



Milano / Expo 2015

## Cirque du Soleil a Expo? «Sintomo di degrado». L'intervista



© FB Cirque du Soleil

Oliviero Ponte di Pino: «è un appalto, non c'è un progetto culturale». E sul fronte economico: «Expo in Città con budget zero, per *Allavita!* 8 milioni»

di Lorenza Delucchi



Cirque du Soleil: per Expo 2015 uno show speciale



Cirque du Soleil, uno show-sfida per Expo 2015



Cirque du Soleil a Expo. Il teatro italiano dice no

Milano - Mercoledì 17 dicembre 2014

«Lo scandalo non è il *Cirque du Soleil*, ma il fatto che nessuna realtà italiana sia stata ritenuta affidabile e "vendibile"». **Oliviero Ponte di Pino** non ha dubbi: portare il [Cirque du Soleil a Expo 2015](#) è un sintomo di debolezza e di Expo e di Milano.

[Allavita!](#), così si intitola lo spettacolo di danza, mimo e acrobazie realizzato *ad hoc* per l'Esposizione Universale, andrà in scena **dal 6 maggio al 23 agosto** e il costo dell'allestimento sarà di oltre 8 milioni di euro, tutti pagati dalle casse di *Expo spa*. La scelta della compagnia canadese non ha mancato di suscitare polemiche, con tanto di petizione per chiedere al ministro della cultura **Dario Franceschini** di «sostituire il *Cirque du Soleil* con importanti realtà culturali italiane».

Ponte di Pino, curatore del webzine [ateatro.it](#) e docente di **Fondamenti del teatro moderno e contemporaneo** all'università IULM, nonché direttore del palinsesto incontri di **Bookcity**, ci tiene a far capire che le "colpe" non sono imputabili al *Cirque*, ma hanno origini ben più profonde, si chiamano **mancanza di orizzonti e prospettive culturale ad ampio raggio**.

**Perché sei contrario all'affidamento dell'appalto al Cirque**

### SONDAGGIO



Cirque du Soleil a Expo 2015. Era meglio uno spettacolo italiano?

### APPROFONDISCI



OLIVIERO PONTE DI PINO

Nato a Torino nel 1957, vive a Milano da sempre.

È editor, scrittore e giornalista. Da oltre 35 anni lavora nell'editoria.

Cura il programma di [Bookcity Milano](#)

Critico teatrale e curatore di [ateatro.it](#) webzine di cultura teatrale, con **Mimma Gallina** è animatore di *Le Buone Pratiche del Teatro*, la banca delle idee per il teatro italiano. Nel 2011 ha fondato con Massimo Marino, Anna Maria Monteverdi, Andrea Porcheddu il **Premio Rete Critica**, assegnato dai siti e dal blog di teatro.

Insegna **Fondamenti del teatro moderno e contemporaneo** allo IULM e **Letteratura e filosofia del teatro** all'Accademia di Brera.

**du Soleil?**

«Non sono a priori contrario, ma lo ritengo un sintomo di degrado. Il motivo sta nella tua domanda: è un appalto, non c'è un progetto culturale. Anche chi non sa nulla di cultura e di spettacolo conosce il *Cirque du Soleil*, che fa spettacoli in tutto il mondo e passa in televisione. È la scelta ideale per qualunque ufficio marketing: un brand noto e affidabile, un prodotto garantito, che basta adattare e "localizzare", mettendoci dentro magari il Duomo, la gondola e il Colosseo, la pizza e lo spaghetti, per far vedere quanto è bella l'Italia. Il titolo dello spettacolo è una garanzia di successo: *Allavita!* ricorda successi mondiali come *Volare!* o *Mamma mia!*, *La dolce vita* o *Cinquecento, Otto e mezzo* o *Vacanze romane*, *Eataly* o *Vespa*...

Ma questa decisione implica che i brand italiani dello spettacolo e della cultura non siano all'altezza della sfida di Expo. Evidentemente le cosiddette "eccellenze italiane" tipo *Scala* o *Piccolo Teatro* non sono così eccellenti. Noi italiani siamo i primi a pensare di non avere nulla da proporre. Lo scandalo non è il *Cirque du Soleil*, ma il fatto che nessuna realtà italiana sia stata ritenuta affidabile e "vendibile", e che fino a poco tempo fa nessun intellettuale italiano abbia espresso pubblicamente perplessità sulla scelta del *Cirque du Soleil*, a parte Roberto Bolle (anche se poi in privato mugugnavano tutti)».

Tra i suoi libri segnaliamo *I mestieri del libro* (Tea, 2008) e il recente [Comico & Politico](#) (Cortina Editore, 2014).

Il suo sito personale è [olivieropdp.it](http://olivieropdp.it).

