

SPETTACOLI

Bilancio di un anno a Hollywood. Il box office in calo rispetto al '90
I registi di colore hanno firmato i film più economici e redditizi
La presenza giapponese (Sony e Matsushita) è sempre più ingombrante
«Terminator 2»: come incassare 200 milioni di dollari e vivere infelici

America in giallo e nero

Un 1991 con incassi inferiori al 1990 e al 1989: Hollywood esce da un anno difficile, in cui fra l'altro la presenza degli investitori giapponesi (Sony, Matsushita, Toshiba) è diventata sempre più forte e «visibile». Ma il dato fondamentale è un altro: film di successo, ma costosissimi come *Hook* e *Terminator 2* faticano a rientrare delle spese, e le majors cercano di contenere il budget. Verso un '92 austero?

ALBERTO CRUPI

Quando nel XXI secolo qualcuno scriverà la storia di Hollywood, dovrà ricordare il 1991 come l'anno del sorpasso e l'anno del paradosso. Il sorpasso è quello della Sony, che grazie al controllo della Columbia-Tristar si è aggiudicata il primo posto nella classifica degli incassi. Il paradosso è quello di *Terminator 2*, il film che ha spopolato nei cinema Usa contribuendo al suddetto trionfo Sony (era distribuito dalla Tristar), senza però salvare la casa di produzione Caroleo (nella quale la Rizzoli ha una quota del 5%) dal rischio di bancarotta. Un paradosso solo apparente, dovuto al fatto che il kolossal di James Cameron con Arnold Schwarzenegger è costato l'enormità di 55 milioni di dollari. I calcoli degli analisti di Wall Street dicono che un film, per guadagnare, deve incassare almeno il triplo del cosiddetto «costo industriale» (le spese che vanno dalla messa in cantiere del progetto all'uscita della prima copia dai laboratori di stampa); al quale, si sa, va sempre aggiunta una cifra - a volte altrettanto robusta, se non di più - di spese promozionali.

In altre parole, con i suoi 204,3 milioni di dollari di incassi, *Terminator 2* non è ancora redditizio. Anche perché, come si evince dalla tabella 3 che pubblichiamo qui accanto, «solo» 112 milioni costituiscono quel che gli americani definiscono *rentals*, ovvero il denaro che torna effettivamente alla casa di produzione (i rimanenti 92 sono la quota riservata agli esercenti). Dal confronto fra i *rentals* e i costi di produzione (sono tutti dati che ricaviamo dall'ultimo numero della rivista americana *Variety*) si deduce che il film più redditizio dell'anno è stato *Boyz'n the Hood* del venti-

duenne regista nero John Singleton (di imminente uscita in Italia), che è costato 6 milioni di dollari e ne ha fruiti (netti) quasi 27; e lo segue da vicino un altro *black movie* già arrivato sui nostri schermi, *New Jack City* di Mario Van Peebles (6 milioni di costo, 22 di profitto). Mentre, fra i film di budget inter-miliardario, l'unico che potrebbe rivelarsi redditizio è *Robin Hood* (anche per i suoi ottimi incassi europei, migliori di *Terminator 2*), mentre persino il fortunatissimo *Hook* di Steven Spielberg faticherà a rientrare dei 70 milioni di dollari di budget. Anche perché il contratto di *Hook* è uno dei più anomali della storia di Hollywood: Spielberg e i due protagonisti, Dustin Hoffman e Robin Williams, hanno imposto partecipazioni agli utili secondo un meccanismo che *Variety* definisce «bizantino». Troppo lungo da spiegare, vi basti sapere che dei primi 50 milioni di dollari di incasso 20 vanno alle tre suddette «star», e non ai produttori.

Nonostante ciò, gli incassi natalizi di *Hook* hanno addolcito gli esiti di un '91 un po' amaro, rispetto alle vacche grasse dell'89 e del '90. E comunque, i risultati dicono che Hollywood è sempre meno bianca. I registi neri, con i loro film a costo medio-basso, sono le nuove galline dalle uova d'oro, mentre - come dicevamo in apertura - il Giappone comincia solo ora a veder fruttare gli yen investiti a Hollywood negli ultimi due-tre anni. Sempre i dati di *Variety* dicono che la Sony ha rastrellato il 20% del mercato, seguita da Warner (14%), e anche la casa dei «Bros» ha un 10% di capitale giapponese. Disney (14%), Paramount (12%), Fox (12%), Universal (11%), Orion (9%)

