



CORRISPONDENZE
BIUNIVOCHÉ
NEL MERCATO
DEL CINEMA



Hollywood, Cina

Hollywood è in Cina e la Cina è a Hollywood. Anche negli affari c'è reciprocità.

Nella Disneyland di Hong Kong ci accoglie il sorridente *cowboy* Andy nell'area di Toy story land, dove è allestita una delle ultime attrazioni del grande parco dei divertimenti che nel 2012 ha fruttato 14 milioni di dollari di guadagni. La Cina rappresenta il secondo mercato cinematografico più esteso, dopo gli Usa, e gli *studios* di Hollywood se ne sono accorti tanto che produrranno film in terra cinese in studi di produzione locali e, per un recente accordo bilaterale, saranno distribuiti 14 film americani in più oltre ai 20 già previsti, per incassi fino ai 5 miliardi di dollari, quasi la metà del fatturato maturato nel suolo nazionale. Ma anche i cinesi non stanno a guardare e, oltre a gran parte del debito americano, si sono comprati, tramite il Wanda group, la grande casa di distribuzione americana Amc Theaters, la seconda degli Usa, per la modica cifra di 2,6 miliardi di dollari. E, mentre progettano nuovi parchi a tema della Disney, investitori cinesi producono film come *Iron Man 3*: pellicole *made in Usa* prodotte con contanti cinesi, attori internazionali e sentimenti primordiali per un pubblico più universale e trasversale possibile.

Aurelio Molè