

OH, YEAH, CIAO, OLA

"On line". Non più solo in tv, ma anche in "rete": **avere una "cosa" da dire e capire le "cose" degli altri**. L'Editore del "New York Times" ha fissato nel 1 gennaio 2013 la data dell'ultima copia cartacea. Da quella data il NYT sarà solo "on line" con i giornalisti che in "tempo reale" faranno il giornale e aggiorneranno le notizie. **La tv generalista sta perdendo pubblico** (più della metà della popolazione non guarda questa tv), **perché la sua credibilità sta diminuendo**: nelle news e nello show; importiamo molte più fiction di quante non riusciamo ad esportarne, al seguito di un cinema le cui storie, in genere, arrivano con difficoltà a Lugano; la linea dei "talk" è, con il bla bla delle "heads talking", quasi più influente di quella degli "approfondimenti" dei giornalisti e così dobbiamo registrare su temi sensibili anche l'opinione di Flavia Vento. Ci dicono che oggi la Società si accontenta di specchiarsi nel "reality"; una volta si diceva che la tv era lo specchio del Paese: **per molti aspetti questa tv mi sembra più indietro del Paese reale**. La tv generalista non intercetta più le novità, non anticipa più il futuro. E' la "rete" che sempre di più utilizza la tv come contenitore per le sue news. La tv sembra immobile e passiva, se essere attivi in tv vuol dire partecipare alla farsa del televoto... Con "MARIO MAFFUCCI COMUNICATION" entro in una nuova "community": l'orizzonte cambia, sono in contatto con il Villaggio. **Avere una "cosa" da dire e capire le "cose" degli altri**. Per chi, come me, nel fare tv per trent'anni ha garantito affidabilità professionale allo "star system", ma ha avuto anche un intenso rapporto con il pubblico, comincia un nuovo cammino. **Avere una "cosa" da dire e capire le "cose" degli altri**. E' come "debuttare". Sono emozionato.

MARIO MAFFUCCI

*Giornalista professionista
sposato con due figli.*

*Trenta anni di esperienza
tutti sul prodotto televisivo,
al quale ha assicurato*

*(dirigendo lo spettacolo di Rai Uno dal 1987 al febbraio 2000)
centralità nelle scelte del pubblico e
affidabilità per lo «star system».*

*Informazione, Intrattenimento
ma soprattutto Spettacolo. E Grandi Eventi,
quelli che, nella memoria collettiva, hanno costruito
l'immagine dell'antenna leader del sistema televisivo pubblico
(Festival di Sanremo, La grande notte della moda, Miss Italia,
Grandi Mostre Live, Pavarotti & Friends).*

*Ha lasciato la RAI nel marzo del 2000
per confrontarsi sul mercato da **libero professionista**
nell'area dell'informazione, della creatività,
della consulenza e della produzione multimediale.*

MM IN REAL TIME

*Ha svolto per due anni dal 2003/2004
l'incarico di **docente** presso
la Nuova Università del Cinema e della
Televisione in Cinecittà a Roma.*

*Seminario 2006 con l'Università di Bologna
Cattedra Diritto dell'Informazione e Laboratorio di Tivù
per le attività giovanili del Comune di Bologna nel 2004 e 2005.*

*Ha collaborato nel 2005 con il **Reggio Parma Festival**,
progettando una Sezione Cinema e il
Format per il Concorso Lirico.*

*E' dal 2005 **consulente per Regione Veneto**
in alcuni progetti di promozione del territorio attraverso
la televisione e ha collaborato con la
Pontificia Commissione del Vaticano
per i Beni Culturali e Artistici della Chiesa
a proposito degli Eventi televisivi;*

*collabora con la **Società Polivideo** per l'ideazione e la produzione
di format originali e con la **Società Bluimage**.*

*E' membro del **Comitato Nazionale per i 500 anni della
Basilica di San Pietro** istituito dal
Ministero per i Beni e le Attività Culturali.*

*Consulente di Rai Educational per la trasmissione "**Tv Talk**".*

In poche parole, nei 30 anni di lavoro nel settore della televisione
Mario Maffucci ha...