**Al Cirque andranno oltre 8 milioni di euro per circa 3 mesi di repliche. Con quei soldi come si potevano aiutare decine di teatri cittadini?**

«Si ripete che la cultura è fondamentale, ma che purtroppo a causa della crisi non ci sono risorse. L'investimento del nostro paese in cultura è vergognosamente basso. Il Comune di Milano sta costruendo il palinsesto per [Expo in Città](#) con budget zero. Questi 8 milioni di euro ci dimostrano che - quando si vuole - i soldi si trovano, e pure tanti. Il problema è lo svuotamento di qualunque progettualità e identità culturale: manca la fiducia, manca la visione, mancano le idee, manca la pazienza per realizzarle. Invece si improvvisa, ci si arrangia. [Il presidente della Regione Lombardia Roberto Maroni ha affidato un progetto culturale a Vittorio Sgarbi](#) solo a settembre, pochi mesi prima dell'inizio di Expo. In un tempo così breve, è impossibile concepire e realizzare un'iniziativa culturale seria e credibile. La trovata (in parte abortita, oltretutto) è stata deportare a Milano "12 capolavori", ovvero opere gadget, astratte dal loro contesto. Senza idee, restano solo le icone: l'opera d'arte ridotta a francobollo sulla bustina dello zucchero al bar».

**In che modo avrebbe dovuto procedere Expo nell'attribuzione di fondi/spazi ai teatri milanesi nel suo sito espositivo?**

«Il problema non è distribuire denari a questo o a quell'altro. *Expo 2015* avrebbe potuto offrire un'occasione per riflettere sull'identità italiana (e cittadina) e per rilanciarla. Per quanto riguarda lo spettacolo, siamo noti nel mondo per la *Commedia dell'Arte*, per la *Scala*, il *Piccolo Teatro* o il Premio Nobel Dario Fo, per registi da Oscar come Salvatores, Benigni, Tornatore o Sorrentino. In campo teatrale ci sono artisti italiani riconosciuti in tutto il mondo come Romeo Castellucci, Pippo Delbono, Emma Dante, i *Motus* (che in questi giorni stanno facendo sensazione a New York). Evidentemente per l'ufficio marketing di *Expo Spa* tutto questo non ha alcun valore. E non ha valore nemmeno per gli intellettuali italiani, che evidentemente preferiscono che venga scelto un artista straniero, piuttosto che il loro odiato (e invidiato) rivale. È il degrado del provincialismo».

**Non pensi che la presenza di una compagnia nota in tutto il mondo come il Cirque du Soleil sia un arricchimento per l'Expo di Milano?**

«*Expo spa* annuncia che i biglietti per lo spettacolo del *Cirque du Soleil* costeranno in media 35 euro. Se ogni sera si vendono 10mila biglietti, ogni replica porterà dunque un incasso di 350mila euro. Per recuperare 8 milioni, basterebbero 23 repliche. Però bisogna vedere a quanto ammonta la scheda tecnica dello spettacolo, e chi se la accolla. Chi si arricchisce, lo scopriremo forse alla fine».

**Per motivare la scelta, l'Ad di Expo Beppe Sala ha detto che il Cirque rappresenta «l'universalità del pubblico che visiterà Expo Milano 2015». Come rispondi?**

«Infatti il *Cirque du Soleil* l'hanno già visto e rivisto in tutto il mondo. Era a Milano qualche settimana fa, l'hanno apprezzato anche i cinesi, senza viaggiare per migliaia di chilometri: lo hanno visto all'Expo di Shanghai. Dal punto di vista culturale, *Expo 2015* rischia di essere la sagra del sottoprodotto, a cominciare dal suo simbolo, il cosiddetto *Albero della Vita*».

**Lo spazio dove andrà in scena Allavita! è un anfiteatro da 12mila posti. Una capienza da Palazzetto dello sport. Difficile riempirlo con uno spettacolo di prosa, non credi?**

«Intanto, chi ti ha detto che deve per forza essere uno spettacolo di prosa? E mi permetto di farti notare che piazze e Palazzetti dello sport sono stati riempiti da attori come Fo, Benigni, Grillo o Paolini, che recitano soli soletti sul palco. Non farei di certo sei mesi di *Mistero buffo* a Expo 2015: voglio solo dire che serve un po' immaginazione, e non basta ragionare per luoghi comuni».

***L'obiettivo di Expo è ripagare l'investimento iniziale, detto in parole povere, vendere almeno 8 milioni di euro di biglietti. Ritieni sia una previsione credibile?***

«Per quanto ho detto prima, penso che per rientrare dei costi sia necessario incassare un po' più di 8 milioni di euro. Ci dicono che Expo 2015 avrà 22 milioni di visitatori, anche se non so su quale base sia stato fatto questo calcolo. Per riempire quattro mesi di repliche, bisogna spedire nell'anfiteatro circa 1.200.000 spettatori, il 5% circa dei visitatori previsti. Se i tour operator internazionali hanno inserito *Allavita!* nel loro pacchetto Expo 2015, e se si rispettano le previsioni, si può fare».

*Lorenza Delucchi*

© Copyright mentelocale.it  
vietata la riproduzione

#### CONTATTI

Redazione  
Pubblicità  
Amministrazione  
Dove siamo  
Lavora con noi

#### CONDIZIONI

Contribuisci  
Marchi registrati  
Testata registrata  
Credits

#### REGISTRATI

Iscrizione  
Privacy  
Condizioni generali

#### NEWSLETTER

Eventi  
Cinema  
Food  
Viaggi  
Happyticket

#### SEGUICI

Feed RSS  
Facebook  
Youtube  
Twitter

#### NETWORK

m-cafe.it  
happyticket.it  
genovateatro.it  
teatripermilano.it