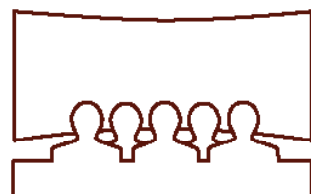


LA SALA CINEMATOGRAFICA "ALL'ITALIANA". STORIE E CULTURE DI UNO SPAZIO ARCHITETTONICO, TECNOLOGICO E SOCIALE

A CURA DI
ELENA MOSCONI, PAOLA DALLA TORRE,
GIOVANNA D'AMIA, MARIAGRAZIA FANCHI

SCHERMI
STORIE E CULTURE DEL CINEMA
E DEI MEDIA IN ITALIA



ANNATA VIII
NUMERO 14
2024



Schermi è pubblicata sotto Licenza CC BY-SA



L'IMPERO (AMERICANO) COLPISCE ANCORA. LA CONVERSIONE FORZOSA DELL'ESERCIZIO ITALIANO ALLA PROIEZIONE PANORAMICA

Federico Vitella (Università degli Studi di Messina)

THE (U.S.) EMPIRE STRIKES BACK. THE FORCED CONVERSION OF ITALIAN EXHIBITION CHAIN TO WIDESCREEN PROJECTION

At the end of the Second World War, the American film industry was able to quickly regain the large European market shares it had held in the second half of the 1930s. In Italy, potentially the most lucrative country on the continent, the goal is achieved through the extensive occupation of the exhibition chain: first, between 1945 and 1953, by saturating the market with an abnormal number of films, and then, from 1954, by beating the competition with a brand new generation of widescreen products filmed in CinemaScope, VistaVision and the like. However, in order to properly project Hollywood's widescreen productions, every Italian cinema had to undergo major renovations, as was the case with the widespread transition to talkies. The purpose of this paper is to examine the successful conversion of the Italian exhibition chain to widescreen technology in the context of Hollywood's aggressive commercial foreign policy in the 1950s, using a film industry studies approach within the wider field of media industry analysis.

KEYWORDS

Widescreen Cinema; Movie Theaters; CinemaScope; VistaVision; Todd-AO

DOI

10.54103/2532-2486/25105

DATA DI INVIO 6 agosto 2024

DATA DI ACCETTAZIONE 15 dicembre 2024

In confidenza, il suo¹ CinemaScope ci è anche piaciuto perché fa diventare tutte le persone dei giganti. Si è accesa nei nostri sogni la segreta speranza di essere un giorno ripresi in CinemaScope e di diventare anche noi alti e snelli. Ma altre immagini popolano i nostri sonni e sono proprio i personaggi de La Tunica, consoli, proconsoli, imperatori e apostoli. Tutti in fila fuori del nostro cinema chiedono di entrare e distendersi sui nostri poveri teloni. E noi siamo in un bell'impiccio, perché l'intera altezza dell'edificio che accoglie la sala giunge, nella migliore ipotesi, a lambire la vita dei prodi guerrieri romani.²

¹ Ci si riferisce al francese Henry Chrétien, "padre" del CinemaScope. Per un profilo dell'inventore delle ottiche anamorfiche, in italiano, cfr. Meusy, 2003: 18-35.

² [s.n.], 1954a: 4.

Al termine della seconda guerra mondiale l'industria cinematografica hollywoodiana riuscì a recuperare piuttosto rapidamente le ampie quote di mercato europeo di cui godeva nella seconda metà degli anni Trenta³. Anche in Italia, il Paese più appetibile dell'intero continente per numero di impianti di proiezione, distribuzione sul territorio e bacino potenziale di utenza, i produttori americani non solo si ripresero presto, ma mantennero a lungo quanto solo le misure protezionistiche fasciste erano riuscite a togliere loro: dal 1945 alla fine degli anni Cinquanta, il film hollywoodiano non scese mai sotto la soglia del 50% della spesa annuale deputata ai consumi cinematografici, con risultati ancora più importanti nella seconda metà degli anni Quaranta, quando la fame arretrata degli italiani per i loro beniamini d'oltreoceano, assenti forzati dagli schermi, se non dalla promulgazione della famigerata legge sul monopolio (R.D.L. n. 1389 del 4 settembre 1938) almeno dall'entrata in guerra degli Stati Uniti, si combinò al crollo dell'offerta interna di un'industria cinematografica pressoché azzerata dal rovinoso conflitto bellico⁴. Tra la fine della Seconda guerra mondiale e i primi anni Cinquanta, l'industria cinematografica americana riconquistò il mercato italiano sommergendolo con punte di oltre cinquecento film all'anno, a fronte di un fabbisogno complessivo, per l'intero circuito, assai più limitato⁵. Dai primi anni Cinquanta alla fine del decennio fu invece cruciale diversificare il prodotto americano da quello sempre più appetibile dell'industria cinematografica locale attraverso le nuove tecnologie di ripresa e proiezione per schermo largo⁶. Se il vincente ritorno nell'Italia "liberata" del prodotto hollywoodiano è stato ampiamente studiato, tutto da studiare è invece il ruolo giocato da dispositivi come CinemaScope, VistaVision e Todd-AO nel mantenimento delle posizioni di mercato eccezionali raggiunte nell'immediato dopoguerra. Eppure il sensibile scarto documentato dalla *trade press* tra l'incasso dei film fotografati con le nuove tecniche rispetto al totale dei film americani circolanti parla di un inequivocabile gradimento degli italiani per il nuovo strategico riconfezionamento hollywoodiano⁷. La batteria di sistemi per grande spettacolo che sul suolo americano cercò di arginare la crescente competizione della televisione fu evidentemente usata nel mercato internazionale come arma non convenzionale contro il film di produzione locale. Ma, perché il film panoramico americano potesse essere opportunamente distribuito oltreoceano, ogni sala dovette rinnovare sensibilmente gli impianti di proiezione a proprie spese. Come si deduce anche dalla scherzosa lettera aperta da cui sono partito, indirizzata idealmente dagli

³ Per la politica internazionale di Hollywood a cavallo della Seconda guerra mondiale, cfr. anzitutto il classico Guback, 1967. Per una prospettiva di lungo periodo, di impianto culturalista, cfr. invece Brunetta, 2013; Di Chio, 2021.

