

Le **T**asseFISCO PIÙ BUONO, ALL'OLANDA I SOLDI DEGLI U2  
E LA CAUSA DEI PAESI POVERI CHE FINE FA?

Sindrome da ipercapitalismo sfondato? Eppure, ricchi sfondati lo sono di già, gli U2: Bono, il prode cantante del gruppo nonché paladino dei paesi più poveri, l'anno scorso è giunto alla vetta delle rockstar più ricche del pianeta. E non gli basta. Ieri l'altro è giunta la notizia che gli U2 si sono comprati il 40% di *Forbes*, la rivista patinata dei paperoni dalla larga mascella, la stessa che - per l'appunto - stila sempre le classifiche dei più sfrontatamente ricchi. Ora si viene a sapere che gli U2 hanno trasferito buona parte del loro patrimonio (stimato intorno ai 690 milioni di euro) in Olanda, per basse ragioni fiscali: lì non si pagano le tasse sui diritti d'autore. Proprio come fecero nel 1972 i Rolling Stones, che infatti



hanno visto centuplicare i loro averi. Il problema è che ora sono tutti arrabbiati: il primo ministro irlandese perché Bono più volte ha chiesto al suo governo di aumentare gli aiuti ai paesi in via di sviluppo, e ora però non sembra altrettanto entusiasta nel contribuire, come ogni altro irlandese fa, a tale nobile sforzo, e molti fan, che si stanno fieramente fronteggiando in Internet con quelli che invece giustificano la band. Gli uni bollano gli U2 come «mercenari», gli altri (anime belle) credono che «buona parte di questi soldi sia destinata in beneficenza». Drama: colui cui *Time* dedicò una copertina, colui che va a passeggio con Kofi Annan e le canta al presidente Bush, è solo uno dei tanti arricchiti che manco vogliono pagare le tasse? E sempre Bono Vox? O è diventato Bono Fox, come volpe? Mah: si dice «pecunia non olet», ma pare che i soldi un profumo ce l'abbiano, e fortissimo.

Roberto Brunelli

**TENDENZE** Il presidente di Mediaset Confalonieri l'ha annunciato e dalla tv conferma: i film non fanno gli ascolti di fiction, reality e informazione, così li spostano dal lunedì sera di Canale 5 a Italia 1. E La7: preferiamo star dietro alle notizie

di Maria Egizia Fiaschetti

L

unedì scorso Canale5 ha trasmesso in prima serata la commedia americana *Due amiche esplosive*, con Susan Sarandon e Goldie Hawn. Tra una settimana, stesso menu, ma in chiave sentimentale, con *Gioco d'amore*, interpretato dalla coppia Kevin Costner-Kelly Preston. Un appuntamento destinato a sparire dal palinsesto della tv, come ha annunciato il



«Il signore degli anelli»: provate a vederlo in televisione... Nella foto in basso Fedele Confalonieri

## Meno cinema, siamo in tv

2 agosto il presidente di Mediaset Fedele Confalonieri a Cortina. «La verità - ha detto Confalonieri - è che il cinema in prima serata non fa più audience. La gente preferisce guardare la fiction». Dunque, via le pellicole dalla rete ammiraglia del Biscione per trasferirle su Italia 1. E chi vuole godere di un film? Per Paolo Gentiloni, ministro delle comunicazioni, non basta l'ascolto, come metro di giudizio auspica anche il gradimento dei programmi. Ma Confalonieri ha emesso il suo verdetto: per lui chi applaude alla «tv di qualità» evocata dal ministro ha la «puzza sotto il naso».

Il cinema, fanno sapere da MEDIASET (chi parla chiede di non essere citato, è agosto e i dirigenti sono via), non scomparirà del tutto dalla programmazione e sarà trasmesso su Italia 1. Una scelta che cambia l'assetto del canale. La nuova stagione offrirà soprattutto programmi autoprodotti, privilegiando l'informazione o reality come il nuovo *Circus*, in onda dal 17 settembre. In prima serata non mancherà Paolo Bonolis con il talk-show *Il senso della vita* e un varietà ancora top-secret dove sarà affiancato dall'immane compagno Luca Laurenti. Meno cinema, insomma, tra fiction confermate (la già rodata *Distretto di polizia*) e altre in arrivo (*Onore e rispetto* con Vima Lisi e Gabriel Garko, *I Cesaroni*, con Claudio Amendola e Elena Sofia Ricci).

