

IBIO PAOLUCCI

Dovremmo suggerire a qualcuno una vacanza intelligente in questo settembre che si sta approssimando indicheremmo senza esitazione tre dolci cittadine delle Marche: Fermo, Fabriano e San Severino. Intanto perché sono belle e perché fanno parte di un territorio che conserva ancora stupende zone pressoché integre, ma soprattutto, nella fattispecie, perché in queste tre località sono in corso tre magnifiche mostre, parte di una rassegna avviata lo scorso anno, ad Urbino, sul tema «Le Marche dal Gotico al primo Rinascimento». Quella del '98, nella Città Ducale, era dedicata alla fioritura del tardogotico nella regione. Quelle di quest'anno, che resteranno aperte fino al 31 ottobre, riguardano quella stagione europea conosciuta col nome di «Autunno del



Medioevo». È, infatti, fra la seconda metà del Trecento e i primi decenni del Quattrocento che si diffuse in tutta Europa quello stile pittorico che aveva tali affinità di linguaggio da meritarsi l'attributo di Gotico Internazionale. Da Praga alla Renania, dalla Borgogna alla Lombardia, tutto il continente fu investito da questa nuova raffinatissima moda.

fratelli Salimbeni, Lorenzo e Jacopo, che hanno lasciato una traccia profonda. Cominciamo, dunque, da San Severino, loro patria, che nella Pinacoteca civica Tacchi Venturi e nella Basilica di San Lorenzo in Dolio, ha promosso una mostra curata da Vittorio Sgarbi dedicata ai due fratelli e alla civiltà tardogotica. La rassegna, fra l'altro, è

Le verdi Marche dipinte d'oro

A Fermo, Fabriano e San Severino tre mostre sul Tardogotico

E, in Italia, anche le Marche, una regione che ha dato i natali al grande Gentile, che del gotico cortese è uno dei massimi esponenti. Ma figli delle Marche sono anche i

compagnata da un catalogo di notevole spessore culturale, edito da Mazzotta. L'idea della mostra risale a qualche anno fa, quando, nel corso di lavori di restauro, vennero alla luce frammenti di affreschi attribuiti ai fratelli Salimbeni. La scoperta - come osserva Paolo Dal Poggetto nella introduzione del catalogo - avrebbe meritato una immediata valorizzazione, ma «l'invincibile ritmo delle incombenze dell'ufficio dapprima e in seguito la martellante presenza del sisma, ne hanno inevitabilmente dilazionato la presentazione». Ma finalmente la festa è arrivata. A San Severino, così, oltre alla rassegna di tante opere,

si avrà anche la prima presentazione di quell'acquisizione. Cuore della mostra, la pinacoteca e la millenaria basilica di San Lorenzo, ma altri itinerari tardogotici vengono suggeriti in città e nel territorio. A Fermo, nella sede del Palazzo dei Priori, si è aperta la mostra sul Gotico Internazionale a Fermo e nel Fermano, che è suddivisa in tre sezioni: Oreficeria, manoscritti e dipinti su tavola. Attrattiva principale «Le storie di Santa Lucia» di Jacobello del Fiore, capolavoro del maestro veneziano, che ha lungamente operato nelle Marche e influenzato da Gentile da Fabriano. Queste storielle, fra vivaci baleni cromatici e

guizzanti figurette, raccontano la vita della santa come fosse una favola squisita. Del resto questo è il modo di narrare di quello stile fiorito: raffinata eleganza, mondanità, vita lussuosa nelle corti, sfavillio di colori, pastiglie dorate, con accanto, però, anche un'attenta osservazione della natura, delle piante, degli animali, della vita dei contadini, del loro duro lavoro quotidiano. I soggetti, inoltre, come nota lo Zampetti, «pur ripetendo termini religiosi, perdono quell'intenso senso mistico, quell'ascetico fervore che sono così vivi nell'arte medioevale, per aprirsi festosamente a un sentimento profano di gioia di vivere e

di interessi terreni». A Fabriano, infine, nel complesso monumentale di San Domenico, è in corso la mostra sul maestro di Campodionico e i rapporti artistici fra Marche e Umbria nel Trecento. Questo pittore, rimasto senza nome, è così chiamato perché è nell'Abbazia di San Biagio in Caprile a Campodionico di Fabriano, che furono rinvenuti gli affreschi di sua mano, datati 1345. Più vecchio, dunque, questo artista, inevitabilmente influenzato dalla prepotente personalità di Giotto. Ma come altri notevoli maestri, anche l'anonimo di Campodionico, la cui opera è meno conosciuta di quanto meriterebbe, si distingue per un proprio modo di raccontare. Tutte di rilievo notevole, quindi, queste rassegne, che avranno un seguito il prossimo anno a Camerino con una mostra dedicata al primo Rinascimento, promossa dai rispettivi comuni e province e dalla Regione Marche.

