

ART & MEDIA FILES iTunes vs Google: gli store online nell'epoca dello streaming

La distribuzione online di contenuti audiovisivi in Italia ha visto un copioso aumento dell'offerta a partire dall'autunno del 2013, quando, a servizi già presenti e più o meno consolidati come l'iTunes Store, Mymovieslive o MUBI, si sono aggiunte nuove piattaforme come Sky Online, Google Play Film, Infinity e Anicaondemand.

Una prima sostanziale differenza da sottolineare, per fare ordine nel grande amalgama di questi servizi, è quella tra le piattaforme che offrono contenuti in streaming e previo abbonamento (mensile o settimanale) e quelle che invece offrono un servizio che richiama la logica dei negozi e videonoleggi fisici, ovvero l'acquisto o il noleggio di un singolo contenuto, in download. Appartengono alla prima categoria i servizi offerti dalle piattaforme dei nostri network televisivi (Mediaset con Infinity, Sky con Sky Online) oltre che, per esempio, il servizio offerto da MYmovies.it, nonostante ciascuno abbia le proprie peculiarità. Questi servizi sono la risposta all'americano Netflix, che per il momento non è disponibile nel nostro paese, e rispecchiano la tendenza attuale che vede, in particolare nell'ambito musicale, un meccanismo di sostituzione del download con lo streaming¹. Risulta infatti sempre più in voga un servizio come Spotify che, come Netflix per l'audiovisivo, permette (in questo caso persino gratuitamente) di ascoltare migliaia di brani in streaming da computer o dispositivi mobili. Questa tendenza è talmente evidente che persino Apple sta cercando di cavalcare l'onda con un servizio chiamato iTunes Radio, che per ora non è ancora disponibile in Italia. Inoltre, si vocifera di una possibile acquisizione da parte dell'azienda di Cupertino di un'applicazione chiamata Swell, che segue la stessa logica².

Qui ci concentreremo sullo store online, che, se fino a qualche tempo fa ha visto nel nostro paese il monopolio di Apple, di recente ha assistito al lancio sul mercato della sua nemesi, rappresentata dal gigante Google. Lo store Google Play si è infatti arricchito della sezione film solo a partire dal novembre dello scorso anno, offerta che è invece già disponibile sull'iTunes Store dalla fine del 2010.

Se è vero che in ambito musicale risulta in declino il download, in favore del più conveniente streaming, è anche vero che, per i contenuti audiovisivi, negli Stati Uniti la soddisfazione degli utenti è maggiore nel caso del download. Ciò è dovuto a una maggiore performance sostenuta da questi servizi che, offrendo la possibilità di scaricare il contenuto, ovviano ai problemi legati a una connessione instabile o saturata³.

iTunes: 11 anni e una rivoluzione

La sezione film va ad arricchire l'iTunes americano nel 2006, a tre anni dalla sua nascita. Lo store targato Apple, infatti, aveva già aperto i battenti nel 2003, innescando sin da allora una grande rivoluzione nel mercato discografico; offrendo la possibilità di scaricare legalmente e a un prezzo contenuto (0,99 dollari) un'enorme quantità di file musicali, iTunes aveva trovato la giusta risposta al problema che affliggeva da anni questo mercato: il *file sharing* illegale. Apple aveva già lanciato da quasi due anni un *device*, l'iPod, che aveva cambiato il modo di fruire musica in movimento, rendendo rapidamente obsoleti i lettori cd portatili. L'apertura di un negozio di dischi online, che permettesse l'acquisto e l'immediata fruizione di file leggibili da questo dispositivo, può apparire scontata, ma è stata invece il frutto di una faticosa trattativa con le case discografiche, restie a fare il grande passo verso l'era del digitale⁴.

