

## ART & MEDIA FILES **L'offerta audiovisiva online in Italia: il caso di MYmovies.it**

La digitalizzazione e la nascita della rete Internet hanno offerto nuove possibilità distributive per il cinema e l'audiovisivo. I primi tentativi formali d'implementazione di piattaforme distributive<sup>1</sup> risalgono alla seconda metà del primo decennio degli anni Duemila, relativamente in ritardo rispetto al *file sharing*. Ciò è dovuto al fatto che l'industria cinematografica ha, almeno in origine, tentato di ostacolare la nuova pratica di diffusione dell'audiovisivo, nella convinzione che essa danneggiasse gli altri mercati di sbocco. Oggi la distribuzione online ha raggiunto un certo grado di affermazione anche se numerosi rimangono i problemi da risolvere, uno su tutti le normative legate al copyright che non permettono un'effettiva diffusione internazionale delle piattaforme, in contrasto con le caratteristiche di democraticità e globalità di Internet<sup>2</sup>.

L'Italia, oggettivamente in ritardo rispetto agli altri paesi, ha visto nascere i primi tentativi di distribuzione formale in rete soltanto nel biennio 2010-2011, tant'è che solo da quel momento si è iniziato a raccogliere dati (seppur parziali) sul nuovo canale distributivo<sup>3</sup>. La prima piattaforma VoD (*Video on Demand*) degna di nota ad aprire i battenti è stata Mymovieslive, nata all'interno di MYmovies.it, il magazine cinematografico online più visitato in Italia. In seguito si sono aggiunte Chili TV e iTunes Store, la nota piattaforma della Apple già diffusa in numerosi paesi del mondo. Ma il boom vero e proprio si è avuto soltanto alla fine del 2013, quando è nata la piattaforma Infinity TV, creazione del Gruppo Mediaset, cui si sono aggiunti due soggetti internazionali: MUBI e Google Play. A ciò si è sommata la riorganizzazione dei servizi di Mymovieslive e l'implementazione, ad aprile 2014, di Anicaondemand (o più semplicemente ONDE). Parallelamente si è evoluta la cosiddetta "TV on Demand" con casi quali Sky on Demand, Premium Play e TIMvision (ex Cubovision).

Gli esempi citati naturalmente non esauriscono il panorama distributivo italiano. Basta consultare la "Mappa dei contenuti - Offerta digitale in Italia", redatta da Confindustria all'inizio del 2014<sup>4</sup>, per rendersi conto di come la distribuzione audiovisiva in Italia sia più complessa e variegata di quanto si pensi. In realtà, a nostro avviso, non sono più di una decina i casi meritevoli di attenzione in quanto rappresentativi del mercato distributivo online nel nostro paese. Ciò non significa che i restanti esempi siano insignificanti, tuttavia essi dispongono di library piuttosto modeste e la loro accessibilità non è paragonabile agli altri casi già citati<sup>5</sup>. In questo breve saggio ci occuperemo perciò soltanto degli esempi italiani che riteniamo più significativi in base non solo alla loro accessibilità ma anche all'ampiezza e alla diversificazione del catalogo, alla tipologia di servizi di cui dispongono e alla capacità di offrire nuove esperienze spettatoriali. Mettendoli a confronto, cercheremo di evidenziarne aspetti innovativi ma anche problematicità. Inoltre, approfondiremo nel dettaglio quella che possiamo ritenere l'offerta migliore del nostro mercato distributivo online, ovvero i due servizi di MYmovies.it: Mymovieslive e ONDE.

