

Dipartimento di Impresa e Management

Cattedra Economia e Gestione dei Media

Globale e locale: il posizionamento delle produzioni originali di Netflix in Italia

Prof. Luca Balestrieri

RELATORE

Prof. Gianluca Comin

CORRELATORE

Sofia Botteghi Matr. 738311

CANDIDATO

INDICE

Introduzione.....	4
CAPITOLO 1: La sfida di NETFLIX	6
1. Netflix negli Industrial Media Studies: diverse interpretazioni dell'equilibrio tra globale e locale	6
1.1 Le tematiche sollevate dalla globalizzazione dei media: ibridazione e convergenza culturale	11
1.2 Lo sviluppo degli studi culturali e la frammentazione del pubblico	13
2. L'internazionalizzazione della piattaforma streaming	17
3. Il posizionamento della piattaforma nel contesto mondiale.....	21
3.1 Le differenti dimensioni dello stato multinazionale di Netflix	21
3.2 Le strategie d'investimento	25
3.3 Uno sguardo alla geografia globale della piattaforma attraverso la lente locale	33
CAPITOLO 2: Il paradigma di Netflix nel mercato italiano	46
1. Metodologia.....	46
1.1 Griglia interpretativa	47
1.2 Schede Serie TV.....	53
1.3 Strumento per l'analisi comparata	82
CAPITOLO 3: Produzione originale Netflix in Italia	83
1. Analisi serie televisive "Netflix Originals" italiane	83
1.1 Evoluzione nel tempo delle produzioni originali seriali.....	84
1.2 Struttura narrativa.....	89
1.3 Il genere	90
1.3.1 Ibridazione di genere	93
1.4 Il ritmo narrativo: trama ed elemento di continuità	94
1.5 Personaggi: Stereotipizzazione, evoluzione e la figura dell'antieroe.....	96
1.6 Lo scenario.....	99
1.7 Le macro-tematiche.....	100
1.8 Il format.....	101
2. Netflix trampolino di lancio o egemone	101
3. I progetti futuri del colosso globale per il pubblico italiano: il Gattopardo	105
Conclusione	107
Bibliografia	109
Sitografia.....	111

Introduzione

Nell'ambito dei *media industries studies* è emersa nel corso degli ultimi anni una linea di indagine e riflessione in merito alle strategie produttive e, in connessione con queste, alle linee editoriali adottate da Netflix nel suo rapido processo di internazionalizzazione. In particolare, ci si è chiesti quale fossero la visione e la strategia a fondamento dei significativi e crescenti investimenti in produzioni originali fuori dagli Stati Uniti; e si è rivolta l'attenzione ai mutamenti strutturali che questi investimenti stanno producendo sul piano dell'assetto dell'industria audiovisiva mondiale e sui processi di ibridazione culturale.

In questo quadro, all'analisi dei meccanismi che inquadrano le decisioni editoriali e produttive di Netflix nella sua dimensione globale, si sono aggiunti sempre più numerosi studi dedicati all'impatto di questa piattaforma streaming in specifici mercati nazionali. La ricerca si è però focalizzata sui mercati nei quali l'impegno di investimento di Netflix è stato finora maggiore: ad esempio, Regno Unito, Messico e Corea. Il caso italiano, invece, non è stato fino ad ora adeguatamente analizzato.

Oggetto di questo mio lavoro è una prima valutazione degli investimenti effettuati da Netflix in Italia fino all'inizio del 2022, attraverso la ricognizione, la classificazione e l'analisi dei prodotti realizzati e al loro posizionamento rispetto al pubblico nazionale, nonché rispetto alle loro coerenza con le strategie di posizionamento globale della piattaforma.

La ricerca si basa sull'analisi qualitativa e interpretativa delle serie *Netflix Originals* prodotte in Italia. Innanzitutto, attraverso l'analisi qualitativa editoriale dei titoli di produzione originale Netflix Italia, si intende verificare quanto questa produzione si caratterizzi in modo innovativo rispetto all'offerta audiovisiva del sistema mediale italiano, dominato finora dalle logiche dei broadcaster generalisti, e in quale misura questa stessa produzione possa essere interpretata come l'attuazione di una strategia editoriale interna al mercato italiano o, invece, possa essere intesa come la consapevole ricerca di una ibridazione culturale che, partendo dallo specifico italiano, abbia capacità di attrarre un utente globale. Tema, quest'ultimo, non meramente teorico, perché si tratta di prevedere se la produzione originale Netflix Italia abbia in futuro la possibilità di creare successi internazionali, diventando a tutti gli effetti un fenomeno globale, come nel caso del *Korean Wave*.

Lo studio ha poi l'obiettivo di focalizzarsi sulle dinamiche che tendenzialmente insorgono nelle *partnerships* tra una piattaforma globale di video su richiesta (Netflix) e i produttori locali italiani nell'ambito della serialità. È bene, tuttavia, precisare in via del tutto preliminare che seppure la produzione locale sembri beneficiare di tali co-produzioni, in realtà, non sempre questa relazione produce gli effetti desiderati. Si rende, dunque, indispensabile ai fini dello studio delle strategie di collaborazione della piattaforma *streaming* e delle potenzialità contrattuali delle case di produzione

focalizzarsi sull'evoluzione delle *partnership* stesse nel tempo e sulla segmentazione dimensionale delle società.

