

Venerdì 9 luglio 1999

18

GLI SPETTACOLI

L'Unità

DATI SIAE '98

### Cresce la spesa per il cinema Sempre più crisi per il pop

Il 1998 è stato un anno positivo per il mondo dello spettacolo con una sola eccezione: i concerti di musica leggera. E quanto emerge dai dati Siae relativi al consumo per il 1998, che evidenziano un aumento complessivo del 9,5 per cento (dai 4.781,3 miliardi del '97, si è passati ai 5.236,7 miliardi del '98). E' l'anno è stato particolarmente positivo per il cinema, ma c'è da mettere in conto che l'anno scorso era ancora molto forte l'effetto «Titanic», per non parlare del boom delle sale multiple. Risultato: il consumo cinematografico ha riportato nel '98 un aumento del 18,7%, passando

dai 961,4 miliardi del '97 ai 1.141 miliardi dell'anno scorso. Anche per il teatro il 1998 si è rivelato un anno molto buono, con un netto incremento del 12,7 per cento sulla spesa complessiva: piccola ripresa anche il balletto, e grossa crescita per le attività di svago a basso costo, come i videogiochi e il bowling. Bilancio decisamente negativo invece per i concerti di musica leggera: cala il numero delle rappresentazioni (-4,8%), da 17.551 a 16.710, calano anche i biglietti venduti (-10,4%), e la spesa scende da 182,6 a 163,1 miliardi (-10,7%), mentre resta quasi invariato il prezzo medio del biglietto (-0,3%).

## Ernani: «La danza va protetta»

### Il sovrintendente all'Opera contrario alla chiusura della scuola

ROSSELLA BATTISTI

ROMA Bella gatta da pelare per il neosovrintendente all'Opera di Roma, Francesco Ernani: appena arrivato si è ritrovato con l'affaire scuola di ballo che brucia come un tizzone. Nell'«interregno» di sovrintendenza che lo ha preceduto, infatti, a qualcuno è venuta la bella idea di cancellare la scuola, un'istituzione prestigiosa con 70 anni di storia e un'attività che negli ultimi tempi si è rivelata fertile e vivace. In seguito al verbale d'intesa firmato tra la Fondazione lirica e l'Accademia nazionale di dan-

za - senza avvertire i diretti responsabili, la direttrice della scuola, Elisabetta Terabust, e il maestro del corpo di ballo dell'Opera, Amedeo Amodio -, gli allievi sarebbero stati dirottati già in autunno presso l'Accademia. Decisione che ha suscitato un vespaio di polemiche, sia per i modi che per i contenuti. E così, ieri in sede di conferenza stampa per la stagione estiva della Fondazione, l'argomento principale è stata proprio la scuola. Del cartellone estivo, peraltro, c'era poco da dire, due titoli in tutto: la ripresa del balletto *Cabiria* di Amodio, in scena all'Accademia dal 16 al 24 luglio, e la *Turandot*

di Puccini alla Curva Nord dello Stadio Olimpico dal 27 luglio al 3 agosto, più un concerto sinfonico al Teatro Romano di Ostia Antica il 16 luglio (Haydn e Ciaikovsky in programma, diretti da Michele Carulli). Ernani è stato costretto, dunque, a prendere posizione sul bollente argomento e pur con qualche «prezzo atteso», ha fatto capire che la scelta non lo convince. «Non avrei mai proposto la chiusura della scuola - ha detto Ernani, che nelle precedenti esperienze alla Scala e a Firenze ha sempre tenuto buon conto della danza -, mi trovo una deli-

bera fatta da altri, ma nella prossima riunione del consiglio di amministrazione il problema verrà affrontato». Meno diplomatico, Amodio, indignato per non essere stato messo al corrente della decisione e ancora di più per una scelta che non tiene minimamente conto della qualità e degli ottimi risultati raggiunti dalla scuola. «Questo è il primo passo per rimanere ultimi in Europa», ha concluso. Ernani coglie l'appello e non esclude «che il sindaco di Roma possa revocare il provvedimento o convincermi di questa soluzione». Sarà dura.