Innanzitutto è necessario distinguere le diverse piattaforme in due grandi categorie, servendosi di alcune definizioni ormai assodate nella letteratura scientifica<sup>6</sup>. Da un lato troviamo piattaforme che si configurano come "videoteche virtuali" copiando in tutto e per tutto le tradizionali videoteche. Esse assumono il nome di *Electronic Sell-Through* (EST)<sup>7</sup> e offrono film e altri contenuti audiovisivi a noleggio o in acquisto. Lo spettatore, dunque, paga esclusivamente per il singolo titolo che desidera fruire (*pay-per-view*). Dall'altro lato troviamo piattaforme che mettono a disposizione contenuti audiovisivi dietro sottoscrizione di un abbonamento. In pratica, lo spettatore paga un canone solitamente mensile per fruire liberamente di tutti i titoli presenti nella library. Questa seconda tipologia di piattaforme assume il nome di *Subscription Video on Demand* (SVoD). Esistono poi piattaforme che propongono film in modalità *free* adottando modelli diversi come il *freemium* oppure facendo ricorso alla pubblicità. Tra queste va ricordata la *catch-up TV* che consente agli spettatori di fruire film e programmi televisivi trasmessi dalle TV generaliste nel corso dell'ultima settimana (RAI Cinema Channel ne è un esempio). Infine, vi è la già menzionata *TV on Demand*, che rivoluziona la fruizione televisiva: non più palinsesti bloccati e vincolati a precisi orari ma

## ART & MEDIA FILES

cataloghi di contenuti audiovisivi cui accedere quando si desidera.

Tra le piattaforme EST presenti in Italia vanno annoverate Chili, iTunes Store, Google Play e ONDE. Come abbiamo già detto, si tratta di videoteche virtuali, simili tra l'altro a negozi di *e-commerce* come Amazon, che si limitano a vendere o noleggiare film disponendo di cataloghi di qualche migliaia di titoli. L'esperienza spettatoriale è simile alla visione di un DVD tra le mura domestiche. È interessante notare come non sempre i prezzi dei film offerti siano convenienti rispetto al tradizionale home video: capita, infatti, per titoli di recente distribuzione, ma anche per i classici, che il prezzo adottato dalle piattaforme EST superi quello dell'equivalente supporto fisico<sup>8</sup>. Inoltre, fatta eccezione per alcuni titoli offerti da iTunes Store, i film acquistati non presentano la varietà di contenuti extra presenti nei DVD e Blu-ray (documentari, trailer, backstage, commenti audio) e spesso nemmeno la scelta dei sottotitoli e delle lingue. Questo ci permette di affermare che, a nostro parere, proseguendo in questa direzione il sorpasso della distribuzione online su quella tradizionale tarderà ad arrivare. In effetti, stando agli ultimi dati Univideo, il mercato audiovisivo in rete nel nostro Paese ha fatturato nel 2013 solo 18 milioni di euro rispetto ai 342 milioni dell'home video su supporto fisico (edicola e noleggio compresi)<sup>9</sup>.

Le principali piattaforme SVoD in Italia sono Mymovieslive, Infinity e MUBI. Il servizio creato da Mediaset offre cinquemila contenuti audiovisivi tra film, serie TV, fiction e cartoni animati, di cui lo spettatore può fruire pagando 9,99 € al mese. Vi sono però due problematiche. La prima riguarda l'esclusione dall'offerta dei film più recenti che sono, invece, disponibili in un'apposita sezione *pay-per-view*, per quanto ad un prezzo scontato per chi ha sottoscritto l'abbonamento. La seconda è relativa alla presenza temporanea dei contenuti nella piattaforma. Ciò significa che uno spettatore che sottoscrive l'offerta può non avere sempre a disposizione gli stessi film o serie tv a causa degli accordi specifici stipulati da Infinity con chi detiene i diritti di sfruttamento economico dei singoli contenuti<sup>10</sup>. A questa seconda problematica ha ovviato MUBI, proponendo 30 film mensili e aggiornandone uno quotidianamente, accessibili al pagamento di un canone di 4,99 € al mese. In questo modo lo spettatore dispone di una selezione mirata di titoli di alta qualità – si tratta di film premiati nei festival o che hanno avuto ottimi apprezzamenti da parte della critica, oppure riconosciuti classici della storia del cinema – in continua rotazione. Inoltre, la piattaforma creata da Efe Cakarel offre ai propri utenti la possibilità di connettersi tramite un forum e avviare così discussioni sui film disponibili e sul cinema in generale.