...avuto l'intuito di puntare, per primo,
su testimonials e conduttori come:

PAOLO BONOLIS
CARLO CONTI
FABRIZIO FRIZZI
GIORGIO PANARIELLO
TEO TEOCOLI
(da Mediaset a Rai)

...proposto in televisione le più belle "risate" degli italiani con:

ROBERTO BENIGNI
BEPPE GRILLO
IL CABARET DEL SALONE MARGHERITA
il TRIO (MARCHESINI – LOPEZ – SOLENGHI)

pagando, di persona in azienda, i contraccolpi della società civile e politica

...individuato, sperimentato e fatto crescere formati televisivi,
che molte gestioni dell'Azienda RAI hanno poi valorizzato:

I CERVELLONI
PER TUTTA LA VITA
SCOMMETTIAMO CHE?
FANTASTICA ITALIANA

...introdotta in una Rete, che aveva come picco di ascolto
soltanto il Festival della Canzone Italiana di Sanremo,

l'atmosfera e il sound dei

GRANDI CONCERTI ROCK

(Madonna, Prince, Pink Floyd, Vasco Rossi, Lucio Dalla,
Gianni Morandi e Claudio Baglioni)

fino allo storico incontro tra

GIOVANNI PAOLO II e BOB DYLAN

...proposto per primo il top della moda italiana
come grande spettacolo, raffinato ma popolare con

SOTTO IL CIELO DI ROMA, LE STELLE DELLA MODA

lavorando con Armani, Gianni Versace, Valentino,

Dolce & Gabbana, Fendi e Gianfranco Ferrè

...portato in piazza, rinnovandone la formula,

LO SHOW DI CAPODANNO

...ha interfacciato, per la prima volta nel sistema radiotelevisivo,

la **RAI** con **INTERNET** in occasione di

GRANDI MOSTRE ON LINE

la cui "Prima" televisiva ha proposto in prima serata
(nella Rai dei Professori), la "Grande Architettura del Rinascimento"
da "Palazzo Grassi" e la creatività italiana dal 1943 al 1968
dal "Guggenheim" di New York

Facendo televisione con:

ANTONIO ALBANESE, PIERO ANGELA, RENZO ARBORE, LINO BANFI, PIERO BADALONI, PIPPO BAUDO, LUCA BARBAROSSA, ENZO BIAGI, MIKE BONGIORNO, PAOLO BONOLIS, MIGUEL BOSE', CANNELLE, LUCA CARBONI, GABRIELLA CARLUCCI, MILLY CARLUCCI, RENATO CAROSONE, RAFFAELLA CARRA', JOSE' CARRERAS, LETITIA CASTA, ADRIANO CELENTANO, CLAUDIO CECCHETTO, PIERO CHIAMBRETTI, CARLO CONTI, MAURIZIO COSTANZO, GIOBBE COVATTA, PEPPINO DI CAPRI, PLACIDO DOMINGO, JOHNNY DORELLI, ANNA FALCHI, FABIO FAZIO, SABRINA FERILLI, GIULIANO FERRARA, I FICHI D'INDIA, PIPPO FRANCO, LEO GULLOTTA, EVA HERZIGOVA, ENZO IACHETTI, CLAUDIA KOLL, LUCA LAURENTI, MARISA LAURITO, CARMEN LA SORELLA, ORESTE LIONELLO, GIANCARLO MAGALLI, MALANDRINO e VERONICA, ALESSIA MARCUZZI, VALERIA MARINI, MILVA, MICHELE MIRABELLA, ENRICO MONTESANO, SANDRA MONDAINI, ANNA OXA, BARBARA PALOMBELLI, GIORGIO PANARIELLO, ALBA PARIETTI, LUCIANO PAVAROTTI, MAX PEZZALI, DANIELE PIOMBI, VERONICA PIVETTI, PAMELA PRATI, GIGI PROIETTI, EROS RAMAZZOTTI, MASSIMO RANIERI, LUCIANO RISPOLI, MELBA RUFFO, TEO TEOCOLI, MARA VENIER, SIMONA VENTURA, BRUNO VESPA, RAIMONDO VIANELLO, VITO e alcuni altri. Spaccato del nostro star system.

