

Scelti da Palcoscenico

- 1) Le invasioni barbariche
- 2) Kill Bill vol. 1
- 3) Dogville
- 4) Love actually
- 5) Il genio della truffa
- 6) Thirteen
- 7) Caterina va in città
- 8) Anything else
- 9) Swimmin pool
- 10) C'era una volta il Messico



Scelti dal Pubblico

- 1) Alla ricerca di Nemo
- 2) La maledizione della prima luna
- 3) Matrix revolutions
- 4) Prima ti sposo poi ti rovino
- 5) Natale in India
- 6) Hulk
- 7) Il paradiso all'improvviso
- 8) Love actually
- 9) Master and commander
- 10) La leggenda degli uomini...

La battaglia cinematografica di Natale

Ascoli premia Pieraccioni

Intorno del "ciclone". Bastano queste parole per descrivere il leit motiv che ha contraddistinto il periodo natalizio nelle sale cinematografiche di Ascoli Piceno e Castel di Lama. Un ritornello che ha accompagnato la marcia trionfale de "Il paradiso all'improvviso" nel nostro capoluogo così come nel resto d'Italia. Partito in sordina e preceduto dai recenti flop del regista toscano, il film di Leonardo Pieraccioni è riuscito nella non facile impresa di surclassare la premiata ditta Boldi-De Sica, che con 'Natale in India' aveva conquistato e mantenuto la vetta delle classifiche d'incasso per le prime settimane. A tallonare i re della risata l'inedita coppia Russel Crowe Nemo, due capitani marinai tanto diversi quanto uguali nella ricerca del successo. L'eroe di 'Master & Commander' e le animazioni di 'Alla ricerca di Nemo' (l'unico cartone animato che abbia beneficiato della programmazione serale nella nostra zona) sono andati incontro al gradimento degli ascolani contrariamente a pellicole come 'In the cut', con la conturbante Meg Ryan, e 'La macchia umana, con i premi Oscar Nicole Kidman ed Anthony Hopkins, che comunque sono entrate nella top ten nazionale degli incassi.

Buoni risultati per la nuova commedia che vede come protagonista Julia Roberts, 'Mona Lisa smile', e per il detective Har-

ison Ford di Hollywood Homicide.

Forse penalizzati dalla sola proiezione pomeridiana i cartoon di Natale hanno sofferto e stentato. 'Sinbad', prodotto dal colosso 'Dreamworks' e gli italiani 'Totò Sapore ed Opopomoz' han-

no racimolato pochi euro nonostante l'ottima qualità artistica dei prodotti.

Ad aumentare la veridicità e l'interesse per il responso emesso dal pubblico piceno è l'ampia offerta di celluloide messa a disposizione degli utenti. 14 sale. 11

titoli differenti a darsi battaglia ma soprattutto la consapevolezza di rispecchiare, tranne alcune fisiologiche eccezioni, i gusti e le inclinazioni del pubblico italiano.

(Luca Capponi)