⁴ Cfr. la sezione "Statistiche cinematografiche, culturali e dei consumi" dei volumi De Giusti, 2003: 637-651; Bernardi, 2004: 651-672. Per la questione dell'autarchia distributiva dell'anteguerra, cfr. invece Venturini, 2015: 142-153. Quanto allo stato dell'esercizio italiano, cfr. infine Mosconi, 2003: 177-187; Villa, 2002: 189-203.

⁵ Cfr. Di Nolfo 1991: 37.

⁶ In lingua italiana, per un quadro dell'industria americana che prenda in considerazione l'introduzione dei sistemi *widescreen*, cfr. Sklar, 2000: 1089-1123. Il punto di riferimento storiografico puntuale resta però ancora Belton, 1992.

⁷ La quota di mercato della produzione americana accelerò bruscamente, non a caso, dal 53,3% del 1954 al 69,2% del 1955, per poi riprendere un lento ridimensionamento a vantaggio del prodotto nazionale. Cfr. la "Tabella IV – pellicole cinematografiche in circolazione" del citato Bernardi, 2004: 658-659.

esercenti italiani all'inventore del CinemaScope (Henry Chrétien), si trattò di un processo tecnologicamente, economicamente e culturalmente molto oneroso, paragonabile solo alla drammatica conversione degli impianti "muti" al film sonoro a monte e alla digitalizzazione della proiezione innescata dall'ultimo film stereoscopico a valle⁸. Il presente intervento intende esplorare la profonda ristrutturazione dell'esercizio italiano indotta dall'importazione delle nuove tecnologie per schermo largo, nel quadro dell'aggressiva politica commerciale delle *majors* hollywoodiane degli anni Cinquanta, all'alba dell'"età dello schermo panoramico". Allo scopo prenderò brevemente in considerazione valori e impatto delle principali opzioni tecnologiche a disposizione delle sale italiane, per come emergono dall'ampia pubblicistica economico-industriale del tempo.

I. LA PROIEZIONE ANAMORFICA

Il primo grosso processo di conversione degli impianti italiani alle nuove tecniche venne innescato dalla produzione hollywoodiana realizzata con il dispositivo CinemaScope. Dal punto di vista tecnologico, si trattava di un sistema che sfruttava una proprietà dei complessi ottici a componenti cilindriche per impressionare su comune pellicola 35 mm un campo visivo assai più vasto di quello abbracciato da un obbiettivo convenzionale⁹. L'effetto panoramico si otteneva accoppiando una lente anamorfica all'obbiettivo primario sia in ripresa che in proiezione: gli obbiettivi anamorfici usati in ripresa, davanti all'obbiettivo normale, comprimevano l'immagine; gli obbiettivi anamorfici usati in proiezione, anteposti all'obbiettivo normale, restituivano l'immagine decompressa. La sua relativa semplicità lo rese il candidato ideale per un'industria che stava cercando un'alternativa percorribile su larga scala al vincente ma troppo complesso sistema multicamera Cinerama¹⁰. Lanciato dalla 20th Century Fox nel febbraio 1953, il CinemaScope fu presto dato in licenza alla maggior parte degli studi hollywoodiani, dietro un opportuno compenso economico e previa approvazione della sceneggiatura¹¹. La Metro Goldwyn Mayer fu la prima casa di produzione a utilizzarlo dopo la Fox, seguita da Disney, United Artists e Columbia. L'ultima tra i grossi studi a riconoscerne i valori tecnologici, economici e commerciali fu la Warner, che aveva tentato invano di mettere a punto un suo sistema anamorfico in collaborazione con la tedesca Zeiss. Paramount fece invece caso a sé, investendo tempo e denaro in un dispositivo non anamorfico battezzato VistaVision. Gli oneri a carico dell'esercente intenzionato a equipaggiare la propria sala per la proiezione anamorfica del CinemaScope cambiavano considerevolmente a seconda che si montasse o meno il complesso per la riproduzione stereofonica del suono, in un primo momento obbligatoria per la programmazione dei film fotografati in CinemaScope per volere della stessa 20th Century Fox, poi opzionale a fronte della compatta reticenza dell'esercizio ad adeguarvisi, sia

⁸ Parafrasando l'antropologo Marcel Mauss, ho definito suono, schermo panoramico e digitale «fatti tecnologici totali», ovvero innovazioni capaci di condizionare in profondità il cinema stesso come mezzo di rappresentazione (Vitella 2022: 196).

⁹ Per un ampio resoconto delle specifiche tecnologiche del sistema, cfr. Bragg, 1988: 359-371.

¹⁰ Per il Cinerama, che impiegava una macchina da presa speciale, equipaggiata con tre obbiettivi Kodak da 27 mm per impressionare altrettante pellicole 35 mm, cfr. Waller, 1993: 289-297.

¹¹ Cfr. [s.n.], 1953a: 2.

negli Stati Uniti che nel resto del mondo¹². L'installazione del complesso stereofonico, complemento decisivo all'estensione panoramica del campo visivo nel progetto originale del sistema, costituiva in effetti l'intervento più gravoso a carico dell'esercente. Per leggere, amplificare e diffondere opportunamente le 4 piste magnetiche del fotogramma positivo CinemaScope 2,55:1 occorre un lettore magnetico multiplo da applicare al proiettore, un preamplificatore quadruplo, 4 amplificatori di potenza, 3 altoparlanti bifonici di retroschermo e un'intera batteria di altoparlanti, da disporre lungo le pareti della platea, per veicolare opportunamente gli effetti di sala. L'equipaggiamento indispensabile per la proiezione del film a semplice colonna sonora ottica si limitava invece all'obiettivo anamorfico e allo schermo panoramico, quest'ultimo ovviamente di dimensioni, proporzioni e rendimento luminoso appropriati all'entità della superficie proiettata. Secondo le fonti consultate, le spese per l'intero equipaggiamento di un impianto stereofonico si aggiravano attorno ai 2 milioni di lire, corrispondenti a circa 33.000 euro di oggi¹³.

