

di Luca Bottura

Tutti al mare Forte dei Marmi

vent'anni dopo

Da Briatore un bagno in economia

Il Forte è uno di quei posti in cui, all'ingresso, trovi un cartello con la tua foto. E una scritta: «Io resto fuori». Anzi, è come se ce ne fossero due. O tre. Stratificazioni successive, nobiltà sovrapposte. Gli anni Venti: Carrà, Malaparte, Balbo. E Franceschi, quello che poi avrebbe messo su la Capannina. Gli anni Settanta e Ottanta: Tognazzi, Mina, Borg. E Franceschi, quello che negli anni Trenta aveva messo su La Capannina e nei Sessanta l'aveva ricostruita dopo un incendio. Oggi: la Santanchè, Fedè, Sgarbi. E la Capannina, senza Franceschi. Soppantata nell'immaginario collettivo dal Twiga di Briatore. Un bagno-risto-disco-bar che dell'augusto predecessore ha mantenuto alcune significative costanti: in «Capanna», a fine anni '60, un'aranciata poteva costare 6000 lire. Contro le 28.000 di uno stipendio medio basso. Oggi, se la serata è particolarmente update, un aperitivo al Twiga a fianco della Seredova, o persino di Enrico Preziosi del Genoa, quota sui 250 euro. Sempre se ti fanno entrare. A me no, non mi fanno entrare. Mi presento in mattinata a braccia alzate in segno di resa, fendo la teoria di Cayenne in parcheggio, oltrepasso un ragazzo con l'auricolare. Gentile. Mi indirizza alla direzione. Al lato del bano-

lino in legno a bordo piscina. Discutono animatamente di lavoro, poveretti. Poco più in là, un salottino in tessuto tipicamente estivo: pelle di leopardo. E di zebra, pare. Rovente. Alcuni divani non proprio freschi di bucato. Cabine color evidenziatore. Da una delle quali sbucca una bella signora sui 40, che si asciuga i lunghi capelli biondi. Tento il contatto, me lo concede. È di Roma, imprenditrice, ramo comunicazioni: «Ma proprio non sono mondana». «Ciò che mi piace del Twiga - mi spiega, suadente - è la possibilità di rilassarsi. Il servizio è eccellente, mantengono quello che promettono». «E poi - la interrompe la madre, che fin lì osservava orgogliosa - non ci stanno ragazzini in mezzo alle scatole». Lo sguardo di riprovazione della figlia è notevole. «Comunque - conclude - non sono il tipo che balla sui tavoli. Al massimo un aperitivo al tramonto, ecco. La discoteca è più roba per i miei figli». Vengo-

no qui? «No, vanno in Capannina». Vicino alla riva, un extracomunitario sta facendo buoni affari. Vorrei chiedergli che tipo di collantina preferisce la Santanchè - socia di Briatore insieme a Brosio e a Marcello Lippi - ma una maglia rosa mi blocca: «Chieda il permesso alla direttrice». Rieccomi al via, e senza neppure le ventimila in tasca. Prima ancora che fiati, mi contra: «Non ho tempo, oggi è un giorno pieno». «Allora tornerei stasera». «No, stasera c'è una festa privata. Arrivederci». Non è vero: stasera c'è una sfilata di moda: «For rich only». Effettivamente, penso, non devo apparire abbastanza rich. Uscendo, mentre le maglie rosa memorizzano i miei connotati, agguanto copia del mensile «Chi vuol essere Billionaire». Purtroppo neanche lì c'è la risposta alla domanda più importante: se Briatore abbia scelto il nome «Twiga» perché fa rima.

Decido di andarlo a chiedere a Romano Battaglia. Ce l'avete presente, no? È il factotum della Versiliana, il caffè letterario che ogni anno occupa militarmente l'omonimo parco in fronte al mare. Ma il destino ha deciso che non possa sussurrare: «Saluto Romano». Anzi, più che il destino sono i nuovi organizzatori: la Ldm, casa di produzione tv quivicina, dicono, ad An, celebre per un recente contrattone-quadrone da 100 milioni di euro. Ha trasformato una manifestazione tutta riporto e foulard, gradita soprattutto a un pubblico di over 75, in una specie di «Porta a porta». Ci va Casini a bacchettare Berlusconi, ci va Sinalcalo a prendersela con Tremonti. Si siedono davanti a una scenografia piena di pubblicità: Estèe Lauder, Vuko Collezione, Arredamenti Marletto. Un po' come i calciatori. Poi iniziano a parlare. Sempre a favore di telecamera, e di titolo di giornale. Laddove imperversava l'eloquio

