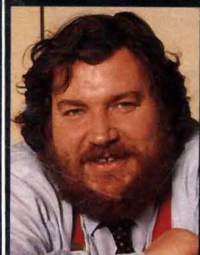


SPECIALE: I CENTO LIBRI DI NATALE

N. 1993 - 18 DICEMBRE 1988 - L. 2500

Epoca!

**SE TORINO
FOSSE
CAPITALE**



DI GIULIANO
FERRARA,
MARIO
MISSIROLI,
GIULIO
BOLLATI,
FRUTTERO E
LUCENTINI



**ALLA SCOPERTA
DELLA
DE MITA VALLEY**

Wanna Marchi
con la figlia Stefania



Da imbonitrice di provincia a superstar della Rai: perché le folle impazziscono per Wanda Marchi?

CRETINI D'ITALIA

MITI INFRANTI pag. 94



Ag. G. Neri

Douglas Kirkland/G. Neri

In copertina

Wanna Marchi: Tonino Conti/Marka. Giuliano Ferrara: Vittoriano Rastelli. Iripinia: Massimo Sestini.

Redazione, Amministrazione, Pubblicità: 20090 Segrate (Milano) - Tel. 75421 - Corrispondenza: Casella post. n. 1833 Milano - Sezione Collezionisti tel. 5272008 - Ufficio Abbonamenti: tel. 030/3199345 - Indirizzo teleg.: EPOCA - Milano Telex 310119 MONDMI I. Redazione romana: v. Sicilia 136/138, 00187 Roma - Tel. 47.49.71 - Telex 610271 MONDMI. Numeri arretrati: il doppio del prezzo di copertina. Inviare l'importo a: Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. - Sezione Collezionisti - a mezzo del c/c postale n. 925206. Abbonamenti: ITALIA: annuale (senza dono) 104.000; semestrale senza dono 52.000. Estero: annuale senza dono L. 176.800; semestrale (senza dono) L. 88.400. Per cambio indirizzo, informarci almeno 20 giorni prima del trasferimento, allegando l'etichetta con la quale arriva la rivista. Non inviare francobolli, né denaro: il servizio è gratuito. Gli abbonamenti possono avere inizio in qualsiasi periodo dell'anno. Inviare l'importo a A. Mondadori Editore S.p.A. - Ufficio Abbonamenti - servendosi preferibilmente del C.C.P. n. 5231. Gli abbonamenti possono anche essere fatti presso gli Agenti Mondadori nelle principali città e presso i negozi Mondadori per Voi.

VENDUTO NEI SEGUENTI PAESI: Arabia Saudita (via aerea); Argentina (via aerea); Australia; Austria; Belgio; Brasile (via aerea); Danimarca; Etiopia Asmara/Adis Abeba (via aerea); Finlandia; Francia; Germania; Gran Bretagna; Grecia (via aerea); Jugoslavia; Lussemburgo; Malta; Principato di Monaco; Olanda; Portogallo; Zimbabwe; Spagna; Sud Africa (via aerea); Svezia; Svizzera; Turchia; Uruguay; U.S.A. - Canada (via aerea); Venezuela (via aerea).

EPOCA - December 18, 1988 - EPOCA (USPS # 178000) is published weekly by Arnoldo Mondadori Editore 20090 Segrate (Milano), Italy. Distribution: Speedimex U.S.A. Inc. 45-45 39St., L.I.C.-N.Y. 11104 «Second class postage paid at Long Island City, New York 11104». Volume CXLIV, number 1993.

POSTMASTER: send address changes to Speedimex U.S.A. Inc. 45-45 39St., L.I.C.-N.Y. 11104. SOCIETÀ ESTERE DEL GRUPPO MONDADORI: Londra: Arnoldo Mondadori Company 1-4 Argyll Street - London W1V 1AD - tel. 01-734-6301 - telex 24610 - New York: MONDADORI PUBLISHING Co., 740 Broadway - New York, N.Y. 10003 - tel. 001212/5057900 - Stoccolma: Arnoldo Mondadori Scandinavia AB, Kungsgatan 58 - 11122 Stockholm - tel. 08/243990 - telex 17906 Mondint - Monaco: Arnoldo Mondadori Deutschland GmbH - Tal 21 8 - München 2 - tel. 229073 - telefax 524089 - Tokyo: Orion Press - 55 - 1 - chome Kanda Jimbocho, Chiyoda-ku. Tel. (03)295-1400.

PARIGI: Maria Teresa Berti c/o MONDGRAPH S.r.l. 9/11 Avenue Franklin Roosevelt PARIS VIII

ATTUALITÀ'

Un viaggio a Demitopoli. Come si vive nella città del presidente del Consiglio? L'hanno cambiata più De Mita o i miliardi del terremoto? Tra pellicce e fuoristrada, banche e gioiellerie, barche miliardarie e tappeti persiani, ecco come è diventata ricca l'ex provincia più povera d'Italia. Se non fosse per quelle baracche...

di Giancesare Flesca pag. 8

Iripinia chiama Taiwan. I giornali accusano. Ma Elveno Pastorelli risponde con una valanga di dati: non sono sprecati i soldi per il terremoto.

