

24 MINUTI

13 Gennaio 2009

TACCUINO DA SHANGAI



Record di spettatori per il cinema cinese (+27%)

In tempi di crisi, quando mancano reddito e lavoro e non sono possibili svaghi costosi, il cinema diventa una macchina da sogni che può alleviare il disagio. In Cina lo dimostrano le lunghe file ai botteghini dei nuovi Cineplex di Shanghai o delle altre metropoli. Nel 2008 gli incassi del grande schermo hanno quasi raggiunto mezzo miliardo di euro, ponendo al Cina al decimo posto tra i mercati cinematografici internazionali. Date le dimensioni del Paese, si tratta ancora di cifre modeste. Tuttavia segnalano un incremento del 27% rispetto al 2007, mentre molti altri consumi stanno calando rapidamente. Evidente l'analogia con la Grande depressione degli anni '30: mentre negli Usa si moltiplicavano licen-

ziamenti e file per il pane, Hollywood conosceva lo splendore. La crescita dell'industria cinematografica cinese era comunque già avviata, con una crescita media del 20%, nell'ultimo quinquennio. Le vecchie produzioni retoriche si alternano ora con pellicole più moderne, in linea con una società non più omologata e con maggiori capacità di spesa. Il cinema non è più soltanto strumento di propaganda, ma anche fonte di profitti. Il mercato è promettente ma rischioso e ha attratto all'inizio solo investitori di private equity e venture capital. Solo da pochi anni le banche hanno iniziato a finanziare la produzione. Le tre istituzioni più attive sono di dimensioni medie: China merchants bank, Bank of Beijing e

Shenzhen development bank. Tutte hanno registrato utili record. Le suggestioni di una vita diversa sullo schermo hanno inoltre introdotto nuovi strumenti professionali e il cinema si è rivelato strumento di marketing. Nel film *If you are the one*, la telecamera indugia sulla nuova carta di credito della China merchants bank. Poi la macchina da presa inquadra due volti di ragazzi al primo appuntamento. Sono il protagonista e l'eroina del film, due giovani che incarnano sorridendo la Cina che piace alla dirigenza: forte, ottimista, proiettata verso il futuro. I due attori suscitano fiducia, ingrediente prezioso che, in tempi di crisi, le banche stentano a trasmettere ai clienti.

Alberto Forchielli, presidente Osservatorio Asia