Chiudono il cerchio le piattaforme di *TV on Demand*: le già citate Sky on Demand, Premium Play e TIMvision. Le prime due non sono altro che estensioni gratuite di abbonamenti televisivi tradizionali (Sky e Mediaset Premium) attraverso cui i clienti possono disporre di una library on demand di film e altri contenuti audiovisivi<sup>11</sup>. TIMvision, invece, rappresenta un passo in avanti rispetto alla televisione che siamo abituati a conoscere. Si tratta della tv online di Telecom Italia e si configura come un vero e proprio caso di *TV on demand* senza alcun network televisivo alle spalle: in poche parole, la fruizione è interamente online, e la banda larga è offerta dalla stessa Telecom Italia. I contenuti disponibili sono i più variegati (film, serie tv, notiziari, programmi sportivi, cartoni animati) ma non mancano canali tematici al pari di quelli della pay TV. Il tutto dietro sottoscrizione di un abbonamento di 10 euro mensili, per quanto vi siano alcuni contenuti offerti in *pay-per-view* e altri in modalità *catch-up TV*.

Tutte le piattaforme citate offrono in prevalenza contenuti cinematografici ma, gradualmente, si stanno aprendo anche ad altri settori dell'audiovisivo come la televisione. Va notato come i confini tradizionali tra i vari mezzi di comunicazione si stiano definitivamente assottigliando, dal momento che film e programmi televisivi vengono distribuiti online ancor più indistintamente di quanto accadeva in precedenza in televisione e nell'home video. La maggior parte dei contenuti offerti è *mainstream*, ma si è fatto largo, per quanto solo in alcuni casi (tra cui Mymovieslive e MUBI), anche il cinema indipendente. Inoltre, è da segnalare come le piattaforme si siano rese progressivamente disponibili su ogni dispositivo tecnologico che permette la fruizione dell'audiovisivo: computer, tv connesse e dispositivi mobili.

Dopo questa panoramica generale, osserviamo in dettaglio le due piattaforme di Mymovies.it.

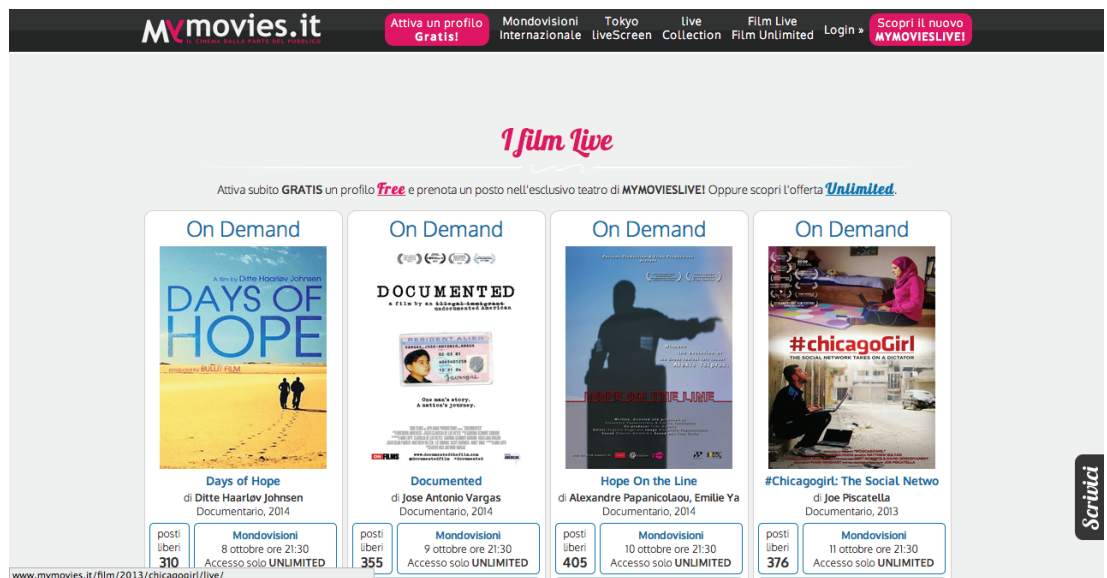


Fig. 1 – Una pagina di Mymovieslive.

