

CIRCUITO THE SPACE

C'È LA CRISI MA AL CINEMA SI INAUGURA LA SALETTA VIP

Il mercato si polarizza sempre più? Sì, per effetto di quella che Citigroup ha battezzato la Consumer hourglass theory, la teoria della clessidra con i brand di successo che si collocano all'high-end del mercato del lusso oppure, all'altro capo, verso il mercato low cost. «E anche noi abbiamo capito che c'è mercato per una fruizione d'alta gamma delle nostre sale: da un anno studiamo le sale vip», dice Giuseppe Corrado, ad del circuito The Space Cinema, la

società nata dalla joint venture Warner village-Medusa multicinema che ha unito le forze cinematografiche di Benetton e Rti-Mediaset.

Domanda. A quando la prima sala vip?

Risposta. A metà ottobre a Milano nel multisala Odeon (nella foto). Pensiamo ci sia

spazio per inaugurare sette, forse otto sale vip lungo la Penisola. Dopo Milano, a Roma e poi a Torino, Genova, Firenze, Napoli e Cagliari. La sala avrà 38 posti, a un prezzo di 16-20 euro, rispetto agli 8,5 in media di una sala tradizionale. Ci sarà una lounge tipo Freccia alata.

D. Quali sono i partner?

R. Abbiamo firmato un deal con Cassina di Poltrona Frau group, e abbiamo già molte richieste di aziende interessate a legare il proprio nome al progetto di sala vip, per

utilizzarla per la fidelizzazione dei clienti.

D. Acquisizioni in vista dopo la multisala al Porto Antico di Genova, l'ex Cineplex?

R. Le dieci sale che ci siamo aggiudicati con la gara un anno fa saranno inaugurate dopo un restyling in queste settimane. E a novembre toccherà alla nuova struttura cinematografica all'interno di un grande centro commerciale a Firenze. E a questo punto copriamo circa il 24% del mercato italiano. Per crescere non resta che

concentrarsi su piccoli deal, di singole sale.

Come le due di Rimini e Prato rimaste in mano alla famiglia Giometti, che ha venduto il resto del circuito alla concorrente Uci. Stiamo guardando anche in Sicilia, Toscana e lungo l'Adriatico. E a multisala in centri commerciali in costruzione, a Roma tra

il 2012 e il 2013 negli ex Magazzini generali.

D. Un'espansione nonostante la contrazione dei consumi?

R. La crisi c'è: il mercato-cinema è in calo dell'8-10%. Anche se noi contiamo di chiudere l'anno a 200 milioni di euro, contro i 145 del 2010, con 22 milioni di presenze. Però il settore deve fare di più. Con The Space abbiamo pricing diversi durante la settimana e formule nuove: a Natale regaleremo il panettone Maina ai gruppi famiglia.

Enrica Roddolo

