

Adesso la proiezione è fai-da-te Così lo smart cinema stravolge il biz

Dall'Olanda la prima piattaforma che lancia un ponte tra social network e sala



Marieke Jonker è l'ideatrice del progetto lanciato a maggio in versione beta e realizzato dall'indipendente Amstelfilm

■ La definizione di "smart cinema", nata grazie alla digitalizzazione delle sale cinematografiche, inizia a prendere forma e sostanza con un innovativo progetto imprenditoriale olandese. Al Festival del cinema di Venezia è stata presentata nell'ambito del convegno "Dal 35 mm al digitale - L'ora dello switch off", promosso da OpenSky Cinema, la prima piattaforma di cinema on demand basata sul modello dei social network. "We Want Cinema", questo il nome della piattaforma, è stato lanciato in versione beta a maggio scorso in Olanda, realizzato da una casa di distribuzione indipendente, Amstelfilm. Il progetto si basa sulla maggiore libertà, e conseguente abbattimento dei costi, che la distribuzione di film con copie digitali offre sia al distributore che all' esercente. L'eliminazione della pizza in pellicola e la distribuzione della copia digitale libera risorse economiche per il distributore e permette all' esercente una multiprogrammazione di contenuti, liberatosi dal vincolo imposto dal distributore rappresentato dall' alto costo della copia in pellicola. Partendo da questi presupposti We Want Cinema, vincitore del Digital Innovation Award 2012 di CineEurope, ha costruito una piattaforma web (www.wewantcinema.com), diffusa con widget sui maggiori siti olandesi e con app, che utilizzan-

do una library di oltre 1.000 film e una rete, per ora, di 18 sale in 17 città permette agli utenti di scegliere il film da vedere in sala.

Il meccanismo di funzionamento è semplice. L'utente sceglie un film, decide la sala e l'orario di proiezione da una griglia oraria di programmazione ampia, ma già stabilita dall' esercente della sala, e lancia su web e social network la ricerca di adesione di almeno 40 utenti all' evento da lui proposto. Questo infatti è il numero minimo richiesto per poter realizzare la proiezione in sala. Il prezzo del biglietto di 8,50 euro è lo stesso che in Olanda si paga al botteghino della sala. Se viene raggiunto il numero minimo avverrà la proiezione altrimenti si riparte con una nuova proposta. Il business model si basa su una ripartizione al 33% tra esercente, distributore e piattaforma: un modello semplice, senza costi aggiuntivi, ma che offre vantaggi alla filiera e agli amanti del cinema. Oltre agli esercenti sono già sei le case di distribuzione che hanno aderito al progetto e che arricchiscono la library della piattaforma di film e documentari.

Un modello di business che si basa per il proprio successo sulla massa critica, la community, che si riuscirà ad attivare stimolata dalla libertà di visione, dall' amore per il cinema su grande schermo e dal piacere di organizzare una propria proiezione con gli amici di Facebook. Un modello che Marieke Jonker, ideatrice del progetto, vuol replicare anche in altri paesi europei, e che a Venezia ha provato a stimolare l' interesse di esercenti e distributori italiani. Nei prossimi mesi capiremo se qualche orecchio attento e imprenditore innovativo coglierà l' occasione per rilanciare l' interesse del pubblico italiano per il grande schermo.

V.D.M.