IL CASO

### Madonna contro Milosevic jr.: «Non usare il mio nome»

Madonna contro Marko Milosevic. Il 25enne figlio del presidente serbo Slobodan Milosevic ha aperto una discoteca a Belgrado, pubblicizzata come la più grande discoteca dei Balcani, e l'ha chiamata «Madona», con chiaro riferimento alla nota popstar italo-americana. Che però non ha gradito: «Spero che Marko abbia un buon avvocato», ha dichiarato la portavoce della star, Liz Rosenberg, annunciando così l'intenzione di far causa al giovane Milosevic. Ma la battaglia legale non sarà facile, anche perché il nome della discoteca ha una «n» in meno rispetto a quello della popstar.

# «Troppe bugie sul Kosovo»

## Per Jovanotti prova generale di tournée nella sua Cortona

DALL'INVIATO

ROBERTO BRUNELLI

CORTONA «Il presente è tutto quello che abbiamo», disse Lorenzo 1999 ai mille e passa accorsi in questo straordinario e pluricentenario teatrino all'italiana, il Signorelli di Cortona. Sia pure al ritmo del funk e del latin-rap, della fatidica grande chiesa che va da Madre Teresa a Che Guevara, c'è da credergli: l'ombelico del mondo oggi è qui, nella sua Cortona, dove Jovanotti mercoledì ha tenuto la prova generale del tour che lo porterà stasera al Montreux Jazz Fest e poi in Germania, Ungheria, Austria, Belgio.

Ma oggi il mondo è qui: il paese lo avvolge con un abbraccio caldo e fraterno, dalle sudate e ritmiche ragazzine a pancia scoperta al sorridente funzionario del Comune. Nel segno del «buonismo totale», ballano tutti e «pensano positivo», dall'amata compagna Francesca alla mamma, al babbo, su su fino alla nonna Ada, 90 anni. C'è pure il sindaco Emanuele Raghini (centrodestra), freschissimo di elezione: balla anche lui, nell'accoriatissimo palco centrale del teatro, e mormora nell'orecchio degli astanti «...non c'è nulla da fare, è proprio un gran comunicare, un talento naturale...». Sì, oggi il presente di Jovanotti è qui: sereno neo-papà con cappellino da pescatore, larghissimi pantaloni bianchi e camicia scura. Dinoccolato e leggero come non mai, sembra l'uomo più felice del mondo, e propone qui un concerto che nessuno vederà in Italia, a parte i concittadini e i più accaniti dei fan (qualcuno è venuto persino da Venezia). È il «villaggio globale» targato Jovanotti, un mondo nel quale la carne ritmica del funk rappresenta la colonna sonora del gran calderone musical-fantropico in cui le percussioni cubane, gli amici del paese, il rap urbano, la sua bambina e l'impegno umanitario arrivano alla sintesi assoluta. «Scusate, ragazzi, questa è la nostra prova generale, forse faremo qualche errore...» e va con la festa. Sfilano alcuni i pezzi del nuovo album (Dal basso, Funky beat-o, Per te) qualcuno di quelli vecchi (una velocissima, tiratissima Penso positivo, L'ombelico del mondo, Serenata rap), con tanto di piccoli «intoppi» da prova generale che non fanno che rallegrare ancora di più i presenti. Il sound è impeccabile, visto che Lorenzo conta su una band di fuoriclasse che

sanno seguirlo alla perfezione, in primis le sue due «eminenze grige» Michele Costonze alla chitarra e Saturnino al basso, e poi Mauro Tamburini alla tromba, Pape Gurioli al piano, Dj Aladin ai piatti, il cubano Ernestico Rodriguez alle percussioni e Pier Foschi alla batteria. Gli piace improvvisare, fonde la melodia italiana a ritmi cubani, tra un «yeah!» e un «hoo-hoo» sibila accenti reggae, rap, in inglese, si dimentica le parole... È generoso, il ragazzo: tanto da concedere il bis più inaspettato, la vecchia *La mia moto* improvvisata lì per lì in versione proto-punk. Non sembra volerne sapere di smettere, e così quello che doveva essere una prova di un'oretta diventa un concerto di sole suonata con il pubblico già sfollante.

