

Offerti 700 contenuti (oppure 700 ore di contenuti?!) in modo piuttosto confuso, con assai pochi titoli “appealing” in esclusiva. E da ieri Sky ha lanciato il canale “pop-up” Sky Uno Vacanze Italiane...

Dopo lunga attesa (e rinnovati annunci), ha finalmente visto la luce, questa mattina lunedì 31 maggio 2021, la tanto decantata - soprattutto dal Ministro della Cultura **Dario Franceschini** (che ne può essere considerato il padre ideale) - piattaforma **“ItsArt”**, ovvero l'acronimo di **“Italy is Art”**.

Divenuta nota - almeno negli ambienti professionali - come la possibile *“Netflix italiana della cultura”* (poi *“la Disney italiana della cultura”*, secondo le parole del Ceo di **Chili** - motore primo dell'intrapresa - **Giorgio Tacchia**), la piattaforma è stata oggetto di un tiro incrociato di perplessità e critiche.

Su queste colonne, abbiamo dedicato all'iniziativa - che, in sé, appare un'idea valida - molta attenzione (vedi, da ultimo, *“Key4biz”* del 15 maggio 2021, [“Netflix, artisti al Governo: Limitare strapotere OTT. Niente equo compenso con lo streaming”](#)), ma la prospettiva è stata oggetto anche di interrogazioni parlamentari e finanche di un intervento della **Commissione di Vigilanza sulla Rai**.

In effetti, i più si sono domandati (ed in verità continuano a domandarsi) perché un progetto di questo tipo, ambizioso e strategico, non sia stato messo in cantiere con la concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, e con una “potenza di fuoco” adeguata agli ambiziosi obiettivi.

La domanda è rimasta, di fatto, senza risposta...

Il sito web di ItsArt è finalmente online (fino a ieri c'era soltanto una scarna vetrina di tipo “versione beta”), e qualcosa del “mistero” che avvolgeva l'iniziativa inizia a prendere forma (visibile e tangibile): prima impressione?

Deludente, perché prevale, a partire dalla homepage del sito web della piattaforma, una discreta confusione.

Il “Chi siamo” del sito web propone questa autodescrizione: *“ITSART è il nuovo palcoscenico virtuale per teatro, musica, cinema, danza e ogni forma d'arte. ITSART è il palcoscenico*

virtuale dedicato alla diffusione digitale dei contenuti artistici e culturali sull'Italia, un'innovativa occasione di contatto tra produttori e pubblico, tra artisti e spettatori, tra opere d'arte e visitatori, amplificata su scala globale".

Offerti 700 "contenuti" (titoli?) o "700 ore di contenuto"?

La notizia del confermato lancio della piattaforma è stata data con un comunicato stampa diramato venerdì scorso 28 maggio: *"arte, musica, storia, danza e teatro saranno protagonisti di oltre 700 contenuti disponibili alla partenza. Già nei prossimi giorni, saranno annunciati altri concerti e contenuti esclusivi in programma a giugno"*.

Non è ben chiaro se i **700 contenuti** offerti da oggi sono tutti in esclusiva, ma si ha ragione di ritenere che così non sia: la gran parte dell'offerta *non* è in esclusiva.

Peraltro emerge una qualche imprecisione "semantica": in un passaggio del comunicato stampa, si legge di... *"700 contenuti"*, ed in un'altra parte si legge di... *"700 ore di contributi"*.

Quindi... si tratta di 700 "titoli" o di 700 "ore"? Già questo, la dice lunga.

Questi "700" imprecisati "contenuti" sono divisi in tre sezioni:

- **"Palco"** (250 "contenuti"):

"performance teatrali, opera, concerti, balletti, eventi, festival";

- **"Luoghi"** (200 "contenuti"):

"contenuti relativi a musei, chiese, città, biblioteche, aree archeologiche, oasi naturalistiche, etc.";

- **"Storie"** (250 "contenuti"):

"narrazioni dedicate a comunità, avvenimenti, personalità e temi legati alle arti, alle scienze, e alle tradizioni locali".