Alla luce di quanto precede, nel primo capitolo, dopo esserci soffermati sulla definizione del fenomeno globale Netflix, attraverso l'esposizione di alcuni orientamenti, tra cui quelli di R. Lobato e A. D. Lotz, si passeranno in rassegna le varie sfide culturali, dettate dalla internazionalizzazione della piattaforma streaming, evidenziando le tematiche sull'ibridazione e convergenza culturale, oltre alla trasformazione del pubblico.

Queste strategie di internazionalizzazione sono state analizzate tenendo in debita considerazione la loro evoluzione temporale, le motivazioni che vi hanno dato origine e, infine, le ripercussioni sui mercati locali e globali.

Alla luce dei dati riportati sarà possibile interrogarsi sul futuro della piattaforma e sul suo posizionamento nel contesto mondiale.

Non può che reputarsi necessario ai nostri fini illustrare le analisi quantitative e statistiche delle caratteristiche di Netflix, soffermandoci sul numero degli utenti serviti, la loro localizzazione, i ricavi ottenuti dalla piattaforma dalle varie "regioni" del mondo e le strategie d'investimento. A testimonianza della realtà di Netflix nei vari contesti nazionali, è opportuno indicare i report di alcuni Paesi stranieri, realizzati al fine di comprendere le strategie di localizzazione della società. Data l'evidente assenza di report per quanto concerne il mercato italiano, la ricerca si pone l'obiettivo di colmare almeno in parte questa lacuna.

Raccolto il campione d'esame, nel secondo capitolo sono introdotte le metodologie utilizzate per analizzare le serie televisive originali Netflix italiane, prodotte tra il 2017 e il 2022. Lo strumento utilizzato per lo svolgimento dello studio è la griglia interpretativa, creata appositamente per effettuare un'analisi qualitativa e editoriale dell'offerta della piattaforma *streaming*, dalla quale è stato possibile ricavare le schede interpretative per ciascuna delle sedici produzioni seriali riscontrate. In ogni caso, per lo studio comparato di queste ultime, ho provveduto alla elaborazione di un grafico ad albero, rappresentante la formazione e le modalità di utilizzo dello strumento di analisi.

L'ultimo capitolo si concentra non solo sullo sviluppo dei dati precedenti ma anche sull'analisi del rapporto tra le case produttrici locali, che hanno prodotto i titoli presi in esame, e la piattaforma *streaming*, evidenziando le prospettive future di produzioni originali italiane Netflix.

In conclusione, riepilogate le principali evidenze emerse, sarà possibile dare esito alle domande di ricerca.

CAPITOLO 1: La sfida di NETFLIX

Negli ultimi anni si è sviluppato un filone di ricerca che studia la distribuzione degli investimenti della società Netflix riferibili alle produzioni originali, realizzate in varie aree del mondo, come Sud Korea, America Latina ed Europa. La volontà della piattaforma di ampliare il proprio catalogo con produzioni non originali americane e di utilizzare linguaggi non appartenenti ai paesi anglofoni è data dalla necessità di vincere gradualmente la resistenza dei sistemi nazionali dei Paesi in cui opera. Infatti, ad oggi Netflix si presenta come una piattaforma "globale", operando dal 2016 in 190 Paesi e con un bacino di 224,3 milioni di abbonamenti¹, raggiunti alla fine del quarto trimestre del 2021. La volontà della piattaforma di consolidarsi come piattaforma *streaming* globale ha fatto emergere vari quesiti e studi, ad oggi ancora in corso.

1. Netflix negli Industrial Media Studies: diverse interpretazioni dell'equilibrio tra globale e locale

Un primo approccio, utilizzato per studiare il fenomeno Netflix, ci viene fornito da R. Lobato, il quale descrive la piattaforma S-VOD come “*un insieme di servizi mediali nazionali uniti in un'unica piattaforma, anziché un servizio globale uniforme*”². Tale affermazione è rivelatrice dell'idea del ricercatore che, infatti, non identifica la piattaforma con un servizio omogeneo e coerente, data la sua trasformazione strutturale conseguente alla internazionalizzazione. Questa è anche la posizione di M. Jenner³, secondo il quale Netflix, offrendo contenuti differenti a seconda del mercato a cui si rivolge, non è concepibile come soggetto omogeneo.

Ebbene, Netflix rappresenta un caso studio per molti aspetti unico. Il servizio S-VOD si distingue dalle altre piattaforme per varie ragioni, tra cui è possibile menzionare il fatto che il *business core* della azienda è il servizio d'intrattenimento. Contrariamente ai *competitors* come Amazon (che offre audiovisivo attraverso Amazon Prime Video) o Apple (con Apple TV), i quali forniscono il servizio di *streaming* solo come servizio integrativo, e sostanzialmente ancillare, rispetto al business primario, Netflix è nata e si è sviluppata come società che fornisce esclusivamente servizi di video agli abbonati.