Più tardi, nel camerino, lo «splendido trentenne» Lorenzo concede un po' della sua semplice saggezza: racconta del suo progetto di fare due date «in qualche club» con l'amico Michael Franti degli Spearhead (la cui voce è presente nel suo album Capo Horn), «lui è entusiasta dell'idea, gli piace un casino quello che facciamo». Parla dell'exploit del singolo *Jova-Liga-Pelù* *Il mio nome è mai più*, che ha già raggiunto 215 mila copie vendute: «Ha diviso molto, soprattutto la frase in cui grido "voglio il nome di chi ha mentito, di chi ha parlato di una guerra giusta". Mi mandano una marea di e-mail, e io rispondo a tutti che continuo a credere che siano state dette un sacco di bugie sul Kosovo. Con la canzone abbiamo già raccolto 1,2 miliardi... E pensare che abbiamo fatto tutto in sette giorni, con un'intesa perfetta tra noi». Con Piero e Luciano tra un po' ci piacerebbe fare un concerto a tre, una specie di raduno.

E ancora: «*La mia moto?* È la prima volta che la faccio dal vivo. In futuro mi piacerebbe un piccolo special con i pezzi degli esordi, un po' alla Morandi... sapete, ormai si storicizza anche quello che è successo ieri l'altro». Ha un sacco di idee, Lorenzo '99: «Per "Bologna 2000 capitale europea della cultura" abbiamo dei progetti fazzeschi, io e Giovanni Lindo Ferretti. Speriamo bene: beh, visto come sono andate le elezioni, dovremo fare i conti i nostri nuovi interlocutori, ma io non ho preconcetti...». Ecumenico e grillo parlante, il buon Lorenzo saluta tutti affabilmente. Sì, oggi è proprio l'uomo più felice del mondo.



Jovanotti a Cortona ha offerto una «prova aperta» del concerto di Montreux

## Mina e Celentano da ora «giapponesi»

### Mediaset cede a Sony l'etichetta Rti

ROMA Mina e Adriano Celentano? Da oggi sono diventati «giapponesi». Almeno per contratto. La notizia era nell'aria da diversi mesi, ma ieri è arrivato l'atto ufficiale: Mediaset ha concluso con la multinazionale nipponica Sony Music Entertainment un accordo preliminare che prevede entro breve tempo la completa cessione della sua casa discografica, Rti Music, che in catalogo ha i due pesi massimi della musica leggera (Celentano è entrato da poco a far parte della scuderia, mentre Mina era stata «acquisita» con il passaggio della sua etichetta, la Pdu, da casa Emi a casa Rti), più una serie di artisti popolari come 883, Fiorello, Michele Zarrillo, Ambra, Fausto Leali, Audio2.

Il valore dell'operazione, che si prevede sarà perfezionata entro settembre '99, verrà determinato all'atto della vendita, tenendo conto delle situazioni patrimoniali a tale data. Rti Music continuerà comunque ad operare nel settore delle edizioni musicali legate alle attività televisive del Gruppo Mediaset. Si chiude così anche l'ultimo capitolo di un saga che potremmo definire «il crepuscolo della discografia italiana». La Sugar, l'etichetta guidata da Caterina Caselli, è rimasta l'unica casa discografica a capitale italiano. Nel giro di pochi anni le grandi e rampanti come la Rti, sono state vendute quasi tutte alle «major» internazionali, che ormai controllano tutto il mercato, con buona pace dell'industria nazionale. Etichette come la Rti fanno gola ai grandi gruppi sia per gli artisti che fatturano grandi cifre - ed è senza dubbio il caso di Mina e Celentano, che con l'album di duetti hanno venduto oltre il milione di copie -, sia per il catalogo da sfruttare. Ma in questo gioco chi rischia di rimetterci sono gli artisti «minori», le cui cifre di vendita non sono particolarmente allettanti e la cui produ-

zione interessa solo il mercato locale? Da oggi sono diventati «giapponesi». Almeno per contratto. La notizia era nell'aria da diversi mesi, ma ieri è arrivato l'atto ufficiale: Mediaset ha concluso con la multinazionale nipponica Sony Music Entertainment un accordo preliminare che prevede entro breve tempo la completa cessione della sua casa discografica, Rti Music, che in catalogo ha i due pesi massimi della musica leggera (Celentano è entrato da poco a far parte della scuderia, mentre Mina era stata «acquisita» con il passaggio della sua etichetta, la Pdu, da casa Emi a casa Rti), più una serie di artisti popolari come 883, Fiorello, Michele Zarrillo, Ambra, Fausto Leali, Audio2.

