

Dopo un fatturato 2010 in crescita a 195 milioni grazie alle acquisizioni, il circuito multisala scommette sullo sviluppo di nuovi progetti

Il nuovo business The Space passa dai centri commerciali

DI STEFANIA PEVERARO

Il 2010 si è chiuso con numeri superiori alle aspettative per The Space, il circuito di cinema multisala nato nell'estate 2009 dall'unione delle sale che facevano capo a Medusa Multicinema e a Warner Village, in un'operazione che ha portato le sale sotto il controllo della 21 Partners di Alessandro Benetton (51%), accanto alla Rti (49%) del gruppo Mediaset. Grazie all'acquisizione della società che gestisce il circuito Cinecity, lo scorso dicembre il fatturato di The Space, già salito a 150 milioni dai 129 milioni del 2009, ha raggiunto 195 milioni. Un cifra ottenuta appunto sommando i 45 milioni portati in dote dai sei multiplex portati a bordo e ben superiore ai 140 milioni che circa un anno fa l'amministratore delegato Giuseppe Corrado, intervistato da *MF-Milano Finanza*, contava di raggiungere. Anche l'ebitda ha avuto un'evoluzione positiva, attestandosi all'11% del fatturato. Un risultato, questo, che si deve alla strategia di diversificazione dell'offerta adottata da Corrado che punta ad assorbire meglio i costi fissi costituiti soprattutto dall'affitto, che da solo vale tra il 30 e il 35% del fatturato, mentre una buona metà dei ricavi va girata ai distributori. Spiega l'ad: «Da un lato cerchiamo di aumentare il numero degli spettatori che vengono nelle nostre sale. Per questo abbiamo introdotto, oltre ai film, altri tipi di spettacoli, dai concerti al teatro fino agli eventi sportivi. Dall'altro lato, stiamo via via introducendo spazi di intrattenimento di tipo diverso, perché chi viene al cinema possa anche prendere l'aperitivo, cenare, gustare un gelato o comprarsi un libro. E questo per far sì che ogni spettatore incrementi la spesa media, oltre a quella del biglietto. L'anno scorso siamo saliti a 1,6 euro dagli 1,5 euro del 2009, ma la media nasconde picchi molto vicini ai 2 euro a persona in regioni come l'Emilia

o il Veneto e anche le sale di Cinecity già hanno una media di spesa attorno a 2 euro».

Ma non basta: «Uno dei nostri principali obiettivi è aumentare i ricavi da pubblicità dall'attuale 6% del fatturato circa a un 10-15%».

The Space, nelle intenzioni di Corrado, dovrà concentrarsi sul business della gestione dei multisala e occuparsi sempre meno del lato immobiliare del business. Una scelta alla base della doppia alleanza con Fimit sgr. Una prima volta nel 2009 The Space ha ceduto al fondo Delta gestito appunto dalla società guidata da Massimo Caputi un pacchetto di cinque immobili con 46 sale; lo

scorso dicembre, poi, The Space insieme a Delta ha perfezionato l'acquisizione di Cinecity, girando al fondo la proprietà di tre multisala su sei. E continua Corrado: «Probabilmente faremo altre operazioni. Ci siamo trovati bene. Non escludo, però, di poter lavorare anche con altre controparti immobiliari, soprattutto nel momento in cui queste vanno a sviluppare nuovi centri commerciali. Per esempio, abbiamo avuto un primo approccio con il gruppo Toti che si sta occupando della riqualificazione dell'ex area Mercati Generali di Roma e preme per affidarci la gestione del Cinema Multisala. Allo stesso modo, abbiamo allo studio altri quattro-cinque progetti, di cui uno in Sicilia, uno in Emilia, uno a Firenze e un altro paio su Roma».

Quanto all'ulteriore possibile crescita per acquisizioni, conclude Corrado, «ormai abbiamo raggiunto una quota di mercato del 21% e il nostro competitor Uci Cinema ha circa il 13%. L'unico circuito indipendente rimasto di una certa dimensione è Giometti col 3-3,5%, che ha sale nell'area adriatica e delle Marche». (riproduzione riservata)

