

Film nei cellulari: la 3 va in prima visione

Roma. A scommetterci di sicuro si vincerebbe pochissimo. Le reazioni alla nuova uscita della Tre di Vincenzo Novari nove su 10 sarà di scetticismo: chi mai si andrà a vedere un film intero su un telefonino con uno schermo che, bene che vada, è di 2,2 pollici? Ma siccome Novari ormai guarda un numero di utenti sui 4 milioni e mezzo e nessuno un paio di anni fa ci avrebbe scommesso un centesimo, il dubbio che possa avere ragione lui bisogna averlo e tenerlo ben presente. E a ben vedere questo dubbio ce l'hanno anche le major del cinema, che su questa cosa hanno infranto uno dei loro tabù più rigidi: quello sulle cosiddette «finestre» che regolano i tempi di uscita di un film nei cinema, nella vendita di home video, nel noleggio e poi sulle paytv. L'ultimo film con Nicole Kidman e Sean Penn, *The Interpreter*, che nei cinema italiani è arrivato tre giorni fa, venerdì scorso, dal 7 novembre, ossia da lunedì prossimo, sarà «in programmazione» sui telefonini di Tre. E se si pensa che alla vendita in cassetta o dvd arriverà tra 6 mesi, al noleggio tra 8, su Sky tra un anno e sulle reti in chiaro tra 2 anni, la novità è più che evidente.

E, in dettaglio, la novità è questa. Dalla prossima settimana gli utenti di 3 potranno vedere i film sui loro cellulari. E saranno vere prime visioni. Anche il prezzo è da prima visione, 9 euro, ma dà diritto a vedere il film per quante volte si vuole nei sette giorni successivi all'acquisto. La modalità di fruizione è duplice. Da lunedì prossimo si parte con lo streaming. Si va sul portale 3 (nei nuovi modelli di cellulare ci sarà un tasto dedicato che porta diritto nella pagina del cinema), si sceglie il film, si paga e si inizia a scaricarlo. Se arriva una telefonata si interrompe e si fa ripartire esattamente dove si è interrotto, anzi, 5 secondi prima. Se si esce dalla copertura (per esempio una galleria), stessa cosa. Se si ha da fare e si vuole interrompere, quando si riprende, dopo 3 ore, il giorno dopo, si può riprendere dal punto lasciato. O, magari, se proprio si vuole ricominciare da capo.

Questa è la prima modalità. Tra poco arriverà anche la seconda: si compra il film «fisicamente», contenuto in una memoria TFlash, una schedina a chip grande come un'unghia che si infila in un piccolo slot del cellulare. A quel punto il film è «vostro», proprio come un dvd o una videocassetta. Il prezzo di questa modalità non è noto ma sarà probabilmente comparabile con quello dei prodotti tradizionali.

I film sui cellulari entrano sul mercato quasi in punta di piedi. Prezzi che non danno fastidio alla distribuzione tradizionale, una modalità di visione forse penalizzante, se si pensa al fatto che i cinema stanno diventando sempre più comodi e che la visione in casa ha creato un nuovo mercato supertecnologico di home theatre che punta sulla qualità e con i televisori domestici che si fanno sempre più grandi. A tutto questo bisogna aggiungere che non ci sarà modo di vedere i film comprati per mezzo di Tre sulla tv di casa o anche solo sullo schermo del pc.

Non che tecnicamente non sia possibile: perfino il video iPod appena lanciato dalla Apple si collega alla tv, ma lì ci sono solo video clip musicali, materiale video tipico del mercato musicale e al massimo puntate di serial che sono comunque già usciti sulle reti tv, anche solo qualche ora prima. Qui invece si tratta di film di prima visione e l'incomunicabilità tra cellulare e televisore è evidentemente una delle condizioni per avere la «finestra» per i telefonini in contemporanea con l'uscita nelle sale. Accettata la condizione, la cosa presenta pure qualche vantaggio. Una versione destinata a non uscire dai cellulari è un file comunque molto più leggero di quello, per esempio, di un dvd, che deve reggere qualitativamente le dimensioni di uno schermo dalle 7 alle 15 volte più grande di quello di un telefonino. E anche le memorie estraibili disponibili oggi sul mercato arrivano al massimo ad un mega, quindi non sono adatte a contenere un film in una versione «piena».

Nonostante tutti i limiti però è un mercato che parte: una nuova tipologia di consumi e una «nuova frontiera» che viene oltrepassata. E va dato atto alla Tre e a Novari di aver realizzato una prima mondiale, visto che non risulta che ci siano al momento altre esperienze assimilabili alla sua. E anche questo deve aver convinto le major ad aprirsi rapidamente a questo nuovo mercato.

D'altra parte mobilità, cellulari, acquisto di impulso ed eventi costituiscono una catena solida su cui gli esperti di marketing sono pronti a scommettere davvero. E non è un caso che, anche stavolta, quello su cui alla Tre puntano di più è l'uscita del film di prima visione, piuttosto che non su di un catalogo ampio. Ci sarà anche quello, e permetterà di vedere, ad un prezzo di 4 euro, un ventaglio di titoli già usciti dal circuito delle sale.

L'impegno in un settore del tutto nuovo, e senza apripista da seguire, porta altri oneri ma anche, se le cose dovessero andar bene, promette ulteriori vantaggi. Come nel software: è infatti sviluppato dalla stessa Tre il Weekly Movie Ticket, l'applicativo che permette di gestire lo streaming e le sue eventuali interruzioni (il sistema è stato ribattezzato Segnavideo, riecheggiando ovviamente il segnalibro) e il diritto di utilizzare il file nell'arco di 7 giorni.

2.11.2005

STEFANO CARLI (La Repubblica)