

# Processo al cinepanettone

Il regista Neri Parenti inventò la formula: "È un po' presto per fargli il funerale, il difficile è intercettare le nuove platee"

## il caso

EGLI SANTOLINI  
MILANO

**G**uardi che è un po' presto per celebrare il nostro funerale. Neri Parenti, il cuoco che con i Vasconi inventò la ricetta del cinepanettone, ammette la sconfitta ma sostiene le perdite, perché mai mai conosce la così detta qualità: «Sherlock Holmes, eh? Ma qualcuno lo vuol dire che la seconda puntata sta incassando molto meno della prima? Il che? Il guaio con gli stivali va peggio dello Shrek dell'anno scorso? La gente continua i consumi, non è che ce l'abbia solo con noi. Eppure il tema è indigesto come il ricordo del catechismo il due gennaio: Finestra di Natale a Cortina è al vertice del box office e arriverà pure, dopo l'Epifania, alla box di sicurezza dei dieci

milioni di euro; ma visto che l'anno scorso Natale in Italia non fece 15 e mezzo e sembrò già una messa sconfitta, tanto che i Vasconi sceneggiatori decisero di tornare in campo - per parlare più di realtà, siamo autorizzati ad analizzarlo, se non la fine, almeno la sensazione di un genere.

Sta di fatto che gli italiani non hanno senso di ridere in assoluto tanto meno di ridere in quel modo lì. Sono passati due mesi scarsi, ed eravamo già in guerra con lo spread, dal boom del Saldi Affari, 14 stupendissimi milioni d'incasso. Senza contare i trionfi, l'anno scorso, di *Immagini al Sud* e del secondo film di Checco Zalone, *Che bella giornata*, roba che, comunque, lo trovano agli spettatori la voglia di uscire di casa e scivolare sotto zero a 50. Non è, caro Parenti, che ci si è veramente rotti di quelle facce, di quelle pollice, di quelle grida, di quei vegliami? E pure di certe figure del presente: rabbé Silvana Ventura, che trattata «dottoreggia» a *X-Flame* con buon rientro d'immagine. Ma signorini, è pure

Ensamble l'Alberto. «Usati, nel film, in modo dissacrante: mica mi verrà dire che se nessuno legge. Vede, il punto è un altro. Decide il sesto potere. I ragazzi dai 12 ai 17 anni, quelli che twittano, che postano su fb i consigli sul film. Il successo del *Saldi Affari*, creatore di Mtv, arriva da lì. Si dice anche dalla cassette del figlio adolescente di Pietro Valberchi, il produttore di *Zalone* e degli *Affari*. «Fosse così semplice trovare la formula. In quarant'anni sa quanti te ha visti di colori? Il Pucetta, e Abbatantuono, e Porsocconi. Ma il risultato non è garantito per nessuno.

proprio *Zalone* doveva fare un fatto con il suo show in Tv e si è fermato a un terzo degli ascolti di *Fioravolo*.

Quel pubblico con i brufoli e i polli attaccati al neckline i rinepatricoveri di Aurelio De Laurentiis in realtà hanno anche provato a bandirlo: «Io non so se Christian De Sica abbia studiato, ma certo nel film abbiamo messo un sacco di facce nuove: Dario Fainardi, Giacobboni, Katia e Valeria. Gente che arriva soprattutto

da Zelig». Appunto, non è che ci siete troppo confusi con la televisione? Ricky Memphis compare a Cortina e, insieme, come pediatra in *Tutti pazzi per amore*. «Quello di Memphis è un caso particolare, visto che a giorni salterà fuori anche in *Immagini* il viaggio. Un infortunio di programmazione, l'uscita del film di Paolo Genovese era prevista più tardi. Ma non credo che ci si sia troppo televisivizzati, è difficile intercettare il nuovo pubblico.

