	8.313.568	6.871.551	– 17,3%
Usa	15.506.307	21.752.006	+ 40,3%
Gran Bretagna	2.104.936	1.015.907	– 51,7%
Totale	17.611.243	22.767.913	+ 29,3%
Francia	1.481.115	745.283	– 49,7%
Rft	325.755	218.480	– 32,9%
Altre	1.642.317	449.412	– 72,6%
Totale	29.373.998	31.052.639	+ 5,7%

Presenze nei cinema nelle stagioni 1988-1989 e 1989-1990. I dati riguardano i periodi che vanno dall'agosto 1988 al febbraio 1989, e dall'agosto 1989 al febbraio 1990.

Numero dei film usciti

	1988-1989	1989-1990	differenza
Italia	62 (23,7%)	48 (21,0%)	–14
Coproduzioni	10 (3,8%)	11 (4,8%)	+ 1
Totale	72 (27,5%)	59 (25,8%)	–13
Usa	119 (45,4%)	105 (45,8%)	–14
Gran Bretagna	18 (6,9%)	11 (4,8%)	–7
Totale	137 (52,3%)	116 (50,6%)	–21
Francia	20 (7,6%)	27 (11,8%)	+ 7
Rft	4 (1,5%)	6 (2,6%)	+ 2
Altre	29 (11,1%)	21 (9,2%)	–8
Totale	262	229	–33

I film usciti nelle stagioni 1988-1989 e 1989-1990, sempre in riferimento ai periodi dall'agosto 1988 al febbraio 1989, e dall'agosto 1989 al febbraio 1990.

La produzione italiana

	1987	1988	1989
Film interamente nazionali	106	103	102
Coproduzioni maggioritarie	8	11	12
Coproduzioni minoritarie	–	8	2
Coprod. a tre maggioritarie	2	–	–
Coprod. a tre minoritarie	–	2	1
Totale	116	124	117
Film stranieri	368	380	395
Totale titoli disponibili	484	504	512
Costi di produzione (in miliardi di lire)			
Investimenti globali	259,1	352,1	316,9
Costo medio a film	2,2	2,8	2,7

In questo caso le cifre si riferiscono ai film prodotti negli anni solari 1987, 1988 e 1989. I dati sono una nostra elaborazione da «Cinema d'oggi» e dal «Giornale dello spettacolo».

I magnifici dieci 1988-1989

	NAZIONALITÀ produzione	NAZIONALITÀ distribuz.	BIGLIETTI	INCASSO (in miliardi di lire)
Chi ha incastrato Roger Rabbit? (*)	Usa	Usa	3.109.893	22,2
Il piccolo Diavolo (*)	Italia	Usa	2.521.092	17,4
Il principe cerca moglie	Usa	Usa	1.748.984	12,1
Rambo III (*)	Usa	Usa	1.674.709	11,7
Caruso Pascoski di padre polacco (*)	Italia	Usa	1.266.766	9,3
L'orso (*)	Francia	Usa	953.611	6,7
Fantozzi va in pensione (*)	Italia	Usa	854.006	5,9
Compagni di scuola (*)	Italia	Usa	850.969	5,9
Frantic	G. Bretagna	Usa	783.107	5,5
Cocktail (*)	Usa	Usa	732.648	5,3

(*) Al momento della rilevazione il film era ancora in programmazione.
Dati riferiti alla stagione 1988-1989 (da agosto a febbraio)

I magnifici dieci 1989-1990

	NAZIONALITÀ produzione	NAZIONALITÀ distribuz.	BIGLIETTI	INCASSO (in miliardi di lire)
Indiana Jones e l'ultima crociata	Usa	Usa	2.307.609	17,3
L'attimo fuggente (*)	Usa	Usa	2.121.249	15,6
Batman	Usa	Usa	1.758.776	12,9
Ritorno al futuro parte II (*)	Usa	Usa	1.712 539	12,6
Willy Signori e vengo da lontano (*)	Italia	Usa	1.211.247	9,1
Sorvegliato speciale (*)	Usa	Italia	1 097.385	8,0
Ho vinto la lotteria di Capodanno (*)	Italia	Italia	853.636	6,2
Orchidea selvaggia (*)	Usa	Italia	816.502	6,1
Black Rain - Pioggia nera (*)	Usa	Usa	795.691	6,0
Oliver &Company (*)	Usa	Usa	836.469	5,9

(*) Al momento della rilevazione il film era ancora in programmazione.
Dati riferiti alla stagione 1989-1990 (da agosto a febbraio)

Rai-Fininvest, il duopolio dei pachidermi

DARIO FORMISANO

Silvio Berlusconi Cor..mu-nications. È la nuova ragione sociale di Reteitalia, e anche il testo di un cartello che precede i titoli nei film in qualche modo targati Fininvest. Un cartello muto, inquietante che dà il segno della potenza del gruppo nell'industria cinematografica italiana.

