

RADIOCOR

5 Febbraio 2010

Il Sole 24 ORE - Radiocor

05/02/2010 - 17:26

Breaking News 24

NOTIZIARIO DEL GIORNO

• India: il cricket perde l'innocenza e diventa un business milionario - TACCUINO DA MUMBAI

di Romeo Orlandi*

Radiocor - Milano, 05 feb - Il cricket, lo sport nazionale indiano, ha conservato i tradizionali insegnamenti inglesi; e' infatti governato non da regole ma da leggi. Dalla piu' moderna globalizzazione ha invece appreso che le competizioni sono fonte di profitto. H la lezione imparata rapidamente dalla IPL, l'Indian Premier League, organizzatrice del piu' importante torneo gestito privatamente. Le squadre sono di proprieta' di grandi aziende, star di Bollywood, giovani tycoon. Le due edizioni precedenti hanno registrato un successo straordinario di pubblico, di copertura stampa, di sponsorship, di incassi per i diritti televisivi. L'edizione del 2009, pur giocata in Sudafrica a seguito degli attacchi terroristici a Mumbai, non ha visto flettere l'audience e la passione. Per la stagione 2010, che iniziera' il prossimo Marzo, l'Ipl ha deciso di estendere il numero dei partecipanti e delle partite. Due nuove squadre saranno ammesse dietro una base d'asta di 225 milioni di usd, il doppio di 2 anni fa. Contemporaneamente sono in corso i reclutamenti dei giocatori piu' validi. L'esclusione di 11 candidati pakistani ha innescato la storica rivalita' tra i due paesi, peraltro vincitori delle ultime edizioni dei Campionati mondiali di cricket. Il Pakistan ha accusato il paese rivale di discriminazione, il governo indiano ha escluso qualsiasi intervento politico nella scelta dei giocatori, lasciate all'autonomia decisionale delle societa'. Economicamente il cricket si e' rivelato il mezzo piu' potente per raggiungere i consumatori indiani con messaggi che invitano ai consumi. La maggiore disponibilita' di reddito di decine di milioni di persone ha spinto colossi come Vodafone e Citigroup a investire in pubblicita' durante le pause dei match. Una loro nuova versione, decisamente piu' breve, e' stata da tempo accettata dalla federazione internazionale. Con una durata accorciata ad un massimo di 3 ore le partite Twenty20overs, consentono una regolazione degli spazi favorevole ad una proficua vendita degli spazi pubblicitari. La giapponese Sony ha acquistato i diritti televisivi per 10 anni. Un nuovo impulso e' venuto dall'acquisto da parte di Google della diffusione via Youtube, seppure con 5 minuti di distanza dalla diretta televisiva. Considerata la diffusione dello sport in India e nelle ex colonie inglesi, il bacino di utenza e' immenso, anche se le cifre trionfistiche fornite dall'Ipl dovranno essere ridimensionate per l'arretratezza dei sistemi: assenza della banda larga, scarso numero di computer, ridotta qualita' della rete internet. La macchina operativa e' comunque avviata, pronta a produrre sogni e profitti. L'altra passione nazionale, il cinema, ne ha riconosciuto l'emersione ed ha rimandato l'uscita dei film piu' importanti alla conclusione del Torneo Ipl per non disperdere l'immenso valore dell'audience.

* Presidente Comitato Scientifico Osservatorio Asia

SERVIZI PER GLI ABBONATI

Se desideri riconfigurare, sospendere il servizio o modificare il tuo indirizzo e-mail [clicca qui](#)
Per assistenza contatta il Servizio Clienti: portale@info.ilsole24ore.com