E non viene precisato quanta parte dell'offerta è articolata in contenuti a pagamento (modalità cosiddetta **"Tvod"**), contenuti gratuiti (**"Fvod"**), e contenuti gratuiti con pubblicità (**"Avod"**).

Un confuso contenitore di materiali audiovisivi - di cui una minima parte in esclusiva - insomma.

Nelle intenzioni dei promotori (formalmente, **Chili** e **Cassa Deposititi e Prestiti**; di fatto, il **Mic**), "luoghi iconici d'Italia si offriranno al pubblico come palcoscenici esclusivi di concerti come quello dalla "Santa Cecilia Digital Season" dell'Orchestra dell'Accademia Nazionale di Santa Cecilia diretta dal Maestro **Antonio Pappano** che esegue il "Concerto per violino" di **Felix Mendelssohn** con Maxim Vengerov al violino e la "Sinfonia Wq 183 n. 1" di **Carl Philipp Emanuel Bach** - e "Cosmoconcert", il concerto jazz di **Sainkho Namtchylak** e **Gavino Murgia** alla Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea".

Viene data particolare enfasi alla collaborazione con il Parco Archeologico di **Pompei**, per "immergerci in uno dei siti archeologici più prestigiosi del nostro paese, Oplontis, dov'è stato realizzato in esclusiva per ITSART un cortometraggio d'autore (disponibile dal 31 maggio), diretto da **Alessandro D'Alatri**, che porterà il pubblico nel cuore del dramma per musica di **Claudio Monteverdi** "L'incoronazione di Poppea".

Alcuni prodotti offerti - quelli che vengono segnalati nel comunicato stampa - sembrano essere in esclusiva, ma quanti sono rispetto al catalogo nel suo insieme?

Il Ministro **Dario Franceschini** ha dichiarato che si tratta di "un palcoscenico virtuale che si aggiunge a quello reale per moltiplicare il pubblico, nella consapevolezza che la fruizione digitale non potrà mai sostituirsi a quella dal vivo", i cui contenuti testimoniano il talento, la storia e la bellezza del nostro Paese.

Evento in esclusiva?! Il "concerto spettacolo totale" di Claudio Baglioni...

Questi titoli citati nel comunicato stampa si aggiungono ai grandi eventi esclusivi già annunciati (da molte settimane), come il "concerto spettacolo totale" (sic) intitolato "[In questa storia che è la mia](#)", di **Claudio Baglioni** (2 giugno) e il "Maggio Musicale Fiorentino" con "La forza del destino" di **Giuseppe Verdi**, diretto dal Maestro **Zubin Mehta** con la regia di **Carlus Padrissa** di La Fura dels Baus (6 giugno). Sempre per il "Maggio Fiorentino", il 21 giugno il primo "live streaming" con il concerto sinfonico su musiche di **Johannes Brahms** diretto dal maestro Zubin Mehta e con la partecipazione del pianista **Daniil Trifonov**...

Il concerto di **Claudio Baglioni** (annunciato come "concerto spettacolo totale") viene

offerto in “streaming per sempre” a 12,90 euro, con discreta retorica: “Arte totale, teatro totale, estetica cinematografica” (!). Durata 90 minuti, produzione **Friends & Partners** e **Fenix Entertainment**, in collaborazione con il **Teatro dell’Opera** di Roma. Tra l’altro, lo spettacolo viene proposto con una descrizione contraddittoria: “Il 2 giugno alle ore 21.00 ti aspetta uno straordinario spettacolo in streaming che ti emozionerà come dal vivo”. Con quale coraggio (intellettuale, culturale, ideologico) si può sostenere che uno spettacolo “in streaming” possa emozionare “come dal vivo”?! D’accordo, è pubblicità, ma forse una piattaforma di questo tipo dovrebbe prestare maggiore attenzione alle proprie modalità comunicazionali e promozionali. L’uguaglianza “streaming” = “live” contraddice quella che viene dichiarata essere la genesi dell’operazione: **estendere l’offerta (e la fruizione), non sostituirla!**

“La Forza del Destino” di **Giuseppe Verdi**, al Teatro del Maggio Musicale Fiorentino, il 6 giugno, viene offerto a 9,90 euro... “Roma Città Aperta” di **Roberto Rossellini** (versione restaurata) può essere noleggiato 2,99 euro oppure acquistato a 9,99 euro (la scheda descrittiva relativa al titolo in questione è assai modesta, non essendovi alcun apparato critico)...