Un solo film a settimana è la ricetta di LA7: «Il cinema non è mai stato il nostro punto di forza» dicono dagli uffici semideserti della tv. «e continueremo su questa linea anche l'anno prossimo». La nicchia riservata alle pellicole d'autore è il lunedì sera, dopo il programma *La valigia dei sogni*, che propone un'introduzione al film e un viaggio sui luoghi in cui è ambientato. Ad esempio nell'ultima puntata è andato in onda *Il ferroviere* di Pietro Germi, la prossima settimana sarà *Cinque Poveri in automobile*, di Mario Mattioli. Per il resto, su La7 si vedranno soprattutto talk-show o speciali d'informazione. La tv vuole un palinsesto «flessibile» per stare al passo con le notizie e non essere vincolato ai tempi di un film. Che La7 guardi soprattutto all'informazione è evidente nella scelta di prolungare la durata di *Otto e mezzo* fino alle 9.30, nel privilegiare trasmissioni come *L'infedele* di Gad Lerner, *Le invasioni barbariche* di Daria Bignardi, la satira di Piero Chiambretti e di Crozza, il caustico *Orrido tv* firmato da Cipri e Maresco. Poco presente in prima serata, il cinema spopola invece nel pomeriggio di La7, con chicche di repertorio come *International Hotel* con Richard Burton e la Taylor. Produzione in proprio e materiale d'archivio è, per la tv, anche un'alternativa ai costi sempre più proibitivi dei grandi film. «Un titolo come *Forrest Gump*» dicono «amatissimo dal pubblico, può costare come produrre tre fiction».



Appuntamenti

## A Veglia in Garfagnana con Riondino e Vergassola

Stasera alle 21, nell'ambito del **Tuscan Sun Festival**, concerto di musica classica in Piazza Signorelli, Cortona (Arezzo), con Pinchas Zukerman (violino), Amanda Forsyth (violoncello), Stephane Deneve (direttore della Russian Natolian Orchestra). In programma, brani di Strauss, Brahms, Dvorak, Tchaikovski. Info: 899666805

Al via stasera alle 21, a Grumento Nuova (Potenza) il **Lucania Busker Fest**, dedicato agli artisti di strada, con 30 compagnie provenienti da 15 paesi, nei centri storici di Matera, Stigliano e Gorgoglione.

Inaugura stasera il **Festival internazionale Ai confini del Sud. Musica etnica e... dintorni**, a Marina di Gioiosa Jonica (Reggio Calabria), dove alle 22:15 suoneranno i Quartanta. Info: 333 2677169

Alle 21:30, omaggio a **Cervantes**, con **David Riondino** e **Dario Vergassola**, accompagnati alla tastiera da Stefano Bollani, per l'ultima serata delle **Veglie di Sant'Alfonso**, Castelnuovo Grafagnana (Lucca). Info: 0583/4171

Stasera alle 21:30, in scena a Sorrento **Marco Columbro** in **Tootsie**, il gioco dell'ambiguità. Info: 081/7645411

LA RAI Il vicedirettore Leone: «Noi e Mediaset, logiche diverse»

## «Ascolti in calo? Il film in onda è già stato visto»

G iorni fa, a Cortina, in un faccia a faccia con il ministro delle Comunicazioni Paolo Gentiloni, il presidente di Mediaset Fedele Confalonieri ha annunciato di voler togliere il cinema dalla prima serata di Canale 5. Motivando la scelta con lo scarso interesse del pubblico per i film, stando agli indici d'ascolto del network di Cologno Monzese. Parole al vento d'estate? Nient'affatto commenta Giancarlo Leone, vicedirettore della tv di Stato e amministratore delegato di Rai cinema.

Lei sa cosa ha detto giorni fa Confalonieri.

Come si orienta la Rai?

Mediaset segue una logica commerciale e si occupa soprattutto del consumatore. La Rai, come servizio pubblico, si rivolge al telespettatore. Perciò continuerà a proporre film, anche se è vero che negli ultimi anni il gradimento è diminuito.

Come mai?

Il problema è che, mentre in passato le pellicole passavano direttamente dalle sale in prima visione tv, ora ci sono molti più filtri - home-video, pay-per-view, canali satellitari - per cui il prodotto arriva in televisione già «eroso» e con minore attrattiva. Se prima un grande film ame-

**«Un bel titolo americano prima faceva il 33% di share, oggi il 27-28% Mandavamo 250 film l'anno, ora 180 perché puntiamo sulla fiction»**

ricano, trasmesso in prima serata su Raiuno, aveva uno share del 33%, oggi fa appena il 27-28%.

Ma l'attenzione del pubblico cala anche per la troppa pubblicità trasmessa durante la visione dei film.

No, la pubblicità non c'entra. Esiste una legge che regola la quantità di spot che si possono mandare in onda in prima serata: uno se il film dura meno di due ore, due se il film dura di più. In realtà a colpire il settore è la crescita della filiera intermedia che ha allungato i tempi e variato i modi di utilizzare il prodotto. Da tre-quattro anni la Rai ha ridotto la programmazione di film in prima serata, da 250 a 180 l'anno. Contemporaneamente, ha investito sulla fiction, prodotto televisivo su misura per il suo pubblico, più adulto di quello del cinema. Ora che la situazione si è stabilizzata, dobbiamo riflettere su come programmare meglio l'offerta che, comunque, resta tra le priorità della tv generalista.

Come spiega la scelta di Mediaset?

Al contrario di noi, Mediaset finora ha puntato tutto sul prodotto d'acquisto, con circa 500, tra film e telefilm, trasmessi in prima serata. Quella annunciata da Confalonieri è sicuramente una svolta storica, in linea con la politica commerciale dell'azienda, e un modo di rendersi più competitiva sul mercato.

