



Venerdì 25 giugno 1999

20

GLI SPETTACOLI

L'Unità

◆ **Passo indietro dopo i fasti dell'anno scorso**
Verdone: «Dobbiamo cambiare rotta
La gente è stanca delle solite storie»

Più (multi)sale meno spettatori

Il pubblico cala di cinque milioni

STEFANO MILIANI

ROMA È una brutta mazzata. Inaspettata, forse. Il cinema italiano nella stagione '98/99 ha perso per strada qualcosa come cinque milioni di spettatori. Segno che non tutto fila liscio. Perché gli schermi e le sale, anche se l'offerta di pellicole di fatto poi non cresce, non sono affatto diminuiti. È l'Agis a rendere pubblici dati e cifre dal sapore amaro: dal primo settembre del '98 a metà giugno (la stagione canonica finirà il 31 agosto prossimo) gli spettatori sono calati di 4 milioni e 800 mila e gli incassi sono di 37 miliardi rispetto alla stagione precedente. I film italiani hanno strappato un 28,5% del mercato, mentre gli Stati Uniti svettano con un 56,2% e al terzo posto si piazza la Gran Bretagna con il 9,2%. Sono i dati rilevati da Cinetel, che copre il 75% del mercato italiano, e che esercenti distributori spulceranno a fondo da mercoledì al 3 luglio alle giornate professionali del cinema a Firenze, appuntamento annuale dove vengono presentati trailer e anteprime della stagione successiva.

Quasi cinque milioni di spettatori in meno. Con strani fenomeni: nel primo periodo, che arriva fin a Natale, i frequentatori del grande schermo sono aumentati, quasi tre milioni in più, e l'incasso è salito di 33 miliardi. Da gennaio a metà giugno - e forse ha influito la guerra - è il precipizio: sette milioni e 700 mila spettatori per 72 miliardi in meno.

In testa agli incassi, Cinetel registra *Così è la vita* del trio Aldo, Giovanni e Giacomo. Dopo di che la vetta della classifica parla inglese o americano con *Shakespeare in love*, *Salvate il soldato Ryan* (23 miliardi), *Tutti pazzi per Mary* e *Truman show* (20 miliardi), seguiti da *Sliding doors* con la vincitrice dell'Oscar (per lo Shakespeare innamorato) Gwyneth Paltrow. Il secondo italiano compare al decimo posto, *Paparazzi* con Christian de Sica, Boldi e soci. Arriva poi, dodicesimo, il *Gallo cedrone* di Carlo Verdone, in un botteghino che continua a sorridere ai comici. Ricompare *La vita è bella* di Benigni per l'effetto Oscar (quattordicesimo e altri 14 miliardi), poi vengono *Il mio west* di Giovanni Veronesi con Leonardo Pieraccioni, diciottesimo è un cartone animato, *La gabbianella e il gatto*, ventiduesimo *La fame e la sete* di Antonio Albanese.

Verdone ascolta i dati e a caldo dichiara alle agenzie di stampa: «Sarà l'effetto *Titanic*, ma incide anche la stanchezza del pubblico di vedere le solite storie. Sicuramente l'anno prima era stato particolarmente positivo, ma occorre trovare soggetti

e storie diverse. Il pubblico, e i dati lo confermano, sente un grande bisogno di innovazione. È arrivato il momento che tutti noi, registi e autori, azzardiamo qualcosa». Verdone prosegue: «La gente non ne può più di certi film spettacolari americani che vivono solo di effetti speciali e di commedie italiane che vivono solo di battute. Occorre un cambiamento di rotta, e ci vogliono grandi motivazioni». E le motivazioni devono trovarle gli autori per primi, insiste il regista-attore: «Le multisale vanno benissimo ma la torta è sempre quella e non si può continuare a tagliarla in spicchi e spicchi. E non vorrei più sentire dire alcuni autori "il mio film è andato male ma in fondo non ci ho rimesso perché era finanziato dal contributo statale e sono contento". Dico così il cinema perderà sempre più spettatori a vantaggio della rassicurante televisione».

«Sono terribilmente preoccupato, soprattutto per il cinema italiano, e parlo in tripla veste: sia come produttore che come distributore e come esercente. Il calo significa anche che mancano film buoni. Il 28% degli italiani si riferisce solo a quattro titoli: troppo pochi per parlare di successo» commenta Fulvio Lucisano, presidente dell'Anica. «Il problema - continua - è che le sale vanno costruite dove non ce ne sono e invece si continua a fare esattamente il contrario».



Aldo Giovanni e Giacomo in «Così è la vita»

SEGUE DALLA PRIMA

TV, COME USCIRE...

versanti, è ben arduo «stare sul mercato» e svolgere «anche missioni di servizio pubblico in cambio di risorse pubbliche». Personalmente poi penso che la Rai debba fare servizio pubblico, in senso diffuso (lo si fa anche con un certo approccio sociale allo sport o di buon gusto all'intrattenimento), ed «anche» ascoltati, e non viceversa. Tuttavia deve essere messa in grado di farlo.