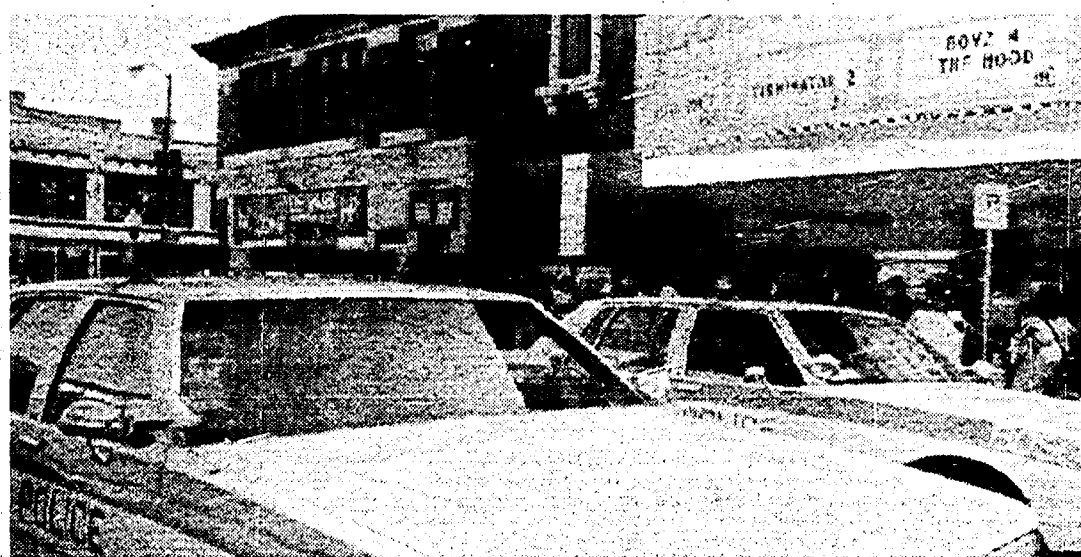
1. Investimenti delle majors negli ultimi due anni

	1990		1991		1992	
	budget	film	budget	film	budget	film
Buenavista (Disney)	295	15	385	19	330	19
Columbia	205	14	185	12	375	18
Tristar	315	13	420	11	235	10
Mgm/Ua	195	12	205	14	95	7
Orion	240	14	90	6	220	14
Paramount	400	15	315	17	355	18
20th Fox	335	17	275	16	510	25
Universal	325	17	325	20	360	19
Warner	455	23	480	25	430	19
Totale	2765	140	2680	140	2910	149

La tabella ci indica (in milioni di dollari) il denaro che ciascuna major ha investito nel '90 e il '91, accanto al numero di film prodotti. I dati del '92 sono naturalmente una proiezione. La fonte (come anche per le tabelle 2 e 3) è la rivista *Variety*.



Arnold Schwarzenegger. Il suo «Terminator 2» è campione d'incassi per il 1991. A destra, un disegno di «Variety» ironizza sull'acquisto della Columbia da parte della multinazionale giapponese Sony.



Chicago, luglio '91: la polizia presidia un cinema che proietta «Boyz'n the Hood»

2. Il club dei 200 milioni

E.T. (Universal, 1982)	360
Guerre stellari (Fox, 1977)	322,7
Mamma ho perso l'aereo (Fox, 1990)	281,5
Il ritorno dello Jedi (Fox, 1983)	263,7
Batman (Warner, 1989)	251,2
I predatori dell'arca perduta (Paramount, 1981)	242,4
Beverly Hills Cop (Paramount, 1984)	234,8
L'impero colpisce ancora (Fox, 1980)	223,1
Ghost (Paramount, 1990)	217,4
Ghostbusters (Columbia, 1984)	214,1
Terminator 2 (Tristar, 1991)	204,3

I film che hanno incassato più di 200 milioni di dollari negli Usa. Vicinissimi a tale traguardo si sono piazzati il terzo *Indiana Jones* (195) e *Balla coi lupi* (183).