¹ Netflix, *2021 Fourth Quarter Earnings – Letter to Shareholders*, Netflix Investors, 2021
<https://ir.netflix.net/financials/quarterly-earnings/default.aspx>

² R. Lobato, *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*, New York, New York University Press, 2019, pp. 237

³ M. Jenner, *Netflix and the Re-invention of Television*, London, Palgrave Macmillan, 2018, pp. 215

La sua natura globale è tutt'altro che incontestata. Infatti, R. Lobato riteneva che la piattaforma non potesse considerarsi integralmente globale alla luce, innanzitutto, della inomogeneità dell'offerta Netflix nel mondo. Ulteriori ragioni addotte a sostegno di tale tesi si individuano nelle seguenti circostanze: la piattaforma S-VOD, pur nascendo globale, grazie alla sua distribuzione su internet, agisce territorialmente per quanto riguarda le licenze dei contenuti disponibili nei cataloghi, costruiti *ad hoc* per ogni Paese; la piattaforma non ha accesso ai mercati della Cina, Iran, Corea del Nord e Crimea e, seppure sia disponibile in 190 Paesi, concentra la sua attività e successo solo in alcuni mercati rilevanti, come America latina, Europa Occidentale, Scandinavia e Anglosfera.

Proprio in considerazione di quanto precede, R. Lobato definisce ulteriormente Netflix come “*una specie di rete a maglie larghe, piena di vuoti, che entra in contatto in modo difforme con le superfici locali e nazionali*”⁴. Un ulteriore aspetto rilevante è quello inerente alla produzione di contenuti locali. Come sottolineato in uno studio di A. D. Lotz e R. Lobato, è vero che Netflix commissiona e produce un quantitativo significativo di produzione al di fuori degli Stati Uniti; ciò nonostante, la piattaforma *streaming* presenta una relativa assenza di contenuti locali, se paragonata alla quantità dei titoli di origine statunitense all'interno dei cataloghi. I cataloghi dei Paesi stranieri, soprattutto quelli di piccole dimensioni con lingue minori, sono principalmente costellati di contenuti americani, lasciando davvero poco spazio ai contenuti su licenza o originali locali. La produzione originale locale è utilizzata dalla piattaforma sia per aumentare la penetrazione del mercato nazionale sia per la l'acquisizione di un bacino di utenza più ampio a livello internazionale; tuttavia, secondo R. Lobato, questa offerta rappresenta comunque un aspetto minore in confronto alla composizione della libreria di contenuti. Ha, infatti, correttamente evidenziato come ciascun Paese manifesti una preferenza per le produzioni locali, ribadendo “*la natura fondamentale locale dei gusti globali*”⁵ e osservando come Netflix cerchi di soddisfare tale esigenza attraverso le sue emergenti produzioni originali. La piattaforma *streaming* non si limita semplicemente alla creazione di prodotti locali, ma ha l'obiettivo di creare un prodotto globale, proprio attraverso le specificità locali. Questa ambizione, secondo l'autore, non sarebbe realizzabile tramite la produzione originale, essendo insufficiente per la creazione di un servizio televisivo di massa su scala globale.

Inoltre, si è sottolineata la disomogeneità dell'effetto disruptive di Netflix nei differenti contesti nazionali. Il suddetto aspetto deriva dal fatto che il servizio *streaming* non si presenta in maniera uniforme, ma diversifica il proprio servizio in base al territorio in cui opera.

⁴ R. Lobato, *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*, New York, New York University Press, 2019

⁵ R. Lobato, *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*, New York, New York University Press, 2019

Un elemento che rimane invariato è, invece, la fascia di prezzo, generalmente uniforme in ogni mercato in cui opera. L'abbonamento, avendo un prezzo relativamente alto, soprattutto se messo a confronto con i suoi *competitors*, amplifica la possibilità di Netflix di rimanere un servizio di nicchia nei Paesi a basso reddito. Proprio per queste caratteristiche, secondo l'autore, Netflix non potrebbe affermarsi come piattaforma globale. Infatti, lo stesso, afferma:

*“Di conseguenza, la storia recente di Netflix non è solo la storia di un unico servizio che si è scontrato con gli attriti e le differenze del mercato globale; il punto è anche che Netflix si sta differenziando a livello internazionale man mano che entra in questi nuovi mercati e li attraversa”*⁶

Una prospettiva completamente diversa è stata presa più recentemente in considerazione da A. D. Lotz, la quale sostiene che l'approccio precedentemente esposto possa essere limitato, poiché studiato solo tramite la lente nazionale dei singoli Paesi. La focalizzazione verso un singolo territorio non coglierebbe le dimensioni multinazionali simultanee del servizio, che ne distinguono profondamente le peculiarità come singolo servizio video multinazionale. Di conseguenza, secondo A. D. Lotz sarebbe necessario studiare le piattaforme streaming attraverso analisi completamente differenti, che possano conciliare *“i poli di scala multinazionale e specificità nazionale di questi servizi”*⁷.