di Maurizio Marchesi pag. 10

O dolce terra mia. Capi di governo e paese natale da Giolitti a Rumor

di Ugo Magri e Dino Fracchia pag. 16

Saldi di fine partito. Da Saluzzo a Verona, da Milano a Borgomanero, la provincia socialdemocratica si prepara a traslocare. Bettino, il Grande Fratello, ha posto una condizione: «Venite, ma portatevi anche il simbolo»

di Carla Stampa pag. 16

Il peccato capitale. L'intervista di Firpo a «Epoca» ha riaperto una ferita. È giusto parlare male di Roma? E si parlerebbe altrettanto male di Torino Caselle?

di Giuliano Ferrara, Mario Missiroli, Carlo Frutero, Franco Lucentini, Giulio Bollati pag. 24

Il girone sanità. Morti per incuria alle Molinette di Torino. E virati per errore nell'ospedale di Conegliano Veneto. E al sud? «È Africa», dice il ministro Donat Cattin. Siamo andati a vedere

di Toni Capuozzo, Francesco Cito e Nino Leto pag. 32

Il gran rifiuto. 200 mila tonnellate di rifiuti ospedalieri, quasi tutti fuorilegge

di Paolo Vario pag. 36

PERSONE

L'effetto Wanna Marchi.

di Carlo Brambilla pag. 44

Fenomenologia dell'Erinni.

di Francesco Casetti pag. 46

Miracolo a Bologna.

di Carlo Cambi pag. 49

Album di famiglia. I Misasi. Quelli di via del potere

di Carla Stampa e Massimo Sestini pag. 54

Giancarlo Elia Valori. Fior di Gelli

di Salvatore Tallarita pag. 61

Primo Nebiolo. Ma chi si Fidal?

di Antonello Sette pag. 64

Adriano Aragozzini. Mi manda Biagione

di Paolo Butturini pag. 68

Nuovi divi. Pezzi da novanta

di Chris Cimino e Douglas Kirkland pag. 74

TELEFONO GIALLO

Tutti i particolari in cronaca. Un assassino è ancora in libertà a Napoli. L'uomo, o la donna, che ha ucciso Anna Grimaldi. Sette anni di misteri che forse è ancora possibile risolvere

di Corrado Augias pag. 86

TEMPI MODERNI

Il piccolo dittatore. Charlie Chaplin assomigliava molto poco a Charlot. Richard Attenborough, il regista di «Gandhi», lo racconterà in un film. E mentre si sgretola il mito di un grande, nel passato di Ingmar Bergman si scopre una macchia...

di Romano Giachetti pag. 94

Un maestro all'acqua e sapone. Nove film pubblicitari su un deodorante che il più tormentato tra i registi d'oggi ha sempre nascosto

di Paolo Cherchi Usai pag. 98

I ragazzi del coro. Da Parigi a Torino, da Vienna a Napoli, da Venezia a Budapest, i teatri d'Europa hanno riscoperto l'Opera. È l'ultima trovata per divertire un pubblico annoiato da cinema e tivù

di Paolo Butturini e Enrico Martino pag. 102

NUOVI DIVI pag. 74

LA TOMBA DI NEFERTARI pag. 180

Massimo Cappon

SPECIALE

100 libri per Natale. Il successo, il potere, l'effimero e il passato. Il mondo in laboratorio, in immagini e anche in versi. E poi: giochi, manuali e dizionari. Guida alla lettura per le prossime vacanze

di Giovanni Pacchiano pag. 115

L'INTERVISTA

Alberto Sordi. Un italiano piccolo piccolo. Cocaina? L'ho presa anch'io. Figli? Ne vorrei uno con una bella faccia da cocomero. Sposarmi? Meglio di no. Dopo 135 film, un grande comico si toglie la maschera

di Mino Guerrini pag. 136

ARTE

A scuola di Rembrandt. Anche con la matita trasformava in leggenda la realtà quotidiana. E fu maestro per decine di allievi. Ora quell'università del disegno rivive in una mostra al Louvre

di Marco Fabio Apolloni pag. 150

IDEE

Il fantasma della libertà. Come conciliare morale e economia? O progresso e conservazione? E quali limiti dovranno imporsi l'individuo e lo Stato? Ne discetta il «grande vecchio» del liberalismo italiano

di Giovanni Malagodi pag. 158

Non fate gli svizzeri. Peter Bichsel, il più importante scrittore elvetico dopo Frisch e Dürrenmatt, racconta il disagio di scrivere in una società che funziona come un orologio di marca

di Bruna Miorelli pag. 165

Ombre latine. Catilina che si vendica su Cicerone, Nerone e Caligola di Svetonio... Omicidi, dissolutezze e crudeltà dell'antica Roma in una ricostruzione immaginaria di Luca Canali

di Luca Canali pag. 168

SCOPERTE

Salve Regina. La tomba della Grande Nefertari stava andando in rovina. Ecco in esclusiva la storia della più importante operazione di restauro in corso in Egitto

testo e foto di Massimo Cappon pag. 180

IL VIAGGIO

Tuffo d'angelo. Folco Quilici rivive la straordinaria avventura di Jimmy Angel. E racconta, mezzo secolo dopo, l'emozionante scoperta della cascata più alta del mondo nella Guayana venezuelana