Facendo squadra, in occasioni diverse, con:

ADRIANO ARAGOZZINI, GIORGIO ARMANI, ERNESTO ASSANTE, BIBI BALLANDI, SERGIO BARDOTTI, PAOLO BELDI', PAOLO BIAMONTE, CARLO BIXIO, ALVISE BORGHI, ALFREDO CERRUTI, MASSIMO CATALANO, LUIGI CIOTTI, RICCARDO CORATO, DOLCE & GABBANA, FABIANO FABIANI, CLAUDIO FASULO, ENZO FORCELLA, FRANCESCO FREIRIE, CARLO FUSCAGNI, PIETRO GALEOTTI, GIORGIO GAMBINO, VALENTINO GARAVANI, BRANDO GIORDANI, MARCO GIUSTI, STEFANO JURGENS, CARLO LATINI, CASIMIRO LIETO, BEPPE LISI, MARCO LUCI, ROSANNA MANI, NICOLETTA MANTOVANI, LUIGI MARTELLI, MASSIMO MARTELLI, NELLO MARTI, GIAN MARCO MAZZI, EMANUELE MILANO, GIOVANNI MINOLI, ENZO MIRIGLIANI, FEDERICO MOCCIA, GIANLUCA PECCHINI, CESARE PIERLEONI, NINNI PINGITORE, PIPOLO, LUISA PISTOIA, UGO PORCELLI, MARCO POSANI, LUCIO PRESTA, GIANNI RAVERA, MARCO RAVERA, ANTONIO RICCI, LUIGI RICCI, LORETTA RICCI, MASSIMO RUSSO, DANIELE SALA, MAURIZIO SALVADORI, TATTI SANGUINETTI, STEFANO SANTUCCI, MIMMO SCARANO, PAOLO SCOTTI, GIAMPIERO SOLARI, GIOVANNI TANTILLO, ENRICO VAIME, GIANNI VERSACE, CARLA VISTARINI, DINO VITOLA, DAVID ZARD, ALESSANDRA ZINGALES.

Spaccato del nostro Paese nella imprenditorialità e professionalità per lo spettacolo.

ASCOLTO TOP TEN

Grande attenzione all'ascolto, al consenso cioè che il pubblico dà alla proposta televisiva. Scelti per risultato e qualità una top-ten, tralasciando gli "epici" ascolti del Festival di Sanremo che Maffucci ha gestito dal 1982 al 2000.

1987 FANTASTICO 8 con Celentano 13 puntate
53,09% 11.402.000

1987 CONCERTO DI MADONNA
61,53% 14.216.000

1988 FANTASTICO 9 con Montesano 13 puntate
49,68% 11.208.000

1990 PARODIA PROMESSI SPOSI 5 puntate
38,86% 10.878.000

1992 SCOMMETTIAMO CHE 14 puntate
43% 10.361.000

1993 BEPPE GRILLO SHOW
39,74% 12.776.000

1994 BUCCE DI BANANA 8 puntate
41,39% 10.289.000

1995 MISS ITALIA
54,36% 10.138.000

1996 PARTITA DEL CUORE
49,02% 10.196.000

1996 BEATO TRA LE DONNE VIP
44,07% 10.400.000

MARIO MAFFUCCI

Allo spettacolo approda attraverso un percorso di televisione di "attualità e costume", fatto di trasmissioni di impegno sociale e culturale (che conduce anche in video) tra le quali "IL PIANETA DEI DINOSAURI" (ha l'onore di una replica; è realizzato dieci anni prima di quello di Piero Angela), "SPAZIO", il rotocalco dei più giovani (200 numeri), "DROGA, CHE FARE?" (1984), la prima trasmissione ad occuparsi di assistenza ai tossicodipendenti, ed "APRITI SABATO" (1987), un rotocalco di intrattenimento familiare che, all'epoca, fa tendenza. "Droga che fare" diventa un libro.

Presentazione di Sandro Pertini.

Forma e consolida il mestiere di "fare televisione" in tre diverse "botteghe d'arte": quella di Pippo Baudo (una "televisione in grande" generalista, saldamente ancorata alla tradizione del teatro leggero in Italia), quella di Celentano (imprevedibile nella sua spettacolarità) e quella di Renzo Arbore (divertente, leggera, colorata ed autoironica).

Il contatto con lo star system riconosce a **Mario Maffucci** una leadership di idee ed innovazione che gli permettono di superare la cosiddetta "guerra dei divi" ingaggiata dal mercato alla fine degli anni '80. Realizza formule e sperimentazioni di spettacolo popolare che segnano, in più di un'occasione, l'evoluzione dell'offerta televisiva dell'intero settore in Italia.

