



MUSICAL DA DANTE A SHAKESPEARE

di Andrea Spinelli

218

FABIO LOVINO

194

**Scrittori:
i neoimpegnati**

di Manuela Grassi

198

**Incontro con
Luigi Serafini**

di Massimo Boffa

212

**Parla il creatore
dei «Simpson»**

di Elena Porcelli

236

**Coppie Alfa: lei
e lui numeri uno**

di Monica Bogliardi

251

**Occhiali moda
veri e taroccati**

di Marta Luce

MUSICAL

DANTE E SHAKESPEARE STILE POP

NOTE DOTTE COCCIANTE MUSICA «ROMEO E GIULIETTA», NANNINI COMPONE «PIA» E LA «DIVINA» FA BALLARE I GIOVANI. CIFRE E NOMI DEL BUSINESS.

di Andrea Spinelli

«**S**e c'è il potenziale? Sul tavolo ho 30 o 40 opere musicali, da quella sul Conte di Montecristo a una sulla vita di Leonardo da Vinci, concepite con un certo talento, ma allestite in maniera amatoriale per ristrettezze di budget». David Zard è il produttore di musical come *Notre-Dame de Paris*, messo in scena con Riccardo Cocciantè, *Tosca* di Lucio Dalla, *Dracula* della Pfm. Oggi è alle prese con *Pia*, l'opera su Pia de' Tolomei scritta da Gianna Nannini con i testi di Pia Pera e gli arrangiamenti di Wil Malone, che probabilmente vedrà la luce in piazza del Campo, a Siena, nella primavera 2008. Un nuovo genere di spettacolo che alcuni non vorrebbero chiamare musical.

«Dici musical e pensi a un genere di mezzo secolo fa, lontano dai gusti dei giovani, mentre l'opera moderna è viva e vitale, come dimostrano i 1.250 ragazzi che si sono presentati alle selezioni per il cast del *Giulietta e Romeo* che porterò al debutto il primo giugno all'Arena di Verona» rilancia Cocciantè. «Meglio parlare di opera popolare, un'espressione più aderente alle nostre tradizioni culturali» precisa l'alfiere di questa via italiana al teatro musicale che i trionfi di *Notre-Dame de Paris* hanno imposto anche oltremarica.

L'autore di *Margherita* ha già convinto russi e cinesi a commissionargli, rispettivamente, un progetto sulla vicenda dei decabristi esiliati dallo zar Nicola I in Siberia nel 1825 e una sua personalissima *Turandot* da inserire nel calendario delle celebrazioni olimpiche di Pechino 2008.

Intanto fa i conti con i numeri del nuovo kolossal: le cifre parlano di 60 mila biglietti

già volatilizzati per le otto rappresentazioni in programma all'Arena tra giugno e settembre e di 50 date già pianificate in tutta Italia entro la fine dell'anno. Numeri che fanno impressione se si pensa che si tratta di soli posti a sedere e gli ultimi rimasti disponibili, le gradinate non numerate, costano 38 euro l'uno. Cosa porta tanta gente a vedere spettacoli come *Giulietta e Romeo*?

«L'attenzione per un'opera popolare nasce dal racconto che porta in scena» riassume Zard. «Se Verdi o Puccini vivessero oggi, tenuto conto delle tecnologie e del modo di cantare pop, comporrebbero lavori di



questo tipo». E il successo non è lontano da quello delle messe in scena di così illustri padri artistici.

Quanto costa allestire uno spettacolo del genere? «Se si vogliono i livelli di *Notre-Dame* o di *Pia* occorrono oltre 6 milioni di euro, ma per far fare il salto di qualità a un lavoro già esistente ne bastano 2 e mezzo» calcola Zard. È il caso del *Federico II* di Antonio Maiello, che il produttore intende portare in scena fra un paio di mesi con un nuovo allestimento, dopo aver fatto riscrivere il libretto a Pasquale Panella. *Federico II* figurerà nel cartellone della rassegna *Opere sotto le stelle* in programma quest'estate a Roma, allo Stadio Flaminio o in quello dei Marmi, trasformati in arena da 9 mila posti. Qui Gianna Nannini debutterà con il suo spettacolo dedicato alle musiche di Pia in forma di concerto, in attesa dell'opera teatrale e del disco ufficiale, fra un anno.

Prima vedrà la luce un'altra produzione, *La Divina Commedia*.

QUANTO COSTA E

Lunghe prove

Un musical in teatri tradizionali, come il Sistine di Roma o lo Smeraldo di Milano, costa circa 400 mila euro, più 10 mila di spese a ogni replica, mentre per allestimenti più ambiziosi, tipo quelli che transitano dal Teatro della Luna di Assago, si può arrivare a 1 milione e mezzo. Le grandi opere musicali tipo *Giulietta e Romeo* o *Pia* si avvicinano ai 7 milioni. Cifra che copre l'allestimento, tre mesi di prove, due settimane di rappresentazioni.



GIANNA NANNINI CANTA LA VITA DI PIA DE' TOLOMEI, EROINA DANTESCA.

FABIO LOVINÒ/CONTRASTO





CI SARÀ
UN TEATRO
COSTRUITO
APPOSTA
PER L'OPERA
«LA DIVINA
COMMEDIA».

L'Opera. Impresa della Nova Ars musica arte cultura da oltre 5 milioni di euro di budget, cui vanno aggiunti i 4 milioni spesi per costruire (lavori in corso) una tensostruttura da 3 mila posti, con un palcoscenico di 650 metri quadrati.

