

CORRIERE DELLA SERA

NUOVE STRATEGIE AL BOTTEGHINO

Sarà caccia all'affare. Non più solo per voli aerei e hotel, ma anche per i cinema. Il multisala Plinius di viale Abruzzi, primo in Italia, sperimenta il biglietto a costo variabile: a seconda del meteo, degli altri eventi in città, del gradimento del film sui social, dell'anticipo con cui si acquista o del posto in sala, il prezzo cambia. Da 4,50 a 8,50 euro.

«Gli spettatori potranno scegliere lo spettacolo tenendo conto di quanto sono disposti a pagare», spiega Salvatore Dattilo, proprietario del Plinius che inizia l'esperimento domani e per ora lo ripeterà ogni venerdì ma è pronto ad estenderlo a tutti i giorni e potrebbe fare da apripista per altri cinema a Milano. Le variabili prese in esame dal software della startup DynamiTicK sono più di quaranta. Vuol mettere il piacere di guardarsi un film mentre fuori fa freddo e piove? Il biglietto, a seconda del tempo buono o cattivo, può essere più o meno prezioso. Ancora: è uscita una recensione molto positiva sul Corriere o sulla pagina di un trend setter di Twitter? La pellicola ha appena vinto un premio a Cannes o parla di relazioni omosessuali nel giorno dell'approvazione delle unioni civili? Probabile rincaro. Mentre se c'è la finale di Champions, un sole che spacca le pietre e il film magari è appena stato scaricato sui siti di pirateria o streaming, chi compra il biglietto risparmia.

«L'esperienza di assistere a una proiezione in sala non ha sempre lo stesso valore, l'algoritmo tiene conto della combinazione di tantissimi fattori e monitora continuamente domanda e offerta. È un modello che si deve estendere anche alle altre forme di spettacolo», auspica Federico Quarato, ad della start up fondata l'anno scorso da quattro under 30 e subito selezionata dagli incubatori Luis EnLabs e Speed Mi Up dell'università Bicconi, oltre che dai business angels «Custodi di successo».



Cinema, rivoluzione biglietti Ecco il ticket a prezzo variabile

Al Plinius sconti e rincari a seconda di data, meteo e recensioni

”
Differenze calcolate da un sistema informatico come per i voli aerei

Col proprietario del Plinius, Dattilo, si sono subito trovati: anche perché lui è giovane (34 anni) a sua volta, terza generazione di famiglia alla guida dello storico cinema. «Ho un duplice obiettivo, portare più gente al cinema e abbattere il tasso di invenduto, superiore in media al 20 per cento dei posti», riflette.

Nel settore «i gestori delle sale sono spesso restii alle sperimentazioni, fermi sulle promozioni decise a livello di categoria, più tradizionali. Ma secondo me sarà divertente, una specie di giochino di borsa». Lui, che è avvezzo ai social e si direbbe un tipo smart, va però oltre. Promette ai cinefili: «Estenderò il concetto di flessibilità creando un cinema sempre più on demand, che si adeguerà mano alle richieste, non solo per il costo». Sull'onda del «prezzo mobile» lancerà un sondaggio online «per testare la voglia di orari o servizi che adesso non ci sono». Chi vorrebbe ad esempio una proiezione matinée lunedì prossimo, e quanto sarebbe disposto a pagarla? Dalla palude in cui purtroppo rischiano di soffocare i cinema della città, azzarda, «si esce così, osando e avvicinandosi ai giovani, facendoli partecipare».

Secondo dati Siae, se l'in-

trattenimento in Italia ha prodotto 4,2 milioni di eventi con 230 milioni di ingressi, i biglietti invenduti sono stati 350 milioni. «Una incredibile inefficienza — dice Quarato —. Occorre introdurre modalità innovative».

Ad oggi il biglietto costa meno in alcuni giorni della settimana, o acquistando tessere fedeltà e abbonamenti, «ma sono formule statiche». All'estero incominciano a sperimentare di nuove, sfiziose, anche se non ancora sicure come risultati. La catena inglese Odeon a Londra in alcuni cinema ha iniziato a variare il costo dell'ingresso e sta estendendo il servizio ad altre sale. In America la AMC ha introdotto da poco i prezzi flessibili, in una prima fase solo per i biglietti venduti sul web. Ebbene, l'invenduto si è dimezzato. Il Plinius, allora, è sul pezzo.

Elisabetta Andreis

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le tariffe

● Il biglietto con prezzo variabile sarà in vigore al cinema Plinius (foto sopra) da domani

● Il ticket flessibile sarà applicato solo al venerdì, in caso di successo anche in altri giorni

● Il Plinius sarà il primo in Italia a variare il costo dello spettacolo da 4,50 a 8,50 euro

La parola

ALGORITMO

L'algoritmo che elabora il prezzo del biglietto al cinema Plinius, sviluppato da DynamiTicK, considera oltre 40 diverse variabili. Tra queste, gli orari degli spettacoli, il rating dei film, le richieste degli spettatori, la reputazione degli artisti che recitano nelle pellicole proiettate. Il sistema di calcolo dinamico delle tariffe, già in uso all'estero, è applicato per la prima volta in Italia nella sala milanese