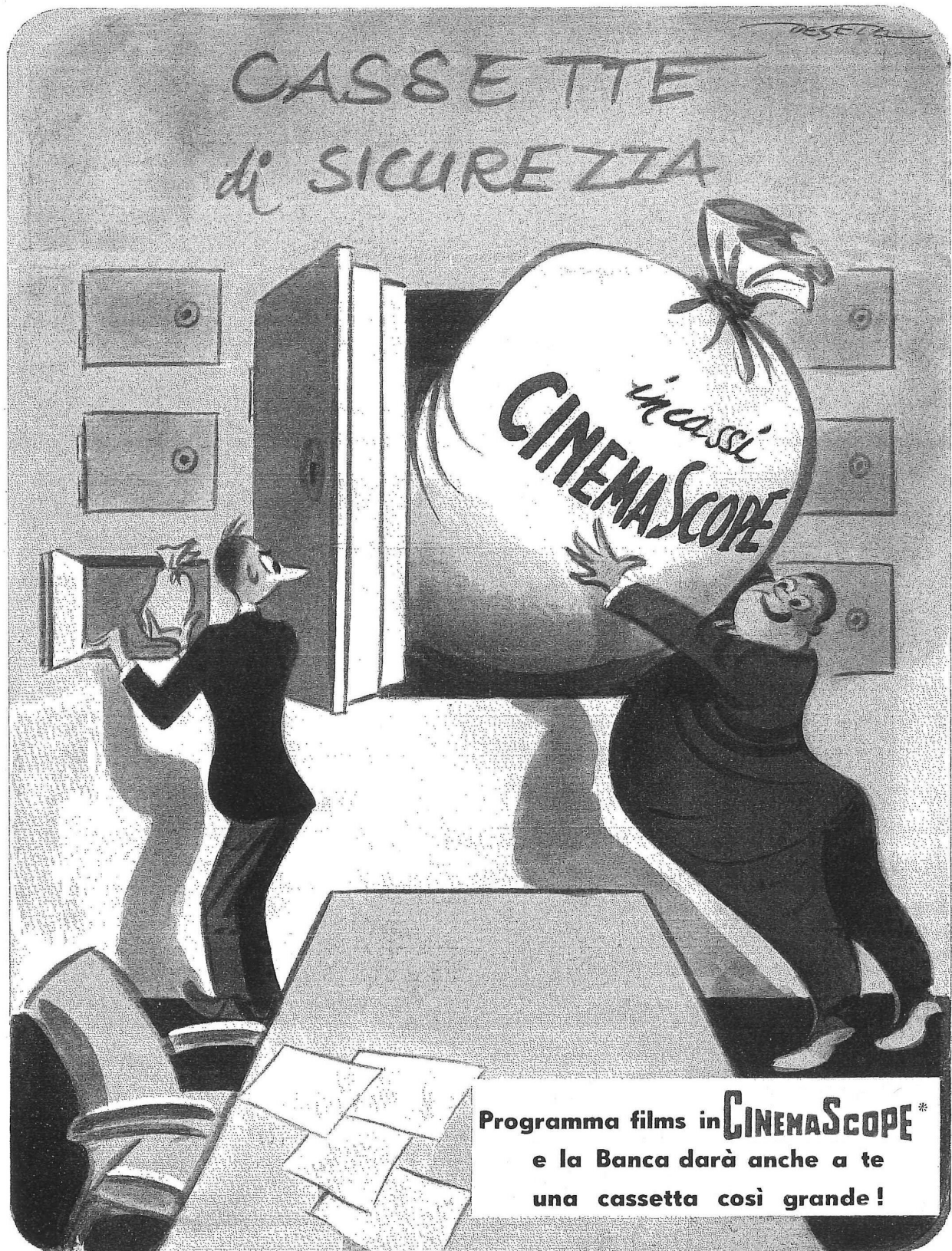
Per agevolare la diffusione del sistema, la fabbricazione del materiale occorrente per l'equipaggiamento delle sale al CinemaScope venne concessa alle società italiane Cinemeccanica, Officine Galileo, Officine Prevost, Angiolo Fedi¹⁴. Le prime ordinazioni partirono ufficialmente nel settembre 1953, dopo che il CinemaScope venne strategicamente presentato alla Mostra del cinema di Venezia con una proiezione speciale riservata agli esercenti. Ma la migliore pubblicità al sistema la fece il primo film fotografato in CinemaScope, *The Robe* (*La tunica*, 1953) di Henry Koster, che presentato in serata di gala al cinema Capitol di Roma il 27 novembre, riscosse un'accoglienza clamorosa ovunque venne programmato, tanto da vincere il Nastro d'argento come campione d'incasso della stagione, nonostante il numero relativamente basso dei passaggi. La conquista del mercato italiano proseguì, a partire dal 23 febbraio 1954, con la distribuzione di *How to Marry a Millionaire* (*Come sposare un milionario*) di Jean Negulesco, seguito dalla programmazione ragionata del resto della produzione via via che gli impianti venivano aggiornati: *Beneath the 12-Mile Reef* (*Tempeste sotto i mari*) di Robert D. Webb dal 30 marzo; *King of the Khyber Rifles* (*La carica dei Kyber*) di Henry King dal 13 aprile (fig. 1). Quando la Fox incominciò a distribuire anche copie dei suoi film con colonna sonora ottica, il ritmo delle conversioni si intensificò al punto che alla fine del 1956, con 3011 sale equipaggiate per la proiezione anamorfica, l'Italia registrò addirittura il primato delle installazioni per l'Europa continentale¹⁵. Queste prime 3000 sale, la vera e propria ossatura industriale del settore, costituirono l'infrastruttura portante del nuovo esercizio panoramico. Oltre che dai film CinemaScope, il circuito di sale equipaggiate alla proiezione anamorfica venne sfruttato con profitto fin dal 1954 dagli omologhi sistemi europei (Cinépanoramic, Totalvision, Dyaliscope); a partire dal 1956 dal Technirama, nonché dalle copie 35 mm dei film panoramici ripresi su pellicola 65 mm; a partire dal 1963 dal Techniscope.