Pare tra l'altro che sia il pacchetto regalo a non andare più, il trailer con le battute gravi criticate da De Sica per la condizionale e da Fassbender perché dà poco spazio alle new entries, il cartellone fatto così, la colonna sonora fatta male quest'anno Bob Sledge con un titolo autocelebrato ma che è tutto un programma, *F... With You*. Parenti si smarrisce: «Il trailer non lo dirigo io, ma certo dillo che il prodotto in toto. Si schiano di fare mettere in croce dagli stessi proprio quando i critici ci hanno trattato meglio per il tema più leggero e per l'assemblaggio di «fighetta». Ma che nessun lettore s'illuda, eccome se torniamo l'anno prossimo». Basta che non sia un Natale con i Mirò.

## CAMBIO DI GENERAZIONE

«Non c'è dentro troppa tv. Ora decide il "sesto potere" ragazzini dai 12 ai 17 anni»



Una scena di Vacanze di Natale a Cortina; a destra Pieraccioni in *Finalmente la felicità* e un'immagine di Capodanno a New York

9,7  
milioni

L'incasso per «Vacanze di Natale a Cortina», quasi la metà di quanto incassò l'anno scorso «Natale in Sudafrika» nello stesso periodo



INTERVISTA A RICCARDO TOZZI DI MIRELLA TASSI ROSSI

RICCARDO TOZZI

## “Il pubblico c'è ma ha cambiato gusto”

Riccardo Tozzi, da produttore Cellore e da presidente dell'Anica, come vede la situazione del Cinapanettoni? «Allargherò il discorso al cinema italiano che attraversa una fase dinamica in crescita esponenziale. In un decennio siamo passati da 10 a 40 milioni di biglietti, una quota di mercato più alta di quella francese. Questo caso quantitativo straordinario ha portato un evidente cambiamento di pubblico e in tempi rapidissimi. E il cinema si è adeguato, si sono affacciate nuove commedie popolari,

i cinapanettoni e i film d'autore».

Perché accomuna questi due generi tanto distanti?

«Sono gli estremi ad essere più in difficoltà, a risentire delle novità, ad aver perso il contatto con l'evoluzione del pubblico. In più il cinema d'autore soffre di un problema strutturale legato alla carenza di marketing urbano. I gusti sono mutati e i film di Natale hanno bisogno di innovazione, la formula è usata anche se Vacanze di Natale a Cortina è migliore rispetto a quelli del passato. Immagino nel futuro un cinapanettoni completamente diverso».

Gli incassi del cinema italiano calano a favore dei film americani?

«No, cala l'incasso totale ma non a beneficio del cinema americano che resta stazionario anche se un po' in fase decrescente. Siamo in un momento particolare ma è una fase di crescita nell'evoluzione. Lo dico anche a me che faccio tanto cinema d'autore, bisogna stare con gli occhi aperti, sempre attenti, come se si scrivesse ogni volta del primo film».



Produttore e presidente dell'Anica  
larghe, semplici, e non penso solo a diventare al *Sud* che parlano del paese facendo risultare invecchiati

ALBERTO BARBERA

## “Troppo facile farne un capro espiatorio”



Alberto Barbera, fresco di nomina alla direzione della Mostra del Cinema di Venezia, come interpreta la débâcle dei cinepanettoni?

«Innanzitutto non parlerei di débâcle, nessuno di flessione che andrebbe valutata in tempi più lunghi. Quello che per me è serio è che per un mese il cinema è stato perplesso o anche insospetito, è questa improvvisa accensione. Improvviso ed eccitativo».

In che senso accitamento?

«Negli anni scorsi sembrava fossero intoccabili con i loro incassi alle stelle, oggi, appena si sceglie un minimo calo sono tal-



Ne direttore della Mostra di Venezia

ti pronti a condannarli. Il problema vero è che non si possono accusare i cinepanettoni di tutti i problemi del cinema

italiano. Sono come i dolci della tradizione, a volte vengono un po' a noia ma non è possibile farne a meno».

C'è una ricetta per farli tornare appetibili?

«Rispettarne la natura e non rinunciarci ma rinnovare, trovare nuove formule e non chiedere a quel cinema quello che non ha mai provato di dare. Da oltre venticinque anni sono un prodotto natalizio che la gente ha gradito. Ora meno ma il momento è complesso, di crisi per tutti, la gente è meno attirata dal cinema, ci sono state risposte inaspettate anche per quanto riguarda annunciati trionfi. Penso a Sherlock Holmes che per il periodo di questo periodo ha guadagnato meno rispetto al precedente».