Ora, passi avanti sul piano della produzione propria ne sono stati fatti non pochi di recente, specie con la fiction che in qualche caso (penso alle due storie del commissario Montalbano tratte da Camilleri) hanno raggiunto la dignità di vero e proprio film per la televisione. Il rilancio generale della musica colta - e ci metto anche jazz e rock di qualità - è indiscutibile alla radio e comincia a prendere corpo e risalto anche in tv. Le stesse trasmissioni dedicate ai beni culturali e ambientali, l'inchiesta sul paesaggio che Nino Criscenti ha appena terminato per Raitre come un primo viaggio alla riscoperta dell'Italia e della

sua identità nazionale fatta di tante diversità storiche, agrarie, territoriali, sono precisi segnali (non i soli, ovviamente) che indicano, nonostante orari poco coraggiosi, come si può capire, identificare e «raccontare» un Paese che va in Europa e nel mondo con una consapevolezza sovente troppo debole di sé e della sua storia migliore. Un dato di crisi culturale che pesa, anche politicamente, e che una Rai-Tv più efficiente e quindi meglio in grado di fare servizio pubblico può contribuire ad affrontare, a tutto campo.

Ben venga quindi una Fondazione che, col suo governo pluriennale di garanzia, guidi la Rai verso la dimensione europea, verso nuovi accordi internazionali di produzione e di scambio. Il documento proposto alla discussione ha molti meriti, fra gli altri quello di proporre l'emittente pubblica radiotelevisiva come «risorsa per il sistema Paese» e come «grande questione nazionale». Per volare alto bisogna però uscire dalle secche arcaiche di questo duopolio che ha incoraggiato per anni una rincorsa qualitativa al ribasso e scoraggiato i meccanismi e le dinamiche più virtuose.

VITTORIO EMILIANI

LE STREGHE

La follia e la magia sono di scena al Teatro dei Cocchi. Il gruppo teatrale LE STREGHE, formatosi alla scuola di teatro che da anni Cristiano Censi e Isabella Del Bianco dirigono presso quel Teatro, ha deciso di trasformare in attività artistica la propria passione per il teatro, mettendo in scena "Oltre la nebbia" scritto e diretto da Isabella Del Bianco, spettacolo che ci è sembrato interessantissimo per forza espressiva e umana.

Lo spettacolo tratta il tema della follia come pretesto per la liberazione di emozioni e sentimenti troppo spesso repressi nella vita quotidiana. Dieci donne, malate di mente, raccontano le loro disperazioni in chiave grottesca: si ride a tratti del dolore ma non lo si schernisce.

Dopo aver assistito per terapia alla proiezione del film "Macbeth", esse rivivono, in un'atmosfera rarefatta, le impressioni che ne hanno ricevuto diventando "le streghe" del Macbeth - da cui la sigla del gruppo -, e percorrono, come in uno strano balletto che ci ricorda certi momenti degli spettacoli di Pina Bausch, i temi della magia nera.

Lo spettacolo è insieme divertente e disperato. Le dieci attrici - Rossana Bonomi, Rita Capalvo, Maria Antonietta D'Erme, Silvia Frabetti, Dedè Furitano, Grazia Giancola, Antonella Raimondi, Giovanna Rovello, Maria Adele Russo, Rita Valentini - ci sono sembrate particolarmente brave e sensibili; interessanti gli effetti luce di Alessandro Iacongeli; Francesca Tagliafiero è l'aiuto regista e Laura Cerioni ha collaborato per i movimenti scenici.

Lo spettacolo è in scena al Teatro dei Cocchi, in via Galvani, dal 24 al 26 giugno alle ore 21. Ci auguriamo di vedere questo spettacolo nel panorama teatrale della prossima stagione.

OGGI ai cinema di Roma



Giovanni Di Clemente presenta
SERGIO RUBINI
 MARION KRACHT DOREL VISAN
L'ULTIMA STAZIONE
 un film di BOGDAN DREYER

GrandEmilia

E' Bello

Selezione provinciale Miss GrandEmilia '99

Giovedì 1 luglio dalle 20.00

Elezione di Miss GrandEmilia '99 e di Miss Cinema, Miss Fashion Girl, Miss Wella, Ragazza OK

Sabato 3 Luglio dalle 18.00

Finale Elezione Miss Modena

Sabato 26 giugno

iscrizione delle aspiranti Miss, al box in galleria, dalle 10,30 alle 12,30 e dalle 15,00 alle 19,00

Venerdì 28 giugno

dalle 17,30 alle 19,00 selezione delle aspiranti all'elezione Miss GrandEmilia '99

IN COLLABORAZIONE CON L'ORGANIZZAZIONE

MISS ITALIA

VIA EMILIA - USCITA AUTOSTRADA MODENA NORD - CITTANOVA (MO)

Il più grande Centro Commerciale della Regione