di Folco Quilici e Luca Tamagnini pag. 188

CONNOISSEUR

Consigli da vip. Un dovere noioso o un eccitante gioco di società? Opinioni sul rito delle feste

a cura di Paola Jacobbi pag. 200

L'azienda si veste da Babbo Natale. Non solo agende: sarà l'anno del caviale

pag. 204

ECONOMIA

Pubblicità svedesi. Perché quest'anno, per la prima volta, l'offerta di spazi pubblicitari ha superato la domanda? Di questo passo il sistema rischia il collasso

di Enrico Gallino pag. 214

Le idee di successo. Il villaggio di Babele

di John Naisbitt pag. 219

Le grida. Gorla lascia e torna con Gardini

a cura di Salvatore Tallarita pag. 220

RAPPORTO

Città d'acqua. Le metropoli controcorrente. Porti riconvertiti in parchi, canali utilizzati come autostrade e avveniristiche dighe per difendersi dalle inondazioni. Venezia lancia un progetto contro l'emergenza mare

di Salvatore Rea pag. 227

RUBRICHE

Dizionario
di Sergio Zavoli pag. 5

Signore e signori
di Giuliano Ferrara pag. 22

La bambina
di Cemak pag. 22

Veleni e pugnali. A cena col cancelliere

di Antonio Caprarica e Giorgio Rossi pag. 23

America. Una notte, in California...

di Vittorio Zucconi pag. 43

Lettere
di Enzo Forcella pag. 240

In fondo. Sotto Scala

di Michele Serra pag. 242

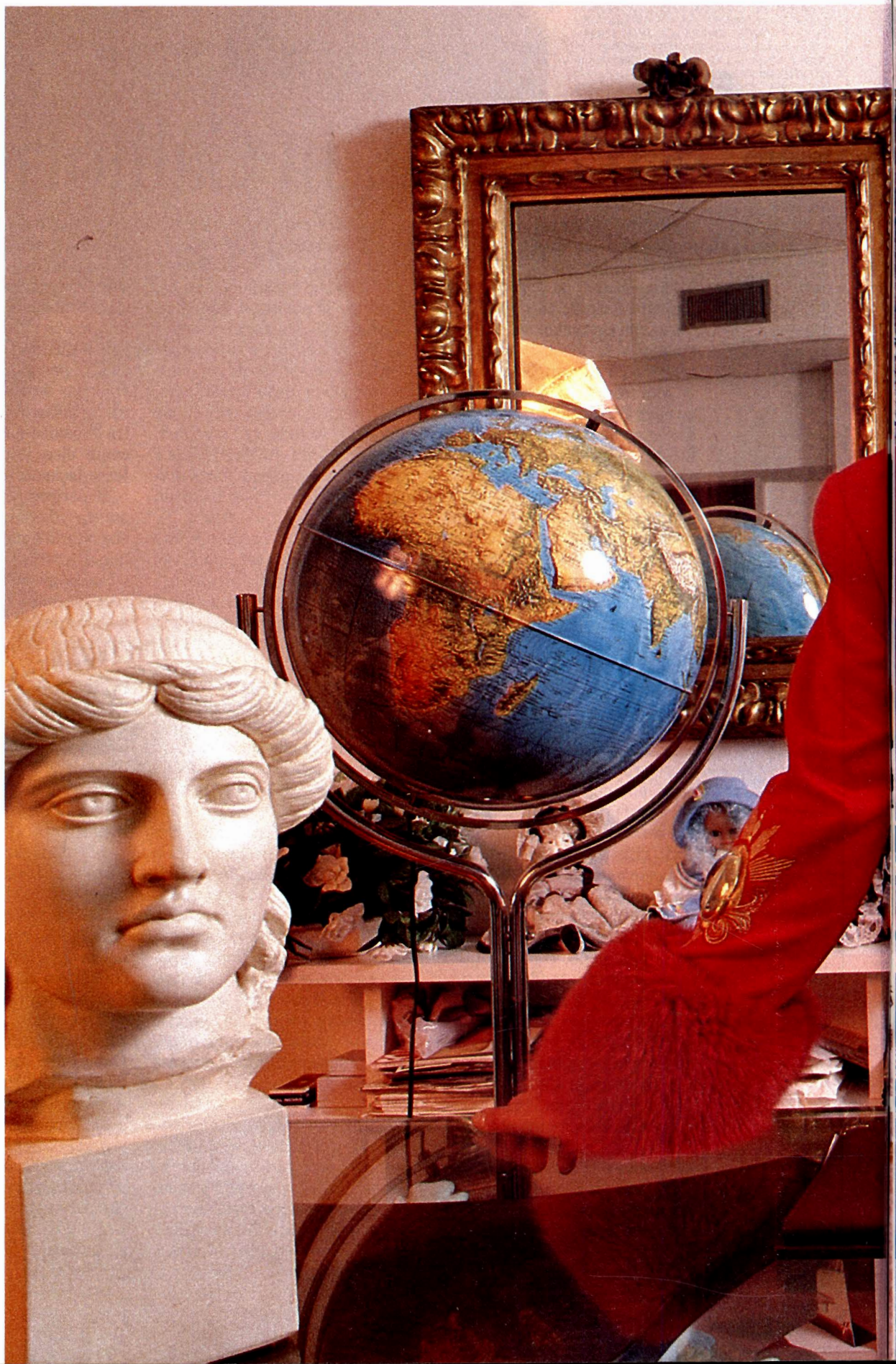
L'EFFETTO WANNA

DI CARLO BRAMBILLA

«Odio la televisione. La odio come le noccioline. Ma non riesco a smettere di mangiare noccioline». Orson Welles, New York Herald Tribune, 1956. (Citazione tratta dal libro Signori miei, di Wanna Marchi).