Brioche, caffè e gazzettino locale

Le vendite oltre l'edicola: al supermarket flop dei quotidiani nazionali, bene i periodici

VICHI DE MARCHI

Rincorrere il lettore lungo il suo percorso quotidiano, intercettarlo al bar mentre ordina un cappuccino, alla pompa di benzina mentre fa il pieno, al supermercato mentre riempie il carrello della spesa. Ma anche in libreria, nel negozio di antiquariato o in quello di computer. Obiettivo: trasformare il non lettore italiano in un quasi lettore, rendere meno asfittico il mercato della carta stampata, trasformare l'acquisto di quotidiani e periodici in un gesto abituale. È l'esperimento avviato con la distribuzione della carta stampata al di fuori delle edicole e che sta dando risultati non univoci, differenziati territorialmente tra Nord e Sud e per tipologia di giornale. Una misura di «contrasto» resa necessaria dal calo delle vendite della carta stampata, dato con cui l'editoria del nostro paese fa i conti da parecchi anni. Consola poco che il

problema sia comune a ogni latitudine del globo, dagli Usa al Canada, al Giappone. Lì, almeno, la contrazione, si fa sentire in un mercato che ha conosciuto anche anni di vera «spulenza», che ha tratto profitti d'oro, più di ogni altra impresa e che, ancora oggi, fa dei quotidiani uno dei maggiori collettori di pubblicità nonostante la concorrenza di tv, satelliti e informazioni on line.

Per l'Italia il problema si pone con maggiore acutezza: da noi si tratta di arginare la crisi di un mercato che non ha mai conosciuto la sua vera stagione d'oro

nonostante la qualità media dei suoi giornali non sia peggiore di quella di altri paesi. Anche il quesito sul perché questo popolo di eroi, poeti e navigatori non sia mai diventato anche un popolo di lettori ha ricevuto tante risposte ma nessuna davvero esauriente.

Neppure l'aumento dei tradizionali punti vendita, vale a dire le edicole, ha portato copie in più nelle case degli italiani. Una battaglia persa, dicono alla Fieg, la Federazione degli editori dei giornali. Oltre 38.000 punti vendita per quasi 58 milioni di abitanti, un'edicola ogni 1.500 abitanti di media, con differenze regionali anche molto significative.

La nuova distribuzione non frena la crisi I dati ufficiali però arriveranno in autunno

Il numero delle edicole, segnala il Rapporto annuale sull'industria italiana dei quotidiani, curato dall'Osservatorio di Fieg, Asig e sindacati confederali, è aumentato di oltre il 19 per cento tra il '95 e il '98, ma di copie in più neppure una. Semmai sono calate. Altre fonti Fieg lo confermano. Nel '94 la vendita dei quotidiani era di 6.210.000 copie al giorno, nel '98 di 5.865.000. Nel '95 si vendevano 104 quotidiani per ogni mille abitanti senza grandi differenze tra Nord, Centro e Sud, nel '97 questo rapporto è sceso a 103 ogni mille abitanti. Né miglior sorte è toccata alla stampa periodica. Nel '95 i settimanali vendevano 13.520.000 copie ad ogni nuovo numero e i mensili 13.100.000. Nel '97 questa cifra è scesa a 12.360.000 per i settimanali e a 12.480.000 per i mensili.

«O diventiamo più aggressivi nella proposta di acquisto o per-



Nanni Moretti nella celebre scena con il collage di giornali di «Aprile»

diamo la sfida di competitività con gli altri mezzi, prima fra tutte quella con la tv», dice Fulvio Flauro, direttore della Fieg di Milano. «Anche se l'edicola resta la struttura portante del sistema distributivo, non è lì che si deve intervenire». Ed ecco arrivare in porto la legge 108 che a fine aprile ha permesso di sperimentare la vendita di giornali e periodici nella grande distribuzione come nel piccolo bar-tabacchi, nel negozio specializzato per riviste di nicchia o nella libreria come accanto alla pompa di benzina. Gli editori preferiscono parlare di sperimentazio-

ne piuttosto che di liberalizzazione. I primi a partire sono stati gli esercizi piccoli, i bar-tabacchi, con la vendita dei quotidiani. Più lento, invece, l'avvio della sperimentazione (e anche fonte di equivoci e non poche querelle, compresi ricorsi al Tar) nella grande distribuzione.

