

Su Netflix potrebbe arrivare la pubblicità

Pubblicato: Mercoledì 20 Aprile 2022



Per il momento è solo una possibilità, ma l'apertura all'inserimento di **contenuti pubblicitari** su **Netflix** è arrivata dal cofondatore e amministratore delegato **Reed Hastings**. Il che lascia supporre che quella di vedere la pubblicità sulla piattaforma sia qualcosa più che un'idea.

«Chi segue Netflix sa che sono contro la complessità del mercato pubblicitario e invece sono un sostenitore fan della semplicità degli abbonamenti», le parole dell'imprenditore riportate da **Cnbc**, «sono però un ancora più grande fan delle **scelte dei consumatori**. E ritengo sensato permettere a quanti di loro vorrebbero abbonamenti a prezzi più bassi e accettano la pubblicità di ottenere questa soluzione».

Niente di immediato, sia chiaro. Lo stesso Hastings ha detto che potrebbero volerci un anno o due prima di vedere concretizzata questa ipotesi. Per il momento, quindi, restano valide le formule che prevedono un costo che oscilla tra i **7,99** e i **17,99** euro al mese a seconda del numero di profili attivabili e di device utilizzabili in contemporanea.

L'apertura alla pubblicità arriva in un momento delicato per Netflix. In questi giorni l'azienda ha infatti comunicato una contrazione negli abbonamenti per la prima volta in oltre un decennio. Una riduzione compresa tra **200** e **250mila** sottoscrizioni, su un totale di oltre **221 milioni**, sufficiente però a far **crollare le azioni** di oltre il **20%**.

Tra le ragioni citate dall'azienda per spiegare questa situazione c'è innanzitutto la sempre più agguerrita

concorrenza nel settore dello streaming. A soli due anni dal lancio, **Disney+** [ha raggiunto](#) i **130 milioni** di abbonati in tutto il mondo. Ma anche la sempre più diffusa pratica della condivisione delle password. Un comportamento che, ad esempio, aveva portato **Dazn**, piattaforma di streaming di eventi sportivi, [a minacciare](#) di sospendere la possibilità dell'utilizzo in contemporanea su più dispositivi. Ipotesi rientrata, ma problema non risolto se ancora nei giorni scorsi ha inviato [una mail](#) agli utenti che non rispettano i termini di servizio spiegando che la loro password sarebbe stata resettata.

La risposta di Netflix a queste criticità potrebbe quindi essere quella di inserire abbonamenti a prezzi più bassi con l'inserimento di contenuti pubblicitari. Una scelta [già intrapresa](#) da Disney+, che la introdurrà già entro la fine del 2022, e che rappresenta comunque un taboo già rotto. La stessa Dazn ospita la pubblicità. Inoltre, da qualche mese è arrivata in Italia [Pluto Tv](#), piattaforma streaming gratuita che si finanzia grazie agli spot. E anche [Chili](#) offre alcuni film gratis ma con contenuti pubblicitari. Insomma, Netflix non sarebbe la prima piattaforma di streaming a dare la linea alla pubblicità.

[Riccardo Saporiti](#)

riccardo.saporiti@varesenews.it