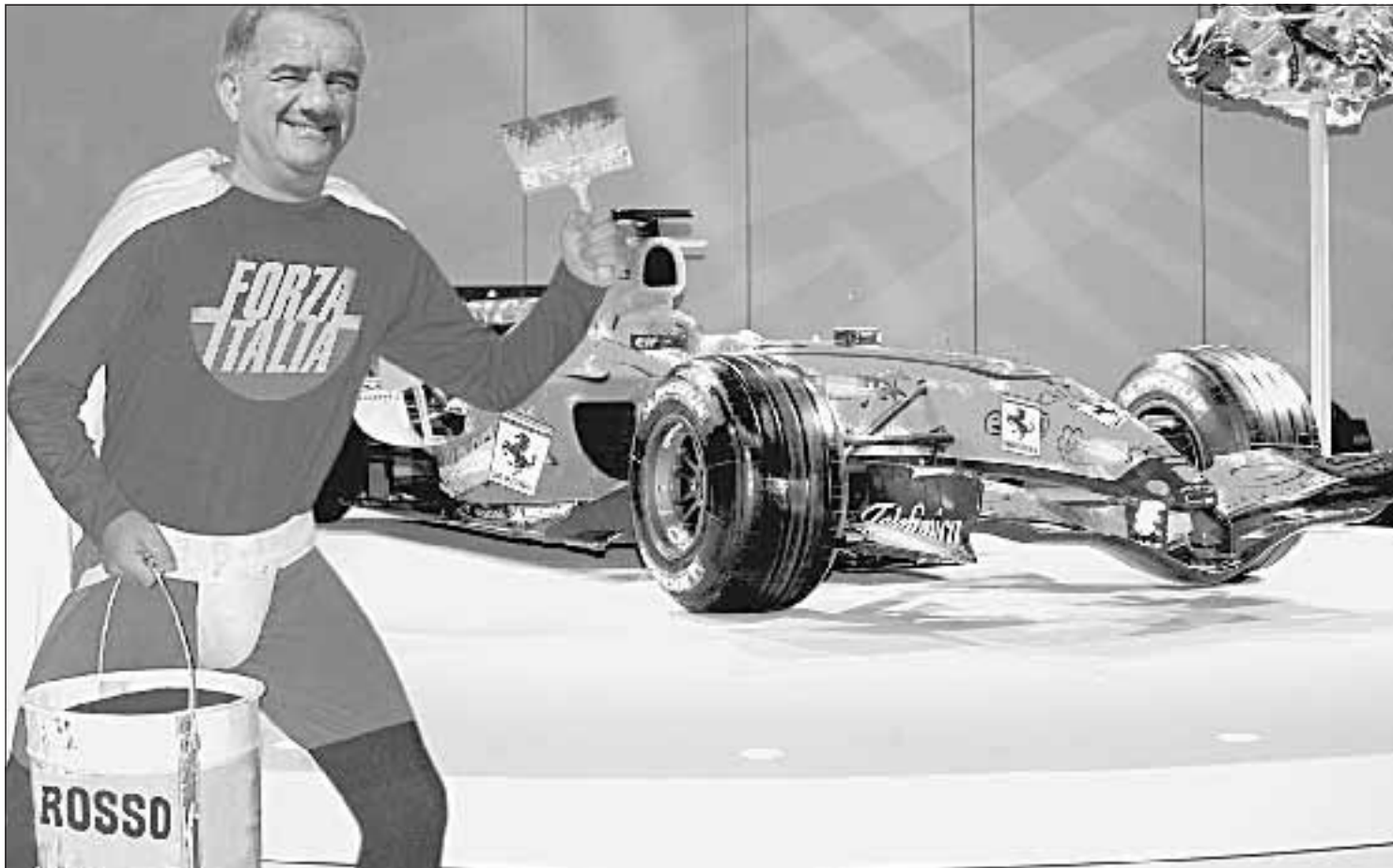
vagamente anestetico di Battaglia, ora si alternano moderatori di rango: il direttore del Giornale, il direttore del Tg2, un importante mezzobusto del Tg5. Con consorte. Simpatica, lamentosa. «Il Twiga? Certo che non ci vado. E se poi ti ritrovi accanto Dj Francesco?». Ce l'ha coi prezzi. Racconta che al Forte l'unica striscia di spiaggia libera ha una doccia soltanto, mimetizzata in modo che si veda solo dal mare. E fa il calcolo di quanto ha speso in un bagno che non è il Twiga: 40 euro tra posto e lettino, 15 per un piattino di frutta. Tra me e me, spero fortemente che li abbia pagati Carlo Rossella di tasca sua. È sera. Attraverso la strada e mi metto sulle tracce di Michele, che oggi fa il cameriere in un bagno lì di fronte. È la memoria storica del Forte, mi assicura un'amica. Ed è anche un po' mio cuggino. Nel senso che lo circonda un'aura mitologica in cui vero e verosimile si mischiano. Sarà vero che nei fa-

