

Continua il nostro viaggio nel mondo del “nuovo” piccolo schermo. Da spettatori, diventiamo “streamer”: aumenta la platea del web, con 22 milioni di italiani che si connettono almeno per due ore al giorno, e diminuisce la “fetta” delle reti generaliste (25 milioni). Con un’infinità di offerte on demand che vengono visualizzate anche su tablet e pc

La tv spegne il televisore

Da spettatori a streamers: è una mutazione telegenetica. Uno switch off tecnologico che vede gli italiani in una curiosa e contraddittoria situazione: essere i più arretrati nello sviluppo, la sospirata banda larga e i più disponibili a spendere nell'acquisto di dispositivi e contenuti, film, programmi tv, video: 13,89 euro, quasi 3 euro in più rispetto alla media europea. Insomma, siamo un popolo di navigatori destinato ad abbandonarsi alla corrente del web attraverso lo streaming per scegliere il programma preferito. Stando ai dati audiweb, ogni giorno si connettono alle rete 22 milioni di italiani per circa due ore. E, naturalmente, a farlo, sono soprattutto i giovani (il 40,7 per cento), quelli cioè che stanno sparendo dalla popolazione che frequenta la tv generalista (scesa a 25 milioni), mentre gli anziani che lo fanno sono solo (il 7,1).

CONTENUTI

Non c'è dubbio che l'aumento della platea web sia direttamente legato alla poderosa crescita dei contenuti. Lo sviluppo dei social network (a proposito, nel 2015 le prime cinque fonti di informazione sono state: i tg, utilizzati dal 76,5 per cento, i giornali radio al 52, i motori di ricerca al 51,4, le tv all news al 51 e Facebook al 43,7) e l'arrivo a giorni (il 22) della piattaforma globale Netflix accendono i riflettori su un panorama in caotica espansione, ma ricchissimo. E, se il telecomando coi nove tasti sta trasformandosi in oggetto vintage, il telestreamer, pur liberato da obblighi di orario, di luogo, di situazione, sfuggito alla tortura dei break pubblicitari, dovrà combattere con una sorta di effetto Stendhal: l'imbarazzo vertiginoso nello scegliere di fronte a cataloghi con migliaia di titoli.

DIAVOLERIE

Certo, la tecnologia gli andrà incontro per rendere la vita comoda. Netflix ha addirittura inventato in America un congegno (Netflix switch) che accende lo schermo, spegne le luci, mette il silenziatore al cellulare e, nel caso, può anche ordinare la pizza. E il parallel streaming pensa a come ovviare alle spiacevoli interruzioni tecniche: quando si guarda un film i contenuti arrivano da più nodi e, se c'è un intasamento su un nodo, gli altri possono intervenire senza provocare interruzioni o cali di qualità.

Netflix, che non ha usato nessuna campagna promozionale per il suo varo (ma batte molto sul social network), partirà con un catalogo che, se dovrà rinunciare al suo *House of Cards* (ancora



L'OFFERTA

Sopra, la nuova serie "Narcos" di Netflix sulla vita di Pablo Escobar. Sotto, "House of Cards", prodotta sempre da Netflix ma visibile su Sky



I numeri

340 milioni
di euro nel 2014

2,321
miliardi
di euro nel 2017
(stima)

1,5 milioni
Italiani che guardano
abituamente
la tv in streaming

10%
degli italiani
usa la smart tv
connessa in rete

22 milioni
Italiani che si
connettono a internet
ogni giorno
per 2 ore

il 40,7%
sono italiani
under 40

su Sky Atlantic e Sky, proprio per quel debutto, ha deciso di mettere a disposizione dei suoi clienti on demand le prime tre annate complete), offrirà serie come *Daredevil* della Marvel comics, *Narcos* sul cartello di Medellín, *Marco Polo*, *Grace e Frankie* su due ultrasettantenni, Jane Fonda e Lily Tomlin, lasciate dai mariti che si scoprono gay e si amano, *The Crown* sulla storia della Regina Elisabetta, film originali in esclusiva come *Jadoville* con Jamie Dornan (l'attore di *50 Sfumature di grigio*), *The Ridiculous 6* (con Adam Sandler e Steve Buscemi), *War Machine* di Brad Pitt, *Beasts of No Nations*, premio Mastroianni al Festival di Venezia di quest'anno. Il 20 per cento della programmazione sarà costituito da titoli italiani per ora acquisiti in licenza.

LA SFIDA

Netflix non si misurerà direttamente con le reti generaliste (c'è un forte gap generazionale fra i due pubblici), ma piuttosto con le numerose offerte simili, a cominciare da quelle Mediaset e Sky. Il gruppo Murdoch, oltre al satellite e a Sky go sul web, ha un servizio on demand con 2500 titoli e, da tempo, ha lanciato lo Sky Online Tv Box, congegno che collegato alla tv permette di accedere alla pay, svincolata da abbonamenti. Mediaset, che pure ha appena lanciato Premium Online oltre alla pay sul digitale terrestre, da un anno ha puntato su Infinity, che offre on-demand film, serie tv, fiction. Ha 350 mila utenti e 7 mila titoli, fra cui la terza stagione di *Orange is the*

New Black, che è una produzione Netflix, *Big Bang Theory* (otto stagioni passate più la nuova) e offre il download and go, la possibilità di scaricare il programma prescelto e vederlo quando si vuole offline.

Timvision di Telecom ha 500 mila abbonati e 6 mila titoli, un'offerta free e la possibilità di accedere a Netflix, a contenuti Sky e Premium.

LA MELA

Apple tv lancerà alla fine di novembre il nuovo set-top-box, che sarà possibile comandare a voce. Chili tv conta su 430 mila utenti e ha 4500 titoli. Mentre anche Google offre un servizio on-demand di noleggio e acquisto di film e serie. Resta la Rai. In Francia la tv pubblica ha deciso di offrire un servizio in streaming modello Netflix, la tv di stato italiana per ora conta solo sul player Rai.tv, che manda in diretta i suoi canali e ha un'offerta on demand, che prossimamente sarà oggetto di un restyling.

Marco Molendini
(2/continua)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**NETFLIX SCOMPUGLIA
LE CARTE E SFIDA
LE OFFERTE "SIMILI"
CON NUOVE SERIE
E IL 20 PER CENTO
DI TITOLI ITALIANI**

**SKY LANCIÒ LA TV BOX
MEDIASET RISPONDE
CON PREMIUM ONLINE
E A NOVEMBRE
IL LANCIÒ DI APPLE
SUL MERCATO**