Con la minigonna a filo del pube, i collant neri, i tacchi a spillo, il giubbotto dark e gli occhiali rotondi scuri, al volante della sua Volvo station-wagon con radiotelefono, Stefania Nobile, più nota alle cronache come «la figlia di Wanna Marchi», ci scarrozza lungo la via Emilia. Chiama casa e avvisa: «Stiamo arrivando con un giornalista». Dietro a noi è seduta lei, mamma Marchi, giacca sgargiante e capelli dritti in testa (coiffeur Gianfranco di Bologna). La strada, squallida, che passa per Ozzano nell'Emilia, tra Bologna e Imola, è una fila di fabbrichette stile «Italia devastata», boutique del mobile, fiere del bagno e del camino, fabbriche di biliardi. Wanna parla in continuazione. Spiega la sua filosofia di vita. Parla di ciò che è bene e di ciò che è male. Mi guardo intorno: l'immancabile pupazzone sul cruscotto, il radiotelefono che lampeggia, le labbra rossissime, sovraccariche, di Stefania, le parole in libertà col tono di voce deciso e assertivo di Wanna. Cerco di capire. Come è possibile che una donna così abbia tanto carisma? Come è possibile che dopo aver riempito le case degli italiani delle sue alghe scioglipancia («centomila dieci chili, duecentomila venti chili»), riesca adesso a convincerli a comprare i biglietti della lotteria di *Fantastico* con risultati così strepitosi (180 mila biglietti venduti a Roma in un solo giorno, gli stessi che senza di lei si vendevano in un'intera settimana) da convincere la direzione della Rai ad assumerla come ospite fissa della trasmissione? Quale strana, misteriosa potenza magnetica ha questa predatrice fanatica che abita il grande suk televisivo, il mercato arabo dei venditori dello schermo?

T. Conti Marka



MARCHI

Un impero da cinque miliardi, una nutrita collezione di denunce e adesso anche «Fantastico». Fatti e misfatti della donna che rincrina l'Italia.

Wanna Marchi alla scrivania del suo ufficio di Ozzano dell'Emilia, in provincia di Bologna.





A sinistra: Stefania Nobile, figlia di Wanna Marchi, al volante della sua Volvo con radiotelefono. Stefania è il braccio destro della madre nell'azienda.

T. Conti Marko

FENOMENOLOGIA DELL'ERINNI

Il primo tratto che colpisce di Wanna Marchi è la sua esagerazione: non si muove, si agita; non parla, urla; non guarda, fissa. Questa mancanza di misura, così tenacemente perseguita di trasmissione in trasmissione, sembra farne soprattutto una macchietta, una vera e propria parodia di se stessa. Quasi che la sua mèta fosse un «assoluto innaturale».

Dunque il contrario di Baudo, il compassato per eccellenza, il cui unico scatto di nervi ha avuto degli effetti a livello di network? Sì e no. Entrambi, sia pur con stili diversi, incarnano l'essenza economica della neotelevisione: l'importante è promuovere, cantanti o creme, scrittori o detersivi, politici o teatranti, o anche semplicemente se stessi. Baudo lo fa con lo spirito del rappresentante di commercio assunto alla carica di addetto alle relazioni esterne. Wanna Marchi lo fa con lo stile dei vecchi banditori di fiera. E come i banditori, la sua tattica è precisa. Primo passo, bloccare l'attenzione del passante, con lo scrosciare dei piatti o con il grido improvviso. Secondo, impostare una sfida, del tipo «chi

osa provare?», o «fatevi sotto, se siete capaci». Terzo, trovare un accordo, basato sulla convenienza reciproca: «Io faccio il mio mestiere, e tu ci puoi guadagnare». Il risultato della manovra è costruire un terreno di interazione reciproca, in cui scambiare merce per denaro, immagini per audience, esibizioni per ascolto. Insomma, il risultato è costruire un punto di comunicazione.

Da notare, nella triplice manovra, che quanto più violenti sono il primo e il secondo momento, tanto il terzo è accolto come una liberazione: l'esagerazione è funzionale al raggiungimento di un consenso. Così come è da notare che i primi due momenti possono essere messi tra parentesi, ma non cancellati: Baudo sembra celebrare solo accordi, ma questo perché lascia ad altri (soprattutto ai giornali che parlano di lui) il creare attenzione e l'inventare sfide.

Piuttosto, l'esagerazione di cui si diceva serve anche ad un'altra cosa. A nascondere il vero terreno su cui Wanna Marchi si pone: quello del quotidiano. Non è un caso che lavori circondata dai figli, chiamati a farle da spalla. Né è un caso che intrattenga i

telespettatori con argomenti del tutto banali, ansie o desideri correnti. Né infine è un caso che i suoi prodotti siano fatti per risolvere problemi di tutti i giorni, un paio di chili di troppo, o un po' di cellulite in vista, e che i loro nomi non mirino all'esotico o all'evocativo, ma vadano sul denotativo e sul casereccio. Insomma, quello di Wanda Marchi non è un salone (di bellezza) ma un salotto (di casa): appunto come quello di Baudo (e prima di lui come quello di Costanzo, inventore del luogo).