La stessa dinamica si è poi ripresentata inevitabilmente anche per l'audiovisivo, compresa la faticosa trattativa con le case di produzione. In questo caso la digitalizzazione è arrivata prima dell'avvento dei *device*. Il computer è stato a lungo il mezzo principale di fruizione di questi contenuti, e sta cedendo solo di recente il posto a tablet e (secondariamente) smartphone.

Al momento le copie digitali devono ancora sottostare ai tempi dettati dalle classiche *windows* dei diritti cinematografici, inserendosi nella stessa categoria di quelle fisiche. Il VoD può quindi partire circa quattro

ART & MEDIA FILES

mesi dopo l'uscita *theatrical* e deve teoricamente interrompersi circa sette-otto mesi dopo, per quanto riguarda l'opzione noleggio, per dare spazio alla pay tv. In realtà, questi vincoli temporali si stanno smussando sempre di più, nell'ottica di dare maggiore spazio al VoD⁵.

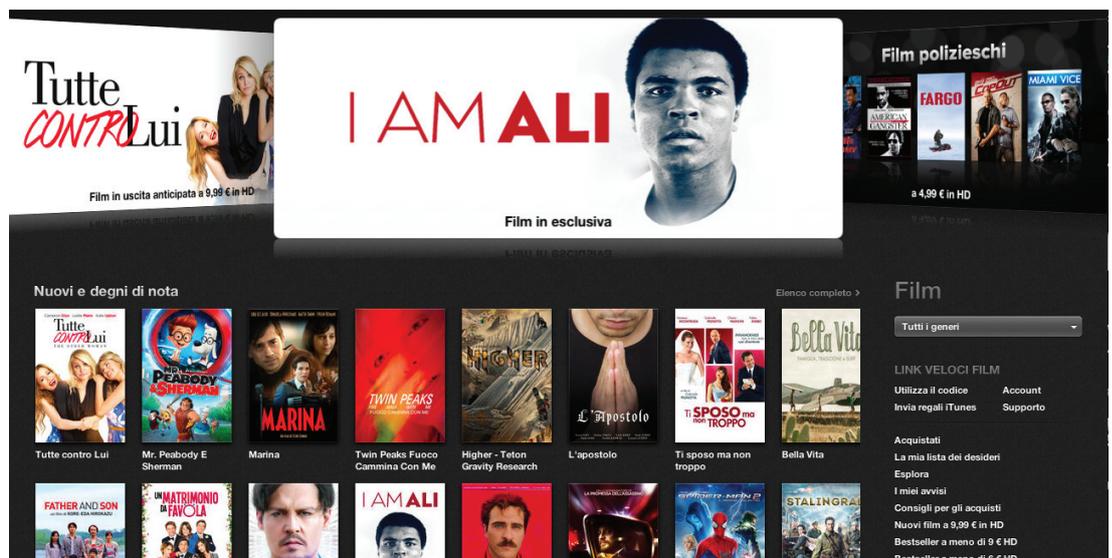


Fig. 1 – L'home page di MUBI

Per i suoi dieci anni iTunes ha pubblicato sullo store una timeline dei suoi più grandi traguardi (<https://itunes.apple.com/WebObjects/MZStore.woa/wa/viewFeature?id=638918548>). Una tappa fondamentale per quanto riguarda l'audiovisivo, successiva all'apertura della sezione apposita nel 2006, è stata nel 2010, quando i film sono stati resi disponibili in HD e l'acquisto permesso anche da iPhone e iPod Touch. Sia per quanto riguarda la musica che per il cinema, bisogna sottolineare come la condivisione online di file non trovi le sue radici solamente nella possibilità di ottenere i contenuti in modo gratuito, ma anche, e forse soprattutto, nel desiderio degli utenti di avere a disposizione qualsiasi contenuto in qualsiasi momento. Questa esigenza è nella logica di Internet e non è reversibile, anzi, la tendenza allo streaming non fa altro che confermarla.