Il valore dell'operazione, che si prevede sarà perfezionata entro settembre '99, verrà determinato all'atto della vendita, tenendo conto delle situazioni patrimoniali a tale data. Rti Music continuerà comunque ad operare nel settore delle edizioni musicali legate alle attività televisive del Gruppo Mediaset. Si chiude così anche l'ultimo capitolo di un saga che potremmo definire «il crepuscolo della discografia italiana». La Sugar, l'etichetta guidata da Caterina Caselli, è rimasta l'unica casa discografica a capitale italiano. Nel giro di pochi anni le grandi e rampanti come la Rti, sono state vendute quasi tutte alle «major» internazionali, che ormai controllano tutto il mercato, con buona pace dell'industria nazionale. Etichette come la Rti fanno gola ai grandi gruppi sia per gli artisti che fatturano grandi cifre - ed è senza dubbio il caso di Mina e Celentano, che con l'album di duetti hanno venduto oltre il milione di copie -, sia per il catalogo da sfruttare. Ma in questo gioco chi rischia di rimetterci sono gli artisti «minori», le cui cifre di vendita non sono particolarmente allettanti e la cui produ-

zione interessa solo il mercato locale? Da oggi sono diventati «giapponesi». Almeno per contratto. La notizia era nell'aria da diversi mesi, ma ieri è arrivato l'atto ufficiale: Mediaset ha concluso con la multinazionale nipponica Sony Music Entertainment un accordo preliminare che prevede entro breve tempo la completa cessione della sua casa discografica, Rti Music, che in catalogo ha i due pesi massimi della musica leggera (Celentano è entrato da poco a far parte della scuderia, mentre Mina era stata «acquisita» con il passaggio della sua etichetta, la Pdu, da casa Emi a casa Rti), più una serie di artisti popolari come 883, Fiorello, Michele Zarrillo, Ambra, Fausto Leali, Audio2.

Il valore dell'operazione, che si prevede sarà perfezionata entro settembre '99, verrà determinato all'atto della vendita, tenendo conto delle situazioni patrimoniali a tale data. Rti Music continuerà comunque ad operare nel settore delle edizioni musicali legate alle attività televisive del Gruppo Mediaset. Si chiude così anche l'ultimo capitolo di un saga che potremmo definire «il crepuscolo della discografia italiana». La Sugar, l'etichetta guidata da Caterina Caselli, è rimasta l'unica casa discografica a capitale italiano. Nel giro di pochi anni le grandi e rampanti come la Rti, sono state vendute quasi tutte alle «major» internazionali, che ormai controllano tutto il mercato, con buona pace dell'industria nazionale. Etichette come la Rti fanno gola ai grandi gruppi sia per gli artisti che fatturano grandi cifre - ed è senza dubbio il caso di Mina e Celentano, che con l'album di duetti hanno venduto oltre il milione di copie -, sia per il catalogo da sfruttare. Ma in questo gioco chi rischia di rimetterci sono gli artisti «minori», le cui cifre di vendita non sono particolarmente allettanti e la cui produ-

ABBONAMENTI A **L'Unità**

### SCHEDA DI ADESIONE

Desidero abbonarmi a *L'Unità* alle seguenti condizioni

Periodo:  12 mesi  6 mesi

Numeri:  7  6  5  1 indicare il giorno.....

Nome..... Cognome.....

Via..... N°.....

Cap..... Località.....

Telefono..... Fax.....

Data di nascita..... Doc. d'identità n°.....

Desidero pagare attraverso il bollettino di conto corrente che mi spedirete all'indirizzo indicato

Desidero pagare attraverso la mia Carta di Credito:

Carta Si  Diners Club  Mastercard  American Express

Visa  Eurocard Numero Carta.....

Firma Titolare..... Scadenza.....

I dati personali che vi fornisco saranno da voi utilizzati per l'invio del giornale e delle iniziative editoriali ad esso collegiate. Il trattamento dei dati sarà effettuato nel pieno rispetto della legge sulla privacy (Legge n. 675 del 31/12/96) che intende, per trattamento qualsiasi operazione svolta con o senza l'ausilio dei mezzi elettronici, concernente la raccolta, elaborazione, conservazione, comunicazione e diffusione dei dati personali. Per la base alinea 13 della suddetta legge, esercitare il diritto di accesso, aggiornamento, rettifica, cancellazione e opposizione al trattamento dei dati personali. Il titolare del trattamento è l'Unità Editrice Multimediale S.p.A., con sede in Roma, via Due Macelli, 23/13. Con il presente coupon esprimo il consenso al trattamento dei dati per le finalità previste.

