

RADIOCOR

9 Gennaio 2009

Il Sole 24 ORE - Radiocor

09/01/2009 - 16:00

Breaking News 24

NOTIZIARIO DEL GIORNO

• **Cina: la crisi lancia il cinema, boom di spettatori nelle sale - TACCUINO DA SHANGHAI**

*di Alberto Forchielli

Radiocor - Milano, 09 gen - In tempi di crisi, quando mancano reddito e lavoro e non sono possibili svaghi costosi, il cinema diventa una macchina da sogni che puo' alleviare il disagio. La Cina non e' esente da questo meccanismo e lo dimostra tangibilmente con le lunghe file di spettatori in attesa di trovare una poltrona nei nuovi Cineplex di Shanghai o delle altre metropoli. Nel 2008 gli incassi al botteghino 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 all'anno precedente, mentre molti altri consumi stanno declinando rapidamente. E' evidente l'analogia con la Grande depressione degli anni '30. Mentre negli Stati Uniti si moltiplicavano i licenziamenti e le file per il pane, Hollywood conosceva il suo momento di splendore. La crescita dell'industria cinematografica cinese era comunque gia' avviata, con una crescita media del 20% nell'ultimo quinquennio. Le vecchie produzioni retoriche, pur continuando a prosperare, si alternano ora con pellicole piu' moderne, in linea con una societa' non piu' omologata e con maggiori capacita' di spesa. Il cinema ora non e' piu' soltanto strumento di propaganda, ma anche fonte di profitti. La sua industria si e' trasformata, accogliendo imprenditori inesperti ma lungimiranti. Il mercato e' promettente ma rischioso ed ha attratto all'inizio soltanto investitori di private equity e di venture capital. Solo da pochissimi anni le banche hanno iniziato a finanziare direttamente la produzione. Le tre istituzioni piu' attive sono state di dimensioni medie: China Merchants Bank, Bank of Beijing, Shenzhen Development Bank. Tutte hanno registrato utili da record. E' una crescita a lungo attesa, avvenuta con molto ritardo, ma immediatamente redditizia. Le suggestioni di una vita diversa sullo schermo hanno inoltre condotto a nuovi strumenti professionali. In Cina l'apprendimento e' rapido quando la campana del business suona forte. Ora il cinema e' uno strumento di marketing. Location e product placement sono diventati termini ormai consueti. Nel film 'If you are the one', uno dei leader al box office, la telecamera indugia a lungo sulla nuova carta di credito della China Merchants Bank. Poi l'immagine inquadra due volti di ragazzi al loro primo appuntamento. Sono il protagonista e l'eroina del film, due giovani d'oggi che incarnano sorridendo la Cina che piace alla dirigenza: forte, ottimista, proiettata verso il futuro. Nelle mani di un regista rassegnato alle interferenze, i due attori suscitano fiducia, l'ingrediente piu' prezioso che in tempi di crisi le banche stentano a trasmettere ai loro clienti. *Presidente di 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