Mymovieslive ha riorganizzato la propria offerta verso la fine del 2013 suddividendola in due profili distinti: uno free e uno a pagamento (SVoD). Viene quindi adottato il tipico modello *freemium* in cui alcuni spettatori paganti “finanziano” coloro che, invece, fruiscono gratuitamente dei contenuti, per quanto naturalmente i primi abbiano dei vantaggi in più. La piattaforma offre solamente contenuti di qualità (film, documentari, cortometraggi ma anche concerti musicali e spettacoli teatrali) molti dei quali inediti o provenienti direttamente da festival cinematografici. Assieme a MUBI è l'unico caso italiano che predilige il cinema indipendente a quello *mainstream*<sup>12</sup>.

L'offerta free ripropone una versione virtuale della tradizionale sala cinematografica e propone una programmazione quotidiana di film o altri contenuti audiovisivi: ogni sera alle ventuno e trenta lo spettatore può fruire in modalità streaming live un'opera cinematografica di qualità senza dover pagare alcun prezzo. Naturalmente, essendo free, si deve sottostare al vincolo dell'orario e al numero limitato dei posti virtuali (streaming) e capita, non di rado, che si arrivi al tutto esaurito. Ma il gioco della sala virtuale ha un altro obiettivo: consente di connettere tra loro gli spettatori poiché di ognuno è possibile conoscere l'identità, specie se hanno effettuato il login attraverso l'account facebook. Inoltre, per ogni film in proiezione è disponibile una chat in cui gli spettatori possono dialogare tra loro sull'esperienza che stanno vivendo.

Coloro che non intendono sottostare ai vincoli dell'offerta free possono registrare un profilo Unlimited sottoscrivendo un abbonamento mensile (al costo di 3,99 €), oppure settimanale (1 €). In questo modo in aggiunta ai contenuti dell'offerta free, fruibili in modalità streaming on demand, si può accedere a quindici titoli al mese, oltre che avere un posto garantito per gli eventi unici sold out. I contenuti on demand sono disponibili per circa quattro settimane e per un numero limitato di streaming (solitamente cinquecento) ma non sono soggetti a vincoli di orario. Esiste comunque una library permanente che al momento contiene quasi tutti i film di Roberto Rossellini, Ingmar Bergman e François Truffaut. Inoltre, il profilo Unlimited consente di creare eventi personalizzati scegliendo un titolo fra quelli disponibili e invitando i propri amici ad una visione collettiva in una sala virtuale di venticinque posti.

Non c'è dubbio che Mymovieslive rappresenti oggi l'esempio più innovativo di piattaforma online in Italia, in grado di coniugare fruizione cinematografica in diverse modalità con elementi di social networking

## ART & MEDIA FILES

tanto desiderati dal nuovo pubblico partecipativo e, al contempo, attuare un processo di educazione al cinema indipendente. Il caso Mymovieslive, con la scelta di selezionare solo film di qualità male o per nulla distribuiti, ci permette di sostenere che la distribuzione audiovisiva in rete si pone in alternativa e non in sostituzione della sala cinematografica. Internet, infatti, rappresenta un valido canale di sbocco per tutti quei film che non riescono a trovare un distributore o comunque uno schema distributivo in grado di raggiungere ampiamente il pubblico<sup>13</sup>.



Fig. 2 – L'home page di ONDE

Dall'aprile 2014 è attiva la nuova piattaforma Anicaondemand (ONDE), implementata da MYmovies. it in partnership con l'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali (ANICA) e Cross Advertainment Network (CAN)<sup>14</sup>. Si tratta di una piattaforma EST, o TVoD, ancora in via sperimentale che offre soltanto film a noleggio e dispone, almeno per ora, di un catalogo piuttosto limitato. Gli obiettivi di ONDE sono "l'esplorazione di nuove e innovative possibilità di sfruttamento dei diritti, la lotta contro la distribuzione e la fruizione illegale di contenuti audiovisivi e l'incremento del mercato online del cinema e dell'audiovisivo in genere"<sup>15</sup>. Più in generale, la piattaforma intende "accrescere l'offerta legale di contenuti sul web"<sup>16</sup> e a distanza di pochi mesi sono già visibili le prime interessanti sperimentazioni: ONDE presenta una ricerca personalizzata dei contenuti di cui nessuno degli altri casi italiani dispone, oltre ad una sala virtuale che mescola assieme i due profili della piattaforma gemella Mymovieslive. Indicativi, in questo senso, sono i menù colorati presenti nell'home page: ONDESurf, ONDEMain<sup>17</sup>, ONDEScreen, ONDERoad, ONDEQuest.

