

Ieri è toccato al mega impianto di Torri di Quartesolo voluto dalla Warner. Poi a Roma, Bologna, Bari. Ma gli esercenti protestano

L'ultimo spettacolo? Inizia a mezzanotte

La discriminante che fa di un locale un multiplex, è la cabina di proiezione, che deve essere comune per tutte le sale. Quella del «Warner Village», ad esempio, è un lungo corridoio di 90 metri, con proiettori da 35 millimetri comandati da un sistema computerizzato. Computerizzate sono anche le biglietterie: 5 all'ingresso, più altre 3 predisposte per il servizio di prenotazione telefonica del biglietto. Ma i numeri del complesso di Torri di Quartesolo, creato dalla Warner, dalla Village (società australiana specializzata nei multiplex) e dell'italiana Focus (aprirà al pubblico domani), non finiscono qui. Le 9 sale, attrezzate con sistema Dolby digitale e costruite ad anfiteatro, garantiscono una capienza di 2.106 posti, più 12 posti per disabili. Nel parcheggio ci sono 600 posti auto, più 1500 del centro commerciale. 30 video, nell'atrio, proietteranno a ciclo continuo trailers dei film in cartellone. Sempre nell'atrio, lo spettatore troverà: un negozio di bonbon, 2 gelaterie e 8 bar. Inizio degli spettacoli alle ore 13. Ultimo spettacolo, il sabato e prefestivi, alle ore 24. Il biglietto costerà 12 mila lire; ridotti a 8 mila lire per gli spettacoli fino alle ore 18 (nei giorni feriali), per militari ed anziani. E nei prossimi mesi, «Warner» aprirà due nuovi multiplex a Verona e Bari.

L'invasione dei Multiplex

Che bello andare al cinema col carrello (della spesa)

VINCENZA. La medaglietta al primo multiplex italiano della Warner Village l'affigge un anonimo ragazzo del Nord-Est, davanti alla telecamera della troupe di *Telepiù*. Capello lungo, cotonato, RayBan con le lenti a specchio, fisico da armadio a due ante, ha pochi dubbi: «Mi hanno detto che l'ha aperto Stallone». Ma nell'ampio spazio che si apre a ridosso del centro commerciale è il solo a ipotizzare - seppure a spanne - cosa stia succedendo. A due passi dai notabili della provincia ma soprattutto a un sospiro dal toccare le star del cinema, i neo faraoni del carrello maxi di Torri di Quartesolo (una processione di cemento in cemento, immersa nel verde) non sanno ancora che stasera sono parte di una storia che cambierà la storia.

Non è Anna Falchi in lamé argenteo, né Giancarlo Giannini in smoking nero d'ordinanza, non sono Jo Champa, con un vestito da sera che si dissolve all'altezza del reggisenone, o Maria Grazia Cucinotta congelata, né gli altri ospiti riscaldati dagli applausi, i protagonisti della serata. La stella cometa di questa Epifania pagana è un parallelepipedo squadratto, che visto da fuori ricorda vagamente Fort Knox e visto dall'atrio somiglia sinistramente all'androne di un Burghis hi-

tech. Nome in codice: «Warner Village». Professione: multiplex. Tradotto in un'italiano maccheronico: un'astronave del cinema. A volerlo li sono stati gli americani della Warner, gli australiani della Village e gli italiani della Focus. Con un'idea ben precisa: convogliare nelle 9 sale, tecnologicamente avanzate e confortevolmente arredate, della struttura (costata 14 miliardi) almeno 1 milione di spettatori all'anno: dalla città (Vincenza è a un battito d'ali), dalla provincia, dalle vicine casse dell'ipermercato, da qualunque posto si muova una macchina o un mezzo pubblico. È la strategia del «ci siamo o nell'hinterland: basta che nelle adiacenze ci sia un centro commerciale. Un luogo dove il cinema manca, ma non manca la gente che mette mano al portafoglio. È la rivoluzione copernicana della fruizione di cinema, quella che si annuncia all'orizzonte. Una rivoluzione che cambierà le abitudini del pubblico e, soprattutto, gli equilibri dell'esercizio cinematografico. E qui, cominciano i problemi. Problemi grossi: problemi seri. Problemi che al normale spettatore potrebbero anche non interessare. Ma che lo riguardano da vicino. E non certo per il monopolio delle bevande gassate che Pepsi si è aggiudicata (ha l'esclusiva mondiale dei «Warner Village»); o per le vagonate di M&M's, Mars e gelatoni industriali che si ritroverà ad ingurgitare, come i bravi spettatori americani; e nemmeno per le