A ottobre ci sarà un primo bilancio sull'andamento delle vendite nei così detti esercizi complementari. Ma già oggi alcuni indicatori potrebbero segnalare una nuova tendenza. «In una città come Palermo, dove la vendita dei quotidiani non è molto diffusa c'è stato un incremento

dell'acquisto di quotidiani nei bar-tabacchi del 2,5% che si è aggiunto, senza sostituirsi, alla vendita nelle edicole», sottolinea Flauro. Diverso, invece, il dato di Torino, città incline alla lettura dei giornali, dove la vendita nei bar non ha dato grandi risultati. «Colpa dell'errata identificazione degli esercizi - dice Flauro - i giornali vanno venduti nei bar dove la gente transita, non dove sosta a lungo con la signora che sorseggia il tè o il pensionato che gioca a carte».

Ma il dato più interessante riguarda la tipologia di quotidiano acquistato al bar. Sono so-

prattutto i giornali locali ad attrarre il nuovo acquirente di carta stampata, a sedurre chi non è abituato a sostare all'edicola ma si lascia facilmente incuriosire dalla cronaca del «portone accanto», a patto che essa gli si offra lungo il suo percorso, che non la debba cercare. Un incontro che avviene in ogni momento, la mattina come la sera. La scommessa degli editori è di trasformare questa casualità in abitudine, la suggestione del momento in scelta volontaria.

«Anche la grande distribuzione ci ha riservato molte sorprese. Lì le vendite dei periodici hanno superato le nostre più rosee previsioni», continua il direttore della Fieg di Milano. E anche in questo caso il settimanale o il mensile comperato al drugstore non ha sottratto copie all'edicola, persino la dove edicola e supermercato convivono fianco a fianco.

Saranno i nuovi canali distributivi a riportare in luce peculiarità e forza della stampa in Italia, come si è andata storicamente evolvendo: informazione locale, spesso di buona qualità, associata a una lunga tradizione di informazione periodica? Franco Mosconi, economista e ricercatore al corso di laurea in Scienze della comunicazione a Bologna, autore di «Economia dei quotidiani» (Il Mulino), considera realistica questa ipotesi. E auspica

che si dilatasi la vendita dell'informazione locale al di fuori delle edicole. «In Gran Bretagna all'uscita del metro, magari alle sei di sera, si trova il quotidiano popolare non il "Financial Times". Nei paesi anglosassoni facilmente incuriosire dalla cronaca del «portone accanto», a noi non lo sono il grande giornale nazionale e quello locale o la stampa periodica di taglio politico e quella specializzata».

Un avvenire roseo (forse) solo per il quotidiano locale, espressione dell'Italia delle 100 città da corteggiare anche attraverso una stampa di qualità e stampa popolare non sono immediatamente concorrenziali. Come da noi non lo sono il grande giornale nazionale e quello locale o la stampa periodica di taglio politico e quella specializzata».

Quanto ai drugstore e agli ipermercati passerà attraverso di loro il rilancio di quella tradizione - «inimmaginabile all'estero», sottolinea Mosconi - di una stampa periodica che in Italia, a partire dagli anni Cinquanta, ha condizionato dibattito politico e costumi degli italiani? La risposta, in questo caso si fa più dubbia.

Ma anche se non risorgerà quel glorioso ruolo del settimanale o mensile, l'esser stati trionfo e coscienza critica di un paese, resta la certezza che anche la più raffinata politica distributiva non potrà fare a meno di giornali che, ciascuno con le proprie differenze, salvaguardino la loro essenza di «fabbrica di qualità».

L'UNICA GUIDA TELEVISIVA PER CHI AMA IL CINEMA

SPECIALE VENEZIA

TENDENZE CONCORSO STAR E GOSSIP

I grandi autori, il sesso, Le schede di tutti i film I divi e gli eventi
gli italiani emergenti in gara per il Leone d'oro sotto i riflettori del Lido

★ IN EDICOLA TUTTE LE SETTIMANE ★

FILM TV

Tutto il grande
CINEMA
tutta un'altra TV