Lo spettatore può effettuare ricerche personalizzate nel catalogo incrociando diversi criteri di ricerca; in questo modo vengono filtrati specifici titoli in base a ciò che è stato selezionato. ONDESurf permette di selezionare criteri tradizionali come generi cinematografici, paesi di produzione, premi, festival, attori e registi e incrociarli con i numerosi percorsi tematici di ONDERoad: Famiglia, Amicizia, Brividi, Conflitti, Roma, Italia 900: i capolavori, Fuga, Anni '60, solo per citarne alcuni. Infine, è possibile eseguire una ricerca libera grazie a ONDEQuest. Si tratta di una vera e propria interrogazione del catalogo, esattamente come avviene nei database, che consente una specifica e mirata selezione di ciò che si va cercando.

## ART & MEDIA FILES

ONDEScreen, invece, riproduce la sala virtuale in cui è possibile prenotare un posto per eventi live a pagamento. Uno dei primi film proiettati in questo modo è stato *Jimmy P. (Psychotherapy of a Plains Indian)* (Arnaud Desplechin, 2013), recente caso di distribuzione *day-and-date*, cioè simultaneamente in sala e in rete. È chiaro come ONDE si trovi ancora in uno stato “embrionale” ma, se pensiamo alle innovazioni che può apportare al mercato distributivo online, ha tutti i requisiti per divenire una piattaforma di successo, grazie soprattutto all’apporto di ANICA.

Come abbiamo visto, il panorama distributivo online italiano si presenta piuttosto variegato, anche se non paragonabile a quello statunitense o di altri paesi europei come Regno Unito, Francia e Germania, che dispongono di piattaforme affermate ormai da tempo (Netflix, Jaman, UniversCiné). L’Italia ha compiuto progressi negli ultimi anni ma non ancora sufficienti, dato che permangono, come abbiamo visto, molti ostacoli a un pieno sviluppo del mercato. A essi se ne aggiungono altri che esulano dallo specifico settore e riguardano la scarsità di investimenti nello sviluppo di una rete Internet efficace a supportare la fruizione online e la mancanza di un “progetto educativo” in grado di far conoscere agli italiani le nuove forme di visione del cinema e dell’audiovisivo, problemi che non possono essere risolti nel breve termine.

Infine, va sottolineato come il contesto distributivo/fruitivo su Internet sia in continua trasformazione ed evoluzione. Ciò significa che nei prossimi mesi alcune delle piattaforme qui descritte potrebbero cambiare la configurazione della propria offerta, così come è accaduto più volte nel corso dell’ultimo anno.

