
Il cinema: in sala o su smartphone?

Autore: Fabio Zenadocchio

Fonte: Città Nuova

La sfida in corso tra i colossi della cinematografia e le aziende di video giochi. Obiettivo soprattutto i giovani

Nell'autunno della seconda ondata Covid, i colossi informatici Sony e Microsoft hanno lanciato contemporaneamente **le due console più attese del decennio**: Playstation5 e Xbox, entrambe in doppia versione (più o meno performante, con lettore ottico e senza). Milioni di adolescenti e giovani, in tutto il mondo, sono letteralmente **incollati allo schermo, giocando o guardando altri che lo fanno** attraverso piattaforme come *Twitch*. E non pensate si tratti di chissà cosa, potreste trovare Fedez che gioca alla versione digitale di *Chi vuol esser milionario*, seguito da oltre 10 mila persone. Anche **le piattaforme streaming** fanno la voce grossa. In Italia, Netflix ha calato l'asso con la terza stagione di *Suburra*, mentre Disney+ ha rilanciato con la nuova stagione di *The Mandalorian*, a cui si aggiungeranno titoli in esclusiva *on demand* (visibili da casa a pagamento), come *Soul*, l'atteso film d'animazione inizialmente previsto per le sale cinematografiche. Già, le sale. È lecito chiedersi se i giovani, dopo tutta questa scorpacciata di schermi, torneranno a vivere lo schermo più grande e **se le stesse sale riusciranno a sopravvivere a tutto questo**. Per cercare una risposta, da brava periferia culturale quale siamo, dobbiamo guardare oltre oceano. **Negli Usa distribuzioni e sale sono in conflitto**. Le prime hanno fatto uscire i film *on demand* durante la prima ondata di Covid, e hanno scoperto che l'operazione funziona. Le sale invece sono aperte a seconda del colore politico dello Stato di riferimento: tendenzialmente i proiettori sono accesi negli Stati a guida repubblicana. Chiaramente la volontà degli esercenti aperti di avere il prodotto confligge con quella delle distribuzioni di uscire direttamente *online*. Amc, la più grande catena di multisale nordamericana, ha stretto un accordo con Universal: i film andranno **on demand dopo 17 giorni dall'uscita in sala** in cambio di una percentuale sugli incassi *on demand* riconosciuta alle sale Amc. **Un accordo che fa tremare le sale indipendenti, il cui valore commerciale è in caduta libera**. In questo scenario è facile pensare che qualche *major* cinematografica potrebbe speculare **acquistandole a prezzi stracciati per poi aprirle** e chiuderle a seconda della convenienza, sfruttando l'integrazione verticale per massimizzare i profitti. Manovre che comunque tendono a non escludere la sala dalla filiera. Le sale quindi forse riapriranno, in numero ridotto ma con qualità maggiore. Saranno ancora attrattive grazie a titoli di richiamo e riusciranno, ma solo per qualche giorno all'anno, a riportare i giovani davanti al grande schermo.