3. Fiaschi e successi del '91

	budget	guadagno Usa
Terminator 2	95	112
Robin Hood	50	86
Backdraft	40	40,2
Hook	70	40 (*)
Rocketeer	42	23,1
The Doors	40	16,6
J.F.K.	40	14 (*)
For the Boys	45	9
Hudson Hawk	55	8
Billy Bathgate	40	7 (*)

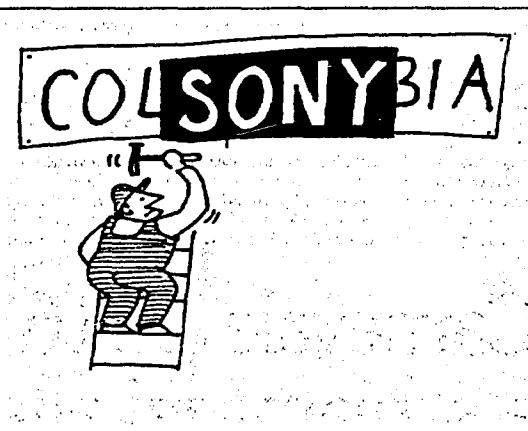
(*) Film ancora in circolazione

Le cifre dei *rentals* (i guadagni netti, riferiti al solo mercato americano) dei film più costosi del '91, confrontati con i budget. Le cifre sono in milioni di dollari.

Arnold Schwarzenegger. Il suo «Terminator 2» è campione d'incassi per il 1991. A destra, un disegno di «Variety» ironizza sull'acquisto della Columbia da parte della multinazionale giapponese Sony.

piacere i proprietari giapponesi: è la storia di un vecchio campione di baseball che va a finire la propria carriera in Giappone (paese dove quello sport è popolarissimo). Cacciati Newmyer e Markle, il film è passato all'australiano Fred Schepisi. *Phenyl*, *A Cry in the Dark*, il budget è salito a 30 milioni e la sceneggiatura sta conoscendo revisioni su revisioni, per esser sicuri che il film diverta i giapponesi senza offenderli.

La storia si prende sempre più bizzarre rievocazioni. La popolarità del baseball in Giappone è una conseguenza dell'occupazione americana dopo la guerra. Ora è attraverso un film sul baseball che Tokyo mette definitivamente le mani su Hollywood. E siamo solo agli inizi.



La ricetta del '92 Spendere meno e spendere meglio

■ Osservate la tabella 1, qui accanto. Il dato fondamentale è il totale degli investimenti delle majors nel '91, rispetto al '90: 2680 milioni di dollari, contro 2765. Una differenza di 85 milioni di dollari che indica una tendenza: il costo medio dei film americani prodotti dalle majors è sceso del 4%, da 19,8 milioni di dollari a 19,1.

Le proiezioni di *Variety* per il 1992 dicono che ci sarà un piccolo aumento: la media dovrebbe arrivare a 19,5, ma comunque c'è uno stabilirsi dei costi, non un'impennata. Gli esempi di *Hook* e *Terminator 2*, che nonostante il successo a box-office difficilmente rientreranno degli altissimi costi di produzione, hanno spaventato un po' tutti. Solo due titoli, nel '92, dovrebbero avvicinarsi a simili cifre: *Jurassic Park*, una produzione Universal tratta dal romanzo di Michael Crichton (che richiede la «creazione di un vero e proprio esercito di dinosauri») e ovviamente il seguito di *Batman*, che sarà il titolo di punta Warner per la stagione '92-'93. Altri film a grosso budget (tra cui un *Alien 3*, della Fox, che terrà viva la moda un po' pedesca dei seguiti) rimarranno entro il «modesto» limite dei 40 milioni di dollari.

Hollywood, insomma, vorrebbe tornare agli anni Settanta, quando film di successo come *L'esorcista*, *Il padrino* e il

primo *Guerre stellari* non superavano i 10 milioni di dollari di budget. Non sarà facile. Perché i due fattori che alzano maggiormente i costi (la presenza di divi e l'uso intensivo di effetti speciali) sono anche i maggiori motivi di richiamo per il pubblico. In questo senso il sogno proibito di ogni produttore è *Mamma ho perso l'aereo*, film che senza divi e senza effetti è salito al terzo posto nella graduatoria degli incassi di tutti i tempi. Ma è, appunto, un'eccezione: in un suo editoriale dello scorso novembre, il direttore di *Variety* Peter Bart lamentava che le majors hanno ormai perso il tocco magico con i piccoli film, quelli capaci non solo di incassare denaro, ma anche di creare un'immagine: hollywoodiana più dinamica e anticonformista. La sindrome del kolossal fa sì che manchi la cura del prodotto medio. Bart cita Mario Kassar, il boss della Caroleo: «Il problema non è la recessione, ma il fatto che Hollywood produce telefilm scambiandoli per dei film». Ovvero, investe miliardi su progetti che meriterebbero solo milioni. In realtà, qualcuno che ragiona ancora in termini di «prodotto medio» c'è: sono gli indipendenti, soprattutto i registi neri. Le majors li guardano sospettosi, ma poi finiranno per fare quello che hanno sempre fatto: comprarseli. □ A.C.