A confronto

iTunes e Google Play sono inevitabilmente molto simili, dato che sono uno la risposta all'altro e competono per occupare lo stesso spazio sul mercato. Nonostante le tante somiglianze e la sostanziale intercambiabilità tra loro, si possono comunque riscontrare una serie di differenze non secondarie. Accedendo agli store si è immediatamente immersi nelle tante proposte selezionate. Le raccolte sono variabili e vengono aggiornate continuamente, ma le categorie degli ultimi arrivi e dei film più visti sono sempre in evidenza. Ci sono inoltre collezioni tematiche pensate dalla redazione. Queste possono essere legate a nuovi film in uscita, oppure a eventi di attualità. Ad esempio, Google Play ha proposto una raccolta di film in occasione dell'ultima Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia, ripresentando vecchie pellicole premiate al Lido. Sono poi disponibili svariate offerte speciali.

A proposito dei prezzi, si può notare una prima differenza tra i due servizi. Nel caso di Google Play, infatti, quello che appare accanto ai titoli è il prezzo del noleggio (quando disponibile) e in risoluzione

ART & MEDIA FILES

standard. Solo aprendo la scheda del film è poi possibile vedere il costo dell'acquisto, sempre in bassa definizione, e solo in terza istanza viene proposta in alternativa l'alta definizione, con un sovrapprezzo variabile che si aggira intorno ai due euro. Su iTunes, invece, viene offerto subito l'acquisto in HD, lasciando in secondo piano la SD e il noleggio.

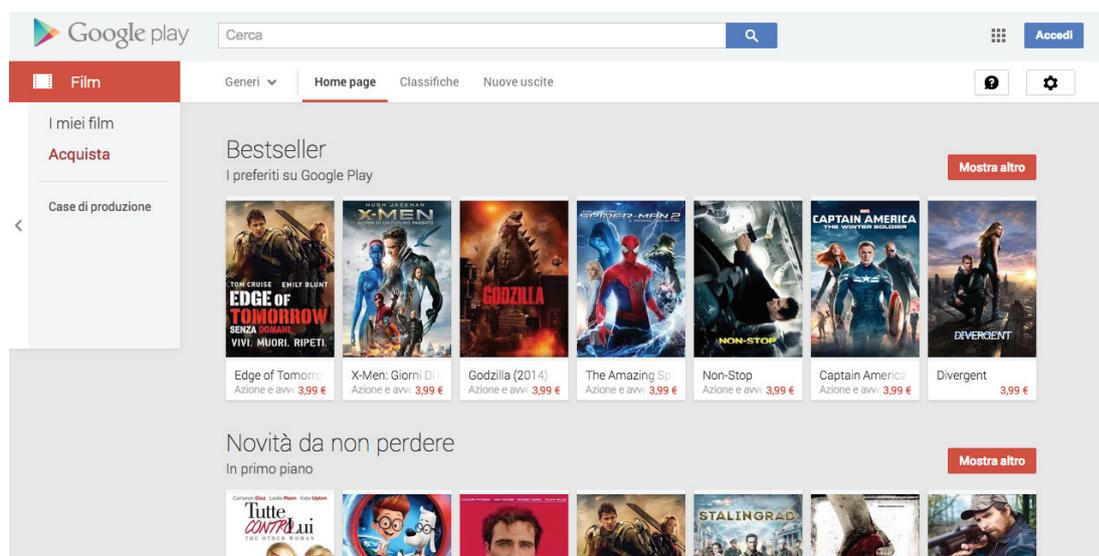


Fig. 2 – Google Play Film

Inoltre, i prezzi applicati dai due servizi sono simili, ma non sempre corrispondono. In particolare, per quanto riguarda l'acquisto delle nuove uscite, si può riscontrare una maggiore convenienza dell'iTunes Store, che permette un risparmio anche di diversi euro su alcuni titoli. Il prezzo per l'acquisto di una nuova uscita si assesta di norma sui 9,99 €, ma nel caso di Google Play può arrivare anche a 16,99 €. Questo è il caso, ad esempio, del film *Lei (Her)* (Spike Jonze, 2013), che sullo store androidiano costa ben 7 € in più rispetto a quello della concorrenza. Nel caso del noleggio, invece, i prezzi oscillano tra i 2,99 € e i 4,99 €. Su iTunes è sempre presente, inoltre, un'offerta della settimana, con un film selezionato a 0,99 €.