Collocare criticamente Netflix in un contesto globale può essere insidioso, per quanto la piattaforma abbia dimensioni mondiali. Per analizzare adeguatamente le strategie di posizionamento e gli investimenti della piattaforma, è opportuno inserire il servizio S-VOD all'interno di un particolare contesto: rilevando, infatti, lo specifico catalogo di un Paese, in uno stato-nazione con particolari infrastrutture tecnologiche presenti nello Stato in questione, i servizi concorrenti e complementari, i diversi regimi di regolamentazione; infine, le diverse aspettative, le preferenze e le norme culturali del pubblico destinatario. La necessità di questo approccio ha convinto di recente lo stesso Lobato. In un saggio scritto con A. D. Lotz, gli autori hanno sottolineato come *“Netflix may be available in many nations, but in order to understand it with meaningful cultural detail, it must be investigated as a federation of national services”*⁸.

Dunque, sta maturando la necessità di comprendere come la piattaforma streaming abbia prodotto un cambiamento significativo nei sistemi culturali, commerciali, politici dei vari Paesi in cui ha

⁶ R. Lobato, *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*, New York, New York University Press, 2019

⁷ A. D. Lotz, “In between the global and the local: Mapping the geographies of Netflix as a multinational service”, *International Journal of Cultural Studies*, 24(2), 195–215, 2021. <https://doi.org/10.1177/1367877920953166>

⁸ R. Lobato, A. D. Lotz., “Imagining global video: The challenge of Netflix”, *JCMS: Journal of Cinema and Media Studies*, 59(3), 132-136, 2020

effettuato il suo ingresso. Tuttavia, tale evoluzione è destinata a variare a seconda della compresenza di determinati fattori, tra cui la legislazione vigente e la c.d. *availability*.

Le modalità di entrata e i meccanismi di risposta all'entrata di un servizio straniero sono state molto differenti in ogni Paese. Anche il catalogo della stessa piattaforma insieme allo status culturale-sociale, il riconoscimento del marchio e il potere di mercato mutano enormemente da Paese a Paese. Le motivazioni che si possono ricavare dalla strategia di Netflix di non presentare il medesimo catalogo di scelte in tutti gli Stati possono essere molteplici. Come detto, precedentemente, si consideri che le preferenze dei consumatori differiscono da Paese a Paese, non potendosi conseguentemente ritenere generativo di un vantaggio concorrenziale e competitivo sul mercato l'omologazione dell'offerta. A ciò si aggiunge la sussistenza di licenze esclusive su base territoriale e *geo-blocking*, che rappresentano un forte ostacolo. Infatti, un distributore video deve sia acquisire peculiari diritti, sia stabilire una presenza online specifica a seconda della destinazione. Netflix, al fine di distribuire alcuni elementi della programmazione di un sistema mediale nazionale, deve acquisire i diritti dei titoli prodotti, che verranno inseriti in un portafoglio unico. Questa pratica porta inevitabilmente ad elevati costi di transazione, che non rendono vantaggiosa la modalità. Per di più, come descritto da L. Aguiar e J. Waldfogel:

*“The rights holders are not uniformly enthusiastic about licensing their content on terms suitable to the Netflix business model...the Netflix model entails purchasing content rights for fixed fees. Hence, Netflix only wants to add content as long as the marginal benefits in subscription revenue cover the marginal costs”*⁹.

Pertanto, vi è preoccupazione da parte dei detentori di diritti a concedere la licenza dei loro contenuti alla piattaforma *streaming*. Tale preoccupazione è evidente anche tra i distributori video nazionali dei sistemi mediali, che interagiscono con Netflix.

Invero, per quanto le reazioni e le risposte dei mercati nazionali all'entrata di Netflix siano state differenti, vi è stata una generale preoccupazione da parte dei distributori audiovisivi, in particolare le reti televisive nazionali e gli operatori di PAY-TV. In molti Paesi, in realtà, la complessa interazione, creatasi tra i servizi nazionali e gli streamer globali, è diventata una caratteristica del paesaggio audiovisivo, con implicazioni per la programmazione di ciascun servizio, per il marketing, e per la strategia di produzione originale.

⁹ L. Aguiar, J. Waldfogel, “Netflix: global hegemon or facilitator of frictionless digital trade?”, *Journal of Cultural Economics*, Volume 42, 419–445, 2018

L'ascesa di Netflix e la sua capacità di distribuzione globale sollevano, dunque, questioni per una varietà di attori dell'industria, compresi i produttori di contenuti sia su larga scala, come i grandi *studios* hollywoodiani, sia su piccola scala, come i produttori indipendenti non statunitensi. Questa preoccupazione nasce dal fatto che Netflix intende utilizzare la sua capacità di distribuzione globale come strumento chiave della sua strategia, creando sia una produzione originale che possa andare incontro ai gusti e alle culture locali dei Paesi in cui opera; sia una produzione che possa trasformarsi in un fenomeno globale attraverso le specificità locali. Difatti, Netflix non è più un semplice acquirente di contenuti dei sistemi mediali nazionali, ma risulta uno studio di produzione a tutti gli effetti. Ovviamente non è ancora dato sapere se l'espansione di Netflix avrà risvolti positivi o negativi per la produzione culturale dei sistemi mediali al di fuori degli Stati Uniti. Le possibilità di svolta date dalla sua crescita globale possono essere diverse. Una eventualità è che Netflix accresca ancora di più la presenza dei contenuti statunitensi in tutto il mondo, andando a minare la produzione locale. Una seconda possibilità, invece come rilevato da L. Aguiar e J. Waldfogel è che:

*“A second possibility is that Netflix facilitates the distribution of all countries’ fares around the world (and into the large US market) in ways that earlier distribution channels such as theatrical release did not allow”.*¹⁰

Essendo l'obiettivo di Netflix proprio quello di creare un fenomeno globale, appare più plausibile la seconda previsione esposta; e cioè che la sua produzione sia destinata a legarsi alle produzioni locali così da poter poi renderle successivamente, nel caso vi sia la possibilità, globali. Un esempio lampante è stato il k-drama *“Squid Game”* di produzione Netflix, che ha conquistato il pubblico mondiale, pur essendo in lingua originale coreana. La piattaforma streaming, perciò, potrebbe essere per le produzioni locali la rampa di lancio in grado di dare visibilità sempre maggiore, data la capacità di distribuzione globale della piattaforma S-VOD. Dall'altra parte anche per le produzioni Hollywoodiane potrebbe costituire un vantaggio, dato che gli verrebbe fornita una opportunità di portata globale. Perciò, lo sviluppo di una piattaforma di distribuzione a livello internazionale, offre la possibilità di facilitare il commercio, sia dei grandi che dei piccoli mercati mediali nazionali. In entrambi i casi, però, Netflix potrebbe rappresentare una minaccia. La piattaforma, attraverso la distribuzione globale e gli accordi con le varie produzioni, potrebbe ottenere un potere in grado di avere il pieno controllo delle produzioni, rendendo le stesse case di produzioni delle mere “sub-appaltatrici”.

¹⁰ L. Aguiar, J. Waldfogel, “Netflix: global hegemon or facilitator of frictionless digital trade?”, *Journal of Cultural Economics*, Volume 42, 419–445, 2018

1.1 Le tematiche sollevate dalla globalizzazione dei media: ibridazione e convergenza culturale

Non si possono ignorare le dimensioni economiche, politiche e socioculturali, in quanto interconnesse al concetto di globalizzazione. Infatti, attraverso l'annientamento dei confini nazionali si viene a creare un mondo in cui le attività umane sono sempre meno vincolate dalla geografia. Per quanto riguarda l'industria dei media, si sono verificati significativi cambiamenti strutturali. Il processo di evoluzione dell'industria mediale si è intensificata con la distribuzione digitale e le reti di video online, le quali hanno reso senza confini il flusso di contenuti mediatici. Netflix, attraverso la sua globalizzazione, ha portato a un cambiamento sostanziale nell'industria mediatica, non perché ha superato i confini nazionali attraverso la sua strategia d'internazionalizzazione, ma perché si è posta al vertice del cambiamento, sia nella distribuzione che nella produzione di contenuti. Le piattaforme *streaming* possono essere il tramite tra varie culture differenti, potenziando in tal modo la creazione di forme ibride di produzione e identità culturale.

L'espansione mediatica ha portato alla ribalta varie culture, non appartenenti ai territori anglofoni. Un esempio lampante è il Sud Korea con la sua innovativa e ibridata industria mediale. Lo spostamento degli interessi verso culture, differenti da quella occidentale, non comporta la scomparsa o il soppiantamento dei sistemi mediali dell'occidente, ma semplicemente un ampliamento dei fattori politici, economici e socioculturali, da tenere in considerazione quando si ha intenzione di sviluppare un'analisi sulle industrie audiovisive e sulle loro produzioni.

In questo contesto la componente "ibridazione culturale", nata dal rapporto tra la globalizzazione del prodotto e la resistenza culturale dei sistemi nazionali, acquisisce un fondamentale rilievo. Le culture delle industrie mediali di tutto il mondo ora si presentano come realtà incrociate in continua evoluzione ed è importante non sottovalutarne le potenzialità. Infatti, le piattaforme hanno l'aspirazione di sviluppare ulteriormente "l'ibridazione culturale" dei sistemi mediali nazionali, creando un pubblico appartenente alla nascente globalizzazione 4.0. La strategia di offerta delle piattaforme *streaming* incontra però varie sfide di diversa natura, tra cui l'ampiezza, il radicamento e la profondità culturale, insieme al complesso di norme regolatrici dei sistemi mediatici. Queste problematiche ovviamente mutano in base al sistema mediale del Paese preso in esame.

Le piattaforme S-VOD, tra cui Netflix, come descritto da L. Balestrieri "*hanno avviato una nuova fase della globalizzazione dell'industria dell'intrattenimento, non più fondata su esportazioni di prodotti audiovisivi e di capitali, ma sulla vendita diretta di servizi ai consumatori di tutto il mondo. Il passaggio a questa diversa fase dell'internazionalizzazione riduce drasticamente il potere di*

mercato dei sistemi nazionali dei media e crea una complessa dipendenza delle periferie del pianeta, integrate nel network produttivo delle piattaforme e soggette a un'ibridazione culturale da posizione subalterna".¹¹

L'ibridazione culturale in atto non ha l'obiettivo di annullare le culture nazionali esistenti, ma di creare delle interdipendenze tra le varie culture, che evolvono e mutano entrando in contatto tra di loro attraverso l'internazionalizzazione dei prodotti mediali. Le piattaforme S-VOD si pongono in questo caso come *“intermediarie tra la produzione nazionale e i consumatori locali, nonché come regolatrici del mix tra prodotto internazionale e prodotto locale”¹²*. Il suddetto ruolo, sottratto ai sistemi mediali nazionali, pone le piattaforme *streaming* in una posizione chiave per la creazione di culture ibride e per la circolazione dei prodotti audiovisivi. Il meticcio identitario funge da strumento ai servizi *streaming* per la creazione di un prodotto, che sia la combinazione innovativa di esperienze, linguaggi e valori.