Fininvest e Rai finanziano, complessivamente, circa il 75% della produzione cinematografica nazionale (400 miliardi secondo recenti stime dell'Anica). Assumendo direttamente il rischio di impresa, oppure pre-acquistando i diritti di trasmissione dei film sul piccolo schermo. In proporzioni variabili che valutano soprattutto le altre possibilità di ritorno economico di un progetto (l'estero innanzitutto). In pratica oggi, all'interno dei network tv, si ritrovano tutti e tre gli anelli classici dell'industria cinema: produzione, distribuzione ed esercizio.

All'atto del finanziamento il dirigente del gruppo televisivo si comporta in realtà come un tradizionale distributore: le proposte arrivano da produttori esterni e con essi tratta, con margini inversamente proporzionali alla forza del produttore o dell'autore, all'intelligenza e al potere del dirigente. Se Raiuno punta molto sul cinema degli autori (Olmi, Taviani, Fellini, ma anche la «generazione di mezzo» dei Del Monte, Amelio, Moretti), Raidue fa scelte meno riconoscibili (tre diverse strutture si occupano a vario titolo della produzione di film), Raitre è molto orientata su opere di autori poco più che esordienti e in Reteitalia c'è praticamente di tutto, comprese pellicole che si intuisce prodotte pensando soltanto al piccolo schermo.

Se la tendenza alla concentrazione è stata in questi anni molto forte nel campo della distribuzione, solo l'assenza di norme ha consentito che tale concentrazione finisse col riguardare l'altro anello più cruciale (dal punto di vista della circolazione delle idee) della produzione. Oggi non esiste più, come negli anni Cinquanta e Sessanta, una pluralità di distributori cinematografici e dunque un regime di concorrenza, possibile quando il mercato delle sale era ancora remunerativo e aveva senso per l'imprenditore distributore rischiare minimi garantiti sotto forma di anticipi alla produzione. Assente ogni regola, ecco che tutta la produzione cinematografica si ritrova in mano a due soli produttori finanziatori. E se capita che, per ragioni differenti, i due finanziatori attraversino crisi profonde, può anche accadere (come in realtà sta accadendo) che l'industria cinematografica rischi la paralisi.

La Rai dovrebbe destinare, nel 1990, 670 miliardi di lire alla produzione e all'acquisto di programmi tv. Poco più di una sessantina dovrebbero servire alla produzione di film senza considerare il budget degli acquisti. Ma il tentativo di arginare il previsto deficit di oltre ottanta miliardi e l'ammortizzamento di spese pregresse delle singole reti rischiano di compromettere l'impegno produttivo a vantaggio del cinema (il nuovo direttore Pasquarelli già opera in questa direzione). E in casa Fininvest, se passasse la legge che vieta l'interruzione dei film con spot pubblicitari, sono pronti a lamentare un «buco» di circa 400 miliardi di lire.

Quel che è paradossale è che la diminuzione dei finanziamenti al cinema non corrisponde in questo caso ad una reale diminuzione delle potenziali risorse del settore. All'industria cinema la Rai farà pagare infatti i costi di un dissesto finanziario tutto politico-burocratico, la Fininvest le conseguenze dello sciagurato *dumping* praticato in questi anni sui prezzi degli spazi pubblicitari. Per cui l'eventuale «buco» (200, 400 miliardi?) sarà dovuto non ad una diminuzione della volontà degli utenti pubblicitari di investire in tv, ma dalla difficoltà di convincere gli stessi a pagare il giusto prezzo i singoli spazi.

C'è da aggiungere che tra i responsabili del palinsesto comincia a farsi strada la convinzione che i film non sono necessariamente i programmi più graditi in assoluto (come rivelano le classifiche dei «top ten» settimanali). E che forse non è indispensabile per un film, anche integralmente finanziato dalla tv, il passaggio nelle sale cinematografiche.

Quel che si prevede insomma è un progressivo spostamento dalla produzione di film a quella di altri programmi, soprattutto di fiction televisiva. Pur nella consapevolezza, sembra, che soltanto un «cinema forte» sia capace di trainare, in termini di attenzione e di immagine, l'intero comparto dell'audiovisivo. Un cinema possibilmente forte anche nelle sale, grandi o piccole che siano, italiane o internazionali, mentre tutto il cinema medio e basso di una volta sarà probabilmente sostituito dalla fiction tv. Non è un dramma, basterebbe prevederlo, restituire autonomia e credibilità al cinema delle sale, regolamentare, anche nel caso della fiction tv, i rapporti tra produzione e distribuzione.

