

CINEMA NUOVE TENDENZE NEL PAESE CHE CONTA 302 SCHERMI IN STRUTTURE MULTIPLEX

Megaplex in Belgio, ecologici e quick sensor

Aumentano gli investimenti delle catene Kinopolis e Imagix

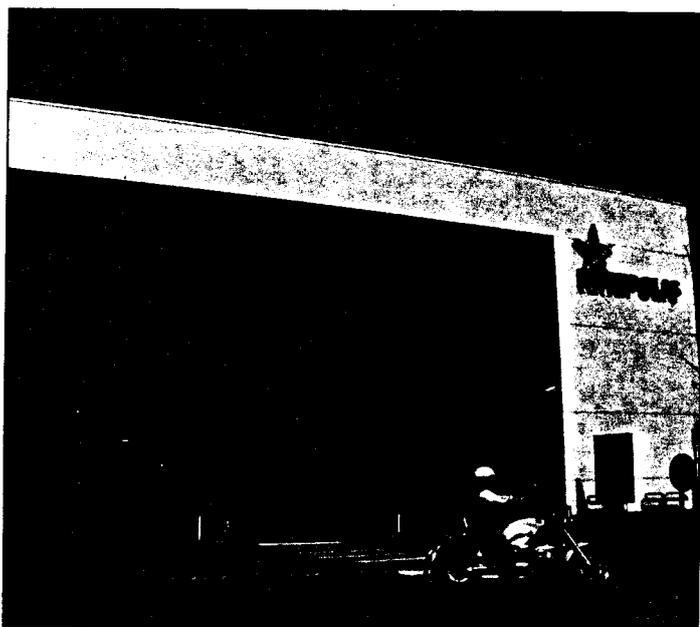
di ELISABETTA BRUNELLA

Alla fine del 2006, dei 514 schermi del Belgio, 302 erano situati nei multiplex. Questo mercato relativamente piccolo (10,5 milioni di abitanti, circa 23,8 milioni di biglietti venduti nel 2006) ha, con Regno Unito e Spagna, una delle percentuali più alte in Europa di schermi nei multiplex. Per di più, oltre ad essere stato uno dei precursori europei nell'adozione del multiplex, il Belgio ne ha anche creato una sorta di versione propria, quella che viene comunemente chiamata "megaplex", per le strutture dai 16 schermi in su.

Dall'inaugurazione del primo Kinopolis di Bruxelles sono ormai passati quasi vent'anni ma, anche ora, benché a un ritmo piuttosto rallentato, continuano le aperture di nuovi complessi. Il Belgio rappresenta perciò un interessante terreno di osservazione delle nuove tendenze in materia di offerta di cinema.

A investire nel settore non c'è solo il leader di mercato, Kinopolis (46,6% degli incassi del Paese nel 2005), ma anche altre società più o meno grandi. Tra queste la catena Imagix, i cui "gioielli" sono il complesso di Mons (14 schermi) e quello di Tournai (10 schermi). Uno degli orientamenti innovativi consiste nel progettare le strutture in modo che possano essere utilizzate per attività business-to-business, come centro congressi. Per esempio, a Mons, oltre alle sale, uno spazio di 450 mq può essere usato per servizi, come la ristorazione o l'esposizione di prodotti, richiesti da chi organizza eventi aziendali.

Un'altra tendenza - che caratterizza in particolare Imagix - è quella "ecologica", volta a ridurre l'emissione di CO₂ e a risparmiare energia, per esempio attraverso l'adozione di led che consentono di illuminare una sala di 300 posti con



Il Kinopolis di Bruges

100 Watt.

L'automazione delle casse è un altro obiettivo perseguito nei complessi di ultima generazione. Al risparmio sui costi del personale l'esercente punta ad abbinare vantaggi per i clienti, che possono comperare i biglietti con la carta di credito o il Bancomat dal pc di casa o dell'ufficio (la pausa pranzo è un "gran momento" per questo tipo di acquisto), ottenendo uno sconto. L'allestimento stesso dell'entrata del cinema può diventare più accogliente, presentandosi non come una "frontiera" di botteghini, ma come un open-space caratterizzato da schermi che funzionano al tocco delle dita.

Se poi, come a Bruges, nell'ultimo nato di Kinopolis, si eliminano i poster cartacei e alle pareti compaiono solo schermi ultrapiatti con locandine, trailer, piante delle sale con lo stato di riempimento delle poltrone, mentre nei corridoi sono disponibili batterie di play stations, l'effetto "high-tech" è assicurato.

Un foyer dove gli spettatori possano circolare liberamente diventa anche un'occasione di "shopping". A Tournai il classico bancone del pop corn si è trasformato in una sorta di supermercato "minimal" e coloratissimo, dove ciascuno si serve da solo e paga alla fine alla cassa. Il Kinopolis di Bruges ha optato invece per un insieme di stand ed espositori disposti a "schema libero".

In entrambi i casi, ma soprattutto all'Imagix, oltre alle classiche "cibarie da cinema" in un'estesissima varietà, ci sono anche prodotti più sani, dallo yogurt alla macedonia, dalle barrette di cereali ai succhi di frutta organici. Ma se a Tournai si pensa già ad arricchire l'offerta con prodotti adatti a spettatori con particolari esigenze alimentari (diabetici o celiaci, per esempio), a Bruges i risultati delle vendite effettive fanno piuttosto pensare che nei sondaggi i clienti chiedano cibi salutari, ma poi comprino soprattutto quelli "proibiti", considerando

l'esperienza cinematografica come una zona franca dai dettami della dieta corretta.

Per chi, più che sgranocchiare qualcosa durante la proiezione, voglia mangiare veramente, il Kinopolis di Bruges propone un'area pasta-pizza, proprio accanto alla libreria che vende anche dvd e cd musicali, così come un ristorante tematico.

Spazio, arredamento che favorisca la convivialità, luce naturale sono altre linee guida che ritornano nei progetti architettonici dei complessi più moderni. A Bruges, zone dotate di divani di design moderno, che fanno pensare più alla casa che ad un luogo pubblico, sono a disposizione degli spettatori di fronte a un'ampia vetrata verso cui si affacciano gli accessi alle sale; a Tournai l'effetto del grande spazio è accentuato dalla soluzione della cabina di proiezione "a vista". Così, mentre fanno acquisti al "mini-market" o si recano alla propria sala, gli spettatori possono vedere, su una balconata, i proiettori in funzione.

Tecnologia all'avanguardia è un altro must. Il Kinopolis, sempre nell'ottica del risparmio sui costi di gestione, ha investito nel sistema *quick sensor*, basato su poltrone dotate di sensori che "si accorgono" se sono occupate, mandando l'informazione alle casse. Questo consente di diminuire significativamente il numero delle maschere addette al controllo degli accessi. A chi osserva che questo rischia di essere meno controllati risulta gradita ai clienti. Tratto comune dei complessi Imagix e Kinopolis, ma anche dell'impresa familiare che gestisce il modernissimo Cityscoop di Roeselare (7 schermi al centro della cittadina di 55.000 abitanti), è la scelta della proiezione digitale.