quasi 20 mila lire che verranno a costare un big-big barattolo di pop corn e un big-big bicchiere di Pepsi, qui appena fuori Vincenza. Ma per quello che i multiplex metteranno in cartellone. «Ci comporteremo come un qualunque esercente», promettono i responsabili del «Warner Village». «Anzi, cercheremo di allungare la stagione a 12 mesi, insegnando al pubblico come utilizzare un multiplex ed imparandolo anche noi. Sul campo». Con quali film, però non si sa. Con i grandi titoli americani? Con la fuffa che fino ad oggi le majors hanno spedito direttamente in cassetta, senza passare dalla sala? Monopolizzando gli schermi della struttura con i loro prodotti, visto che nei complessi «Warner Village» un solo film può essere proiettato contemporaneamente in tutte le sale? Approfittando di quelle joint-ventures con altre majors per bloccare la programmazione e alzare la quota di mercato? Sony, ad esempio, ha fornito alla struttura di Torri di Quartesolo il sistema audio digitale e in afficce tre dei prossimi film (*Men in black*, *Anaconda* e *Il matrimonio del mio migliore amico*) sono targati Columbia, società della Sony: è solo un caso? «Sono i piccoli distributori

che creano disordine nella programmazione. E i brutti film sono loro a immerterli sul mercato, per tappare i buchi di programmazione», puntualizzano i responsabili del «Warner Village». In parte - e forse anche più che in parte - è vero. Ma come si comporteranno le grandi aziende del cinema che saranno al tempo stesso produttori, distributori, esercenti, proprietarie dei diritti home video e d'antenna e titolari di emittenti televisive? E ancora, l'aumento esponenziale degli schermi porterà veramente nuovo pubblico? A Roma nel giro di pochi anni, Warner Village costruirà: 6 sale al posto dei vecchi Moderno, Modernetta e Odeon di piazza della Repubblica; 18 sale nei multiplex della Magliana e 20 sale in quello di Cinecittà: ma se il numero di presenze nella capitale non cresce, chi prodest? Si chiedono alcuni addetti ai lavori. Altri, più che chiedere, agiscono. Come gli esercenti milanesi che hanno fatto ricorso al Tar contro il Dipartimento dello Spettacolo e il Comune per il progetto del «Warner Village» di Bisceglie, periferia milanese. E pensare che al ragazzo con i RayBan a specchio avevano detto che c'era di mezzo Stallone.



In alto, una delle 9 sale del complesso di Torri di Quartesolo. Qui sopra, l'attore Giancarlo Giannini

Bruno Vecchi

Appuntamento a Fiesole il 2 e 3 novembre per discutere con Veltroni della nuova legge

Musicisti, non perdiamo l'occasione

PIERO FARULLI

Direttore della Scuola di musica di Fiesole

La situazione della musica in Italia, com'è stato più volte detto in molte sedi, non è delle più brillanti. Sono anni che si va ripetero fino alla nausea in ogni occasione possibile. Ma la musica, la sua diffusione e il suo insegnamento hanno fatto parte totalmente della mia vita, prima nel Quartetto Italiano, poi, dal 1974, come fondatore e direttore della Scuola di Musica di Fiesole. Dopo tanti anni di battaglie finalmente, un governo di centro-sinistra, grazie a Walter Veltroni, si è messo al lavoro intorno a una legge sulla musica, che sostituisce la vecchia legge 800.

Il testo che è stato elaborato è complesso, e, a tutt'oggi, non mi è ancora possibile darne un giudizio adeguato proprio per l'abbondanza di temi che affronta. D'altra parte la materia, la musica, si presenta difficile da affrontare da un punto di vista legislativo, dispersa com'è, dopo anni e anni di indifferenza da parte delle passate classi dirigenti. Intraprendere la costruzione di una

legge che dia indirizzi e regole a un tale *mare magnum* è dunque, di per sé, un'opera meritoria e coraggiosa. La preoccupazione, sin da quando ho avuto notizia della redazione dei primi abbozzi della legge, è stata che, ancora una volta, i veri protagonisti - i musicisti - si sarebbero trovati poco compatti nel valutare correttamente un fatto così importante. Ed è un giudizio che mi sono formato attraverso esperienze naufragate, in ultima istanza, proprio a causa di quel far parte per se stessi, tipico del modo di ragionare dei musicisti in Italia. Ora mi sembra che l'occasione, per trovare un luogo comune di confronto e di sviluppo, non possa essere trascurata, ma vada, anzi, studiata e sfruttata in ogni modo.