E' il caso del "**FANTASTICO**" (1987) con Adriano Celentano, quattordici ed unici "sabato sera" (diventati una leggenda) che mettono in crisi la

concorrenza che era pronta con il "Festival" di Baudo a dare il colpo di grazia alla Rai, ormai quasi raggiunta negli ascolti. L'edizione insolita e popolare dei "**PROMESSI SPOSI**" (1990), affidata al trio Marchesini, Lopez, Solenghi: una scelta coraggiosa (trasmessa, per altro, in concomitanza con l'ultima edizione tv del romanzo di Manzoni curata da Salvatore Nocita) che registra posizioni non univoche in azienda, ma che apre un dibattito sulla divulgazione culturale per un grande classico della nostra letteratura, incassando, tra l'altro, un fortissimo consenso da parte del pubblico.

Anche **BEPPE GRILLO** si affida a **MARIO MAFFUCCI** per gli ultimi due show apparsi in una tv generalista (1995)...

Promuove e gestisce lo sviluppo dell'idea televisiva di cabaret firmata da Pier Francesco Pingitore: **BIBERON** (1987/89) scoperto con successo in seconda serata, viene riproposto per alcuni anni in prima serata, registrando un crescente favore del pubblico, per titoli che sono diventati un "cult di televisione popolare": "**CREME CAMEL**" (1990/92), **SALUTI E BACI** (1993), **BUCCE DI BANANA** (1994). Porta per primo al successo in collocazioni strategiche e importanti il "game show", utilissimo per la serialità industriale della televisione: **SCOMMETTIAMO CHE** (1991) infatti viene riproposto per dieci anni da diverse gestioni dell'azienda (e ancora in onda nella stagione 2003/2004). Su questo percorso, alcuni esperimenti che trovano altra ed originale espressione nella fortunata serie della trasmissione "**I CERVELLONI**" (1994), o in quella di "**BEATO TRA LE DONNE**" (1994), o ancora in quella di "**FANTASTICA ITALIANA**" (1995) contenitori del "varietà della porta accanto", quel "real show" che si propone e si consolida ad alti livelli d'ascolto.

Dalla serialità industriale allo spettacolo d'autore:

con alcune collaborazioni autorevoli, come quella con **Renzo Arbore**, con il quale “rilegge” la storia del Festival in “**ASPETTANDO SANREMO**” (partecipa un Lino Banfi divertentissimo), i grandi protagonisti del passato come **TOTO**, oppure “fruga” tra le memorie della televisione con la Laurito in “**MARISA LA NUIT**” (1987).

Sostenendo la linea di valorizzare la tradizione nell’ottica di un respiro internazionale, **Mario Maffucci** contribuisce ad un ritorno della grande opinione e della attenzione popolare sul “**FESTIVAL DI SANREMO**” di cui costruisce pezzo per pezzo l’attuale grande, inimitabile macchina organizzativa; dal 1982 al 2000 è partner di G. Ravera, C. Bixio, A. Aragonizzini e Pippo Baudo, prima di diventare **in prima persona responsabile della Rassegna dal 1997 al 2000**: le edizioni con Mike Bongiorno, Piero Chiambretti e Valeria Marini; con Raimondo Vianello, Veronica Pivetti ed Eva Herzigova; con Fabio Fazio, Renato Dulbecco e Laetizia Casta; con Fabio Fazio, Luciano Pavarotti, Teo Teocoli e Ines Sastre, una kermesse in crisi di identità che registra una serie di successi ancora oggi ricordati dalla stampa (vedi edizione 2001, 2000, 1999, 1998, 1997).

Ma il contributo all’industria culturale del nostro paese, canalizzata nella logica dei grandi eventi musicali che rompono l’egemonia culturale del festival, transita attraverso la realizzazione di numerosi concerti ed anteprime mondiali: si riconoscono in **RAIUNO** dal 1988 al 1991 grandi star come **Madonna** (due concerti di cui il primo a Torino è clamoroso) **Prince** (Dortmund), **Pink Floyd a Venezia**, **Lucio Dalla**, **Gianni Morandi**, **Vasco Rossi**, **Claudio Baglioni**, per la prima volta in tv allo Stadio Olimpico.

Questa esperienza gli consente di condurre un serrato confronto all'interno dell'azienda per conquistare **il Concerto del 1° Maggio con i Sindacati** a Piazza San Giovanni.