¹² Cfr. [s.n.], 1954b: 24-25. Le lamentele del piccolo esercizio italiano si aggiunsero al coro di lagnanze dei gestori europei e alla compatta resistenza statunitense, animata dagli indipendenti della Allied States Association of Motion Picture Exhibitors e dai gestori di drive-in.

¹³ Cfr. [s.n.], 1954c. Per la conversione lire-euro rimando qui come altrove agli strumenti informatici dell'Istituto Nazionale di Statistica, disponibili alla pagina web www.istat.it.

¹⁴ Cfr. [s.n.], 1953b: 29.

¹⁵ Cfr. [s.n.], 1956: 2.



* Voi conoscete già gli incassi record registrati in Italia da "LA TUNICA". Ricordate che la 20th Century - Fox presenterà sugli schermi Italiani, entro il mese di maggio 1954, altri tre films in CinemaScope : "COME SPOSARE UN MILIONARIO,, "TEMPESTE SOTTO I MARI,, "LA CARICA DEI KYBER,,

Fig. 1 - Un esempio dell'aggressiva campagna pubblicitaria del CinemaScope («20th Century Fox», n. 1-2, 1954).

II. LA PROIEZIONE PSEUDO-PANORAMICA

La maggioranza degli esercenti che, per questioni economiche o strutturali, non si attrezzò immediatamente alla proiezione anamorfica mise comunque mano al proprio impianto, innescando un secondo imponente processo di conversione. Per non restare esclusi dal nuovo mercato in espansione, bastava installare uno schermo panoramico di dimensioni e proporzioni adeguate alla propria sala, ridurre l'altezza della finestra di proiezione, impiegare un obbiettivo da proiezione a corta focale e aumentare l'intensità della lanterna. Capillarmente diffusi soprattutto nelle sale periferiche di città e nelle sale di provincia, questi impianti pseudo-panoramici¹⁶ generalizzarono il malcostume, per la verità non esclusivamente italiano, di proiettare su schermo largo anche la produzione nazionale e internazionale ancora fotografata in formato Academy. Proiettare un film di proporzioni 1,37:1 su uno schermo panoramico implicava ovviamente una vistosa perdita di definizione dell'immagine, nonché il sacrificio di una discreta porzione di campo lungo il margine superiore e inferiore del quadro, ma andare incontro alle aspettative degli spettatori fu considerato di gran lunga più importante che rispettare filologicamente il formato del film, con buona pace dei più sensibili critici cinematografici del tempo. Tra le tante testimonianze di indignazione, ricordo a titolo esemplificativo quella di Gian Luigi Rondi, penna del quotidiano «Il Tempo», il quale recatosi nel febbraio 1954 in un cinema romano per assistere alla proiezione di *Aida* di Clemente Fracassi, fotografato in formato Academy da Piero Portalupi, lamentava una visione panoramica afflitta da «primi piani con mento tagliato», «scene di massa opache», «colore impastato»¹⁷.

Per meglio rifornire anche questa fascia dell'esercizio le *majors* americane orientarono prontamente parte delle proprie risorse verso la produzione di film panoramici «piatti» (*flat*), ovvero film fotografati in formato Academy ma studiati per poter essere propriamente proiettati su schermo largo¹⁸. La qualità della proiezione restava in gran parte compromessa in ragione della maggiore superficie di schermo da coprire, ma almeno i più clamorosi incidenti di composizione quali teste e piedi degli attori mozzati venivano teoricamente scongiurati. Ciascuna casa di produzione americana raccomandò di proiettare i propri film con un determinato mascherino panoramico, evidentemente in accordo alle specifiche precauzioni seguite durante le riprese. L'autorevole mensile dei direttori della fotografia statunitensi «American Cinematographer» documenta che i visori delle macchine da presa vennero allo scopo muniti di linee guida per la composizione dell'inquadratura, corrispondenti ai rispettivi formati schermici adottati¹⁹. Secondo la «Rivista tecnica di cinematografia» edita dalla Cinemeccanica, società italiana leader del mercato degli accessori per la proiezione, Universal e Columbia propendettero per un audace rapporto d'aspetto 1,85:1, la Metro Goldwyn Mayer per un più moderato 1,75:1, la Paramount per il conservatore 1,66:1²⁰. Il primo film Academy, di cui la stampa italiana registrò

¹⁶ La pubblicistica italiana, sul modello di [s.n.], 1953c: 3, usava il prefisso riduttivo («pseudo») proprio per distinguere queste installazioni non sempre ortodosse dalle sale propriamente equipaggiate per la proiezione CinemaScope.

¹⁷ Citato in [s.n.], 1954d: 4.

¹⁸ Cfr. Clarke, 1953: 107-108, 129, 138.

¹⁹ Cfr. Gavin, 1953: 210.

²⁰ Cfr. [s.n.], 1953d: 35.