Ora la signora è stata assunta nell'empireo di Rai Uno. Nelle televisioni periferiche rimangono i suoi seguaci, il signor Rocco della Roxi-Pellicceria primo tra tutti. Dunque piccoli schermi crescono. Nell'approdo a Fantastico c'è però un rischio, quello dell'istituzionalizzazione: battersi per il bene della Nazione. Non vorrei che dietro l'angolo ci fosse una Pubblicità Progresso. Lo «striz-zapancia», da tutti i punti di vista, è meglio.

Francesco Casetti
docente di sociologia
della comunicazione

all'Università Cattolica di Milano

La sua spiegazione è facile facile, come se non ci fosse niente da capire: «Guardi io sono la persona più semplice del mondo. Ho solo la quinta elementare. Ma sono me stessa. Non ho maschere. E la gente lo sente. Tutto qui. Al pubblico di *Fantastico* ho parlato molto chiaramente: guardate che la fortuna esiste nella vita e passa al vostro fianco tre volte. Bisogna saperla acchiappare. Ma se i biglietti in tasca non li avete come fate a vincere?». E il miracolo si è compiuto. Quello che con gli altri imbonitori invitati da Montesano, Walter Carbone e Paolo Frattini, Riccardo Corredi e Boris Riboldi, non è mai successo, immediatamente si è avverato. Tutti si sono precipitati al bar a fare incetta di biglietti. Con grande gioia della Rai.

Il fenomeno Wanna Marchi sparato in prime-time il sabato sera su Rai Uno è stato clamoroso. Al punto che ormai gli addetti del marketing, i pubblicitari e i semiologi parlano apertamente di «effetto Wanna Marchi» come qualcosa di assolutamente eccezionale nel mondo della televisione. Wanna Marchi non è semplicemente una venditrice più brava, come potrebbe essere Guido Angeli. I suoi programmi sono spettacoli di cabaret con una loro dignità autonoma, indipendente dai prodotti in vendita. I suoi «consigli per gli acquisti» sono consigli di vita. I suoi monologhi sono prediche morali, comizi politici, arringhe sociali. Wanna Marchi non è una venditrice, è un personaggio, una leader, una capopopolo, una santona. Con una caratteristica specifica. Quella di essere estremamente televisiva. Il suo uso della voce, gli strilli improvvisi senza collegamento con il contenuto della frase che sta pronunciando, il look eccentrico da punk e il gesticolare intimi-



Sopra: Wanna Marchi il giorno della sua prima comunione e a 16 anni alla guida di una Vespa. Sotto a sinistra: col marito Raimondo Nobile e il piccolo Maurizio. Sotto a destra: con la figlia Stefania.



Sotto: a Rimini nel 1959. A fianco: in bikini davanti al frutteto di casa nel 1958. Le foto sono tratte dal libro «Signori miei», di Wanna Marchi.



datorio, a dito puntato, sono una miscela spettacolare in grado di catturare per qualche minuto, non fosse altro che per chiedersi «ma chi è questa pazza», anche il più disincantato degli scanalatori del telecomando. Ma se quest'ultimo, per snobismo da esploratore della tivù, sorriderà poi, consapevole dei limiti del personaggio, tutti gli altri, «folla silenziosa» e rincrinata, seguiranno invece senza battere ciglio le sue intimidazioni, le sue blandizie, le sue minacce.

Certo anche il suo «essere se stessa», come dice lei, il parlare in diretta della propria vita, della propria infanzia difficile, del proprio matrimonio fallito, dei propri figli, di tutte le difficoltà e dei dolori quotidiani, è un elemento vincente del personaggio. La biografia di Wanna Marchi (un'autobiografia è perfino nel catalogo dei prodotti in vendita) è una cosa sola col «fenomeno Wanna Marchi». Ce ne parla nella grande villa lussuosa, con piscina, sulle colline di Ozzano nell'Emilia, dove vive ora che è arrivata e arricchita. Ce ne parla in trattoria, davanti a un piatto di tortellini alla buona, ce ne parla nella sua azienda luccicante di specchi, giochi d'acqua, colonne neoclassiche e capitelli, monumento all'imprenditorialità più kitsch. Così sfacciatamente kitsch, sinceramente kitsch, da essere bella come una fantastica scenografia felliniana, divertente e amara. Tragicomica. Come la sua padrona.

