

## Appeal e potenzialità del cinema italiano negli USA

Strade aperte per il cinema italiano negli Usa. Ritenuto migliore e meno noioso del cugino francese, con un tocco di romanticismo apprezzato e di realismo intrigante, il cinema italiano ha innovato la propria immagine negli Usa, mettendo alla sordina il connubio storico di mafiosità e cibo. Con un campione di oltre mille americani intervistati, la società di ricerche SWG, per conto dell'Istituto Luce, ha effettuato un ampio screening delle potenzialità del cinema nostrano oltreoceano. Ne è emerso un quadro a fotogrammi nitidi. Un cinema italiano con grandi potenzialità (oltre il 40% degli americani si dice interessato alla nostra produzione cinematografica), ma anche con limiti, specie per la mancanza di stelle, di protagonisti capaci di concentrare l'attenzione su di sé. Unica eccezione, ma ancora troppo debole, è Benigni. Per il resto, nel cuore degli americani, ci sono ancora Fellini, Sofia Loren, Mastroianni.

Se le strade sono aperte, il lavoro da fare non manca e per un marchio "Cinecittà" le possibilità sfioccano. Il brand, negli Usa, appare suscettibile di buone performance ed è associato a sofisticatezza, qualità, cosmopolitismo, classicità.