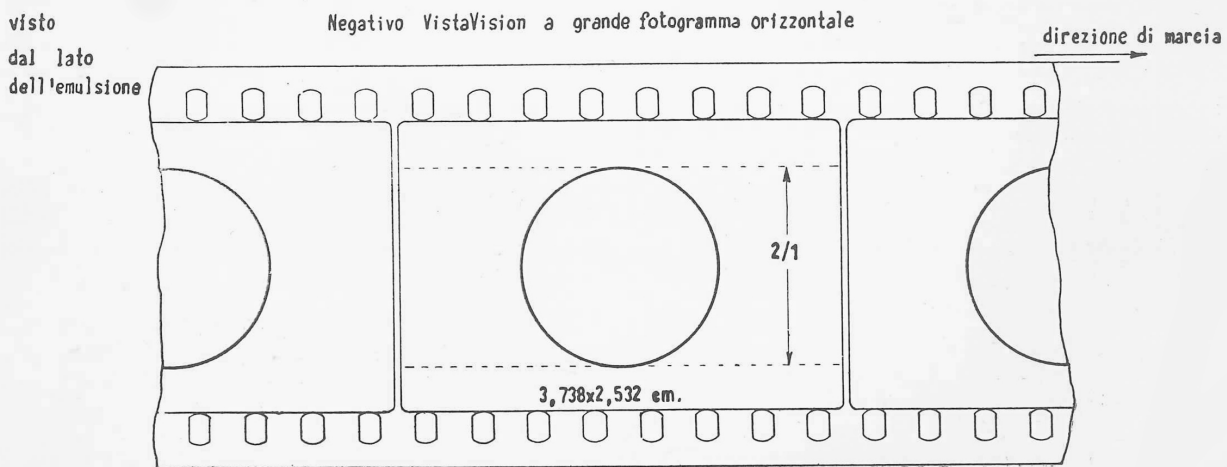


FIG. 1

Fig. 2 - Una pagina del programma di sala della dimostrazione del VistaVision in Italia (Un rapporto della Paramount Films of Italy, Inc. sul VistaVision).

la programmazione su schermo largo, fu il mediocre *Hans Christian Andersen* (*Il favoloso Andersen*, 1953) di Charles Vidor, presentato però in una sala milanese il 20 settembre 1953 con scarso successo di pubblico e di critica²¹.

La proliferazione di schermi dalle dimensioni e proporzioni più svariate fu incoraggiata e promossa anche dalla Paramount, impegnata nel lancio internazionale del citato sistema a grande formato VistaVision, che dei film «piatti» condivideva non la tecnologia ma il formato schermico, di proporzioni variabili tra 1,66:1, 1,85:1 e 2:1²². Se le proporzioni schermiche del film VistaVision coincidevano con quelle di un qualsiasi film piatto, la qualità della proiezione era incommensurabilmente maggiore in ragione delle dimensioni straordinarie dell'area di ripresa, fino a tre volte più estesa dello standard, a causa del peculiare sistema di trascinamento del negativo²³. *White Christmas* (*Bianco Natale*, 1954), di Michael Curtiz, primo film girato in VistaVision, arrivò sugli schermi italiani solo nel gennaio 1955, ma la promozione del sistema iniziò sei mesi prima con la proiezione dimostrativa del 25 giugno 1954 al Supercinema di Roma. Agli addetti ai lavori venne consegnato un opuscolo dal grande interesse storiografico, che oltre a celebrare il sistema divulgava l'equipaggiamento necessario per l'adeguamento della sala²⁴ (fig. 2). A differenza della Fox, la Paramount prescrisse agli esercenti interventi proporzionali alle loro disponibilità

²¹ Cfr. [s.n.], 1953e: 12-13.

²² Per l'invenzione del sistema, cfr. [s.n.], 1955: 332-333, 368-370. Per le specifiche tecnologiche, cfr. invece più puntualmente Ryder, Bishop, 1955: 552-553, 573-576.

²³ Il contributo tecnologico specifico del VistaVision alla cinematografia panoramica risiede proprio nel sistema di "trascinamento" della pellicola nella macchina da presa: il dispositivo continua infatti a usare il supporto tradizionale 35 mm, ma aumenta vistosamente la superficie deputata all'immagine facendo scorrere il negativo in senso orizzontale invece che verticale, con passo di otto perforazioni al posto delle quattro ordinarie.

²⁴ Una copia dell'opuscolo *Un rapporto della Paramount Films of Italy, Inc. sul VistaVision* si trova presso la biblioteca Chiarini del Centro Sperimentale di Cinematografia (CSC) di Roma. Si compone di ventiquattro pagine numerate, articolate nelle seguenti sezioni: definizione del VistaVision; tecnica della ripresa con procedimento VistaVision; stampa delle copie e loro distribuzione; proiezione dei film in VistaVision; riepilogo generale; direttive Paramount; uso del marchio VistaVision.

economiche, assicurando un sensibile miglioramento della qualità dell'immagine proiettata alla luce del grande formato del fotogramma negativo di partenza: le uniche sostituzioni indispensabili per la proiezione VistaVision riguardavano infatti il mascherino del proiettore e l'obiettivo a corta focale. Certo, la piena valorizzazione del dispositivo dipendeva dalle specifiche di schermo e sistema di riproduzione del suono montati, ma la politica commerciale del sistema andava platealmente nella direzione del piccolo esercizio, per la verità con punte demagogiche di particolare risonanza nella squalificazione dei sistemi rivali²⁵.

III. LA PROIEZIONE 70 MM

La ristrutturazione dell'esercizio italiano venne completata dalla diffusione su vasta scala degli impianti di proiezione a grande formato, per effetto dell'importazione dei film americani realizzati con il sistema Todd-AO. Dal punto di vista tecnologico, si trattava di un dispositivo che utilizzava pellicola 65 mm in fase di ripresa e pellicola 70 mm in fase di proiezione, in modo da migliorare sensibilmente la qualità dello spettacolo panoramico medio²⁶. Se i sistemi anamorfici cercavano di eguagliare le condizioni spettatoriali promosse dal Cinerama pur semplificandone radicalmente l'ingombrante apparato tecnologico, i sistemi a grande formato, fermo restando l'eliminazione delle unità di ripresa e di proiezione straordinarie che gravavano sul Cinerama, cercavano di risolvere i problemi di illuminazione, distorsione, e risoluzione dell'immagine connaturati alla ripresa anamorfica. Concepito dal produttore teatrale Michael Todd (Todd) e realizzato dalla società American Optical (AO), il Todd-AO ebbe il merito di individuare un nuovo mercato tra gli esercenti più facoltosi di ogni Paese che già avevano ammortizzato le spese per la conversione alla proiezione anamorfica ed erano pronti a scommettere sulla lunga durata della febbre panoramica. Le prime produzioni furono progetti indipendenti mediati dallo stesso Todd, poi, dal 1958, con l'entrata della Fox nella Todd-AO Corporation, il sistema venne utilizzato indiscriminatamente dai principali *studios* americani per veicolare produzioni ad altissimo budget, seppur in misura difficilmente superiore a un film per anno.