Oltre sette milioni di spettatori all'edizione delle 20 per il telegiornale di Canale 5. Bruno Vespa superato per un soffio Bene il Tg3 che si aggiudica la sfida con Emilio Fede. Al Tg2 scoppia la grana del «nuovo acquisto» Cecchi Paone

Guerra dei tg, Mentana vince il primo round

«Siamo stati il tg più visto d'Italia. Qualcosa di storico l'abbiamo pure fatto, è la prima volta che viene battuto il Tg1». Enrico Mentana ha ricordato anche in diretta, ieri sera, la sua vittoria nel primo giorno di notiziari del Tg5. Ma ieri ha subito raddrizzato il tiro, mettendo la politica come seconda notizia («l'esternazione di Cossiga in gran parte dedicata a Craxi»). Tra Rai e Fininvest battaglia di dichiarazioni.

SILVIA GARAMBOIS

ROMA. Enrico Mentana, il trionfatore. Ha già dimenticato il gelo dello studio 3 del Centro Palatino, l'altra sera, quando la diretta della prima edizione del suo Tg sembrava un reperto di *Blob*. I dati gli hanno regalato, per una virgola, il primato: di fronte ad una platea di 13 milioni e 880 mila telespettatori, più della metà ha scelto lui invece di Angela Buttiglione. Il Tg5 ha battuto il Tg1 per 7 milioni 382 mila telespettatori contro 7 milioni e 379 mila. Due decimi di share: quanto basta al record. E alle 13 il Tg5 ha sfiorato il pareggio con il fortissimo Tg2.

Ma la concorrenza Rai Fininvest ieri si è infiammata so-

lamente. Alla Rai farebbero meglio a ritappare le bottiglie... «Ma quale champagne... Non abbiamo questo cattivo gusto! È stata la battuta di un redattore dall'interfono, dopo che erano andati in onda cinque minuti del loro tg...», risponde Bruno Vespa. Che si dice «molto soddisfatto»: «Abbiamo perso circa un milione e mezzo di telespettatori, rispetto al nostro ascolto medio, ma la vera sorpresa è stato il dato del Tg5: non pensavo che il battage pubblicitario della Fininvest potesse portare a questi risultati». «Sappiamo che ieri sera si era creata aspettativa - aggiunge ancora Mentana - La gente si è fidata dello sforzo di promozione dell'azienda ed è venuta a vedere di che si trattava». Insomma, l'andamento della prima serata è stato superiore a quella che riteniamo la nostra «velocità di crociera», ma non abbiamo complessi di inferiorità o di sudditanza e se risulterà primo anche stasera è un sogno, tra tre mesi può diventare un obiettivo... Non è d'accordo il presidente della Rai, Enrico Manca, che ha de-

dicato solo poche parole all'avvenimento: «In questi mesi l'azienda si è già attrezzata sul settore dell'informazione anche per fronteggiare i privati e penso si possa fare ancora di più sulla base di una sana competizione. Devo dire, però, che guardando il Tg5 per ora mi sento in una botte di ferro». Il Tg5 delle 13 (come si vede nella tabella qui a fianco) il primo giorno ha pareggiato quasi l'ascolto del Tg2. *Studio aperto* di Emilio Fede, spostato alle 19, ha perso nel confronto con il Tg3: alle 20 e alle 24 il Tg5 ha superato tutti. «È vero, il Tg2 delle 13 ha perso: ma per l'effetto Tomba», non per il Tg5. La discesa di Tomba su Raitre, infatti, ha richiamato 2 milioni e mezzo di telespettatori, quelli che mancano a noi», spiega Alberto La Volpe, direttore del Tg2. «Del resto i dati parlano chiaro: la sera Mentana conquista tre milioni di telespettatori in più rispetto al programma di Mike Bongiorno, alle 13, invece, solo 300 mila più della Bonaccorri...». Le cifre Audiel della notte regalano al Tg5 nuova supremazia: alle 24,16 (è infatti andato in onda con un quarto