Vincendo la riluttanza iniziale mi sono impegnato per offrire un momento e un luogo per riunire i musicisti italiani, dai giovanissimi ai più celebrati, a discutere di

questo progetto di legge. Da oltre vent'anni il luogo in cui ho operato e mi sono battuto per la cultura della musica in Italia (quella di Mozart, Beethoven, Berio) è la Scuola di Musica di Fiesole; proprio qui abbiamo deciso di dare appuntamento a tutti i musicisti nei giorni 2 e 3 novembre, per due giornate di studio da dedicare all'esame del testo della legge. Uno sforzo che è costato caro, se penso che l'apparato della Scuola che dirigo può contare su pochissime persone e mezzi assai scarsi. Ma non me la sono sentita di rinunciare ad una così importante iniziativa.

Questa sorta di convegno ha in primo luogo una ragione conoscitiva. Come ho già sottolineato il testo della legge e l'argomento trattato sono difficili; e proprio per la difficoltà nonché la scarsa utilità, nel dare una valutazione soggettiva e personale, mi è sembrato giusto chiamare a raccolta i musicisti militanti. E la senatrice

Maria Rosaria Manieri ha accettato con entusiasmo di partecipare al nostro incontro, in qualità di relatrice, per esporre i capisaldi del progetto legislativo e, soprattutto, ascoltare i diversi punti di vista di coloro che lavorano in questo «deserto dei tartari». E non è tutto: lunedì 3, in mattinata parteciperà ai lavori anche il vicepresidente Walter Veltroni.

Saranno, a mio avviso, due giornate chiarificanti i cui risultati potranno forse dare una mano al ministro Veltroni per il suo progetto e nelle quali ciascuno di noi, in prima persona, potrà assumersi le proprie responsabilità nel ricercare, se possibile, una posizione unitaria e costruttiva. E per questo, è necessaria il concorso di tutti. Approfitto così della generosa accoglienza dell'Unità, per dire a tutti coloro che non ho potuto invitare personalmente, che li aspetto a Fiesole, il 2 e il 3 novembre e che saremo felici e onorati di ricevere ogni contributo.

GIÀ VISTO

Castagna tornerà a primavera '98?

Stranamore tra uomini in baffi

Con Sodano una lunga storia, ed ora è diventato il «testimonial» di Costanzo.

ROMA. I baffi ce li hanno tutti e due, anzi tutti e tre. Alberto Castagna, Giampaolo Sodano, Maurizio Costanzo. Ieri Alberto Castagna, *testimonial* della campagna pubblicitaria per il cambio ai vertici di Canale 5, ha annunciato sui tappeti di Luciano Rispoli il suo prossimo ritorno in *Stranamore*, a partire dalla primavera 1998. E a chi avesse rabbrivito, sentendo che forse, un merito, Sodano ce l'aveva avuto a tenerlo lì, da un lato, ha fornito un altro motivo di inquietudine: nel nuovo programma ci sarà ampio spazio per la solidarietà. La notizia era stata già fornita dal conduttore - ormai sotto sale da mesi - nel giugno scorso. Insieme al gaudio (si vide poi quanto finto) per la nomina di Giampaolo Sodano a Canale 5.

Eppure stavolta non ce la scamperemo. Forse non sapremo mai quale suo segreto di gioventù custodisca, Alberto Castagna, per influenzare le decisioni di Maurizio Costanzo, nuovo direttore di

Canale 5 a partire da sabato prossimo, dopodomani. Però sappiamo che, probabilmente, stavolta è vero. Un po' perché quei maligni degli ex colleghi di Giampaolo il defenestrato dicono in giro che Sodano e il suo vice direttore (ex RaiDue anche lui) Massimo Cavallina avrebbero acquistato troppi film, spendendo alcune decine di miliardi. Quelli che, peraltro, non si sono guadagnati con il già lacrimoso Castagna. E sommando ai mancati incassi di *Stranamore* il flop di Mara (Venier), acquistato dai pubblicitari per un pubblico del 24% e realmente venduto per poco più del 10%, la perdita fa di Castagna un salvatore.

