

DEBUTTERÀ A BOLZANO OPERA  
ISPIRATA AD ALEXANDER LANGER

Giovedì 24 aprile al Nuovo Teatro Comunale di Bolzano avrà luogo la prima rappresentazione assoluta dell'opera «Alex Brücke Langer», ritratto scenico-musicale su Alexander Langer, morto suicida otto anni fa, il 3 luglio 1995, a Firenze. Il progetto «Alex Brücke Langer» si basa sulle musiche di Giovanni Verrando e testo di Vito Clabretta. La regia è affidata al giapponese Yoshi Oida, per anni principale collaboratore di Peter Brook e oggi considerato uno fra i grandi registi del teatro contemporaneo. Scene e costumi sono curati da Tom Schenk, scenografo olandese d'avanguardia. La parte musicale è affidata all'Icarus Ensemble diretta da Pierre-André Valade.

## COSE DA PAZZI: POLLINI SENIOR &amp; POLLINI JUNIOR SULLO STESSO PALCO

Elisabetta Torselli

Pollini padre - Maurizio - e figlio - Daniele - per la prima volta insieme in concerto al Comunale di Firenze, stasera (alle 20.30) e domani (16.30): l'occasione è curiosa (due pianisti come solisti ospiti in due distinti concerti, per di più padre e figlio) oltre che preziosa, e a quanto raccontano i due Pollini l'idea di farli suonare nella stessa serata ce l'ha avuta Zubin Mehta, direttore principale dell'orchestra del Maggio Musicale Fiorentino. Non è certo il caso di parlare di un passaggio di consegne: il padre, il sessantenne Maurizio, che iniziò la sua solgorante carriera vincendo nel 1960 il premio Chopin di Varsavia, è tuttora probabilmente il più grande pianista del mondo e lo resterà ancora chissà per quanto... ma il giovane Daniele, ventitreenne, cresciuto alla scuola pianistica di Franco Scala all'Accademia Pianistica di Imola, sembra vivere serenamente,

lucidamente e senza complessi la sua personale vicenda di figlio d'arte. «Direi che rispetto a mio padre mi sento in una situazione più fluida, in cui l'interesse per il pianoforte, per la composizione e per la direzione sono ancora bilanciate», racconta Daniele, che ha debuttato recentemente come direttore e che farà quest'estate la sua prima opera, Il Viaggio a Reims, al Rossini Opera Festival con le giovani voci dell'Accademia Rossiniana. «Può darsi che finisca per prevalere il podio, o la scrittura, non so, certo anche le nostre storie sono diverse, fino ai tredici, quattordici anni avevo altri interessi, le scienze, la pittura...». Anzi, rincarà sorridendo Pollini senior, «a dieci anni il tuo motto era 'la musica mai!' Ma sono diversi anche i tempi. «Poco dopo aver vinto il concorso Chopin scelsi di stare per un periodo lontano dai concerti: volevo studiare, conoscere

altra musica, quella contemporanea soprattutto. Oggi appena un talento si segnala la tendenza è a sovraccaricarci di concerti, insistendo sempre sullo stesso repertorio, facendolo entrare nel meccanismo eventi - grandi nomi - pezzi conosciuti». L'impegno che portò a suo tempo Pollini a schierarsi molto nettamente e pubblicamente, da concertista, contro le bombe in Vietnam? «Nel mondo, al di là delle atrocità presenti, c'è una condizione permanente di ingiustizia e di miseria. La musica sembra inerme, impotente, ma è l'essenza stessa dell'arte che può lavorare per il mondo, non se ne vede l'utilità pratica perché il suo è un operare misterioso». Pollini senior ha scelto gli enigmi sottili, l'atmosfera in bilico fra malinconia e misteriosa felicità dell'estremo concerto pianistico mozartiano, il K 595, mentre Pollini junior eseguirà il Concerto in sol di Mauri-

ce Ravel, brillante ricapitolazione in chiave neoclassica (non senza profondi influssi delle sonorità novecentesche «altre», compreso il jazz) di una civiltà del pianoforte su cui comunque aleggia il fantasma di Mozart. Ma anche il resto del programma è sotto il segno del raffronto Mozart - Ravel, con l'ultima sinfonia del Salisburghese, la Jupiter, e con la Suite n.2 dal balletto Daphnis et Chloé del compositore francese. Il concerto è dedicato alla memoria di un grande pianista, direttore e didatta, comune maestro di Maurizio Pollini e di Zubin Mehta, Carlo Zecchi, nel centenario della nascita. Le due date fiorentine seguono l'esibizione, avvenuta giovedì, dell'Orchestra del Maggio con Mehta (senza i Pollini e con altro programma) a Roma, prima compagine sinfonica invitata nel nuovissimo Auditorium al Parco della Musica.