d'ora di ritardo) ha raccolto lunedì un milione e 646 mila telespettatori, contro i 535 mila del Tg1 e i 750 mila del Tg2, mentre il Tg3 alle 24,45 è stato seguito da 326 mila persone. «Noi, come sempre, alle 20 scontiamo la debolezza della programmazione precedente - avverte Vespa -, infatti anche lunedì siamo partiti con un ascolto di 5 milioni e mezzo per arrivare alla chiusura con 9 milioni e 729 mila ascoltatori. Il Tg5, invece, è partito lanciato da Mike Bongiorno, con 7 milioni e 238 mila telespettatori. Il Tg della notte, invece, è rimasto nella nostra media, mentre loro hanno raccolto l'ascolto del *Maurizio Costanzo show*. Ma faremo presto una nuova edizione per la notte...». E il Tg2 prepara contromosse per l'ora di pranzo? A quanto pare sì. Alessandro Cecchi Paone, «acquistato» dalla Fininvest, ha infatti dichiarato che gli sarà affidata la conduzione («Naturalmente per gradi») di *Mattina 2*, *Tg2 ore 13* e *Pagosa*. La Volpe non smentisce: «Lo utilizzeremo anche per la conduzione». E il cdr è insorto «contro l'accentuazione del già deleterio divismo da mezzo busto».

La sfida dei telegiornali

	Lunedì 6		Lunedì 13	
	Ascolto (in milioni)	Share	Ascolto (in milioni)	Share
ORE 13				
Tg2	8.105	44,55%	4.723	28,22%
Tg5	-	-	3.342	20,22%
Totale ascoltatori	15.633		13.880	
ORE 19				
Tg3	2.970	16,19%	3.570	18,49%
Studio aperto	2.034	12,78%	1.522	7,91%
Totale ascoltatori	18.277		18.786	
ORE 20				
Tg5	-	-	7.382	28,8%
Tg1	9.359	40,46%	7.379	28,6%
Totale ascoltatori	18.297		18.786	

Il totale degli ascoltatori è riferito alle fasce 12-15; 18-20, 30 Da lunedì sera «Studio aperto» va in onda non più alle 18,30 ma alle 19, in contemporanea con «Tg3»

La pagella di Fede: «Mi sarei giocato Cossiga d'apertura»

MILANO. Che ne dice Emilio Fede dell'affannoso debutto del Tg5 e del collega-rivale Enrico Mentana? Benché vincolato da un certo spirito d'azienda, il direttore di «Studio aperto» non ha remore a rispondere alle domande. E commenta: «C'era forse, giustamente, una attesa grandissima. Gli ascolti sono clamorosi, anche se il Tg1 non ha perso granché».

E gli errori tecnici? Gli errori tecnici non sono errori. La produzione ha fatto miracoli. Il pasticcetto iniziale mi è dispiaciuto molto, perché so che, da parte della produzione, c'era stata una richiesta di rinvio di 15 giorni. Nel complesso mi è sembrato che ci fosse un po' di confusione.

E la scelta delle notizie, del loro ordine? Guarda, io non mi posso proprio mettere in cattedra. Ognuno fa le sue scelte. Posso dire che, avendo gli auguri di Cossiga, non fosse altro che perché è lui l'unico, vero

anchorman, avrei aperto con quello. E non per rispetto alla istituzione, ma perché Cossiga fa spettacolo.

Ma i servizi sul gioco d'azzardo e sulle cinture di sicurezza non ti sembrano un po' quel tipo di pezzi sempre pronti come tappare i buchi? È come la «bianca visitatrice», il lunedì fuori porta, l'esodo, insomma gli «evergreen» che si hanno sempre nel cassetto, con il gioco, non abbia voluto fare un omaggio a me...

Addeiritura! Io non ci avrei mai pensato. E poi tu non giochi più... Veramente io non sono un giocatore pentito. Sono un giocatore impedito. Non ho tempo per giocare. Berlusconi, al momento del contratto, mi ha raccontato una specie di parabola sulla sua gioventù. Un modo elegante per dirmi di non giocare. Io gli do retta in tutto, però devo dire la verità: se non gioco è solo perché non trovo il tempo. □ M.N.O.