

Netflix che paura: tutti i dubbi della tv web al debutto italiano

Le concorrenti tremano, ma la società americana soffrirà per la lentezza della Rete

» VIRGINIA DELLA SALA

Annunciato, atteso, temuto: Netflix oggi arriva in Italia. A presentarlo, a Milano, il Ceo Reed Hastings e il responsabile dei contenuti Ted Sarandos. Prezzo: abbonamento a partire da 7,99 euro. Offerta: accesso all'intero catalogo di serie tv e film. Strategia: cambiare il concetto di tv, crearne una connessa al web e offrire prodotti esclusivi. È la tv via cavo, insomma, che diventa "via internet".

INITALIA la società, che ha sede a Los Gatos in California, ha stretto prima un accordo strategico con Telecom per la distribuzione dei programmi con i suoi servizi di Tim Vision, poi con Vodafone per i pacchetti di trasmissione dati. Era stata in un certo senso anche corteggiata dalla Rai. Il direttore generale Antonio Campo dall'Orto in un'intervista a Rai News24 si era espresso in modo sibillino: "Il nostro accordo con Netflix identifica la Rai come partner possibile per tutti i soggetti che sono presenti nel mercato per dare valore ai cittadini". Non deve essere durato a lungo. Ieri, dalle pagine di Repubblica, il dg ha fatto sapere che il servizio pubblico sarebbe pronto a lanciare un proprio prodotto di contenuti a pagamento via Internet. Un progetto che prima di essere attuato (ci vorranno minimo 6-10 mesi) dovrà avere il via libera del governo. Al canone, insomma, si potrà decidere di aggiungere il pro-



Il numero uno l'ad di Netflix, Reed Hastings LaPresse

dotto pay.

Chi non ama fermarsi alla superficie degli annunci, avrà notato che l'avvento di Netflix porta con sé alcune contraddizioni. Il servizio, che promette di rivoluzionare la tv moderna, non arriva in Italia con il vigore tipico con cui i big si avvicinano ai nuovi mercati. Accolta con entusiasmo anche dal sottosegretario con delega alle Comunicazioni, Antonello Giacomelli, che ieri si è augurato che "Netflix investa nella produzione italiana di film e fiction e contribuisca a farla conoscere nel mondo", la società della tv in streaming ha invece molti dubbi sulla sua buona riuscita nel mercato italiano. Il primo problema è aver venduto a Sky Atlantic la serie tv "House of cards", il suo prodotto di punta. L'altro, "Orange is the new

Cos'è
Netflix è una società statunitense nata nel 1997. Dal 2008 offre un servizio di streaming online on demand, accessibile tramite un abbonamento. Da oggi anche in Italia, l'abbonamento base per vedere film e serie tv sarà di 7,99 euro

Black", è invece andata a Mediaset Premium. Cessioni necessarie, secondo alcuni, per trovare le risorse per sbarcare nel mercato italiano. Nonostante abbia fatturato più di 5 miliardi nel 2014 (con utili di 267 milioni), i ricavi non sono derivati tanto dalla vendita degli abbonamenti quanto da quella dei diritti delle serie tv prodotte. Ci aiuta qualche dato: in Francia, dove il servizio è arrivato più di un anno fa, la media delle varie stime (enti di ricerca e ministero della Cultura) parla di circa 500 mila abbonamenti. Un quarto di quanti ne aveva previsti la società. E negli Stati Uniti, dove ci sono circa 40 milioni di abbonati, a chiusura del terzo trimestre del 2015 Netflix ha dichiarato di aver aggiunto solo 880 mila nuovi abbonati a fronte di una previsione di

1.150.000.

Non sorprende quindi che Netflix cerchi di muoversi con cautela in Italia (prima del lancio non è stato possibile confrontarsi con nessuno in modo ufficiale). Il catalogo, a parte la serie "Suburra" e l'annunciato ritorno di "Una mamma per amica", è di nicchia e perciò rischia di essere debole: titoli come Marvel - Daredevil, Sense8, Grace and Frankie, Unbreakable Kimmy Schmidt, Marco Polo e Narcos non sono conosciuti al grande pubblico. Molti degli attori, poi, non hanno contratti che includano la promozione di film e telefilm. A tutto questo si somma la condizione della banda larga in Italia: rara se non frammen-

On demand

Nel nostro Paese l'abbonamento partirà da 7,99 euro Primo mese gratis

taria. La lentezza della connessione Internet, soprattutto fuori dai grandi centri urbani, rende difficile godere di un prodotto video di qualità e in alta definizione, un elemento importante per l'azienda. Per questo Netflix fornirà agli abbonati un mese di prova gratuita e ha anche già dato ai provider l'intero catalogo. La qualità, però dipenderà dalla linea singola utente. Chissà se basterà per impedire a Netflix di fuggire tra sei mesi.