UMBERTO ROSSI

I primi dati sull'andamento della stag cinematografica hanno indotto all'ottimism cuni commentatori. Lo spunto è stato fo dai risultati fatti registrare alla fine di feb dal botteghini dei 654 schermi ospitati nell città «chiave» in cui si forma più della met bilancio dell'intero circuito filmico. In q parte del mercato si è avuta una crescita di si un milione e 680mila spettatori e una li zione degli incassi superiore ai 23 miliardi re. In percentuale i biglietti sono lievitati di il sei per cento, gli introiti di oltre l'undici cento. Sembrerebbe una situazione, se troppo rosea, almeno abbastanza rassicur Ma queste cifre, per quanto importanti, pur sempre parziali e riferite a una zona par larmente ricca del mercato. Infatti le prime cipazioni Siae, relative ai primi nove me 1989 e all'intero territorio, segnalano una sione di spettatori, seppur contenuta entro per cento, e un aumento degli incassi, p per cento, di poco superiore al tasso d'infl ne, ma dovuto unicamente a una sensibile scita dei prezzi d'ingresso, mediamente oltr per cento.

Se dai dati generali si passa a un esame dettagliato si scopre che, almeno per i film liani, le cose vanno in modo ben diverso spettatori diminuiscono di oltre 17 per cent milione e 442mila biglietti venduti in meno mando film nazionali e coproduzioni. Sulla se di queste cifre diventa lecito affermare c componente nazionale di mercato è arre sino a rasentare la marginalità: comprender prodotti plurinazionali supera di poco il 2 cento della domanda. Nello stesso tempo nema Usa ottiene un peso sempre più rilev arrivando al 70 per cento. Le cifre relat trenta maggiori successi della stagione gruppo di opere che raccoglie tre quarti de troiti del primo circuito di sfruttamento) co mano il dominio del cinema di lingua ing Queste pellicole, che rappresentano meno dieci per cento dei nuovi titoli a disposizion mercato, hanno marcato un maggiore inc rispetto alla stagione precedente, di ben 5 liardi, come dire il 65 per cento del maggior casso raccolto dall'intero circuito. Ai 22 fil produzione Usa va quasi l'80 per cento de cassi, con un aumento di 35 miliardi e 6 lioni, più 36 per cento rispetto alla stagione cedente. Le cose vanno un po' meglio sul sante distributivo, ma questo miglioramen posizioni del noleggio nazionale lo di deve valentemente all'entrata in campo del gr Berlusconi-Cecchi Gori e ciò innesca elem di preoccupazione aggiuntivi di cui parler fra poco.

L'analisi di questi dati mette in evid quanto il circuito cinematografico si pres saldamente controllato dagli americani e c il nostro cinema vi si affacci in posizioni di scente debolezza. Ciò avviene sia in quant americani hanno sempre avuto a cuore le del loro cinema e lo hanno protetto dall denza delle reti sia perché, al contrario, la stra industria è stata letteralmente abbando in balia dei grandi *network* pubblici e pri Così facendo la «fabbrica del cinema» è trasformata in un'appendice, priva di qual autonomia economica e creativa, del settor levisivo. Basta fare quattro conti sulla base d sti e ricavi per scoprire che, sul piano str mente settoriale, non esiste alcuna convenie a produrre. A fronte di esborsi mediamente lutati intorno ai 2 miliardi e 700 milioni a fil sono introiti che arrivano a stento ai 900 mi di incasso al botteghino. Se si produce, dun lo si fa solo grazie all'apporto delle reti tele ve. Poiché l'autoproduzione – sia essa di va o d'informazione «spettacolarizzata» – irr costi ben più elevati per la cattura di un pa dice di ascolto, la convenienza è più a cor rare che a realizzare direttamente. È noto esempio, che la Fininvest arriva a pagare ai ben più di un miliardo i diritti di messa in o di un film di richiamo e la cosa non desta m viglia se si tiene conto del fatto che quella p cola darà utili pubblicitari vicino o superio miliardo e mezzo a «passaggio». Tuttavia, c riti rapidamente i film in magazzino, le gr reti sono state costrette a entrare direttam nell'industria cinematografica ed ecco spie una delle ragioni del peso esercitato aziende di Silvio Berlusconi sulla produzi Inoltre la Fininvest svolge un ruolo importa simo nel settore del noleggio, ove controll meno tre grandi aziende (Artisti Associati P e Medusa) e ha assunto una posizione egem ne anche nel campo dell'esercizio ove, attra so Cinema 5, controlla direttamente una ses tina di sale, strategicamente collocate, e stretto accordi di programmazione con alm altri duecento cinema. Nè si deve dimenti che da qualche tempo si è fatto attivo in qu campo anche all'estero stia aprendo uffici ta in varie capitali, fra cui Budapest, sta co rando dalla Pathe Communications di Giar lo Parretti e Florio Fiorini varie sale ex-Can in Olanda e Gran Bretagna.

È un vero e proprio impero che desta inc tudine non tanto o non solo per l'aggress con cui interviene sul mercato, quanto nel do in cui condiziona l'intero cinema italian favore della televisione commerciale. Que tima si presenta, a sua volta, streitamente le alle grandi agenzie pubblicitarie, per cui esse, in definitiva, ad assumere un ruolo gi nel governo degli indirizzi imposti ai proc creativi e produttivi.