«Il paese dove sono nata ha forse una sola cosa bella, quel suo nome lungo e importante, Castelfelfo. Per il resto c'è ben poco. La mia era la classica famiglia contadina di una volta, coi nonni, dei veri paria e poi i figli e tanti nipoti. Eravamo poveri, vivevamo con i frutti della terra e la nostra giornata si svolgeva all'insegna della fatica». Un'infanzia di stenti e di ricordi tristi, come quello della prima comunione. Non avendo i soldi per comprare un vestitino nuovo, la piccola Wanna è costretta a indossare, massimo dell'umiliazione per una



**All'uovo o con ripieno, saporosi o delicati.
Ma tutti della stessa pasta.**



Se non siete per la solita pasta, Giovanni Rana ha creato tanti tipi di pasta fresca, tutti diversi, davvero speciali. Anche ad occhio nudo ogni buon intenditore saprà gustare la freschezza. Con "I Classici di Giovanni Rana" l'appetito vien guardando ed è subito appagato. Bastano pochi minuti e voilà! Paste ripiene, paste all'uovo e gnocchi gustosi sono subito pronti. Ogni giorno, ogni scusa è buona per scoprire di che pasta sono fatti.



MIRACOLO A BOLOGNA

Tre aziende miliardarie, una linea telefonica speciale come quella di Agnelli, 37 denunce e nessuna condanna: storia dell'irresistibile ascesa di Wanna Marchi.

L'ha scritto anche nel testamento che per andare all'aldilà vuole essere truccata di tutto punto, avere il suo walk-man e soprattutto la borsetta con un bel pacchetto di lire. Nelle ultime volontà c'è il riassunto della vita di Marchi Wanna da Castelfelfo, 46 anni portati con sanguigna aggressività. Cosmetici, media e denaro sono i tre capisaldi attorno ai quali s'è giocata la scommessa maturata tanti anni fa sfogliando le pagine di Grand'hotel di questa contadina emiliana diventata la regina dei venditori tivù. Nel business ha esordito a otto anni quando ha venduto per mille lire un paio di orecchini che le zie le regalarono per la prima comunione. «Non mi piacevano» ha raccontato «e così li ho dati via». Ostinata e instancabile lavoratrice, per fare fortuna è emigrata a Milano dove lavorò dal coiffeur Vergottini. L'assunsero come colf ma in poco tempo riuscì a diventare esteticista. Poi ha deciso di tornare in Emilia. E con i quattrini messi da parte ha aperto un negozio a Ozzano. Vendeva profumi e faceva l'estetista in un garage dove aveva sistemato un lettino e qualche altro aggeggio. E fu proprio lì, da Ozzano, un paese dove la Bologna degli artigiani ha costruito il suo miracolo economico, che Wanna ebbe l'incontro folgorante con la tivù. Firmò un contratto per dieci trasmissioni a Telecentro. «Ero convinta di dover spendere 600 mila lire e avevo firmato per sei milioni». Così una sera la Wanda disse ai telespettatori: o comprate o chiudo. In quaranta minuti le arrivarono duemila prenotazioni per i prodotti di bellezza. Il resto è storia recente.

Il suo «imperio» è fatto dalla Wanda Marchi srl di Ozzano, Emilia, che commercializza prodotti «esclusivi». In realtà lei ci mette le etichette e le confezioni perché i cosmetici che ha fatto entrare nelle case di tutt'

Italia sono confezionati dalla Coc e dalla Fitocosmesi. Una scoperta resa possibile da una perizia disposta dal pretore di Bologna chiamato a giudicare sulla qualità dei prodotti commercializzati dalla Marchi. Per questo e per altre storie legate alla sua attività la Marchi ha collezionato 37 denunce, tutte però finite bene per lei. La signora si è trovata a dover rispondere di aver messo in commercio prodotti sanitari senza autorizzazione (ma il procedimento è finito con un'assoluzione); ha dovuto rintuzzare le accuse di aver usato con eccessiva disinvoltura la sua «strategia pubblicitaria» e anche in quell'occasione ha avuto ragione; si è dovuta difendere per alcuni libri contabili che a una ispezione della Finanza erano risultati irregolari. E l'ultima disavventura giudiziaria si è celebrata il 5 maggio scorso quando è stata chiamata a rispondere di cinque fatture non registrate nella contabilità dell'«Istituto di estetica Wanna Marchi» che ha sede sempre a Ozzano, Emilia. Lo gestisce il figlio Maurizio, anche lui piccola star delle tivù commerciali.

Di recente la signora Marchi ha esordito anche nel mondo dello shopping aprendo una boutique (c'è a capo la figlia Stefania) in Galleria Cavour che è il salotto buono della Bologna degli acquisti.

Tre società in piena attività e poi qualche proprietà sparsa nei dintorni d'Ozzano dove la signora ha una bella villa semidistrutta tempo fa da un incendio. Lei parlò senza mezzi termini di attentato. Se è così nessuno l'ha scoperto, certo è che a lei quel disastro è costato un bel pacco di milioni.

Wanna Marchi non molla mai. Ne sanno qualcosa anche alla Sip di Bologna dove la signora ha fatto impazzire i tecnici quando ha preteso l'installazione di una «linea verde».

Che cos'è? Lo spiega la stessa Wannissima: «È una linea

speciale che in Italia hanno la Rai, Agnelli e Wanna Marchi. Cinquanta linee e la precedenza assoluta nella chiamata. Fu proprio Agnelli a consigliarmela. Lo disse a mia figlia Stefania a Chamonix dov'era a sciare».

Ha speso una follia per quella meraviglia tecnologica ma pare che le renda bene: almeno duemila chiamate al giorno e uno stuolo di dieci centraliniste piazzate nella hall un po' hollywoodiana della Wanna Marchi srl con sede in piazza Allende 8 a Ozzano.