Asserendo alla creazione di un prodotto innovativo, Netflix si propone, come precedentemente accennato, a creare un consumatore “globale”. Il consumatore globale rappresenterebbe una nuova tipologia di consumatore, che attraverso le tecnologie emergenti usufruisce di un prodotto ibridato nei linguaggi, nelle esperienze rappresentate e nella struttura narrativa. La piattaforma unendo le potenzialità del locale alla globalizzazione crea un prodotto definito appositamente per un consumatore, che con il passare del tempo diventa sempre più globale. Come esposto da L. Balestrieri, *“l'interesse di Netflix per le produzioni locali si scopre così funzionale a processi di ibridazione per un consumatore globale, che riconosca nell'offerta della piattaforma una proposta culturale organica, sfaccettata ma portatrice di una visione unitaria di modernità della narrazione”*.¹³

Proprio trattando il profondo collegamento che esiste tra l'evoluzione dei sistemi mediali, le emergenti tecnologie e il consumatore, una questione correlata da approfondire è anche il concetto di convergenza mediale. La convergenza culturale mediatica pone in evidenza la stretta relazione esistente tra i nuovi media, che entrano in collisione con i media tradizionali, e la creazione della realtà moderna in fatto di consumo e tecnologie utilizzate. Il testo di H. Jenkins (2006) sulla “cultura della convergenza” suggerisce che la tecnologia aiuta i media, poiché permettono un più ampio raggio

¹¹ L. Balestrieri, *Le Piattaforme Mondo - L'egemonia dei Nuovi Signori dei Media*, Roma, Luiss University Press, 2021, p.12

¹² L. Balestrieri, *Le Piattaforme Mondo - L'egemonia dei Nuovi Signori dei Media*, Roma, Luiss University Press, 2021, p. 113

¹³ L. Balestrieri, *Le Piattaforme Mondo - L'egemonia dei Nuovi Signori dei Media*, Roma, Luiss University Press, 2021, p. 146

di azione, ma che la cultura forma ciò che accade all'interno dei media. Come descritto da D. Herbert, A. D. Lotz e A. Punathambekar:

[“Per Jenkins, la convergenza si riferisce al "flusso di contenuti su più piattaforme mediatiche, alla cooperazione tra più industrie mediatiche e al comportamento migratorio del pubblico dei media, che si reca quasi ovunque alla ricerca del tipo di esperienze di intrattenimento che desidera" (2006, 2).”]¹⁴

Netflix è diventato una componente vitale per la convergenza dei media all'interno della società. Infatti, la società di oggi è altamente partecipativa e le piattaforme sono diventate lo strumento attraverso il quale si possono plasmare le modalità di interazione del pubblico sia nei confronti della società sia dei media. La medesima convergenza si denota nelle partnership e collaborazioni tra la piattaforma streaming e le industrie mediali nazionali. La piattaforma *streaming* rappresenta il punto di convergenza tra i media, le tecnologie e l'utente. La convergenza culturale, tuttavia, non è ancora stato ampiamente trattato dagli studi culturali e mediali.

1.2 Lo sviluppo degli studi culturali e la frammentazione del pubblico

Altri importanti studi culturali e mediali, analizzano le piattaforme *streaming*, poiché realtà di una nuova tecnologia di distribuzione e un modello di business non comune. Le nuove modalità di distribuzione e produzione mediale stanno sconvolgendo le norme consolidate basate sul *windowing* temporale e spaziale.

Dal punto di vista dell'analisi culturale, le piattaforme S-VOD non possono essere studiate attraverso gli schemi utilizzati precedentemente per le trasmissioni e video multicanali, essendo tra di loro strutturalmente diversi. I sistemi mediali lineari avevano già cercato di trascendere la nazionalità e inserirsi in un contesto transnazionale, ma non è stato possibile a causa sia di impedimenti tecnologici che normativi.