L'unità  
dell'EuropaRapporto 2003  
sull'integrazione europeaoggi in edicola  
con l'Unità  
a € 3,60 in piùin scena  
teatro | cinema | tv | musicaL'unità  
dell'EuropaRapporto 2003  
sull'integrazione europeaoggi in edicola  
con l'Unità  
a € 3,60 in più

Stefano Miliani

Non per metterla sul melodrammatico, ma in Italia si sta davvero giocando il futuro dei teatri musicali. D'opere e di concerti soltanto ormai non si vive più. Le tredici fondazioni di diritto privato lirico-sinfoniche italiane, già enti lirici fino al '98, devono industriarsi per recuperare soldi, attirare aziende, aprire a fasce di pubblico prima ignorate senza perdere gli abbonati. Di conseguenza alla Scala di Milano, al Maggio fiorentino e oltre è in atto una vera rivoluzione. Spente le luci del palcoscenico, diventano strategici gli uffici di marketing e relazioni esterne che cercano idee, studiano strategie per rinnovare le generazioni di ascoltatori altrimenti destinati a una progressiva consunzione. Anche abbattendo le barriere dei generi musicali. Perché per produrre qualità hanno bisogno per forza di finanziamenti pubblici (statali in primis, regionali, degli enti locali), ma li ottengono sempre a maggior fatica. Prendono oltre il 48% dei circa 250 milioni di euro l'anno del Fondo unico per lo spettacolo (Fus), irritando altre categorie. E pensare che possano vivere con i soldi privati significherebbe ucciderli. Cambiano strategie, e qualche effetto inizia a vedersi: da uno studio in via di elaborazione all'associazione nazionale delle fondazioni (Anfols), risulta che nella stagione 2000-2001 gli spettatori sono stati 2 milioni e 335 mila, in quella 2001-2002 sono saliti a 2 milioni e 430 mila, con una crescita del 4% circa. A questo dato confortante (in precedenza la Siae lo accorpava ad altre voci) si contrappongono la difficoltà crescente a reperire contributi dalle aziende (per legge ogni fondazione deve avere dai soci privati almeno il 12% di quanto ricevuto dal Fus) e a sopprimerle alle carenze di un paese in cui l'educazione musicale giovanile è stupidamente condannata all'emarginazione. Ecco quindi come si muovono i principali teatri musicali d'Italia. Ricordando che ogni città è un caso a sé.

Milano, oh cara  
La Scala di Milano, con il Piermarini in restauro, è al nuovo teatro Arcimboldi, alla Bicocca. Il sovrintendente Carlo Fontana dice: «Favoriamo in tutti i modi l'apertura al pubblico. L'essere in un luogo decentrato ci ha portati a incentivare una politica di promozione con aziende, sindacati, istituzioni e ci permette di pescare spettatori legati al territorio. La nostra presenza agli Arcimboldi significa anche attenzione a forme musicali trasversali». Come il jazz o musiche di confine. «Per legge il 20% dei biglietti disponibili va a giovani, lavoratori e anziani, categorie che hanno meno chance di accedere ai nostri spettacoli - aggiunge il responsabile dell'ufficio di promozione Carlo Torresani - Noi puntiamo sulla scuola, dalle elementari fino all'università, gli assessorati alle politiche sociali, quelli alla cultura soprattutto con le biblioteche, gli attivissimi centri della terza età. Le agevolazioni sui prezzi arrivano fino al 50%. Un biglietto può costare dai 155 ai 10 euro». L'obiettivo? Sfatere la fama di inaccessibilità: «Il nostro problema non è riempire la sala. Al Piermarini la domanda era superiore all'offerta, all'Arcimboldi abbiamo 500 posti in più. Sono scelte di politica culturale». Nel 2002, calcola Torresani, su 130 mila spettatori ben 55 mila erano under 25.

Il nodo di Firenze  
«Da un lato abbiamo un pubblico conservativo ma molto fedele da mantenere - Giorgio Van Straten, sovrintendente del Maggio musicale fiorentino, tocca uno dei nodi più difficili da sbrogliare - per cui riprodurre un repertorio tradizionale funziona. Dall'altro dobbiamo allargare a forme diverse in modo che venire qui diventi consuetudine anche per un altro pubblico». Nel teatro che ha già ospitato cantanti come Tom Waits «si può pensare a una semplice ospitalità o perfino a un'integrazione tra masse artistiche del Maggio con situazioni 'extra-classica', continua Van Straten. Il festival del Maggio va rilanciato come «luogo di sperimentazioni ed espressioni anche in luoghi non tradizionali», così come considera essenziale ricorrere a regie moderne per melodrammi storici. Tuttavia fondamentale «una politica di prez-

MUSICA  
Vissi d'Opera. E di soldi

La parola d'ordine  
è marketing:  
le fondazioni liriche  
sono alla ricerca  
di strategie di mercato,  
di nuovo pubblico,  
di altre sonorità...  
Per forza: in gioco  
c'è il futuro del teatro  
musicale in Italia



