

CLARA MIRANDA SCHERFFIG

■ Forse ricorderete una pubblicità di diversi anni fa, quella di Facebook paragonato a una sedia. In sottofondo scorrevano gli Explosions in the Sky, alla regia c'era Alejandro Iñárritu prima che *The Revenant* potesse anche solo essere concepito. Con emotività crescente venivano elencate le ragioni per cui Facebook è come una sedia: unisce, accoglie, supporta. Poi però Facebook veniva assimilata ad aeroplani, ponti, a una grande nazione. Già nel 2012, prima che Bruce Sterling parlasse di feudalesimo digitale e si facessero i confronti tra i Pil europei e il fatturato delle Big 5, una di loro suggeriva la propria ambizione a sostituirsi a una comunità nazionale – soprattutto laddove, offrendo nuovi servizi, richiedeva anche nuove regolamentazioni.

Pur non essendo del tutto il caso, qualcosa di simile sta succedendo a un'industria il cui cambio di paradigma è stato non meno dirompente, ma più organico rispetto alla stampa o alla musica. Per la prima volta due film Netflix sono stati selezionati al concorso del festival di Cannes. La novità non è tanto la partecipazione di film prodotti da piattaforme di streaming online – l'anno scorso concorrevano 5 coproduzioni Amazon Studios – quanto il *business model* di Netflix, in contraddizione con le regole del sistema distributivo francese. Escluso qualche raro caso in cui Netflix pianifica l'uscita di un film in un numero ridotto di sale, città e giorni in concomitanza con il lancio online, la stragrande maggioranza dei suoi lungometraggi sono accessibili esclusivamente tramite streaming. Quindi subito e ovunque.

Ecco un'altra entità sovranazionale pronta a minacciare il già traballante mercato (dell'intrattenimento) europeo? Non proprio. I due film in questione sono *Okja* – fantascienza con Tilda Swinton, del coreano Bong Joon-ho autore del già notevolissimo *Snowpiercer* – e *The Meyerowitz stories* di Noah Baumbach. Qualora vincessero qualche premio, chissà la Palma d'Oro, c'è il rischio che la loro fortuna e qualità vengano goduti dal pubblico non nella grandiosità tradizionale di un cinema, ma a casa, sullo schermo del proprio dispositivo privato (chiaramente lo stesso discorso vale per i film privi di allori).

Una tale prospettiva ha fatto imbestialire la Federazione Nazionale Cinema Francese, che ha attaccato il festival ribadendo le regolamentazioni della distribuzione nazionale e mettendo in discussione la stessa natura cinematografica dei film "posseduti" da Netflix (in diversi casi Netflix è solo proprietario dei diritti). Suggerire che un film di Quentin Tarantino smetta di essere tale perché frutto esclusivamente online è eccessivo; eppure solleva dei punti critici.

A complicare il dibattito sono le rigidissime regole della distribuzione francese, che impongono ai film trasmessi *on demand* di aspettare ben 3 anni prima di poter essere proiettati nelle sale, costituendo così una perdita per gli esercenti. Questa storia è interessante perché non esistono buoni o cattivi: la controparte critica alla Federazione Nazionale Cinema Francese (Fnfc) sono distributori e produttori



Netflix a Cannes ma i cinema si ribellano

Guerre commerciali | Due film selezionati alla Croisette generano infuocate polemiche. Perché la piattaforma online permetterà la loro visione solo on demand. Violando le regole della distribuzione. Per le sale è l'inizio della fine?

INCONCORSO Sopra, Tilda Swinton e Ahn Seo-hyun in una scena del film *Okja*, scritto e diretto dal sudcoreano Bong Joon-ho in lizza per la Palma d'Oro. A destra, Jasmine Trincain *Fortunata* di Sergio Castellitto, presente al festival nella sezione *Un Certain Regard*.

come la Wild Bunch, che vede quella degli esercenti come una polemica ridicola. Già nel 2014 la Wild Bunch aveva bypassato il divieto, proiettando il film di Abel Ferrara con Gerard Depardieu nei panni di Strauss Kahn in un tenda privata allestita sulla croisette: pur non selezionato al festival, il film ebbe comunque la sua prima, proprio nell'istante in cui veniva lanciato online, battezzando così il primo esemplare di *straight to video on demand* per il pubblico francese.

Se il sistema francese sembra essere molto antiquato, la mancanza – per lo meno – di una posizione critica è in altri Paesi comunque problematica. Il

primo prodotto non seriale di Netflix fu *Beasts of no nation* di Cary Fukunaga. Film di genere bellico con Idris Elba, fu presentato in concorso alla Mostra del Cinema di Venezia nel 2015, dove il protagonista vinse anche il premio Mastroianni per gli attori emergenti. Distribuito in sale selezionate negli Stati Uniti, non uscì né in Italia né altrove. Memori di questo caso, quelli di Netflix rassicurano: in Corea il film di Bong Joon-ho avrà un'importante promozione e distribuzione.

In più, di fronte alle pressioni del Fnfc, promettono: siamo aperti ad appoggiare le catene dei cinema francesi. E i monosala? I cinema di provincia o

quelli che offrono una programmazione alternativa? Non è dunque detto che a gioire di un cambio di paradigma siano tutti, tanto più che la selezione di un film a Cannes, Venezia o Berlino non garantisce la sua presenza nei cinema, in Francia come altrove. Chi, ad esempio, ha visto nelle sale italiane i due vincitori del Leone d'Argento, *La region salvaje* e *Paradise*?

Certo, quello della distribuzione è un ulteriore problema dell'industria europea, ma il caso Netflix a Cannes ne accentua e accelera le conseguenze. In confronto Amazon propone un modello ibrido, poiché sui lungometraggi lavora come una casa di produ-