Un'altra importante differenza riguarda l'integrazione con i social network. Mentre il negozio Apple permette la condivisione su Twitter e Facebook, Google cerca di spingere il social di cui è proprietario, Google Plus, lasciandolo l'unico a disposizione. Nato nel 2011, G+ ha tentato di trovare una collocazione dove spazio non ce n'era e, per questo, ha faticato ad imporsi. Di conseguenza Google cerca da sempre di incentivarne l'utilizzo. Un importante passo in questa direzione è stato fatto quando tutti gli utenti YouTube sono stati obbligati a creare un profilo Google Plus per gestire il proprio canale e interagire sulla piattaforma; mossa, tra l'altro, non molto apprezzata dagli utenti⁶. Negli ultimi tempi, comunque, la politica del motore di ricerca più famoso al mondo sembra essere cambiata e l'imposizione del suo social diminuita, per esempio è recente la separazione tra G+ e il servizio di posta elettronica Gmail⁷.

Il catalogo dei due store è molto simile. Entrambi privilegiano le nuove uscite e i film cult, con non poche lacune in quest'ultima categoria. In entrambi i casi, poi, il database riguarda solo i film, escludendo completamente le serie tv, disponibili invece negli store di altri paesi.

Un'altra differenza che va a favore dello store di Cupertino è la possibilità di scegliere la lingua originale per i contenuti stranieri, opzione non offerta dalla concorrenza.

ART & *Non solo computer* MEDIA FILES

È fondamentale ricordare che i contenuti dei due store sono acquistabili e fruibili non solo dal computer, ma anche da tutti gli altri *device*. Servizio che risponde alla tendenza ad accedere al web e a navigare maggiormente tramite dispositivi mobili quali smartphone e tablet⁸.

Se quindi iTunes risulta spesso più conveniente, Google ha dalla sua parte la compatibilità. I contenuti acquistati sul Play Store sono, infatti, fruibili anche sui *device* della concorrenza, cosa che invece non vale per Apple. La scelta di allargare la propria compatibilità ad altri sistemi operativi, attraverso un'applicazione per iPad, era già stata operata anche per lo store di musica e intende colpire l'avversario in quello che è sempre stato il tuo tallone d'Achille⁹.

Se il *mobile* ricopre un ruolo fondamentale nella fruizione di questi contenuti, è anche vero che la visione in tv rimane preferibile da molti. Per rispondere a questa esigenza, sia Apple che Google hanno studiato dei dispositivi ad hoc da collegare al televisore di casa per vedere i film acquistati sugli store: Chromecast e Apple Tv. La prima è una chiavetta che si collega al televisore tramite ingresso HDMI e permette lo streaming non solo della libreria di Play, ma anche di tutte le schede del browser Chrome ed è, ancora una volta, compatibile con tutti i sistemi operativi. Non permette invece il *mirroring*, quindi la riproduzione dell'intero schermo del computer o *device* sulla tv. L'Apple Tv, che ha un design diverso ma si collega nello stesso modo, offre invece quest'ultima possibilità, a patto che si sia in possesso di un computer o dispositivo Apple. In ogni caso, permette a chiunque di riprodurre gli acquisti fatti su iTunes¹⁰.

Conclusioni

Il servizio offerto da Google arriva quindi quasi fuori tempo massimo, in una realtà che va sempre più verso lo streaming. Servizi come Netflix, infatti, non solo permettono agli utenti un consistente risparmio, a parità di numero di contenuti sfruttati, ma offrono anche la possibilità di rimandare la scelta di cosa vedere a un momento successivo o, addirittura, di cambiare idea in corso d'opera. È la percezione di avere a disposizione, in qualsiasi momento, un infinito catalogo di contenuti, il punto di forza di queste piattaforme.