Firma..... Data.....

Spedire per posta a: Servizio Abbonamenti - Casella Postale 427 00187 Roma, oppure inviare fax al numero: 06/69922588

**L'Unità**

DIRETTORE RESPONSABILE  
Paolo Gambesca  
VICE DIRETTORE VICARIO  
Pietro Spataro  
VICE DIRETTORE  
Roberto Rosconi  
CAPO REDAZIONE CENTRALE  
Maddalena Tulanti

"L'UNITÀ EDITRICE MULTIMEDIALE S.P.A."  
CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE  
PRESIDENTE  
Mario Lenzi  
AMMINISTRATORE DELEGATO  
Italo Prario  
CONSIGLIERI  
Giampaolo Angelucci  
Francesco Riccio  
Paolo Torresani  
Carlo Trivelli

Direzione, Redazione, Amministrazione:  
00187 Roma, via Due Macelli 23/13  
tel. 06 699961, fax 06 6783555 -  
02122 Milano, via Torino 48, tel. 02 802321  
1041 Bruxelles, International Press Center  
Boulevard Charlemagne 1/67 Tel. 0032-2850893  
20045 Washington, D. C. National Press  
Building 529 14th Street N. W.  
tel. 001-202-6629977

Iscrizione al n. 243 del Registro nazionale della stampa del Tribunale di Roma. Quotidiano del Pds. Iscrizione come giornale murale nel registro del tribunale di Roma n. 4555

Certificato n. 3408 del 10/12/1997

**L'Unità**

Servizio abbonamenti

Tariffe per l'Italia - Annuo: n. 7 L. 510.000 (Euro 263,4) n. 6 L. 460.000 (Euro 237,6) n. 5 L. 410.000 (Euro 211,7) n. 1 L. 85.000 (Euro 43,9)  
Semestrale: n. 7 L. 280.000 (Euro 144,6) n. 6 L. 260.000 (Euro 134,3) n. 5 L. 240.000 (Euro 123,9) n. 1 L. 45.000 (Euro 23,2)

Tariffe per l'estero - Annuo: n. 7 L. 1.100.000 (Euro 568,1) Semestrale: n. 7 L. 600.000 (Euro 309,9)

Per sottoscrivere l'abbonamento è sufficiente inoltrare la scheda di adesione pubblicata quotidianamente sull'Unità via FAX al n. 06/69922588 oppure per posta all'UNITÀ EDITRICE MULTIMEDIALE S.p.A. - Servizio Abbonamenti - Casella Postale 427 - 00187 Roma - Indicando: NOME - COGNOME - VIA - NUMERO CIVICO - CAP - LOCALITÀ - TELEFONO E FAX. I titolari di carte di credito Diners Club, American Express, Carta Si, Mastercard, Visa, Eurocard dovranno invece anche barrare il nome della loro carta e indicare il numero. Non inviare denaro. L'Unità Editrice Multimediale S.p.A. provvederà a spedire ai nuovi abbonati, non titolari di carte di credito, l'apposito bollettino postale già intestato per eseguire il pagamento.

Per informazioni. Chiamare l'Ufficio Abbonati: tel. 06/6996470-471 - fax 06/69922588. Inoltre chiamando il seguente numero verde 167-254188 è possibile, 24 ore su 24, sottoscrivere nuovi abbonamenti o lasciare messaggi ed essere richiamati.

Tariffe pubblicitarie

A mod. (mm. 45x30) Commerciale ferialle L. 590.000 (Euro 304,7) - Sabato e festivi L. 730.000 (Euro 377)

	<b>Ferialle</b>	<b>Festivo</b>
Finestra 1° pag. 1° fascicolo/L.	5.650.000 (Euro 2.918)	L. 6.350.000 (Euro 3.279,5)
Finestra 1° pag. 2° fascicolo/L.	4.300.000 (Euro 2.220,9)	L. 5.100.000 (Euro 2.633,9)

Manchette di testata L. 4.060.000 (Euro 2.096,8)

Redazionali: Feriali L. 995.000 (Euro 513,9) - Festivi L. 1.100.000 (Euro 568,1)