Cambiamenti epocali che chiedono più risposte da dare a un pubblico cinematografico che deve essere allineato in modo diverso?

«Direi solo che della crisi hanno risentito tutti e che fare dei cinepanettoni un capro espiatorio è sbagliato e strabico».

CHRISTIAN DE SICA

## “Diamo lavoro all'Italia e ci trattano con astio”



Christian De Sica, il suo cinepanettone è grave oppure ha solo avuto un po' d'influenza?

«Ma non scherziamo. Un momento di stanchezza è fisiologico, sacrosanto. Da qui alla morte ce ne corre. Probabilmente alla fine delle feste ci attestavamo sui

12 milioni e mezzo di spettatori, ora siamo quasi a dieci milioni. Valli a fare questi numeri e, soprattutto valli a confrontare con quelli degli altri. Oltretutto *Vincere di Natale* e *Cortina* è stato accolto con critiche positive giudicate il migliore della serie. Non sembra fatto il letto



Assai orgoglioso

ma non posso proprio lamentarmi. Però un po' le dispiacere di tanto accanimento».

«Dici che è un film di Natale e che quello che ne parlano con tanto schifo farebbero bene a ignorarci, invece no, sembra una maula. Nessuno però dice niente di Sherlock Holmes che non ha dato gli incassi del passato. Tutto è in crisi, tutto è dimezzato, non solo noi. Oltretutto mi sembra sciocco continuare a parlare male dei nostri prodotti. Il cinema americano non ci porta niente mentre noi diamo lavoro a tanta gente qui in Italia e se non sostenuti, almeno non andremmo così attaccati».

Le sembrano attacchi strumentali?

«Lo sono. I giornali parlano addirittura della fine di un genere, di un modello berlusconiano di cinema ormai tramontato. Figuriamoci, i cinepanettoni non sono questo, lo ci legge dell'astio».

«Te servi e rancore anticipa che lei e Massimo Boldi potreste tornare a fare coppia. Colpa della crisi?

«È una sciocchezza. Come se due calciatori di due squadre diverse giocassero insieme. Abbiamo contratti con produzioni diverse. Impossibile tornare insieme».

PIETRO VALSECCHI

## "È tempo di nuove storie e di costi più contenuti"



Pietro Valsecchi, produttore di *Tandem*, grandi successi di commedia alle spalle, il cinapanettono è alle corde?

«Il caso di *Polibio* ha investito molti, non solo i cinapanettoni. Detto questo però bisogna ripensare il modo di proporre quel tipo di cinema».

Cambiare, in che modo?

«Investire in nuove storie, in nuovi attori, in nuovi sceneggiatori, scovare i talenti nascosti e contenere i costi. Andiamo incontro a un anno difficile, è assurdo che per un film si spendano dieci milioni di eu-



ro; oltre i cinque di costi complessivi non si dovrebbe mai andare».

Un problema di costi e di contenuti?

«Al cinema i cinapanettoni vanno meno, ora sono i ragazzi in secondo piano, che fanno un loro linguaggio e che non si riconoscono nelle dinamiche del cinapanettono. Arriva il momento in cui il pubblico vuole altro. In comune il legno sempre come segnali positivi, una sprone per cambiare il passo, il dubbio che ti attiva. Il risultato primo, bisogna domandarsi come fare per non tornare mai indietro e fare il meglio capendo la realtà».

Non è facile interpretare i gusti di generazioni magari lontane.

«Però bisogna farlo. Attenzione che se non si portano novità poi si arriva a un punto di non ritorno».

Cambiamenti dal sicuro risultato?

«Nessuno ha la medicina e nessuno è malato. Io non sono un santone e neppure un profeta. Sono solo un lavoratore che vorrebbe vedere il cinema andare bene per tutti. Mi guardo intorno e vedo che sono crollate le certezze del cinapanettono. Azzeriamo tutto con il coraggio di rischiare. Ma a noi non uccidere il cinema».

Produttore  
di film  
e fiction

