

Con la conclusione della clausura da pandemia, l'invasione russa dell'Ucraina e la concorrenza sempre più agguerrita, **Netflix** si trova ad affrontare un primo trimestre del 2022 che è tutto meno che glorioso e il suo bacino di abbonati è calato di 200.000 unità. Poca roba se si considera che gli iscritti toccano i 222 milioni, tuttavia **si tratta della prima volta in dieci anni che il gigante dello streaming si è trovato a incassare un colpo** negativo, primato che è stato immediatamente notato da Wall Street. Essendo le previsioni future altrettanto pessimistiche, l'azienda è corsa ai ripari, rivelando agli investitori l'intenzione di accogliere sul suo portale **spot e pubblicità**.

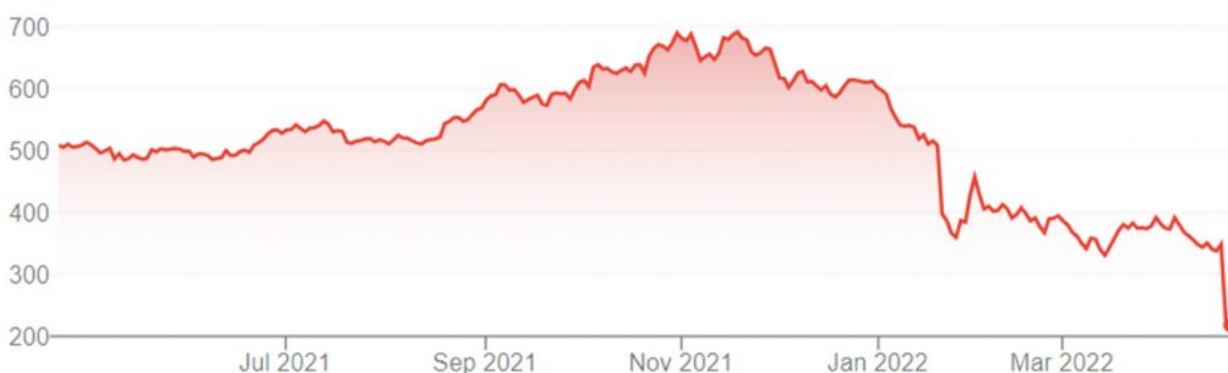
218.22 USD

-290.56 (-57.11%) ↓ past year

Closed: Apr 22, 04:52 EDT • Disclaimer

Pre-market 218.80 +0.58 (0.27%)

1D | 5D | 1M | 6M | YTD | 1Y | 5Y | Max



Open	220.00	Mkt cap	96.88B	52-wk high	700.99
High	227.68	P/E ratio	19.81	52-wk low	211.52
Low	211.52	Div yield	-		

Nell'analizzare i dati finanziari di inizio anno, il presidente e fondatore della società Reed Hastings ha infatti ammesso di star valutando la possibilità di stravolgere il format del servizio introducendo una fascia di abbonamento "low budget", la quale **imporrebbe però al pubblico una quantità ancora indefinita di inserzioni promozionali**. Hasting, da

sempre ostile a questo genere di idea, ha giustificato il cambio di rotta adducendo a uno sforzo imprenditoriale atto a soddisfare le «scelte del consumatore». Tradotto dal linguaggio corporativo, Netflix ha intenzione di debellare dalla sua piattaforma tutti gli abusivi che sfruttano illecitamente la condivisione degli account, quindi di riaccoglierli immediatamente facendo leva sulla competitività di un tariffario “popolare”.

Una pessima notizia per chi oggi guarda le serie sfruttando di nascosto la password dell'ex, ma anche per gli esattori delle tasse, i quali speravano ormai di aver appianato i grattacapi fiscali legati al servizio di streaming. Sebbene Netflix fosse nota per far defluire i suoi ricavi europei in una società offshore situata nei Paesi Bassi e per depauperare i singoli Governi delle tasse loro dovute in favore di un regime fiscale agevolato, l'azienda ha recentemente ottemperato alla direttiva europea “Servizi Media AudioVisivi” inaugurando in diverse parti d'Europa delle sedi nazionali che rispondano con solerzia a quei principi di fiscalità internazionale che sono oggi in via di rinegoziazione.

In tal senso, a partire dall'inizio del 2022 l'Italia può contare su Netflix Services Italy S.R.L., la quale dovrebbe garantire al Bel Paese un pagamento delle tasse regolare e **in linea con i ricavi effettivi sviluppati grazie agli abbonamenti locali**. Non si tratta di piccoli numeri, [Il Sole 24 ore](#) suggerisce che esistano 14,5 milioni di account italiani attivi che usufruiscono dei vari servizi di *video-on-demand*, quindi Netflix, ma anche DAZN, Amazon Prime e Disney+.

Per scovare dati più precisi è necessario affidarsi alla testimonianza di Tinni Andreatta, responsabile delle produzioni originali italiane di Netflix, il quale, sotto sollecitazione dell'Associazione Produttori Audiovisivi, ha parlato nel 2021 di **4 milioni di utenti attivi**. Una simile mole di iscrizioni dovrebbe portare alle casse dello Stato svariate decine di milioni di euro di tasse, tuttavia in questo calcolo non si prendono ovviamente in considerazione quegli introiti eventuali che deriverebbero dalle pubblicità. Ammesso e non concesso che Netflix faccia il grande passo, c'è da chiedersi come queste possano essere conteggiate e se il più noto portale di streaming sia destinato ad allontanarsi dalle sue radici per muoversi verso un concetto televisivo più tradizionale.

[di Walter Ferri]