Quanto fatturi o guadagni la signora Wanna Marchi è un mistero molto ben protetto, certo è che investe molto e di lei dicono che non fa mai una «spesa a caso». Gli unici dati disponibili sono quelli ufficiali registrati dagli uffici imposte. Nel 1983 Wanna Marchi denuncia un imponibile di 49 milioni mentre la figlia Stefania Nobile aveva un reddito negativo di meno due milioni e 66 mila lire. Per quanto riguarda i fatturati delle società si conosce solo il dato della «Wanna Marchi srl» che nell'84 ai fini dell'accertamento Iva ha denunciato un volume di affari di un miliardo e 912 milioni. Le cifre ufficiali si fermano qui ma secondo stime attendibili l'impero della signora Marchi non vale meno, oggi, di 5 miliardi di fatturato globale. Ma la Wannissima non fa mai mostra di sé. Gira in taxi e in garage ha «solo» una Mercedes 190; si veste nella sua boutique o da Ferré. Ma quando deve togliersi delle soddisfazioni non bada a spese. Lo ha fatto quando si è pagata il suo libro, Signori miei, per raccontare vicende e vicissitudini della sua vita e i suoi rapporti con gli uomini. O quando stava per comprarsi il Diana, ristorante istituzione di Bologna, dove la signora Wanna Marchi è «cliente di riguardo».

Carlo Cambi

bambina di paese, un vecchio vestito ingiallito e pieno di rattoppi di una cugina. O il Natale dove il massimo dei doni erano un paio di arance. La morte del papà e la vita da sposina in casa della suocera cattiva. È la Wanna Marchi strappalacrime, che tocca le corde deamicisiane del cuore. La Wanna Marchi che una notte di Natale dagli schermi di Rete A si metterà a piangere in diretta ricordando la triste fiaba della bambina che aspettava le arance.

Ma a fianco della lacrima sul video c'è anche la grinta e la grande voglia di riscatto sociale. Il desiderio di uscire dalla sua condizione per dare ai propri figli un futuro migliore. È la Wanna Marchi leonessa, che lotta fino all'ultimo sangue per i suoi cuccioli. E in diretta, nei suoi programmi, attacca gli «imbecilli della sua vita». Come quel direttore di banca che schiaffeggerà pubblicamente per aver osato dire a un impiegato allo sportello che le stava gentilmente compilando una distinta di versamento «come sarebbe meglio se le donne stessero a casa a far la calza». C'è poi la tenacia nella lotta alle sventure, della serie «solo chi cade può risorgere», da quando il marito la tradisce per un'altra donna, fino alla separazione, e tutto sembra crollarle addosso, a quando le rubano tutto quello che era riuscita ad accumulare faticosamente. Oppure quando le incendiano, tre anni fa, il negozio che aveva appena ampliato. Tragedie dalle quali Wanna si rialza sempre a testa alta, più forte di prima. E poi la grande simpatia e le capacità da comico professionista quando urla come una pazza ai suoi ascoltatori: «Sgogliatevi nudi e guardatevi davanti allo specchio. Fate veramente schifo!».

Lacrime e risa, coraggio e simpatia, grinta e sincerità, vita bruciata e vita vissuta. Un mix a cui si è aggiunta negli ultimi anni

CITRUCEL

LA FIBRA SI RINNOVA

DALLA METILCELLULOSA

UN NUOVO AIUTO NATURALE CONTRO OBESITÀ, STIPSI, COLON IRRITABILE



UN'ALIMENTAZIONE POVERA DI FIBRA?

Fino a pochi anni fa, la fibra veniva considerata come una componente della nostra alimentazione di scarsa o nessuna importanza. Studi epidemiologici, condotti una quindicina di anni or sono da medici inglesi, tendenti a correlare l'incidenza di certe malattie in alcune popolazioni con il tipo di alimentazione che seguivano, hanno ridato alla fibra la sua giusta importanza per la prevenzione di specifiche patologie a carico del sistema gastrointestinale. Purtroppo, questo processo di riscoperta avveniva con qualche anno, se non addirittura con qualche decennio di ritardo.

Le abitudini alimentari delle popolazioni dei paesi occidentali erano infatti andate via via modificandosi, fino al raggiungimento del modello attuale: un'alimentazione con molte proteine, molti zuccheri ma poche fibre. Ed è proprio in questo che sembra risiedere la causa dell'elevata incidenza di stipsi cronica, colon irritabile, diverticolosi, emorroidi, obesità e altre malattie ancora diffuse tra le popolazioni del mondo occidentale.

Riscoperta ed accettata l'efficacia della fibra, rimane la difficoltà di assumerne una sufficiente quantità attraverso l'alimentazione quotidiana.

Per risolvere questo problema sono nati molti integratori alimentari. La maggior parte a base di crusca. Ma con alcuni di questi bisogna fare dei sacrifici: spesso sono di sapore sgradevole, "abrasivi" per la gola e le tonsille, inoltre affinché siano efficaci, occorre assumere quantità enormi.

Che fare allora?

CITRUCEL INTEGRATORE DI FIBRA

L'evoluzione tecnologica ha permesso la creazione di integratori di fibra "più moderni", in grado di soddisfare le nostre maggiori esigenze.

