

Cinema, autunno caldo ma non per gli italiani

Dopo un'estate difficile, aumentano gli incassi (+ 41%)
anche grazie al 3D, mentre deludono le nostre pellicole

TOZZI, PRESIDENTE ANICA
«La gente non vuole
rivedere ciò che già
detesta del Paese»

VALSECCHI, PRODUTTORE
«Altro che crisi
Batman funziona
e così i film animati»

Spettatori
+ 34%

in sala a settembre
Un'inversione di tendenza
dopo mesi negativi

**Film
italiani**
-43%

di biglietti venduti nei primi
9 mesi rispetto al 2011 (da
25,6 mln a 14,7 mln)

il caso
FULVIA CAPRARA
ROMA

L'autunno del cinema italiano non è né caldo né eccitante. In controtendenza con i dati sulla ripresa generale (8317 milioni di biglietti venduti, pari a +34% rispetto al settembre scorso, e quasi 57 milioni di euro di incassi, cioè più 41% rispetto al settembre 2011), i nostri film non incassano e non incassano. La quota dei titoli nazionali (per biglietti venduti) si attesta, nel periodo che va da gennaio a settembre 2012, al 23,71%, contro il 36,29% dei primi nove mesi dell'anno passato. In pratica si passa dai 25,6 milioni del 2011 ai 14,7 milioni di quest'anno. E non è colpa (o merito) del solito, invincibile cinema americano, perché, stavolta, crescono anche le quote di mercato dei titoli britannici e francesi. E allora bisogna provare a capire, chiedersi perché anche film importanti e belli come *Reality* di Matteo Garrone, vittorioso al Festival di Cannes, e come *Bella addormentata* di Marco Bellocchio, non siano riusciti a portare a casa i risultati sperati: «C'è da riflettere - dice Riccardo Tozzi, presidente dell'Anica e gran capo di Cattleya -. Bisogna pensare al tipo di film che stiamo facen-

do. Se in questo momento l'immagine del nostro Paese ci fa schifo, è chiaro che si tenda a rifuggire da tutto il cinema che rimanda quell'immagine. Non si ha voglia di andare a rivedere sullo schermo quello che leggiamo sui giornali e che non ci piace affatto». Il punto di svolta, osserva Tozzi, risale a dicembre scorso «cioè a quando si è insediato il governo Monti e abbiamo capito come siamo messi». Insomma, nella vita vera non c'è proprio niente da ridere e allora chi ha voglia di andare a soffrire anche al cinema? «È necessario riaprire il dialogo con un pubblico che ha bisogno di venire rincuorato, di ritrovare fiducia, senza essere preso in giro». Quindi non commedie sguaiate, ma «storie, anche dolci, che abbiano un senso, e film d'autore che si aprano alle sensibilità del pubblico». Se fossimo in politica, aggiunge Tozzi, «diremmo che dobbiamo riguadagnare il centro abbandonato». E il centro, nelle sale, significa anche «cinema di genere firmato dagli autori, un sentiero che non è stato più battuto». Poi, naturalmente, ci sono i problemi strutturali, «la diminuzione del numero delle sale nelle città» e il flagello della pirateria, e quelli strategici: «Da tempo c'è l'abitudine di far uscire, tra settembre e ottobre, i film più difficili, e invece, dopo il vuoto estivo, bisognerebbe ricominciare in un altro modo, evitando di affollare le sale dei titoli

che arrivano da Venezia o da Cannes. Il risultato non esaltante del film di Garrone mi fa pensare che questa tesi abbia un fondamento».

L'altra prospettiva d'analisi riguarda la platea. Il capo di Taodue Pietro Valsecchi, che l'altro giorno, durante la conferenza stampa del Festival di Roma, si è alzato in piedi per dire che «il vero problema sta nel fatto che il cinema italiano non incassa nulla», pensa soprattutto ai giovani: «I ragazzi che vanno in sala con i tablet in mano vogliono trovare quei contenuti oppure no? Ho visto i film di Garrone e di Bellocchio e li ho trovati bellissimi, ma io ho 60 anni, siamo sicuri che c'è ancora chi regge quel linguaggio?». Valsecchi pensa anche a politiche di «diversificazione dei prezzi dei biglietti, per esempio ridurre da 4 a 8 il costo per gli studenti». A Natale, con il marchio Taodue, uscirà il nuovo capitolo dei *Soliti idioti* e per il prossimo ottobre, annuncia ancora il produttore, è previsto il ritorno di Checco Zalone: «Non è vero che la gente non va al cinema perché c'è la crisi, *Batman* lo vanno a vedere eccome, il punto sta in ciò che si racconta. Il mondo non ci riconosce, i contenuti proposti dal nostro cinema non funzionano né qui né negli altri Paesi». Tutto da rifare? Sì, iniziando, proclama Valsecchi, dalle «cricche che hanno diviso il nostro cinema in base alle invidie invece che ai meriti». E poi «sradicando la nomenclatura, i critici che pensano di essere i capitani del cinema e invece non sono più seguiti da nessuno». L'autocritica è fatta, adesso bisogna passare all'azione.





IL «MADE IN ITALY»

(film usciti nelle sale tra settembre e inizio ottobre)

	Incasso medio giornaliero (€)	Incasso complessivo (€)	Data di uscita
Reality	125.000	1.500.000	28/9
Il Rosso e il blu	52.632	1.000.000	21/9
All'ultima spiaggia	39.500	237.000	4/10
Bella addormentata	35.294	1.200.000	6/9
E' stato il figlio	28.308	736.000	14/9
Un giorno speciale	24.333	146.000	4/10
Padroni di casa	18.333	110.000	4/10
Una donna per la vita	17.263	328.000	21/9
Gli equilibristi	11.500	299.000	14/9
Come non detto	7.394	244.000	7/9