Con la comparsa e la crescita delle piattaforme *streaming*, gli studi sugli impatti culturali delle produzioni si è ovviamente evoluto. I servizi di *streaming* permettono di studiare gli effetti culturali sotto un altro punto di vista, diverso da quello che una volta era utilizzato per studiare le fattispecie della televisione e del cinema. I nuovi servizi apportano delle innovazioni che sono andate anche a modificare il soggetto consumatore, che per esempio ora ha la possibilità di avere un'esperienza

¹⁴ D. Herbert, A. D. Lotz, A. Punathambekar, *Media Industry Studies*, Newark: Polity Press, 2021

diversa sotto diversi aspetti, incluso guardare simultaneamente molte realtà e contenuti. La circolazione multinazionale di programmi televisivi, però, non è stata portata dalle piattaforme S-VOD, era infatti preesistente anche se con caratteristiche e vincoli differenti. Tale innovazione è stata conseguenza del rapporto diretto fra piattaforme *streaming* e il consumatore; in precedenza, infatti, si trattava della vendita di programmi e format attraverso la modalità business-to-business. L'introduzione a una distribuzione video non prettamente nazionale è avvenuta precedentemente all'entrata delle piattaforme *streaming*, anche se esse hanno dato, successivamente, una lettura completamente diversa al concetto di "multinazionalità". I meccanismi utilizzati dalla televisione, come l'utilizzo di canali transnazionali e la vendita di programmi e format, erano vincolati dalla lettura e l'ente nazionale, poiché avevano l'obiettivo di costruire un pubblico ancora legato alle specificità del paese a cui appartenevano. Infatti, nel caso della vendita dei programmi o format, la portata degli spettatori raggiungibili da parte dei sistemi mediali lineari e della pay-tv era definita geograficamente dallo Stato in cui venivano trasmessi. Inoltre, vi era la necessità di avere un pubblico definito e aggregato che fosse interessato al canale, essendo la televisione collegata al sistema pubblicitario. I sistemi lineari erano, perciò, vincolati dalla necessità di identificare testi ampiamente approvati dal pubblico popolare e che potessero avere un impatto culturale.

Il distanziamento dalla costruzione di un pubblico di massa è stato il primo forte vantaggio dei servizi video on demand rispetto ai servizi lineari supportati dalla pubblicità. A. D. Lotz, nel servizio multinazionale di Netflix, dichiara che: "...*Netflix targets subscribers based on tastes and sensibilities that are often not sufficiently popular to be addressed by services aiming for a national 'mass' audience*".¹⁵ In questo modo si diminuisce l'implicita lente nazionale, poiché non viene più ricercato un pubblico aggregato in gruppi nazionali, che potessero essere poi venduti ai vari inserzionisti pubblicitari. Certo, non può soddisfare tutte le preferenze, ma gli spettatori delle piattaforme *streaming* traggono valore a livello individuale, non in aggregati nazionali.

Dunque, interessante è anche la profonda differenza che vi è tra "consumatore di massa" e "consumatore globale". I due consumatori per quanto abbiano delle similarità intrinseche presentano una profonda differenza. Il pubblico di massa è caratterizzato da una forte concentrazione di interessi e bisogni comuni, che venivano poi soddisfatti dai sistemi mediali lineari, mentre il consumatore globale è distinto per una forte frammentazione a livello di consumo mediale. Netflix cerca di creare e soddisfare il consumatore globale.

¹⁵ A. Lotz, "In between the global and the local: Mapping the geographies of Netflix as a multinational service", *International Journal of Cultural Studies*, 24(2), 195-215, 2021

Netflix con il suo catalogo non fornisce un insieme di titoli che hanno come presupposto l'obiettivo di ottenere la stessa significatività che riuscivano ad ottenere i titoli prodotti dai sistemi mediatici nazionali, poiché la sua finalità non era la soddisfazione del consumatore di massa. Lo status di cultura popolare, ottenuto dai titoli trasmessi dai sistemi mediatici lineari, non è raggiungibile dai titoli appartenenti ai cataloghi delle piattaforme S-VOD, poiché la portata dei contenuti è ampiamente maggiore. La piattaforma *streaming*, difatti, non è obbligata a dare priorità alle serie che attireranno il pubblico più numeroso, ma può invece servire simultaneamente molte sensibilità diverse e aggregare gli spettatori attraverso i confini nazionali. Ciò non toglie che i programmi presentati non possano raggiungere un diverso tipo di significatività culturale e sociale.

*“A series that is consumed by many in a particular, but small, taste cluster might have cultural significance equivalent to or greater than a title viewed by more people in general – in a manner characteristic of ‘phenomenal television’”*¹⁶

Netflix non abbandona completamente il concetto di nazionalità, infatti, come anche enunciato precedentemente, le librerie di Netflix sono spesso specifiche per ogni nazione, sia per preferenze sui contenuti, sia per l'adeguamento alle normative imposte dalle nazioni.

Riassumendo, le caratteristiche esperienziali, proposte dalle piattaforme S-VOD scoraggiano la popolarità di massa un tempo comune alla televisione, portando a una forte frammentazione del pubblico stesso. La dispersione dei consumatori del servizio è stata incrementata su due aspetti chiave: la portata del contenuto e la flessibilità temporale.