Un esempio è Citrucel, prodotto dietetico, integratore di fibra a base di metilcellulosa. La novità di Citrucel è nel suo componente base, la metilcellulosa, che ha permesso di risolvere i problemi di tipo organolettico, mantenendo tutti quei vantaggi correlati alle fibre.

Citrucel infatti, si scioglie completamente in acqua diventando una gradevole bevanda al sapore d'arancia. Non è più necessario "inquinare" tutte le bevande o deglutire enormi quantità di pillole, basta una bustina di Citrucel al giorno per assicurarsi un'adeguata quantità di fibra; ed aiutare l'intestino a mantenere una corretta attività.

Citrucel presa prima dei pasti, dà inoltre una sensazione di sazietà, riducendo l'eccessivo appetito. È un ottimo coadiuvante durante una dieta dimagrante perché fornisce la quantità di fibra necessaria alla funzionalità intestinale che spesso viene alterata da una ridotta alimentazione.

In più Citrucel, aiuta l'organismo a limitare l'apporto calorico totale e grazie alla metilcellulosa, non provoca fastidiosi fenomeni di meteorismo.

PERSONE/WANNA MARCHI

la nota sexy ruspante della figlia Stefania, che ama presentarsi sullo schermo, a fianco della madre, mostrando ai gentili clienti le sue gradite doti fisiche. E così, alla fine, nella sterminata noia e prevedibilità dei programmi televisivi statali e berlusconiani, dopo mortali telegiornali lottizzati dai partiti, insopportabili serial americani e squallidi programmi di intrattenimento, trovare finalmente un programma genuino come quello di Wanna Marchi può essere la più piacevole scoperta televisiva della serata. Finalmente si possono godere momenti di inarrivabile comicità, di laceranti passioni, di commovente partecipazione, di abilità oratoria e di grande teatro.

E pensare che se si vanno ad analizzare i contenuti delle affermazioni di Wanna Marchi si scopre che non sono altro che una collezione sterminata di luoghi comuni. Alcuni anche agghiaccianti nell'estremismo qualunque piccolo borghese che li caratterizza.

«Le femministe»? Si chiede. «Sa quando una donna è femminista? Quando è brutta». E la figlia aggiunge: «Gli uomini? Non ci sono più veri uomini. Io voglio un uomo che mi stia sopra, non sotto». «Il lavoro»? Si chiede la Wanna, «io mi diverto a lavorare. Sono cinque anni che non faccio vacanze. Ho passato solo quattro giorni questa estate nella mia casa di Porto Cervo, in Sardegna». Però, Porto Cervo, mica male. «Ah, ma i soldi io me li sono guadagnati lavorando, sa? Il Terzo Mondo? La verità è che là non hanno voglia di lavorare. Hanno la terra, una natura splendida. Perché non la coltivano invece di lamentarsi? Il destino dipende soltanto ed esclusivamente da noi. È troppo comodo dire che dipende dagli altri». Già.

E la pena di morte? «Ah, guardi io sono favorevolissima alla pena di morte. Qui in Italia stiamo confondendo la democrazia con la libertà di fare quello che si vuole. Per me gli spacciatori, gli stupratori, i sequestratori di per-

sona, vanno tutti messi al muro. Non starei neanche a chiedere loro perché lo hanno fatto». E la politica? Signora Wanna che partito vota lei? «Ah, guardi io sono apolitica. In qualsiasi partito ci sono persone per bene. Ho avuto più di un partito che mi ha chiesto di candidarmi nelle sue liste, ma non le dico quali. Per adesso ho detto di no, ma certamente in Parlamento farei meglio di quella schifosa di Ciciolina».

Ma signora Wanna non sarà mica contro il sesso? «Ah, Ciciolina è squallida, squallida e squallidi sono quelli che la guardano. Il sesso è una cosa molto importante quando si fa con amore. Il sesso da solo non mi interessa più di tanto. Mi interessa l'amore».

È cattolica Wanna Marchi? «Sono molto cattolica, cattolicissima, ma non vado a messa la domenica. Cosa serve andare a messa la domenica? Tutte le settimane però, con mia figlia Stefania vado da San Gennaro, a Napoli, a portare quattrini ai poveri. Io adoro Napoli e tutti i napoletani e i napoletani mi adorano. Lo sa, a Napoli mi hanno detto che contano soltanto quattro persone: Dio, San Gennaro, Maradona e Wanna Marchi».

Sarà la carica così eccessiva, esagerata, megalomane, delle sue affermazioni. Sarà l'aspetto caricaturale e surreale del personaggio. Sarà la carica comica del tono di voce, ma anche la peggiore Wanna Marchi, quella dei luoghi comuni più becchi, non fa mai arrabbiare. Fa ridere, sorridere e qualche volta, al massimo, pensare. La giovane estetista di provincia, la famosa venditrice televisiva, l'imbonitrice di biglietti della lotteria di Fantastico ha imboccato ormai una nuova strada che se non la porterà presto su qualche scranno del Parlamento o alla testa di una nuova setta televisiva, la porterà comunque ad occupare una pagina significativa nella storia del costume di questa inquietante fine secolo.

Carlo Brambilla