Le musiche saranno a cura di monsignor Marco Frisina. Che di questo kolossal dice: «Che fossi salito su un transatlantico l'avevo capito subito, ma sono i tempi in cui viviamo a esigere grandi allestimenti e grande professionalità. D'altronde non si capisce perché fino a ieri questo genere di produzioni riscuotesse grande interesse all'estero e non e da noi che abbiamo inventato l'opera». *La Divina Commedia* nella prima

metà di novembre verrà presentata in anteprima in forma di concerto in Vaticano alla presenza del Pontefice, poi debutterà ufficialmente a Roma.

A caratterizzare lo spettacolo è un teatro concepito per ospitarlo. Soluzione che evita la disagiata soluzione dei palasport (una questione sollevata anche da Zard) e risponde alle necessità della produzione.

In scena ci saranno 16 cantanti-attori, 30 ballerini, 10 acrobati, 30 coristi. Il personale tecnico sarà composto da circa 300 fra tecnici, autisti, attrezzisti, amministratori, addetti al catering. Avrà un'orchestra (impegnata nella incisione delle musiche e non nello spettacolo) di 100 musicisti. E 500 costumi dal costo medio di 1.000 euro l'uno.

Il bando del casting è stato fatto online



RICCARDO
COCCIANTE
PORTERÀ
«GIULIETTA
E ROMEO»
ALL'ARENA
DI VERONA.

sul sito dell'opera ed è stato un successo: 3 mila iscritti. Il casting dei ballerini è terminato, mentre dall'8 maggio parte la selezione per gli attori-cantanti.

«Questo progetto me lo portavo dietro da cinque anni» racconta Frisina. «All'inizio il compito mi spaventava per la necessità di dare vita a un prodotto che fosse al tempo stesso popolare e fedele all'opera di Dante. Alla fine ho capito che l'unica scelta possibile era far vivere il poema nella sua integrità. Di affrontare il grande tema dell'uomo che cerca l'assoluto, l'Amore con la A maiuscola. Un classico cristiano».

Chi l'avrebbe mai detto che le atmosfere dantesche, tanto noiose sui banchi di scuola, avrebbero attirato tanta gente? Gianna Nannini sì, per esempio. La sua riscoperta della tragica vicenda di Pia de' Tolomei, gentildonna senese moglie di Nello d'Inghiramo dei Pannocchieschi, risale a una decina d'anni fa.

«Ma allora il business della musica era legato alla logica delle hit e nessuno si interessò a un lavoro in ottava rima, costruito sul bruscello dei maggi reinventato in chiave moderna» spiega la rockeuse senese. «Ho trovato tanta diffidenza attorno a questa storia, a cominciare da quella del >

TO RENDE PRODURRE UN KOLOSSAL MUSICALE

Le «aspettative di vita» di lavori come questi si aggirano sulle 200 repliche, quindi l'ammortamento è di circa 30 mila euro a replica. Dopo 200 spettacoli, i 30 mila euro passano fra gli utili.

Notre-Dame de Paris è arrivata a 600 repliche: facile calcolare i margini di guadagno. Ma credere in una produzione «significa avere la forza economica per reggere l'impatto dell'avvio» dice il produttore David Zard. Nell'investimento iniziale entrano gli artisti

e i tecnici, in tutto 150 persone che richiedono sui 700 mila euro, più il prezzo delle scenografie, 400 mila, dei costumi, da 300 a 500 mila, suono e luci, 400 mila, la sala prove, 200 mila, l'orchestra, 500 mila. A questi vanno aggiunti i costi di promozione, intorno a 1,5 milioni, più le spese generali, circa 2 milioni l'anno.

Agli autori va, a seconda dei casi, un «diritto di operetta e rivista» o un «diritto di opera lirica»,

che varia dal 12 al 15 per cento degli incassi. Il guadagno di una replica è dato dagli incassi meno l'ammortamento, il foglio paga giornaliero, le spese di piazza, come l'affitto del teatro, tasse e Siae. Il costo totale è circa 85 mila euro, da ammortizzare su una media di 3 mila biglietti.

Tra gli introiti c'è anche il merchandising: magliette, cappellini, programmi di sala portano 3 o 4 mila euro a serata, più i proventi della vendita di 100 o 200 cd.

MUSACCHIO RICCARDO/GRAZIA NERI



TANIA/A3/CONTRASTO

DAVID ZARD
SOSTIENE
CHE OGGI
PUCCINI
E VERDI
FAREBBERO
OPERE POP.

> mio ex manager, ma fortunatamente ora i tempi sono cambiati». E sono cambiati al punto che una grande produzione italiana può tranquillamente mettersi in tasca un passaporto internazionale, come dimostra l'intenzione di Coccianti di portare la tragedia degli amanti veronesi, «con i sottotitoli», pure all'estero.

«Per opere così è fondamentale saper condensare l'essenza di un'identità culturale» sottolinea Coccianti. «E *Giulietta e Romeo* tanto nella musica quanto nello spirito è italiana al 100 per cento».

Oltre alla mano dell'autore in certe imprese diventa determinante il lavoro del produttore, «che è quello di sorprendere il pubblico con scene, costumi, coreografie ed effetti straordinari» avverte Zard, chiamato a organizzare pure la première europea del tour di Barbra Streisand il 15 giugno a Roma. «Se crei sorpresa, crei un argomento di discussione, alimentando fra la gente la voglia di esserci. Nell'opera non ci si inventa produttori, lo si diventa passo dopo passo».

Altrimenti il rischio è quello di farsi male, come dimostrano le perdite (2 milioni di euro secondo stime) di un kolossal dalle grandi ambizioni ma con magri bilanci come *I dieci comandamenti*. ●

WWW.

www.cocciantclub.it
www.giannanannini.it
www.ladivinacommediaopera.it
www.musical.it