L'impianto per la proiezione a grande formato era destinato a un circuito di assoluta eccellenza, dato che comportava gravose spese da parte dell'esercente in ordine a tutte le componenti principali della sala. Innanzitutto, per poter proiettare opportunamente pellicola di grande formato, era necessario sostituire i proiettori in uso con una coppia di macchine 70/35 in grado di caricare pellicola 35 mm standard, pellicola CinemaScope e pellicola 70 mm a velocità di scorrimento di 24 o 30 ft/s. La scelta era tra la formula "universale" della Philips

²⁵ In questo senso, si veda la rubrica "Notizie Paramount" del «Bollettino dello Spettacolo», veicolo privilegiato di manipolazione delle aspettative dell'esercente italiano del tempo.

²⁶ Per ricostruzione dell'invenzione e specifiche tecnologiche, cfr. Belton, 1990: 457-465.

In buona approssimazione, se per uno schermo di base inferiore a dieci metri il fattore determinante per la qualità dell'immagine proiettata è la dimensione del fotogramma alloggiato sul negativo, per schermi di estensione maggiore, le dimensioni del fotogramma positivo diventano altrettanto importanti di quelle del negativo.

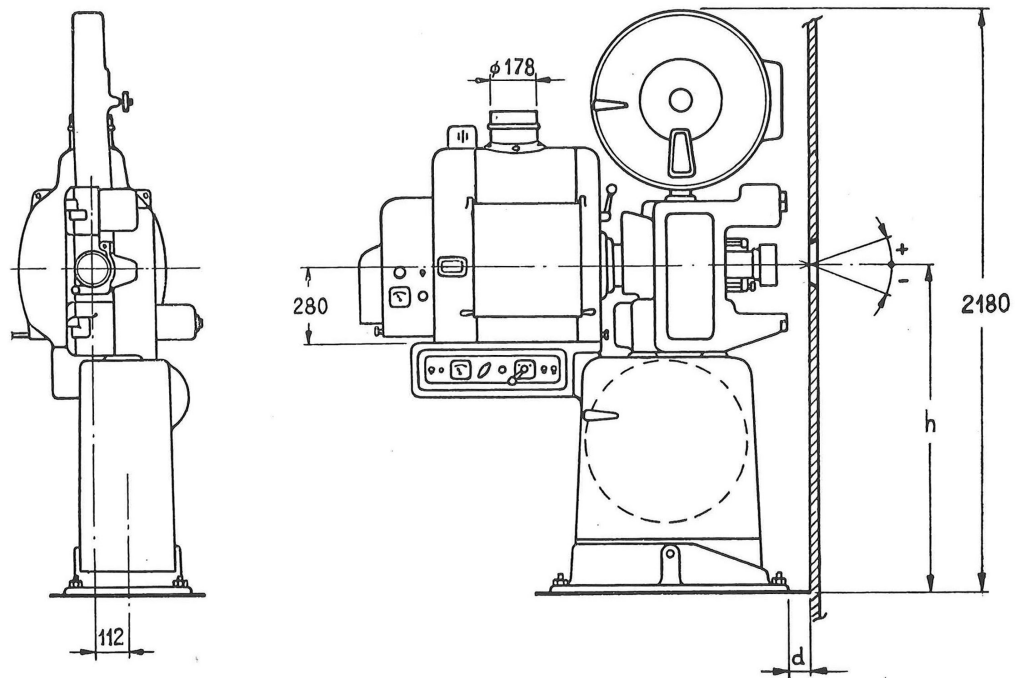


Fig. 3 -
Proiettore Cinemeccanica
Victoria X 70/35 («Rivista
tecnica di Cinematografia,
Elettroacustica, Televisione»,
n. 3, 1953).

e i proiettori “regolabili” di manifattura italiana Victoria x 70/35 (Cinemeccanica), Fedi t 70/35 (Angiolo Fedi), Pion 70/35 (Officine Pio Pion) e Prevost 70/35 (Officine Prevost)²⁷. Al denaro speso per l’acquisto di una coppia di proiettori 70/35, in parte compensato dalla facoltà di poter proiettare qualsivoglia copia in distribuzione, si aggiungeva poi l’esposizione per uno schermo di caratteristiche definite in ordine a dimensioni, proporzioni, rendimento luminoso. La formula originale concepita dell’American Optical, dalla base compresa tra 15 e 20 metri, sposava le caratteristiche riflettenti del modello introdotto dal CinemaScope all’estrema curvatura tipica dello schermo Cinerama. Infine, quanto all’equipaggiamento per la riproduzione stereofonica del suono a 6 canali, in linea teorica occorre, oltre al lettore magnetico multitraccia, un preamplificatore a 6 canali, 6 amplificatori di potenza, 6 altoparlanti bifonici di retroschermo e una batteria di altoparlanti per gli effetti di sala²⁸. La spesa per un’installazione completa del sistema era fino a tre volte più ingente di quella occorrente per la proiezione anamorfica, superando, secondo le fonti consultate, i 7 milioni di lire; circa 100.000 euro odierni²⁹ (fig. 3).

Gli ingenti costi di conversione di un impianto alla proiezione 70 mm indussero la RKO a dilazionare sensibilmente l’importazione del primo film fotografato in Todd-AO, *Oklahoma!* (1955) di Fred Zinnemann, rispetto alla prima americana, nonché a distribuire il film, secondo un costume poi generalizzato, in doppia versione. L’edizione originale 70 mm fu infatti presentata esclusivamente al cinema Adriano di Roma dal 14 febbraio 1957, mentre il resto del circuito fu

²⁷ Sugli originali proiettori concepiti dall’industria italiana, cfr. Mannino Patanè, 1957: 9.

