

Chiarot e la Fenice

“Giovani e prezzi così il pubblico è tornato a teatro”

ILARIA CIUTI

«**I** PROBLEMI delle Fondazioni lirico sinfoniche sono molti, anche se la legge Bray permette loro di migliorare. Riconquistare il pubblico non è facile, anche noi abbiamo avuto la nostra esperienza dopo che la Fenice è bruciata». Oggi però è *sold out* da mesi. Ne chiediamo il segreto al sovrintendente Cristiano Chiarot che, tra l'altro, spiega come i giovani si conquistino «facendoli collaborare e entrare all'ultimo minuto». La Fenice ha un bilancio positivo da 5 anni, i veneziani sono pochi in città, ma il pubblico non manca: il 35% in abbonamento, il 50% da fuori. Ma Chiarot, oltre che come sovrintendente, parla come presidente dell'Anfols, l'associazione delle Fondazioni liriche italiane.

Chiarot quali sono le difficoltà delle Fondazioni?

«Basti pensare che nel 1985 l'incidenza del Fus sul pil era dello 0,08 e oggi è dello 0,02. Mentre non cresce da noi la cultura del mecenatismo privato, per cui era stato creato il sistema delle Fondazioni».

Allora come si raggiungono risultati artistici ma anche economici?

«Con una gestione attenta ma soprattutto attraverso un'attività varia e un buon rapporto con il pubblico».

Che però perfino voi avevate perso.

«È un rapporto delicato. Se si interrompe ci vogliono attenzione, tempo e pazienza a recuperarlo. Le chiavi sono qualità, accuratezza, diversificazione, comunicazione. Noi abbiamo cambiato pubblico. Se prima il 70% era di veneziani, ora ci sono anche loro ma non solo. Facciamo stagioni che offrano la massima scelta musicale e storica per comprendere tutti: i veneziani, quelli della provincia, l'intera regione, i turisti. Senza mai dimenticare gli studenti e i ceti meno abbienti. Bisogna fare un'attenta politica dei prezzi capendo quali sono gli spettatori potenziali e differenziando via via il costo dei biglietti».

E anche la programmazione, lei diceva.

«Infatti. Noi teniamo aperto il teatro tutto l'anno, agosto compreso, con programmi sia di repertorio che di novità, purché di qualità. Mettiamo la stagione in vendita almeno nove mesi prima in modo che i turisti possano prenotare. È comprensibile che vogliano il repertorio classico italiano. Noi facciamo 33 rappresentazioni in un anno di *Traviata* e con quello finanziamo le novità. Il modello è più o meno sempre lo stesso: 131-135 recite d'opera, 33 concerti, più quelli da

camera, quelli estivi e varie altre manifestazioni anche nei luoghi della città».

Lei parlava anche di giovani: il pubblico più difficile.

«L'importante è far loro capire che questo tipo di attività li può aiutare a crescere sia dal punto di vista umano che sociale. Noi collaboriamo con l'università di Ca' Foscari, lo Iuav, il Conservatorio, l'Accademia di Belle Arti, la Biennale. Chiamiamo i giovani a realizzare allestimenti in collaborazione con i nostri tecnici in modo che capiscano che può essere un lavoro bello e divertente. Commissioniamo nuovi pezzi a compositori italiani, promuoviamo giovani cantanti. Permettiamo ai ragazzi di venire all'ultimo minuto e trovare per 10 euro tutti i posti disponibili, qualsiasi essi siano. È sbagliato chiedere a un giovane di prenotare, lo fa sentire obbligato mentre io voglio che i ragazzi vengano spontaneamente sentendola come una cosa normale. Facciamo anche concerti rock, jazz, pop, per far capire che non esistono barriere nella musica».

Coinvolgiamo i ragazzi negli allestimenti e permettiamo che entrino in sala all'ultimo minuto

Biglietti differenziati a seconda dello spettacolo. E con 33 date della *Traviata* finanziamo le novità



“**CRISTIANO CHIAROT**
SOVRINTENDENTE FENICE



Peso: 30%