Nella sezione “I grandi del cinema italiano” (che così si autodescrive “Visconti, Fellini, De Sica, film che hanno fatto la storia tra novità e battaglie. Scopri il cinema italiano d’autore, capolavori applauditi da pubblico e critica”), sembrano esservi soltanto 28 titoli (ventotto!): così classificabili: 10 titoli “prima del 1960”; 3 titoli “Anni ‘60”; 5 titoli “Anni ‘70”; 2 titoli “Anni ‘80”; 3 titoli “Anni ‘90”; 2 titoli nel decennio 2000-2009; 3 titoli per il decennio “2010-2019” (si tratta di “Gorbaciòf” di **Stefano Incerti**, “Che strano chiamarsi Federico” di **Ettore Scola**, di “Centoveventi contro Novecento. Pasolini, Bertolucci e il Calcio”, di **Alessandro Scillitani**)...

Nella home-page del sito web di ItsArt vi sono poi alcune specifiche “sezioni”, che offrono prodotti realizzati da alcuni dei partner: **Teatro alla Scala, Museo Egizio, Teatro San Carlo, Maggio Musicale Fiorentino...**

Il tutto inserito in una serie di “tasselli” che compongono un “mosaico” che appare piuttosto confuso, senza nessun suggerimento di percorso esplorativo.

Prevale confusione, dal punto di vista iconologico e testuale.

Che dire?!

A prima vista, non ci sembra di cogliere peraltro caratteristiche particolarmente “appealing”

rispetto a quel che il sistema audiovisivo italiano già offre, a partire dai canali di **Rai Cultura** e dalla piattaforma **RaiPlay** ed al canale **Sky Arte**, senza dimenticare poi alcune piattaforme specialistiche, come "[Audiovisiva](#)", specializzata nei documentari.

La "killer application" ovvero il "killer content" di ItsArt qual è e dov'è?!

Insomma, qui la "killer application" ovvero il "killer content" non emerge.

Se c'è (ma temiamo non ci sia), è ben nascosto "tra le righe" dell'home-page del sito web della piattaforma.

Osserviamo che nell'offerta della piattaforma "ItsArt" è stata integrata anche la piattaforma del Ministero degli Affari Esteri, "**Italiana**" - che si descrive come "*Lingua Cultura Creatività nel Mondo*" - ovvero una piccola parte dell'offerta di quella piattaforma: questa convergenza consente di superare alcune delle critiche che avevamo sollevato su queste colonne ("vedi "Key4biz" di venerdì 5 marzo 2021, "[Non bastava ItsArt: al via anche 'Italiana' la piattaforma culturale del Ministero degli Esteri](#)"). Anche se la domanda permane: perché Rai è stata esclusa da queste dinamiche, anche rispetto alla funzione di agenzia per la **promozione internazionale del nostro Paese** e specificamente della nostra cultura: alcuni ricorderanno che a Viale Mazzini continua la lenta, e misteriosa, gestazione del **canale internazionale in lingua inglese**, che pure dovrebbe fare della cultura uno dei punti forti della propria offerta...

Per accedere all'offerta di ItsArt (oggi in 2 versioni: lingua italiana e lingua inglese) non occorre abbonamento. I contenuti sono fruibili da pc, smartphone e tablet tramite i principali browser all'indirizzo www.itsart.tv e tramite "App" disponibile sulle "smart tv" abilitate. I contenuti a pagamento sono acquistabili singolarmente su ItsArt.

La piattaforma ItsArt è disponibile da oggi in Italia e nel Regno Unito, successivamente accessibile anche dagli altri Paesi. È ovviamente presente anche sui "social" con i profili ufficiali: Facebook, Instagram, Twitter e al sito www.itsart.tv.

Torneremo presto su queste tematiche, con un'analisi approfondita dell'offerta e della "library" di ItsArt: a prima vista, l'impressione si conferma veramente deludente. Ma forse ci sfugge qualcosa.

