



UMBERTO ROSSI

Il risultato del mercato cinematografico della stagione 1999-2000 è racchiuso in poche cifre. Quasi un quarto di spettatori in meno rispetto al periodo precedente, tredici milioni di biglietti persi per strada, una forte riduzione degli incassi. Per il cinema italiano, poi, le cose sono andate anche peggio: fra i primi cinquanta titoli di successo solo sette sono di produzione o coproduzione a partecipazione nazionale. *Il pesce innamorato* è all'ottavo posto seguito, al decimo, da *Vacanze di Natale*, mentre *Asterix e Obelix*, una coproduzione a guida francese, si è guadagnata la quattordicesima posizione. Poi più nulla sino al venticesimo gradino, tenuto da *Pane e Tulipani*, uno dei pochi titoli che danno una qualche speranza, subito contraddetta dal ventiseiesimo scanno, andato a *Tifosi*. Chiudono l'elenco *Amore a prima vista*, trentunesimo in graduatoria, e *Canone inverso* al quarantunesimo gradino.

Tutto attorno un mare di film americani o inglesi con quattro eccezioni: lo spagnolo *The Million Dollar Hotel* e i francesi *Giovanna D'Arco*, *La nona porta*. Il cinema hollywoodiano (film americani e inglesi) controlla più di tre quarti del mercato, un dato che non contempla lo sfruttamento completo di *Mission Impossible 2*. Il film italiano, invece, ha subito una sonora batosta, perdendo quasi metà del pubblico e arrivando a malapena, con le

Cinema amore mio? Almeno fino al 1998. Eh sì perché se l'Istat rileva che la visione di un film continua ad essere il passatempo preferito dagli italiani, la Siae precisa (e l'articolo qui sopra conferma) che la buona annata del 1998 non è stata seguita da un'altrettanto favorevole stagione. Così il 1999 fa registrare un calo consistente nell'andamento delle vendite e delle spese nel settore: -12% dei biglietti venduti e -9,6% degli incassi (passati da 1.14 miliardi a 1.032, comunque sempre in vetta alla classifica delle spese). Se in generale, quest'anno, gli italiani hanno speso il 4,7% in più (5.481 miliardi, pari a centomila lire a testa) per assistere a eventi sportivi e spettacoli, l'incremento del 1999 esclu-

Cinema italiano a pane e acqua

Solo 7 film nei primi 50 incassi

//
In un mare di pellicole Usa si salvano «Pane e tulipani» e i soliti Vanzina e Pieraccioni

//

coproduzioni, al 15 per cento del mercato.

Le origini di questo disastro sono almeno tre. Le modifiche intervenute nel circuito delle sale con l'esplosione dei Multiplex che, da un lato, attraggono il pubblico giovanile, dall'altro, allontanano quello più maturo. Questo causa un lento declino dei locali posti al centro delle cit-

tà. Una seconda ragione, direttamente collegata alla situazione italiana, va ricercata negli abbondanti finanziamenti concessi dallo Stato alla produzione. Sembra incredibile, ma spesso i produttori riescono a guadagnare così tanto prima di aver portato a termine il film che, una volta arrivati alla copia campione, hanno pochi stimoli a darsi da fare per far

circolare l'opera nelle sale. Un'ultima ragione nasce da una struttura di mercato sempre più condizionata dai grandi successi. Esce un film di Roberto Benigni ed ecco che il quadro cambia. Va particolarmente bene l'ultimo film di Pieraccioni e i conti ritornano. Un andamento più da gioco d'azzardo che da settore produttivo vero e proprio.

