

BIRRA E CINEMA

Correva il **2006**, quando la **Heineken** impose come contratto di far bere la birra a James Bond al posto del celebre Vodka (oppure il Vesper) nel film *Casino Royale*. Se questo è il primo tentativo di modificare le abitudini di un personaggio in cambio di sponsorizzazione, vi sono tuttavia altri esempi del consumo della *bionda* nel cinema. Negli anni Trenta iniziò la pubblicità della birra sulle riviste e nei manifesti, ma si diffuse solo negli anni Cinquanta: erano i tempi in cui il vino era considerato bevanda "da grandi", mentre le birre, con la sua limitata alcolicità, doveva conquistarsi una sua fetta di mercato.

Nel **1964** la *bionda* la vediamo tra le mani di Totò nel film *Totò, Peppino e le fanatiche* (1964), quando insieme a Peppino de Filippo, tentano di conquistare due turiste tedesche. E si sa, la birra in Germania ha il suo habitat naturale: quindi quale migliore bevanda se non quella per entrare in sintonia con le belle turiste straniere?



Sempre negli **anni Sessanta** esce *Fumo di Londra* (1966), con Alberto Sordi, dove il protagonista prende contatto le trasgressioni sessuali e alcoliche della nuova generazione ribelle recandosi a Londra. L'impulso che diede questo film agli italiani fu quello di mostrare le immagini dei pub londinesi affollati di giovani ribelli.

Il merito di aver collegato birra e ricerca di avventure, non va solo a questi film, ma anche alle varie pubblicità che hanno costruito un'immagine della birra come elemento essenziale dello spirito giovanile. Anche recentemente, in *Gomorra 3* soprattutto, la fiction tratta dall'omonimo romanzo, vedremo che i vari "baby boss" trascorrono i loro momenti di relax sorseggiando birra (rigorosamente senza bicchiere), mentre i rampolli dell'alta società, in combutta con loro, assaporano invece calici di vino. La birra diventa quindi elemento quasi per poveri e scanzonati, mentre il vino all'opposto, prodotto elitario e per degustatori. Non a caso solo negli ultimi anni in Italia sono apparsi prepotentemente corsi di degustazione per la birra, al contrario di quelli sul vino che sono oramai decenni che si propongono.



In effetti un bell'impulso all'accostamento birra = bionda (magari straniera), la diede la pubblicità della **Peroni** che usò varie procaci bionde dai seni prosperosi, come la Solvi Stubing (scomparsa nel 2017). "*Chiamami Peroni! Sarò la tua birra!*", era questa la frase che ricorrerà spesso.

<http://m.youtube.com/watch?v=dHNKE8VZVnl&feature=youtu.be>



Iniziò così a diffondersi l'assioma birra = conquista, o meglio la speranza di fare scintille, soprattutto verso le turiste europee. Sarà anche così per Enrico Maria Salerno che nel film *L'Ombrellone* di Dino Risi, del **1965**, interpreta la parte di un uomo ammogliato in cerca di avventure a Riccione, sorseggiando una birra nei vari locali.

Nello stesso periodo la birra imperversa nei grandi schermi con film con protagonisti cantanti del momento. Elencarli tutti non è semplice, ma basta rivedere i film dell'epoca per accorgersene.

Vi sono innumerevoli scene (su Youtube) che riguardano la birra. Tra le più divertenti, vi è sicuramente quella in cui Bud Spencer decide di giocare l'auto con Terence Hill, a "*birra e salsicce*".



<http://m.youtube.com/watch?v=dAla99irBLo>