E da ieri Sky ha lanciato il canale “pop-up” Sky Uno Vacanze Italiane...

Diverte osservare che **Sky Italia** sembra aver voluto inscenare quasi quasi una... provocazione, nei confronti di ItsArt.

È infatti curioso che proprio da ieri domenica 30 maggio è stato lanciato un “canale pop-up” (sul canale 109), denominato **Sky Uno Vacanze Italiane**.

Il comunicato stampa... ricorda quello di **ItsArt**: *“l'Italia è un palcoscenico naturale straordinario, il più sognato e invidiato, dove arte e cultura millenarie incontrano natura e tradizioni uniche, per fondersi nel Paese più bello del mondo. Da domani 30 maggio al 20 giugno si accende Sky Uno Vacanze Italiane (al canale 109), un affascinante e sorprendente giro d'Italia per visitare gli angoli più strepitosi del territorio, alla ricerca delle sue ricchezze e dei segreti”*.

Viene precisato che il canale “pop-up” ogni giorno “farà scoprire grazie a **Sky Uno** - in collaborazione con **Sky Arte** e con **laF** e **Gambero Rosso** - le bellezze italiane regione per regione in diversi settori, dall'arte alla cucina, dalla storia all'architettura. Un lungo percorso alla scoperta dei tesori del patrimonio in cui troveranno posto alcuni dei programmi più amati di Sky Uno, una straordinaria selezione dei titoli di Sky Arte dedicati agli inestimabili tesori italiani e una scelta dei programmi dedicati alle bellezze del territorio provenienti dai canali laF e Gambero Rosso. Un omaggio ai luoghi, alle tradizioni culturali, artistiche, enogastronomiche, al folklore e ai monumenti, per celebrare le meraviglie che *l'Italia ospita*”. La collezione dei contenuti offerti è disponibile “on demand”.

Senza ombra di dubbio, alcuni dei contenuti dell'offerta di **Sky Uno Vacanze Italiane** sono in concorrenza diretta con alcuni dei contenuti di **ItsArt...**

Precedenti interventi “ItsArt”, la “Netflix italiana della cultura”:

“Key4biz” del 1° dicembre 2020, “[La Netflix italiana della cultura. Realtà o fiction?](#)”

“Key4biz” del 4 dicembre 2020, “[Ufficiale la Netflix della cultura. Rai e Cinecittà fuori dal gioco?](#)”

“Key4biz” del 7 dicembre 2020, “[La ‘Netflix della cultura italiana’. Dubbi e perplessità](#)”

“Key4biz” dell'8 gennaio 2021, “[Si chiamerà ItsArt. Svelato il nome della ‘Netflix italiana della cultura’](#)”

“Key4biz” del 12 gennaio 2021 [“Formalizzato il lancio di ‘Italy is Art’ \(ItsArt\). Mediaset in manovra su Rai?”](#)

“Key4biz” del 5 febbraio 2021, [“Il Governo Draghi staccherà la spina al CdA Rai? E ‘ItsArt’ parte a “fine febbraio, forse marzo”?”](#)

“Key4biz” del 1° marzo 2021 [“L’affaire ItsArt’ \(la Netflix italiana della cultura\) si complica”](#)

“Key4biz” del 5 marzo 2021, [ItsArt, Franceschini risponde a Barachini. Binetti chiede trasparenza su sovvenzioni alla Cultura”](#)

“Key4biz” del 5 marzo 2021 [“Non bastava ItsArt: al via anche ‘Italiana’ la piattaforma culturale del Ministero degli Esteri”](#)

“Key4biz” del 9 marzo 2021, [“ItsArt, le authority \(Agcm e Agcom\) benedicono la Netflix della cultura”](#)

“Key4biz” del 9 aprile 2021, [“ItsArt, la ‘Netflix italiana della cultura’ rimanda il lancio a fine aprile \(e forse riapriranno i cinema\)”](#)

“Key4biz” del 15 aprile 2021, [“Netflix, artisti al Governo: “Limitare strapotere OTT. Niente equo compenso con lo streaming”](#)

“Key4biz” del 30 aprile 2021, [“ItsArt, la Netflix italiana della cultura debutta il 31 maggio”](#)