La Rai inserirà il cinema nei suoi palinsesti?

Lo faremo studiando forme di programmazione mirate, appuntamenti fissi e cicli tematici.

Che film avete in programma per l'autunno di Raiuno?

La terza saga di Harry Potter, *L'ultimo samurai*, *Tutto può succedere*, ma ora sto citando a memoria. Sicuramente ci saranno molti altri film, anche di registi italiani.

Non pensa che la tv potrebbe dare più spazio ai giovani registi e scegliere non soltanto titoli «blockbuster» ma anche di qualità?

Negli ultimi anni Rai cinema ha fatto molto per sostenere i giovani. Il nuovo film di Crialese, *The Golden Door*, in concorso alla prossima Mostra del cinema di Venezia, è co-prodotto da noi. Il problema è trovare spazio sulle reti Rai per questo genere di programmi, il che non dipende solo da noi, ma dai vari palinsesti. In futuro spero che si troverà un accordo per inserire su tutti i canali, in seconda serata, un appuntamento fisso con il cinema di qualità.

m. e. f.

L'IDEA

## Il cinema va In tv lo uccide il diluvio di spot

ALBERTO CRESPI

Essendo notoriamente dei pazzi, qualche tempo fa ci siamo rivisti in tv brani scelti del *Signore degli anelli*. Era la cosiddetta «prima visione» televisiva del kolossal di Peter Jackson (la parola «cosiddetta» è decisiva, e fra poco ve la spiegheremo). Ora, voi sapete che i tre film della trilogia ispirata a Tolkien durano tre ore abbondanti ciascuno. Vedendoli in tv, si faceva l'alba. Perché ogni 10 minuti, o poco più, le avventure di hobbit, elfi e nani venivano interrotte dalla pubblicità. Per questo usiamo

l'espressione «brani scelti»: sono state serate di zapping furibondo, e ci siamo arresi al sonno molto prima che Gollum e Frodo Baggins arrivassero a Monte Fato. Anni fa, anche su questo giornale, Walter Veltroni lanciò la famosa campagna «non si interrompe un'emozione», che si proponeva di decretare per legge la messa in onda televisiva dei film senza

interruzioni pubblicitarie. Fummo incaricati di raccogliere pareri fra registi e attori, e ricordiamo ancora la lapidaria risposta, in fiorentino puro, del compagno Francesco Nuti: «È un'idea del Pci? Un passerà mai!». Sarà stata anche un'idea del Pci, e infatti nella sua totalità non è passata, ma ci sembra ancora un'idea bellissima, romantica, donchischiottesca nella sua novecentesca improbabilità. In realtà è successo l'esatto contrario: la Rai lardella i film di spot come le tv private. Il cinema è ormai la parte «di risulta» del palinsesto, il manzoniano vaso di coccio tra i vasi di ferro dell'informazione, dei telefilm, dello sport, dei varietà e dei reality che in qualche modo l'interruzione pubblicitaria l'hanno introiettata: tanto che a volte, vedendo un telefilm su Sky o in dvd - che so, una puntata di *Desperate Housewives* - *I segreti di Wisteria Lane* - quasi si sente la mancanza dello spot, o comunque si nota il punto in cui era previsto, perché la scansione narrativa della storia è costruita in sua funzione. La netta sensazione è che il cinema, per i cervelloni televisivi da Confalonieri in giù, sia un fastidio sopravvissuto a vecchi contratti, alla creazione di robuste libraries per cui ormai quei film sono in diritti e tocca mandarli in onda anche se la gente non li guarda. Ma non capiscono, i cervelloni, o non vogliono capire che la gente non li guarda proprio perché sono massacrati di pubblicità e perché la proposta è al ribasso, e un film di qualità non va in prima serata nemmeno a spingerlo.

C'è, naturalmente, un altro motivo: la pluralità di proposte. Oggi un film esaurisce lo sfruttamento in sala nel giro di qualche mese (quando va bene), ma quando arriva alla «cosiddetta» prima visione di cui sopra, tale visione è in realtà l'ultima di una lunga serie. Tra uscite homevideo (con una qualità dvd infinitamente superiore alle vecchie cassette), tv via cavo, telefonici e scaricamenti più o meno illegali da internet un film importante passa sulla Rai o su Mediaset dopo essere stato visto da milioni di persone. La verità - vecchio discorso - è che il cinema non è mai stato vitale e diffuso come oggi, ma che i nuovi canali di diffusione hanno messo in crisi la prima e l'ultima visione, cioè la sala e la tv generalista. Una volta un film lo si vedeva al cinema e, qualche anno dopo, in prima serata su Raiuno. Oggi il cinema e Raiuno sono fottuti: fra di loro, fra Scilla e Cariddi, c'è un mare turbinoso di opportunità per lo spettatore. In quel mare il cinema prospera, anche se in molti si rifiutano di capirlo.