In alto, «Turandot» diretta nel '97 da Zhang Yimou al Maggio musicale. Qui sopra, a sinistra, e a destra, i sovrintendenti Giorgio Van Straten (Firenze), Carlo Fontana (la Scala), e Luciano Berio (Santa Cecilia)



È in atto una vera e propria rivoluzione, e sta producendo i suoi primi effetti: nel 2001-2002, gli spettatori sono aumentati del 4 per cento

zi differenziati, il non aver paura del biglietto a costo troppo basso trovando il modo di offrire qualità». Esempio: «L'ultima replica dell'Otello del prossimo Maggio senza Mehta e quindi a prezzi popolari, cast di giovani per ridurre i costi, microabbonamenti per cui uno spettatore, per esempio, vede un'opera, due balletti e qualche concerto». Il tutto mantenendo saldi rapporti con le scuole.

Torino la laica  
«La principale strategia è rivolta agli studenti dalle elementari al liceo - afferma Walter Vergnano, sovrintendente del Regio di Torino nonché presidente



dell'Anfols - Abbiamo più di 50 mila giovani l'anno che seguono tutti i tipi di laboratorio e di spettacolo». Un'attenzione costante alla contemporaneità, riproporre classici «con linguaggi espressivi come i video che fanno parte della cultura attuale» può richiamare un nuovo pubblico. Vergnano considera errato confinare il Regio alla sola attività musicale classica. «anche se resta quella prevalente» e amplia l'orizzonte: «Oggi ci muoviamo in un contesto competitivo, nessun teatro può far riferimento solo a un suo pubblico, specie tra i giovani c'è un atteggiamento 'laico', si sceglie lo spettacolo volta per volta». Lo

## sponsor &amp; spettatori

Campagna acquisti  
a Santa Cecilia

ROMA L'Accademia di Santa Cecilia a Roma, nata nel 1566, tiene un seminario breve ma illuminante sulle strategie di marketing, raccolta fondi e comunicazione: è un segnale eloquente su come le fondazioni nazionali non possano riposare su antichi allori. Giovanna Maniezzo, responsabile del settore per l'istituzione sinfonico-orale, indica le priorità: «Trovare nuovi soci fondatori, oggi coprono il 13,5% del Fus, convincere gli sponsor, rinnovare il pubblico ma premiando gli abbonati fedeli, far parlare di noi, essere espressione di una cultura elevata, non elitaria, mantenere l'eccellenza, riempire le sale». L'Accademia ha un bilancio di 26 milioni di euro (il 70% va in spese artistiche) con il 51% coperto dal Fus, il 14% da enti locali e Regione, l'11% da privati e sponsor, il 20% dai biglietti, il 4% da altre fonti. Gli spettatori sono saliti da 232 mila nel 2001 a 258 mila nel 2002, gli abbonati da 5.080 a 6.631. Ma le decurtazioni economiche sono dietro l'angolo. Perciò Santa Cecilia istituisce abbonamenti «leggeri» per serate a scelta; ha fatto creare una rete di bus-navette per il neonato il Parco della musica; ha convenzioni con enti turistici e società di trasporto nazionali; prepara viaggi musicali presso orchestre europee (come la London Symphony, i Wiener, quella della radio francese). Ancora: ha avviato campagne pubblicitarie accattivanti; ottiene spazi in numerosi media dove prima non filtrava (perfino di rock); prosegue le lezioni-concerto per bambini; ne organizza, ed è una novità, per donne incinte perché sentano le vibrazioni degli strumenti (musicoterapia per il feto), continua gli apprezzatissimi «family concert» della domenica mattina. Sul fronte delle aziende: per il triennio 2002-2004 Santa Cecilia ha incamerato dagli sponsor 3.370 mila euro, con Enel e la Scala di Milano creerà un cartellone musicale per tour italiani, inventa servizi «chiavi in mano» per società, elabora nuove sponsorizzazioni. È un cantiere in piena attività che non si attarda certo sugli allori.

ste.mi.

I sovrintendenti della Scala, del Maggio, di Torino, di Roma & co: «Non c'è altra strada, bisogna puntare ai giovani e alle scuole»

moniere dell'ufficio, Giacomo Varone, racconta: «Per la lirica abbiamo quasi sempre il tutto esaurito, per la sinfonica ipotizziamo stock di biglietti per i soci fondatori». Il fronte chiave resta quello dei giovani. «Rapporti con le scuole e le università, visite guidate, lezioni-concerto, vogliamo trasformare il rapporto con la città più che pensare solo al botteghino. Con la filosofia di aprirsi anche ad altri tipi di musica», conclude. E testimonia lo sforzo delle fondazioni lirico-sinfoniche per rompere le mura che le hanno disegnate, agli occhi di troppi, come roccaforti accessibili solo a pochi.