E poi perché la sera prima dell'annuncio ufficiale, il futuro direttore della principale rete Mediaset ha ospitato nel suo salotto televisivo proprio Alberto Castagna, che senza nessun pelino sulla lingua ha sbugiardato Giampaolo Sodano. Noi magari pensa-

IL COMMENTO

Ma da noi sarà un McDonald all'italiana

RENATO NICOLINI

DA OGGI SIAMO un po' più americani: si è infatti inaugurato a Vicenza il primo multiplex italiano. I multiplex sono complessi edilizi, di almeno quattordici schermi, che sorgono in zone periferiche, generalmente abbinati a supermercati. Dagli Stati Uniti si sono diffusi, anzi si stanno diffondendo, poiché solo ieri sono sbarcati in Italia e un po' in tutto il mondo. In questo processo di diffusione, il multiplex si deforma, più di quanto non possa mai avvenire, ad esempio, ad un altro simbolo dello stile americano di vita nel mondo, come il McDonald. Il principale responsabile dell'obesità dell'americano medio e della distruzione della foresta amazzonica è geneticamente un prodotto indifferente al luogo in cui viene consumato. L'unica eccezione che mi viene in mente è il McDonald di Piazza di Spagna a Roma, la cui inaugurazione, anni fa, fu accompagnata dalle polemiche, non piacendo né ai cultori di Piazza di Spagna né a quelli dell'hamburger, per motivi opposti. Il McDonald è il massimo esempio di non-luogo, immobile, della specie cioè che non è né treno né metropolitana.

Anche il multiplex è un non-luogo. Quello che è il suo maggior pregio, l'obbedire a standard prefissati, a caratteristiche di proiezione e di condizioni dello spettatore uguali in ogni multiplex, tendenzialmente le migliori possibili; è anche il suo maggior difetto, l'indifferenza al luogo in cui sorge, il suo essere stato pensato indipendentemente da questo. All'imprenditore che voglia realizzarlo, occorre semplicemente un'area sufficiente a soddisfare i suoi standard. È per questo che prevedo molte deformazioni per la carriera italiana del multiplex rispetto al modello americano. Già negli esempi di multiplex realizzati in Europa, a Barcellona, si nota il peso della differenza tra la periferia europea da riqualificare, e le periferie Edge Cities - nel caso europeo i multiplex devono fare i conti con problemi tipici di città già costituite, anzi consolidate - e non semplicemente con la proliferazione di un'espansione urbana sempre uguale a se stessa, dunque esattamente ripetibile e identica. Non voglio dire con questo che il complesso multiplex somigli alla multisala, tipico prodotto del centro urbano con le sue sale bizzarramente variabili, con l'unico vincolo del blocco di proiettori centralizzato e dell'atrio-biglietteria in comune. Tuttavia il multiplex europeo appare destinato piuttosto a riqualificare luoghi urbani a vario titolo in crisi - dalle zone ex industriali alle propaggini di un'aria fieristica rilanciata con le Olimpiadi e di nuovo a rischio - che non ad espandere, con la selezione di appositi non-luoghi, la filosofia del consumo in ogni luogo e per il puro gusto di consumo. Il multiplex è sicuramente destinato a segnare un cambiamento delle nostre abitudini di consumatori di cinema. Un po' come è stato quando tutti i cinema all'aperto sono stati chiusi; ma questa volta con un segno positivo, visto che si apre, e non si chiude, qualcosa. In un suo film, *Nel corso del tempo*, Wim Wenders affermava: «È necessario che le sale restino aperte, in attesa dei film da proiettarvi». Da allora, le grandi sale delle città si sono trasformate in complessi multisala; ma tutto ha avuto l'aspetto di cambiamenti fatti di fretta e senza grande meditazione. Se l'avventura italiana del multiplex sarà esente dai difetti e dalla limitatezza che hanno caratterizzato ad esempio «le multisala Gaumont» e poi le altre, potrebbe aiutare una diffusione consapevole della cultura cinematografica. Bisognerà sottrarsi anche alla retorica (sulla «periferia») per ragionare in termini di area metropolitana; e di legami esistenti e possibili con la tv satellitare, con l'innovazione telematica e cibernetica in genere, con la ridefinizione in atto di tutto il sistema di comunicazione attraverso le immagini, quanto alla sua complessa e contraddittoria natura mediatica.

Nadia Tarantini