Ma radio e tv tengono

I dati Istat sul tempo libero. E i giornali vanno giù

italiani. Al primo posto degli interessi, con un aumento degli estimatori dal 41,9% del '96 al 47,3% del '98. Non solo cinema, comunque: gli italiani visitano anche mostre e musei (26,7%), frequentano discoteche o sale da ballo (25%; di più al Nord), vanno ai concerti di musica leggera (17%) e al teatro (16%; per lo più sono donne e al Centro-Nord), seguono concerti di musica classica (7,9%). È rimasto stabile il nume-

ro degli spettatori della tv (il 95,1% la guarda almeno qualche giorno alla settimana) come anche la percentuale di chi ascolta la radio (62,6%); leggera riduzione invece dei lettori dei quotidiani (il 57,8% li legge una volta alla settimana, nel 1997 era il 61,1%). Gli incontri sportivi sono preferiti dagli uomini (li segue il 38,6% contro il 15,1% delle donne) e la sedentarietà (riguarda il 34,3% della popolazione) è in calo.

IL COMMENTO

La regina Julia Roberts

ALBERTO CRESPI

Non è solo il 25esimo posto di *Pane e tulipani*, rispetto all'ottavo del *Pesce innamorato*, a indurre al pianto. Una volta registrata la disastrosa stagione dei film italiani, che ormai attirano spettatori solo al Nuovo Sacher di Moretti, andiamo a vedere i primi dieci posti della graduatoria generale. Preparatevi.

Il miglior film della stagione 1999-2000 è *Se scappi ti sposo* con 2.866.180 spettatori. Seguono *Tarzan* (2.813.917), *American Beauty* (2.680.790), *Notting Hill* (2.471.333), *Il sesto senso* (2.241.091), *La mummia* (1.888.836), *Star Wars I* (1.790.183), il film di Pieraccioni, *Eyes Wide Shut* di Kubrick (1.645.038) e, decimo, *Vacanze di Natale*.

Parentesi: chi scrive non ama (è un eufemismo) *American Beauty*, lo considera un film furbastron gonfiato da un'ancora più furba campagna promozionale. Per cui siamo nella paradossale condizione di affermare che il miglior titolo fra i primi dieci, a parte Kubrick che corre in un'altra categoria, sia *Il sesto senso* (discreto film, e nulla più). Tutto questo rende la sconfitta del cinema italiano doppiamente dolorosa: un conto è perdere contro il Manchester United, tutt'altro conto è farsi fregare dall'Helsingborg. Il nostro cinema non deve combattere contro dei capolavori, ma contro dei modesti film sorretti, certo, da un potentissimo apparato pubblicitario e mediatico. Ma il fatto vero è che i film italiani proprio non ce la fanno. Partono battuti, come se andassero a tirar cazzotti con Tyson. Venezia invertirà la tendenza? Padronissimi di crederlo, ma è molto improbabile.

Ultimissime considerazioni. Julia Roberts ha due titoli tra i primi quattro. Poi ci si meraviglia che chieda 15 milioni di dollari a film, e che qualcuno glieli dia: rientrano solo con il mercato italiano. *Mission Impossible 2* è 22esimo, ma i dati sono aggiornati al 16 luglio e quindi i suoi 964.641 spettatori riguardano i primi due week-end di sfruttamento. *Star Wars I* è stato un fiasco? Rispetto alle aspettative sì, ma per Lucas le sale sono un dettaglio: avete idea di quanti miliardi (di dollari!) guadagna solo con il merchandising?

I «MAGNIFICI» SETTE				
Titolo	Posto in graduatoria	Città	Spettatori	Incasso
<i>Il pesce innamorato</i>	8	201	1.678.640	18.698.586.000
<i>Vacanze di Natale 2000</i>	10	201	1.576.637	17.292.698.000
<i>Asterix e Obelix (cop. con F e D)</i>	14	204	1.397.407	14.798.461.000
<i>Pane e tulipani (cop. con Svizzera)</i>	25	217	904.639	9.459.556.000
<i>Tifosi</i>	26	187	883.151	9.294.501.000
<i>Amore a prima vista</i>	31	166	748.282	7.873.881.000
<i>Canone inverso</i>	41	196	498.670	5.135.085.000
Totale			7.687.426	82.552.768.000

Fonte: rielaborazione dati da «Il giornale dello spettacolo»

