

Netflix vince la sfida del blocco del password sharing, 100 mila nuovi abbonati al giorno negli USA

La stretta al sistema di condivisione delle password oltre il nucleo familiare ha generato nuovi abbonati

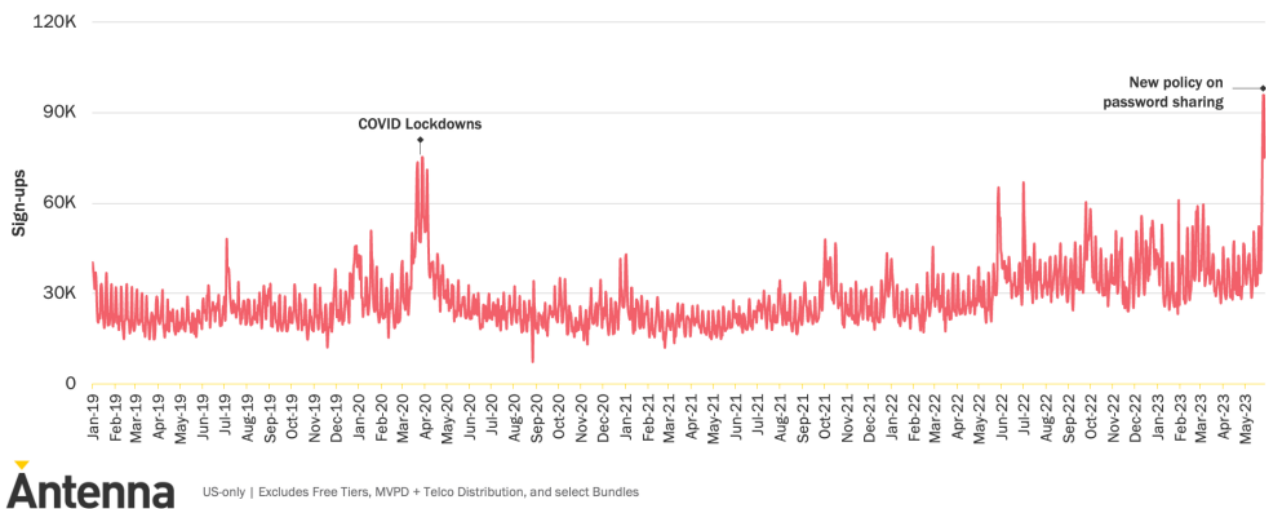
La sfida lanciata da **Netflix** al suo pubblico, lo scorso 23 maggio ("*password sharing crackdown*"), non era cosa da poco. Non era detto che la potente piattaforma di streaming a pagamento riuscisse a convincere gli abbonati ad abbandonare il sistema della condivisione di password al di fuori del proprio nucleo familiare, senza abbandonare Netflix.

Ma è andata bene, stando ai dati diffusi da Antenna. Negli **Stati Uniti**, dopo il 23 maggio, **il numero di abbonamenti è cresciuto di 73 mila unità al giorno, il +102% rispetto alla media dei due mesi precedenti.**

Sempre stando ai dati riportati dall'indagine, **il 26 e 27 maggio si sono avuti più di 100 mila nuovi abbonamento al giorno**, molti di più di marzo e aprile 2020, quando la gente fu chiusa in casa per la pandemia da Covid-19.

Netflix Daily Sign-ups

2019 - 2023 YTD



La scommessa del 23 maggio è stata vinta

Dal 23 maggio ad oggi, ovviamente, in molti hanno abbandonato la piattaforma, non ritenendo giusto pagare per intero il proprio abbonamento, o comunque che il prezzo non valesse l'offerta, ma alla fine il rapporto tra iscrizioni e cancellazioni di utenti da Netflix è aumentato del 25% rispetto alla media degli ultimi due mesi. E' il miglior trend in assoluto da gennaio 2019 ad oggi negli Stati Uniti.

Come detto, il successo dell'operazione non era scontata. Nell'**email** che la società di Los Gatos in California ha mandato a tutti i suoi abbonati, compresi noi italiani, è infatti spiegato che *"L'account Netflix è destinato a un unico nucleo domestico, ovvero a te e a chi vive con te. Tutte le persone che fanno parte del tuo nucleo domestico possono guardare Netflix dove desiderano (a casa, in movimento, in vacanza)"*.

Con l'aggiunta, ovviamente, che rimane possibile *"condividere il tuo account Netflix con chi non vive con te al costo aggiuntivo di 4,99€/mese"*.

Netflix stima che oltre **100 milioni di famiglie** hanno **condiviso i propri account con utenti esterni**, di cui **30 milioni negli Stati Uniti e in Canada**. Lo stop agli abbonamenti condivisi non ha solo fatto aumentare le sottoscrizioni ma ha anche portato ad un balzo del titolo in Borsa. Da quando è stata applicata la nuova regola, Netflix ha guadagnato quasi il 16%.

Cresce il pubblico italiano delle piattaforme VoD a pagamento e gratuite

In Italia, in particolare, secondo i dati diffusi dall'Osservatorio trimestrale Agcom, durante il 2022 si è registrata una flessione generale del pubblico delle piattaforme di streaming online di film e altri contenuti di intrattenimento audiovisivo (servizi VoD, Video on Demand).

A fine dicembre 2022 si contavano in Italia 14,9 milioni di utenti VoD, circa 1,5 milioni in meno del 2021, come probabile effetto della fine dei lockdown e dell'emergenza pandemica.

Netflix ha raccolto a sé 8,9 milioni di utenti unici, in crescita dell'1,9% su base annua, seguita da Amazon Prime Video con 6,5 milioni (+7,1%), ma è Disney+, con in media oltre 3,5 milioni di utenti unici, che realizza la crescita più intensa (+33,7%). Analogamente Dazn, che raggiunge i 2,3 milioni di utenti unici, mostra una flessione dell'5,1% rispetto agli utenti medi registrati nel corso del 2021.

Interessante notare la crescita dell'accesso online alle piattaforme VoD gratuite, con oltre 36,9 milioni di navigatori unici collegati a dicembre 2022 e una crescita dell'audience rispetto a dicembre 2021 di +1,1 milione di utenti unici.

Tra le piattaforme VOD gratuite, quelle maggiormente visitate in termini di utenti unici mensili nel 2022 sono risultate

News Mediaset Sites (con 23,7 milioni), Sky TG 24 (con 9,3 milioni) e RaiPlay (8,1 milioni).

<https://www.key4biz.it/netflix-vince-la-sfida-del-blocco-del-password-sharing-100-mila-nuovi-abbonati-al-giorno-negli-usa/449585/>