volosi Seventies era il proprietario del Maitò, uno dei migliori ristoranti del Forte, ma poi si giocò tutto a carte distribuendo mance da 100 milioni? Sarà vero che passava le serate con Daniele Pace, il paroliere della premiata ditta Pace-Panzeri-Pilat, e gli suggeriva le canzoni per Sanremo? Sarà vero che prendeva lezioni di bridge dal nipote, omonimo, di Primo Levi? Sarà vero che Mina è molto sua amica, così amica che pochi giorni fa era qui in incognito e s'è messa a cantare per una mezzoretta, mentre i clienti del ristorante rimanevano con l'anello di totano sospeso a mezz'aria? Di certo c'è che Michele possiede modi quasi aristocratici. È un eloquio pensoso, spezzato, intriso di cordiale reticenza. Punteggiato di «questononscriverlo». E io non lo scrivo. È catanese. Venne qui a 7 anni. La prima stagione l'ha fatta a 11. Da Franceschi, alla Capannina. Era il suo portafortuna alla Teresina. Poi è andato a servizio nel-

la villa degli Agnelli, che aveva lo sbocco direttamente sul Tirreno «perché l'Avvocato da piccolo aveva fatto le elementari in casa insieme ad Aurelio Tonini. Che poi diventò sindaco e gli diede la concessione per fare il tunnel verso il mare». Chissà se chiese il segreto di Stato pure lui. Raggiunta l'età della ragione, Michele ha provato a trovarsi un lavoro normale alla concessionaria Porsche di Massa. Ma è tornato al Forte dopo otto mesi. È andato a Milano, è rientrato. Ha aperto locali, dice. Ne ha chiusi. Ha visto passare tutti, può fare confronti. In due ore di chiacchiere, con una media di cinque Muratti/ora gli scappa un solo giudizio netto: «Tra Briatore e Franceschi passa la stessa differenza che c'è tra mia nonna e Sharon Stone». Il resto è sfumato. Certo, una volta andò a proporre una canzone a De André, e forse non lo rifarebbe con Dj Francesco. Certo, con Tardelli e Mancini si trovava bene e «que-

Il Twiga è un bagno-risto-disco-bar da 25.000 euro per tutta la stagione. Parcheggio compreso

ne occhieggia una teoria di telefoni cordless. Li conto. Sono 48. Uno per ogni tenda (l'ombrellone no, fa troppo proletario), casomai arrivassero 48 telefonate contemporanee e tutte ineludibili. Di fianco al bancone, una ventenne dagli occhioni blu. Dietro una vetrata, la direttrice. La telecomanda. «Buongiorno, sono un giornalista dell'Unità. Volevo sapere...». «Prenda la brochure, c'è tutto lì». «Anche i prezzi? Quanto spenderei per una giornata?». «Trecento euro, ma nessuno viene per un giorno. Comunque sono compresi tenda, teli e parcheggio». Ah beh, allora... La direttrice spinge un tasto, la ragazza scompare. Riappare: «Ma i prezzi non mettiamo». «Certo. Posso fare un giro? Giuro che non disturbo». Prima che il telecomando faccia di nuovo clic, sono dentro. Siamo nel fine settimana ma il bagno è semideserto. Pare che la gente compri il posto all'ombra come status symbol, pagandolo anche 25.000 euro per tutta la stagione. Poi magari se ne sta a casa. O forse è vero che il Twiga per Briatore è come il Milan per Quella: rappresentanza pura, i cui bilanci, per quanto irrobustiti da fior di sponsor, non sono poi così importanti. Gli addetti, riconoscibili dalla maglietta rosa griffata, sono il triplo dei bagnanti. Davanti al bar (un bel gazebo ripieno di bellezze esuberanti) tre manager sui 50 hanno spianato i palmari sul tavo-