Chiaramente, il valore aggiunto di iTunes e Google Play è quello di permettere l'acquisto, e quindi il possesso, dei film, come avviene con le copie fisiche. Caratteristica non secondaria, se si pensa che i cataloghi delle piattaforme di streaming sono molto variabili e i contenuti sono sottoposti a continui aggiornamenti. I due servizi rispondono quindi a esigenze diverse: le piattaforme come Netflix sono meno adatte a chi sa precisamente cosa vuole vedere e più plasmate per chi vuole avere grande scelta a costi più contenuti. Il limite più vistoso rimane per ora, come si è già detto, la completa assenza della serialità televisiva. Questi contenuti restano legati a doppio filo ai network, che, al momento, sono gli unici a sfruttarne i diritti, sia sui canali classici che sulle proprie piattaforme online¹¹.

Marika Lambertini

Note

1. David Holmes, "Digital Music Sales Are in a Free Fall, as Spotify Does to iTunes What iTunes Did to CDs", <<http://pando.com/2014/07/03/digital-music-sales-are-in-a-free-fall-as-spotify-does-to-itunes-what-itunes-did-to-cds/>> (per tutti i siti segnalati: ultimo accesso 6 ottobre 2014).
2. Liz Gannes, "Apple To Buy Radio App Swell for \$30 million", <<http://recode.net/2014/07/27/apple-to-buy-radio-app-swell-for-30-million/>>.
3. John Koetsier, "Apple's iTunes Streams Satisfaction, Beating out Netflix, Amazon, Hulu and HBO GO", <<http://venturebeat.com/2013/08/07/apples-itunes-streams-satisfaction-beating-out-netflix->

ART & MEDIA FILES

[amazon-hulu-and-hbo-go/](#).

4. Gabriele De Palma, "Dieci anni di iTunes, rivoluzione digitale", <http://www.corriere.it/tecnologia/economia-digitale/13_aprile_29/itunes-compie-10-anni_5e0bbd82-b0c6-11e2-b358-bbf7f1303dce.shtml>.

5. A. Pasquale, *Investire nel cinema*, Il Sole 24 Ore, Milano 2012, pp. 46-48; Roberto Pezzali, "Come funzionano in Italia le licenze dei film", <<http://www.dday.it/redazione/11433/come-funzionano-in-italia-le-licenze-dei-film.html>>.

6. Paul Tassi, "Google Plus Creates Uproar over Forced YouTube Integration", <<http://www.forbes.com/sites/insertcoin/2013/11/09/google-plus-creates-uproar-over-forced-youtube-integration/>>.

7. Ron Amadeo, "Report: Google To End forced G+ Integration, Drastically Cut Division Resources", <<http://arstechnica.com/gadgets/2014/04/report-google-to-end-forced-g-integration-drastically-cut-division-resources/>>.

8. Bruno Ruffilli, "Audiweb: smartphone e tablet superano i pc su internet", <<http://www.lastampa.it/2014/07/01/tecnologia/audiweb-su-internet-smartphone-e-tablet-superano-i-pc-N4AQrF87OPE49Hg7FIZMRK/pagina.html>>.

9. Saverio S., "Arriva Google Play Movies anche per gli utenti iPhone, iPad e Apple Tv con AirPlay", <<http://www.appletvblack.com/?p=37156>>.

10. Michael Grothaus, "Chromecast vs. Apple Tv: Which Does What Best?", <<http://www.knowyourmobile.com/devices/google-chromecast/21967/chromecast-vs-apple-tv-which-best-you>>.

11. Gabriele Niola, "Perché Netflix non arriva in Italia", <<http://www.wired.it/play/cinema/2014/07/14/netflix-italia-2/>>.