

Il lockdown premia Netflix

Pubblicità, in novembre

La7 cresce dell'8,8%

Mediobanca

di **Sergio Bocconi**

La pandemia ha significato la vittoria di internet anche nella tv e nell'intrattenimento in generale. Se Amazon ha guidato l'e-commerce, Netflix è il fenomeno che ha consacrato lo streaming come modalità di distribuzione e accesso ai contenuti a livello globale. Nel 2019 gli abbonamenti video on demand hanno raggiunto gli incassi da "botteghino" (dai cinema ai parchi divertimento) e nel 2020 li hanno superati; i primi raddoppieranno nel 2024, i secondi torneranno ai livelli precedenti. È questa una delle principali indicazioni del rapporto «Il settore media & entertainment fra innovazione e pandemia» realizzato dall'Area studi **Mediobanca**. Uno scenario che desta anche alcune preoccupazioni: l'espansione degli operatori Ott (Over the top, solo internet) accentra la produzione negli Usa. Paesi come l'Italia si configurano mercati di consumo inducendo, secondo Agcom, «fenomeni di desertificazione professionale in lavori ad alto contenuto intellettuale».

I più grandi operatori radio-tv mondiali privati sono 16, e la classifica è guidata da Comcast-Sky con 97 miliardi, seguito da Walt Disney (61,9) e Warner media (29,8). L'italiana Mediaset è quattordicesima (2,9). Netflix (17,9 miliardi) viene analizzato a parte, in quanto operatore Ott. Per i 16 top, che nel 2019 hanno segnato un giro d'affari di 277,8 miliardi, dei quali l'85% generato da gruppi Usa, nei primi

nove mesi del 2020 il fatturato è calato del 9,9% per la diminuzione del 16% nella distribuzione di contenuti e del 12% nella pubblicità. Gli abbonamenti sono cresciuti però con una forbice: è accelerato lo streaming e calata la pay tv.

In controtendenza Netflix: i ricavi nei nove mesi 2020 sono aumentati del 24,9%, i margini sono aumentati del 5,2%. Gli abbonati sono saliti dai 110,6 milioni del 2017 ai 203,7 del 2020, con la quota internazionale passata dal 39% al 53%. La maggior parte delle top 16 si dirige verso sistemi multi-piattaforma: gli abbonati streaming di Disney nel 2020 hanno registrato un balzo del 90% a 121 milioni.

E in Italia? Il settore nel 2019 ha fatturato 8,7 miliardi (0,5% del Pil). L'effetto Covid ha portato nella prima parte del 2020 a una caduta dei ricavi del 10,7% con la pubblicità scesa del 24,4%. Sono invece aumentati gli abbonamenti grazie allo streaming mentre la pay tv è calata dello 0,8%. La pubblicità è in ripresa nell'ultimo trimestre: in novembre è cresciuta del 3,5% rispetto a 12 mesi prima, e in testa è La7 con un aumento dell'8,8%, seguita da Rai (7,3%) e Mediaset (5,1%).

Il primo operatore è Sky, con 3,2 miliardi di fatturato, seguito da Mediaset con 2,9 (compresi i ricavi in Spagna) e Rai con 2,6 miliardi. I top 3 realizzano l'85% del giro d'affari del settore. Nel periodo 2015-2019 è scesa la redditività industriale, salita solo per Discovery, ViacomCbs e La7. Il giro d'affari aggregato delle tv private è suddiviso sostanzialmente a metà fra gruppi americani e italiani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Lo studio

● Il rapporto sul settore media e entertainment realizzato dall'Area studi di **Mediobanca** analizza i 16 leader mondiali del comparto

● Nel 2019 Netflix ha consacrato lo streaming come modalità distributiva



Streaming

Reed Hastings, cofondatore e ceo di Netflix. I ricavi del gruppo statunitense nei primi nove mesi del 2020 sono aumentati del 24,9 per cento