²⁸ Cfr. Mannino Patanè, 1960: 5.

²⁹ Per una stima dei costi di installazione del sistema, cfr. Leonard, 1958: 3.

rifornito con l'edizione speciale CinemaScope³⁰. Il rapporto tra gli incassi delle prime visioni e la programmazione dell'Adriano restituisce oggi la misura della presa del sistema sullo spettatore italiano del tempo: il film restò in cartellone per 21 giorni incassando la ragguardevole cifra di 27 milioni di lire, ovvero circa il 30% di quanto la versione CinemaScope incassò in tutti i locali di prima visione delle altre quindici città tradizionalmente monitorate dall'AGIS³¹. Eppure, la diffusione degli impianti in Italia fu lenta e complessa. La seconda produzione, *Around the World in 80 Days (Il giro del mondo in 80 giorni, 1956)* di Michael Anderson, circolò nel 1957 solo in una riduzione anamorfica³² e il successivo Todd-AO, *South Pacific* (1958) di Joshua Logan, venne distribuito in 70 mm, nel dicembre 1958, in tre città: Roma³³, Milano³⁴ e Firenze³⁵. Fino alla fine del decennio le installazioni non superarono le poche decine, ma quando il circuito Todd-AO iniziò a essere sfruttato anche dai dispositivi concorrenti Super Panavision, Ultra Panavision e Super Technirama 70, il ritmo di conversione degli impianti crebbe esponenzialmente. Nel corso degli anni Sessanta, aumentato vistosamente il numero di pellicole circolanti, le installazioni raggiunsero capillarmente l'intera penisola, toccando a metà decennio quota 250³⁶.

IV. CONCLUSIONI

L'importazione delle nuove tecniche di proiezione cambiò radicalmente e in modo permanente l'esercizio italiano. A fronte del perdurare della congiuntura favorevole, in vistosa controtendenza rispetto al mercato americano, il circuito di sale economicamente più solido si equipaggiò tempestivamente, orientando la progressiva conversione dell'intera categoria. L'adeguamento dell'impianto alla proiezione panoramica era variamente oneroso a seconda della qualità delle componenti prescelte in ordine a proiettore, schermo e sistema di riproduzione del suono, ma dipendeva soprattutto dalla tipologia del dispositivo installato. I rapporti di forza tra i sistemi concorrenti, delineatisi chiaramente dopo la caotica fase iniziale, determinarono le modalità di ristrutturazione del settore: i tradizionali ordini di consumo del film, articolati dalla prima visione alla "profondità" in funzione della dislocazione della sala nel tessuto urbano, dalla metà degli anni Cinquanta si differenziarono nettamente per equipaggiamento tecnologico. Gli interventi sul piccolo esercizio di periferia, solo moderatamente adeguato alle nuove tecniche, si limitarono generalmente alla sostituzione

³⁰ Cfr. il vistoso e dettagliatissimo spazio promozionale pubblicato sul quotidiano «Il Tempo», il 14 febbraio 1957, giorno dell'anteprima romana. L'impianto dell'Adriano era munito del proiettore universale 35/70 della Philips, di uno schermo gigante ricurvo di 16 metri di base, e di una batteria di altoparlanti composta da ben 18 diffusori di sala e 6 diffusori di retroschermo.

³¹ Sono cifre registrate dal «Giornale dello Spettacolo»: sul n. 9 del 1957 si trova l'incasso della versione Todd-AO, precisamente L. 27.366.000, mentre dalle tabelle del n. 25, sempre del 1957, si evince il risultato relativamente deludente della versione CinemaScope, pari a L. 83.315.000.

³² Cfr. pubblicità in «Corriere della Sera», 27 ottobre 1957.

³³ Cfr. pubblicità in «Il Messaggero», 21 dicembre 1958.

³⁴ Cfr. pubblicità in «Corriere della Sera», 23 dicembre 1958.

³⁵ Cfr. pubblicità in «La Nazione», 1 gennaio 1959.

³⁶ Cfr. [s.n.], 1965: 11.

dello schermo. La sala di media importanza venne invece opportunamente equipaggiata per la proiezione anamorfica, per chi se lo poteva permettere con il suono stereofonico. La sala di prima visione dei più importanti capoluoghi di provincia vantava anche l'impianto speciale per la proiezione 70 mm. Con l'avvento dei formati panoramici, da un ordine di visione all'altro non furono più in gioco valori relativi come il confort o la qualità della proiezione, quanto la programmazione stessa, determinata ora dall'opportunità di accedere o meno a determinati film a seconda del rapporto tra le tecnologie di "esibizione" installate e le tecnologie di "produzione" disponibili sul mercato. Ne seguì una radicale divaricazione strutturale tra le sale propriamente attrezzate almeno per la proiezione anamorfica e quelle rimaste tecnologicamente più indietro, che trovavano nel costo delle apparecchiature una barriera insormontabile alla conversione, ma anche tra la produzione americana realizzata tempestivamente con le nuove tecniche di ripresa per schermo largo e quella italiana, ancora fotografata in larga maggioranza con i mezzi standard per buona parte del decennio Cinquanta. La conversione delle sale ai formati panoramici legò dunque a filo doppio i distributori americani e la parte più solida dell'esercizio italiano alla luce della convergenza dei rispettivi interessi di medio periodo, ovvero vendere il meglio possibile il film panoramico: i primi per ammortizzare i costi di produzione; i secondi per ammortizzare i costi di rinnovamento degli impianti. E dove non bastava l'impegno degli esercenti, arrivavano le strategie distributive capestro delle *majors*, ancora più efficaci in ragione dell'indubbio valore commerciale della nuova produzione, ancorché numericamente limitata. Non solo le altissime percentuali di noleggio del film panoramico esulavano dalla contrattazione tradizionale tra le parti, ma il film panoramico ottimizava pratiche diffuse come il noleggio a pacchetti e favoriva di per sé lunghissime teniture di sala fortemente penalizzanti per le pellicole italiane.