Nella linea dei grandi eventi musicali merita una nota a parte lo storico incontro del 27 settembre 1997 a Bologna, in preparazione del Giubileo, tra **SUA SANTITA' GIOVANNI PAOLO II**, artisti del circuito musicale internazionale e 400 mila giovani, in occasione della chiusura del 23° C.E.I. Nel cast d'eccezione **Bob Dylan, Adriano Celentano, Andrea Bocelli, Michael Petrucciani, Lucio Dalla, Gianni Morandi**. Lo "show" di questo straordinario "dialogo", prodotto da Bibi Ballandi e trasmesso in mondovisione da **RAIUNO** determina una svolta epocale tra la Chiesa ed i Giovani nel rapporto con la musica pop e con la televisione.

La musica in primo piano,
ma anche spettacolo con attenzione alla cultura.

Di qui la grande sfida con la "**NOTTE DELLA MODA**" (dal 1987), che prima da Piazza di Spagna, poi da Piazza Navona e infine da Piazza del Popolo, porta in passerella l'eccellenza dell'italian style : "**SOTTO IL CIELO DI ROMA**" **Armani, Valentino, Versace, Dolce&Gabbana, Gianfranco Ferre', Fendi**. Si è aperta con i grandi stilisti una vivace e costruttiva collaborazione creativa che rende questo appuntamento uno dei più affascinanti ed esclusivi eventi televisivi di RAIUNO, spettacolo che nessuno ha più saputo realizzare.

Moda e musica, ma anche una particolare attenzione all'arte che diventa intrattenimento di "prima serata" con "**GRANDI MOSTRE LIVE**" (1995): questo programma ne costituisce l'esempio più rilevante con

milioni di telespettatori che, mediati da originali formule di televisione semplice, diretta e popolare, interpretata dai personaggi più popolari della Tv, scoprono al grande pubblico

il genio dei grandi costruttori del Rinascimento da Palazzo Grassi in Venezia, fino ai protagonisti della creatività della “Metamorfosi Italiana” nel dopoguerra, dal Guggenheim di New York (la pittura, il design, la moda dal 1943 al 1968).

Il “**PAVAROTTI & FRIENDS**” (1992) rappresenta una svolta mediatica resa possibile dallo speciale rapporto di fiducia del maestro con Maffucci: riesce il tentativo di coniugare alle sensibilità giovanili, e al grande pubblico, attraverso il pop e il rock dei nostri giorni, la nostra musica lirica. Mario Maffucci si fa carico, anni prima dell’arrivo di Nicoletta Mantovani, della fascinosa ma sgangherata macchina produttiva, andata in onda per la prima volta a Telemontecarlo. Dalla seconda edizione rilancia la magia irripetibile del duetto fra personalità artistiche molto diverse (Pavarotti con Bono, M. Bolton, Zucchero, Ricky Martin, Sting, Irene Grandi, Elisa, Laura Pausini tanto per fare qualche esempio).

Senza dimenticare “**la musica pop nelle piazze d’arte**”: occasione suggestiva di incontro e strumento di comunicazione. Un esempio per tutti “**TE VOIO BENE ASSAIE**” (1996), l’annuale omaggio a Caruso dalla Piazza del Plebiscito di Napoli che la Linea Spettacolo di RAIUNO fa diventare uno dei principali appuntamenti estivi della Rete

e l'inizio di un trend televisivo, che trova poi in alcuni show di fine anno la dimensione più popolare e fascinosa delle città (Roma, Palermo, Firenze, Napoli, Verona, Catania).

Interessante la ristrutturazione dell'appuntamento di **"MISS ITALIA"** (1987) che ha curato fino al 2000, prima di allora spettacolo di secondo piano, oggi una serie di cinque show (uno è dedicato alle ragazze delle nostre comunità all'estero) che alla fine dell'estate è campione d'ascolto (attualmente il prodotto da un punto di vista televisivo è imbarazzante) E nel susseguirsi di grandi appuntamenti di comunicazione, attualizzando i criteri della solidarietà, Mario Maffucci realizza **"LA PARTITA DEL CUORE"** (dal 1992), una delle più utili parentesi di spettacolo sociale che ancora oggi la tv di Stato può vantare, portata ad oltre 10 milioni d'ascolto.

Tessera Ordine Nazionale dei Giornalisti
Elenco Professionisti dell'Ordine Interregionale del
Lazio Umbria Abruzzo e Molise
n. 23629 dal 13/01/1978