

CORRIERE DELLA SERA

TECNOLOGIA® / SERIE-TV

APP VIDEOGIOCHI RECENSIONI VITA DIGITALE MAL DI TECH

#OFFERTE TELEFONICHE #WHATSAPP #INSTAGRAM #YOUTUBE #FACEBOOK #AMAZON #GOOGLE



STREAMING

Netflix più quotato di Disney: storia della società che ha cambiato le regole

Quella di Netflix è una storia che comincia nel 1997, e nel 2019 ha portato la compagnia alla cifra astronomica di 167 milioni di abbonati in 190 paesi del mondo

di Marina Pierri



La notizia fresca è che le azioni di Netflix, da ieri 16 aprile, hanno [superato quelle Disney](#) quanto a valore. **Non è la prima volta che, seppure brevemente, una compagnia sorpassa l'altra a destra.** Nel brillante saggio [Netflix Nations \(Minimum Fax\)](#), Ramon Lobato sostiene che Netflix rappresenti efficacemente l'intersezione tra «piattaforma video, distributore, network televisivo, global media corporation, azienda di tecnologia, sistema di software, società di big data, sentinella della cultura, brand di lifestyle, modalità di visione, rituale». **È una realtà complessa, con una storia complessa** che racconta molto della nostra contemporaneità, e di come anche il fenomeno della serialità televisiva si sia modificato al punto da tesserarsi - senza cuciture - nelle nostre vite e nella vita



Le [Newsletter di Tecnologia del Corriere](#), ogni venerdì un nuovo appuntamento con l'informazione

Riceverai direttamente via mail la selezione delle notizie più importanti scelte dalla redazione di Tecnologia.

ISCRIVITI

CORRIERE TV I PIÙ VISTI



Coronavirus, gli ultimi aggiornamenti dall'Istituto superior...



Coronavirus, ecco il test rapido. Risposta in 8 minuti

economica nel pianeta.

Gli esordi di Netflix

Netflix nasce nel **1997**, co-fondata da Marc Randolph e Reed Hastings. All'inizio è **un servizio di noleggio Dvd via posta** (non tutti sanno che, a un certo punto, ha anche provato a farsi acquisire da Blockbuster), e nel 2002 tocca la spedizione di 190.000 dischetti al giorno ai suoi 670.000 abbonati. **La trasformazione in servizio di streaming on demand parte però più tardi, attorno al 2007**. Quando, due anni dopo, la libreria online della piattaforma raggiunge i suoi circa 12.000 titoli fa già ampiamente affidamento sul suo algoritmo di raccomandazione, cinematch, che favorisce la scoperta di ulteriori titoli affini a quello scelto amplificando quel che Chris Anderson ha definito «la coda lunga» (la vendita costante, ma minore, di prodotti di nicchia).

Il boom degli originali

Il **2013**, per tanti versi, può essere considerato l'Anno Domini di Netflix; quello che ultima la sua trasformazione in qualcosa di più di una semplice piattaforma di contenuti on demand. Quando viene annunciato che il servizio renderà disponibile **House of Cards** - remake di una vecchia serie, con una stella di calibro pesante come Kevin Spacey - si grida già all'evento, ma **la rivoluzione viene perfezionata con una rottura rispetto ai vecchi schemi della serialità televisiva** come appuntamento settimanale. **Lo show viene infatti offerto immediatamente in tutta la sua prima stagione** composta da tredici episodi, per una maratona di tredici ore di visione nella quale la curiosità dello spettatore è istantaneamente soddisfatta. Sorge così il sole del **binge watching**, che è ancora oggi alto nel cielo Netflix come nelle abitudini degli spettatori. Pratica che esemplifica il rapporto viscerale con una narrativa televisiva che esce dal piccolo schermo per occupare anche i device mobili e i computer, il binge si impone dando **nuova sostanza al vecchio concetto di «maratona televisiva»** e diventa firma del servizio.

Il cambiamento culturale

Nelle statistiche del sito [Women and Hollywood](#) si legge che Netflix brilla quanto a **rappresentazione inclusiva su tutto il resto del mondo televisivo attuale**: nella stagione 2019-2020 vince infatti il primato quanto a presenza di personaggi LGBTQ nei suoi originali. È una grande conquista per la serialità, che comincia già nel 2013 quando la piattaforma rende disponibile una serie pioniera come **Orange Is The New Black**, con un cast quasi interamente femminile e ad ampia percentuale omosessuale. L'attenzione alla diversità contraddistingue la compagnia di Los Gatos che non abbassa mai la sua bandiera progressista: se rappresentare vuol dire rendere visibile, e rendere visibile vuol dire ratificare **l'esistenza delle donne e delle minoranze**, allora si può dire che pochissimi siano riusciti altrettanto bene nell'impresa di dare volto a voce a chi raramente ne ha avuti.

La competizione

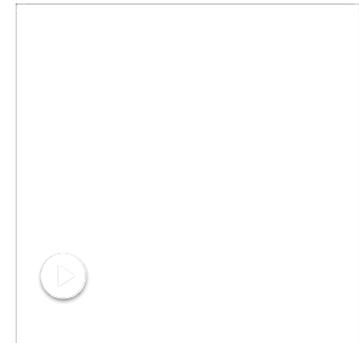
Netflix ha arato una pista in un terreno brullo, coinvolgendo praticamente il mondo intero nella sua scalata internazionale partita a pieno regime nel 2015. Oggi il servizio è **disponibile in 190 paesi**, e parla un quantità di lingue promuovendo la produzione «glocale» in tutto il pianeta o quasi. Fast forward fino al 2018-2019 quando la sua potenza attira la competizione: Apple, Disney (complice l'acquisizione 21st Century Fox), Hbo, Nbc e [Quibi](#) seguono le orme della compagnia che ormai **conta 167 milioni di abbonati** e, proprio ieri, ha addirittura **superato Disney quanto a valore delle azioni**. Attesi per il 21 aprile i dati del primo trimestre del 2020; utile notare che in tempi di coronavirus lo streaming si sarebbe impennato del [109%](#).

17 aprile 2020 (modifica il 17 aprile 2020 | 17:19)

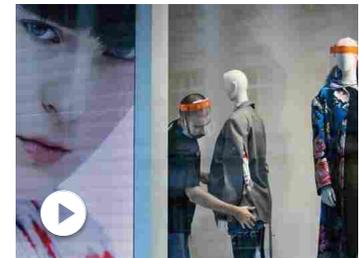
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Coronavirus, il nuovo bollettino della Protezione Civile



Terremoto nel Piacentino, tanta paura ma pochi danni



L'Italia che investe e la moda: strategie e idee per la riap...



Corriere della Sera



Mi piace

Piace a 2,8 mln persone. [Iscriviti](#) per vedere cosa piace ai tuoi amici.