Riferimenti bibliografici

- Belton, John. 1990. *Todd-AO: A History*, «SMPTE Journal», vol. 99, n. 6, June 1990.
- Belton, John. 1992. *Widescreen Cinema*, Harvard University Press, Cambridge.
- Bernardi, Sandro (a cura di). 2004. *Storia del cinema italiano. 1954/1959*, vol. IX, Marsilio-Edizioni di Bianco & Nero, Venezia-Roma.
- Bragg, Herbert Edward. 1988. *The Development of CinemaScope*, «Film History», vol. II, n. 4, November-December.
- Brunetta, Gian Piero. 2013. *Il ruggito del leone. Hollywood alla conquista dell'impero dei sogni nell'Italia di Mussolini*, Marsilio, Venezia.
- Clarke, Charles Galloway. 1953. *Practical Filming Techniques for Three-dimension and Widescreen Motion Pictures*, «American Cinematographer», vol. 34, n. 3, March.
- De Giusti, Luciano (a cura di). 2003. *Storia del cinema italiano 1949/1953*, vol. VIII, Marsilio-Edizioni di Bianco & Nero, Venezia-Roma.
- Di Chio, Federico. 2021. *Il cinema americano in Italia. Industria, società, immaginari. Dalle origini alla seconda guerra mondiale*, Vita e Pensiero, Milano.
- Di Nolfo, Ennio. 1991. *La diplomazia del cinema americano*, in David W. Ellwood, Gian Piero Brunetta (a cura di), *Hollywood in Europa*, La Casa Husher, Firenze.
- Gavin, Arthur. 1953. *2-D, 3-D, Wide-screen, Or All Three*, «American Cinematographer», vol. 34, n. 5, May.
- Guback, Thomas H. 1967. *The International Film Industry: Western Europe and America since 1945*, Indiana University Press, Bloomington.
- Leonard, Robert Zigler. 1958. *Leonard parla del film "South Pacific"*, «Araldo dello Spettacolo», a. XIV, n. 113, 22 dicembre.
- Mannino Patanè, Gaetano. 1957. *Quarant'anni di progressi e perfezionamenti nel campo della tecnica cinematografica*, «Giornale dello Spettacolo», a. XIII, n. 30, 24 agosto 1957.
- Mannino Patanè, Gaetano. 1960. *Le installazioni sonore per film a 70mm*, «Giornale dello Spettacolo», a. XVI, n. 3, 23 gennaio.
- Meusy, Jean-Jacques. 2003. *Un astronomo nel mondo dello show-biz Henri Chrétien*, padre del CinemaScope, «Cinegrafie», n. 16.
- Mosconi, Elena. 2003. *Tanti punti di proiezione*, in Luciano De Giusti (a cura di), *Storia del cinema italiano. 1949/1953*, vol. VIII, Marsilio-Edizioni di Bianco & Nero, Venezia-Roma.
- Ryder, Loren L., Bishop, Jack R. 1955. *VistaVision Moves Forward*, «American Cinematographer», vol. 36, n. 11, November.
- [s.n.]. 1953a. *1926: dal muto al sonoro; 1953: cinematografia a rilievo. Il presidente della 20th Century Fox. Spyros Skouras, presenta alla stampa europea il "CinemaScope"*, «20th Century Fox», vol. 8, nn. 3-4, febbraio.
- [s.n.]. 1953b. *Concessioni europee per il CinemaScope*, «Cinematografia ITA», a. XX, n. 10, ottobre-novembre.
- [s.n.]. 1953c. *I nuovi sistemi di proiezione*, «Bollettino dello Spettacolo», a. IX, n. 184, 30 novembre.
- [s.n.]. 1953d. *Schermi e fotogrammi*, «Rivista tecnica di Cinematografia, Elettroacustica, Televisione», a. III, n. 2, aprile-giugno.

[s.n.]. 1953e. *Uno schermo di sedici metri per un Andersen ballerino*, «Oggi», a. IX, n. 40, 1 ottobre.

[s.n.]. 1954a. *I giganti del professore*, «Bollettino dello Spettacolo», a. X, nn. 192-193, 20 febbraio.

[s.n.]. 1954b. *I problemi del CinemaScope*, «Cinematografia ITA», a. XXI, n. 2, febbraio.

[s.n.]. 1954c. *Materiale necessario per il suono stereofonico*, «Cinemundus», a. IX, n. 2, 31 gennaio 1954.

[s.n.]. 1954d. *Divagazioni in 3D*, «Bollettino dello Spettacolo», a. X, nn. 192-193, 20 febbraio.

[s.n.]. 1955. *The Trend to Wider Motion Picture Negative*, «American Cinematographer», vol. 35, n. 6, June.

[s.n.]. 1956. *Nel terzo anniversario del CinemaScope un terzo delle sale europee con schermo panoramico*, «Araldo dello Spettacolo», a. XI, n. 98, 17 ottobre.

[s.n.]. 1965. *Una statistica assai significativa*, «Rivista tecnica di Cinematografia, Elettroacustica, Televisione», a. XV, n. 2, aprile-giugno.

Sklar, Robert. 2000. *Il cinema americano 1945-1960*, in Gian Piero Brunetta (a cura di), *Storia del cinema mondiale*, vol. II, Einaudi, Torino.

Venturini, Alfonso. 2015. *La politica cinematografica del regime fascista*, Carocci, Roma.

Villa, Federica. 2002. *Consumo cinematografico e identità italiana*, in Mariagrazia Fanchi, Elena Mosconi (a cura di), *Spettatori. Forme di consumo e pubblici del cinema in Italia*, Marsilio, Venezia.

Vitella, Federico. 2022. *Tecnologia*, in Fabio Andreazza (a cura di), *Fare storia del cinema. Metodi, oggetti, temi*, Carocci, Roma.

Waller, Fred. 1993. *The Archeology of Cinerama*, «Film History», vol. V, n. 3, September.