

## PERSONAGGI

### CONNERY II

Le diaboliche invenzioni che i grandi magazzini chiamano, con termini ancora ignoti al marito che si fa scegliere i calzini dalla moglie, « produzioni derivate », « coordinati » e simili, sono un tipo di reazione a catena per convincere il cliente, partito per un solo acquisto, a farne molti altri, col pretesto che col primo hanno strettissimi rapporti di indispensabilità. È una trovata di consumo anglosassone, o piuttosto americana. Bond, come Mickey Mouse o i 7 nani, non è soltanto un grosso affare cinematografico o di stampa. Lo è pure per i dischi, l'abbigliamento, i cosmetici, i giocattoli. L'etichetta « 007 » ha fatto incassare solo negli USA una cinquantina di milioni di dollari.

Trascinato dalla febbre dell'allineamento, un produttore romano ha pensato al più naturale « derivato » di Connery: a suo fratello minore. Dean C., ex muratore passato al ruolo di industriale edile grazie al buon vento che spira in famiglia, a giudicarlo dai rotocalchi è una brutta copia del primogenito: più bassotto, più rincagnato, con un paio di baffi passati di moda, un bamboccesco doppiamento. Una via di mezzo tra Franco Franchi ed il ministro Preti: insomma, il *sex-appeal* in valigia.

Allo stato naturale, prima dello sforzo mimetico del regista Peter Baldwin (genero di De Sica), picchia bene, ma bacia male. Chi lo lancia è convinto, però, che nel mondo del cinema si può vincere il campionato di serie A con giocatori da B.

Seppure le sue *partners* verranno scelte nel già scelto harem delle bambole di Sean ed i fondi non saranno reperiti unicamente nel paradiso perduto delle cambiali in fondo al Tevere, ci rattrista immaginare il volenteroso boss di Edinburgo, già complessato per il troppo brusco passaggio dalla cazzuola al regolo, aggirarsi nel bosco della concorrenza (fratello escluso) tra grinte alla Constantine e alla Coburn. Eppure, il James Tont della situazione non è proprio lui.

I. S.