Finanz. Legali-Concess. Aste-Agip: Feriali L. 870.000 (Euro 449,3) - Festivi L. 950.000 (Euro 490,6)

Direzione Generale: Milano 20124 - Via Giuseppe Caracci, 29 - Tel. 02/24424611

Arete di Vendita

Milano: via Giuseppe Caracci, 29 - Tel. 02/24424611 - Torino: corso M. D'Angelo, 60 - Tel. 011/6665211 - Genova: via C.R. Caccari, 1/14 - Tel. 010/540184 - 56-78 - Padova: via Gallarmata, 108 - Tel. 049/8073144 - Bologna: via Amendola, 13 - Tel. 051/255952 - Firenze: via Don Minzoni, 4a - Tel. 055/561192 - Roma: via Barberis, 86 - Tel. 06/4208911 - Bari: via Amendola, 166/5 - Tel. 080/5485111 - Catania: corso Sicilia, 37/43 - Tel. 095/7306311 - Palermo: via Lincoln, 19 - Tel. 091/6235100 - Messina: via U. Bonino, 15/C - Tel. 090/6508411 - Cagliari: via Ravenna, 24 - Tel. 070/305200

Pubblicità locale: P.I.M. PUBBLICITÀ ITALIANA MULTIMEDIA S.r.l.

Sede Legale e Presidenza: 20134 MILANO - Via Lucifora, 56 - Tel. 02/748271 - Telex: 02/7001941

Direzione Generale e Operativa: 20134 MILANO - Via Lucifora, 56 - Tel. 02/748271 - Telex: 02/7001941

00198 ROMA - Via Salaria, 226 - Tel. 06/85356006 20134 MILANO - Via Lucifora, 56 - Tel. 02/748271

40121 BOLOGNA - Via dei Borgo, 85/A - Tel. 051/249939 50100 FIRENZE - Via Don Giovanni Minzoni 48 - Tel. 055/561277

Stampa in fac-simile:

Se. Be. Roma - Via Carlo Pressati 130  
Satim S.p.a., Paderno Dugnano (MI) - S. Stalato dei Giovi, 137  
STIS S.p.A. 95030 Catania - Strada 5°, 35  
Distribuzione: SODIP, 20092 Cinisello B. (MI), via Bettola, 18

### ACCETTAZIONE NECROLOGIE

DALLI LUNEDÌ AL VENERDÌ dalle ore 9 alle 17, telefonando al numero verde 167-865021 oppure inviando un fax al numero 06/69922588

IL SABATO, E I FESTIVI dalle ore 15 alle 18, telefonando al numero verde 167-865020 oppure inviando un fax al numero 06/69996465

TARIFFE: Necrologie (Annuncio, Trigesimo, Ringraziamento, Anniversario): L. 6.000 a parola. Adesioni: L. 10.000 a parola. Diritto prenotazione spazio: L. 10.000.

I PAGAMENTI: Si possono effettuare tramite conto corrente postale (il bollettino sarà spedito al vostro indirizzo) oppure tramite le seguenti carte di credito: American Express, Diners Club, Carta Si, Mastercard, Visa, Eurocard.

AVVERTENZE: Per le prenotazioni tramite fax, oltre al testo da pubblicare, indicare: Nome/ Cognome/ Indirizzo/ Numero civico/ Località/ Telefono. Chi desidera effettuare il pagamento con carta di credito dovrà indicare: il nome della carta, il numero e la data di scadenza.

N.B. Solo questo servizio è autorizzato alla ricezione delle necrologie. Non sono previste altre forme di prenotazione degli spazi.

### RICHIESTA COPIE ARRETRATE

DALLI LUNEDÌ AL VENERDÌ dalle ore 9 alle 17, telefonando al numero verde 167-254188 oppure inviando un fax al numero 06/69922588

TARIFFE: Il doppio del prezzo di copertina per ogni copia richiesta.

I PAGAMENTI: Si possono effettuare tramite conto corrente postale (il bollettino sarà spedito al vostro indirizzo).

AVVERTENZE: Per le prenotazioni tramite fax: Nome/ Cognome/ Indirizzo/ Numero civico/ Località/ Telefono.

LE CONSEGNE saranno effettuate per spedizione postale. Eventuali richieste di consegne urgenti saranno effettuate tramite corriere a totale carico del richiedente.

N.B. Sono disponibili le copie dei 90 giorni precedenti il numero odierno.