Alex Tribelli

### Note

1. Il concetto di “formale” in opposizione a quello di “informale” si trova in Ramon Lobato, *Shadow Economies of Cinema. Mapping Informal Film Distribution*, British Film Institute/Palgrave, Londra 2012.
2. Ogni piattaforma, infatti, deve scontrarsi con specifiche legislazioni nazionali diverse da paese a paese e con pratiche ai limiti della legalità (cfr. *infra*, nota 10). Inoltre, poiché i prodotti audiovisivi sono distribuiti territorio per territorio (l’Unione Europea non dispone ancora di un mercato distributivo unificato), le piattaforme devono di volta in volta negoziare la distribuzione online dei prodotti nei singoli territori.
3. È il caso di Univideo, che solo dal 2011 considera Internet nei report annuali sul fatturato home video.
4. “Mappa dei contenuti – Offerta digitale in Italia”, <<http://www.mappadeicontenuti.it/>> (ultimo accesso: 10 luglio 2014).
5. La semplice disponibilità in rete di una piattaforma, infatti, non garantisce automaticamente la sua accessibilità al pubblico. Essa deve infatti in qualche modo farsi conoscere, eventualmente attraverso strumenti di promozione.
6. Ci riferiamo soprattutto a Dina Iordanova, Stuart Cunningham (a cura di), *Digital Disruption: Cinema Moves On-line*, St Andrews Film Studies, St. Andrews 2012 e Jeff Ulin, *The Business of Media Distribution. Monetizing Film, TV, and Video Content in an Online World*, Focal Press, New York-Londra 2013.
7. All’interno del quale includiamo anche il modello *Transactional Video on Demand* (TVoD).
8. A titolo di esempio, *12 anni schiavo* (*12 Years a Slave*, Steve McQueen, 2013) è disponibile nelle piattaforme Chili <<http://www.chili-tv.it/film/12-anni-schiavo-2013>> (ultimo accesso: 14 settembre 2014) e su iTunes Store (ultimo accesso: 14 settembre 2014) a 13,99 € (versione SD) mentre il DVD è acquistabile su Amazon a 11,57 €, <[http://www.amazon.it/12-Anni-Schiavo-Chiwetel-Ejiofor/dp/B00KXCXEPS/ref=sr\\_1\\_1?ie=UTF8&qid=1410699373&sr=8-1&keywords=12+anni+schiavo](http://www.amazon.it/12-Anni-Schiavo-Chiwetel-Ejiofor/dp/B00KXCXEPS/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1410699373&sr=8-1&keywords=12+anni+schiavo)> (ultimo accesso: 14 settembre 2014).



## ART & MEDIA FILES

9. “Rapporto Univideo 2014 sullo stato dell’home entertainment in Italia”, <[http://www.univideo.org/cms/index.php?dir\\_pk=16](http://www.univideo.org/cms/index.php?dir_pk=16)> (ultimo accesso: 10 luglio 2014). Va comunque rilevato come la distribuzione online sia l’unica a segnare un andamento positivo con un +38,5% rispetto al 2012. Tutti gli altri segmenti dell’home video (vendita, edicola, noleggio) sono in declino.
10. Nei casi SVoD gli accordi commerciali non prevedono il modello *revenue sharing* com’è per le piattaforme EST. I film sono acquistati soltanto per un determinato periodo di tempo ed esistono notevoli influenze da parte dei network televisivi più potenti, in grado di incidere sulla disponibilità online dei contenuti audiovisivi.
11. Dalla prima metà del 2014 è attiva un’ulteriore piattaforma SVoD di Sky denominata Sky Online. La differenza con Sky on Demand sta nel fatto che non è necessario disporre di alcun abbonamento pregresso. Tuttavia, a nostro parere, non aggiunge niente di significativo rispetto a quanto già presente nel mercato distributivo online.
12. Esiste anche Indieframe, ma è poco conosciuta e presenta pochissimi titoli.
13. Pensiamo, per esempio, a film come *Hitchcock* (*Id.*, Sacha Gervasi, 2012), *Stoker* (*Id.*, Park Chan-wook, 2013) e *Lo sconosciuto del lago* (*L’Inconnu du lac*, Alain Guiraudie, 2013), usciti in Italia nel corso del 2013 in un numero di sale insufficiente a coprire il territorio nazionale. Grazie alla rete questi film avrebbero potuto raggiungere molti più spettatori.
14. ONDE sostituisce la precedente piattaforma Mymovieswide, nata a fine 2012.
15. “Anicaondemand. La nuova piattaforma di streaming on demand dei produttori e distributori italiani”, <[http://www.anica.it/online/images/stories/anicaondemand\\_comunicato\\_finale.pdf](http://www.anica.it/online/images/stories/anicaondemand_comunicato_finale.pdf)> (ultimo accesso: 11 luglio 2014).
16. *Ibidem*.
17. ONDEMain è semplicemente un link che rimanda alla pagina principale.