Fotomontaggio Daniele Clarotto

Ore 8: mi telefona il ministro delle Attività Produttive Adolfo Urso e ne approfitto per togliermi una curiosità che ho da sempre: «Ma come mai ti chiami proprio Adolfo?». «Perché mio bisnonno si chiamava Rommel». Risolto l'enigma, gli chiedo: «Urso, ma di preciso di cosa ti occupi? Ho notato che non sudi mai...». «Io non faccio niente». «Ah, ecco, perché hai chiamato?». «No, niente, mi diceva il capo che questa ennesima sconfitta della Ferrari sta gettando discredito sul made in Italy. Pensa che ormai il marchio è così impopolare che per rilanciarlo stanno pensando

LE AVVENTURE DI SUPERGNOCCHI Schumi torna a vincere Basta un po' di vernice

di Gene Gnocchi

di chiamarla Fiat. Potresti fare qualcosa?». Grazie alla mia supervisione, localizzo una copia della Gazzetta dello Sport e vengo a

sapere che la Ferrari sta provando a Fiorano, e che Schumacher è appena stato superato in staccata da Romano Prodi che stava

provando la sua nuova mountain-bike. Appena sceso, Schumacher mi riconosce subito: «Zermiani, quante volte te lo devo dire di non vestirti come un cretino». «Scusa Schumi, non sono Zermiani, sono Supergnocchi. Che tempo hai fatto nel tuo ultimo giro veloce?». «Un'ora e ventidue minuti». «E come mai?». «Eh, mi son fermato a mangiare una pizza, tanto ormai non li prendevo più». Intuisco che la situazione disperata e decido di intervenire. Grazie al mio superportafoglio, mi reco al vicino colorificio e acquisto tre barattoli di vernice rossa. Poi mi le-

vo in volo verso il reparto casse della Renault. Lì, dopo aver distratto la sorveglianza mostrando loro aprile, maggio e giugno del calendario di Monica Bellucci, trafugo le due auto di Alonso e Fisichella che provvedo a ridipingere con i colori del cavallino. Poi deposito le due nuove Ferrari a Maranello. La riscossa ora è sicura... Mentre mi allontano in volo, felice di aver servito ancora una volta il mio Paese, Barrichello, che ha subito voluto provare la nuova vettura, si schianta alla prima curva urlando: «Oh, ma queste qua van troppo forte, son mica abituato».

Michele fa il cameriere ma era il proprietario. Dice: «Il Forte? Non è più quello di una volta. Colpa di tangentopoli»

sti manco so come si chiamano». Certo, «il Forte non è più quel Forte». Ma di chi sia la colpa, mica te lo dice. Di cosa, al massimo. «Qui ho fatto molti danni Tangentopoli. La sua fine, intendo. Prima c'era una certa spensieratezza. Rubavano, e non è bello. Ma poi redistribivano. Adesso i soldi non girano». Meglio: non girano per tutti. Perché esiste e prospera una seconda generazione di indigeni che trenta-quarant'anni fa s'è ritrovata davanti a un tornado di banconote. E ha allungato la mano. Come Beppe Bertelloni, il proprietario di diversi locali e del ristorante in cui lavora Michele. Di cui è molto più ottimista. Ha 45 anni, cominciò a lavorare a 14 da Oliviero, il locale gemello dell'84 di Roma, il rivale del Piper. Ricorda che una sera del 1974 zitti a calci, un amplificatore ribelle di Patty Pravo. «Mi voleva a Roma, i miei dissero no». Ricorda pure che la sera dopo tutta la troupe della Strambelli fece il bagno nuda in piscina. «Scoppio un casino, ero minorenne. Stavolta i miei mi tennero a casa del tutto. Che tempi». Che tempi. Finiti. Anche se, riprendendo il cammino notturno sull'Aurelia, all'improvviso mi è chiaro il segreto che permette a questo posto di autoriprodursi all'infinito: è come Mina. Si nasconde da anni, alimenta il mito, ma c'è sempre qualcuno che giura di averla vista da poco. Anche se in fondo preferisce ricordarla com'era. 5 - continua



Dino Audino Editore perché il talento da solo non basta www.audinoeditore.it



pp. 128 € 12,00



pp. 144 € 13,00



pp. 192 € 18,00



pp. 160 € 15,00



pp. 144 € 13,00



pp. 192 € 16,50