*“The freedom to watch any show in a streaming service library at any time, in combination with this expanded scope of available programs, produces an exponential effect on audience dispersal.”*¹⁷

La portata del contenuto è un elemento che si traduce in una scelta molto più ampia per gli spettatori e questo porta a una sostanziale frammentazione del pubblico. Ovviamente la portata dei servizi di *streaming* per quanto riguarda il contenuto può in alcuni casi diventare dispersiva. Infatti, l'ampiezza del catalogo esposto fornisce opzioni di contenuto molto più numerose delle possibilità disponibili su un canale lineare. Inoltre, alla portata di un singolo catalogo fornito da una piattaforma S-VOD vanno aggiunti le ulteriori opzioni fornite sia dai competitor che dalle offerte durature dei servizi Pay-tv e canali lineari. L'offerta di una portata di contenuti così ampia, volta ad incontrare i differenti gusti e

¹⁶ A. Lotz, *The Television Will Be Revolutionized*, NYU Press; 2° edizione, 40–45, 2014

¹⁷A. Lotz, “Unpopularity and cultural power in the age of Netflix: New questions for cultural studies” approaches to television texts”, *European Journal of Cultural Studies*, 24(4), 887-900, 2021

preferenze del consumatore, fa sì che diminuisca la popolarità dei titoli proposti, come anticipo antecedentemente.

In questo caso il potere culturale è ottenuto, diversamente dai sistemi mediali lineari, attraverso la dispersione del pubblico, frammentandolo e disperdendolo tra le varie opzioni presenti. Questo approccio si allontana da quello perseguito precedentemente dai canali che invece ricercavano coerenza e compattezza del marchio. Il canale televisivo era predisposto per produrre e distribuire un catalogo ben definito e predisposto. Netflix si allontana da questa finalità, imponendosi al pubblico con una strategia descritta, di “nicchia- conglomerata” (Lotz, 2017). La piattaforma usufruisce della distribuzione su Internet per permettere ai suoi milioni di abbonati un accesso non lineare ai diversi programmi in orari non prestabiliti. Una programmazione così diversificata attrae ovviamente consumatori molto differenti tra loro. Questa differenziazione, a prima vista, può essere letta come una forte frammentazione dell’utente, osservandola sotto la lente di produzione di nicchia, risulta invece una modalità di aggregazione. Infatti, alcuni dei titoli di maggior successo della stessa piattaforma e che hanno apportato maggior valore culturale sono rientranti all’interno di una “comunità di gusto” (Adalian, 2018).

*“This program strategy of pursuing distinct taste communities has multiple implications that differentiate subscriber-funded video-on-demand services (SVODs) such as Netflix from television.”*¹⁸

L’obiettivo degli studi culturali non sono, diversamente dall’ambito dei sistemi lineari mediali, i titoli di maggior successo ma i titoli che hanno portato un valor culturale all’interno della stessa comunità. Infatti, l’inclusione all’interno del catalogo della piattaforma non è indice di rilievo culturale del titolo stesso.

Un ulteriore incentivo della tendenza alla frammentazione del pubblico è il ruolo del tempo in relazione alla costruzione del pubblico e al funzionamento del potere culturale. Prima dell’entrata delle piattaforme *streaming*, l’accesso ai programmi era alquanto vincolato infatti, nella televisione antecedente gli anni Novanta i contenuti presentati erano disponibili solamente a un determinato orario e richiedevano una visione simultanea. Queste caratteristiche, da una parte portavano a una unione dello stesso pubblico, che si ritrovava nell’esatto momento a usufruire dello stesso servizio, dall’altra parte erano estremamente limitanti nell’utilizzo del servizio. Il consumo simultaneo, infatti, creava sia punti di riferimento condivisi sia la creazione di una discussione culturale dello stesso titolo

¹⁸ A. Lotz, “Unpopularity and cultural power in the age of Netflix: New questions for cultural studies’ approaches to television texts”, *European Journal of Cultural Studies*, 24(4), 887-900, 2021

preposto, ed inoltre la visione contemporanea di un così vasto pubblico di un titolo mediatico dava rilievo culturale al titolo stesso, soprattutto nel caso di successo del prodotto. Ovviamente, con l'avanzare delle tecnologie ci si è allontanati da questa modalità di fruizione, ma si è comunque rimasti legati a una visione, che era principalmente programmata a un determinato momento. La mancanza di un tempo di visione programmato diminuisce la capacità dei titoli dei servizi di *streaming* di generare una conversazione immediata, ma l'accesso al catalogo a lungo termine permette una visione successiva. La capacità di poter aver visione del prodotto mediatico “in un qualsiasi momento” è stato un forte valore aggiunto per il pubblico delle piattaforme S-VOD, ma ha apportato anche la necessità di innovare gli studi culturali dei sistemi mediali. Difatti, la disponibilità, perpetuata a lungo nel tempo, nella biblioteca della piattaforma amplifica la portata e il potenziale lavoro culturale dei programmi offerti dai servizi di *streaming* rende necessario imporre dei diversi strumenti di misurazione della rilevanza culturale. L'ampiezza e il tempo, aumentati esponenzialmente dalle piattaforme, dei cataloghi dei programmi offerti proseguono a frammentare il pubblico e a diminuire la funzione culturale, un tempo nota della televisione.

2. L'internazionalizzazione della piattaforma streaming

Per comprendere le strategie di investimento e il servizio del colosso globale, vi è la necessità di descrivere l'internazionalizzazione, avviata nel 2010. Come detto inizialmente, la piattaforma *streaming* risulta avere una portata quasi-globale, servendo un vasto complesso di utenti, di cui un'importante porzione non è di origine statunitense.

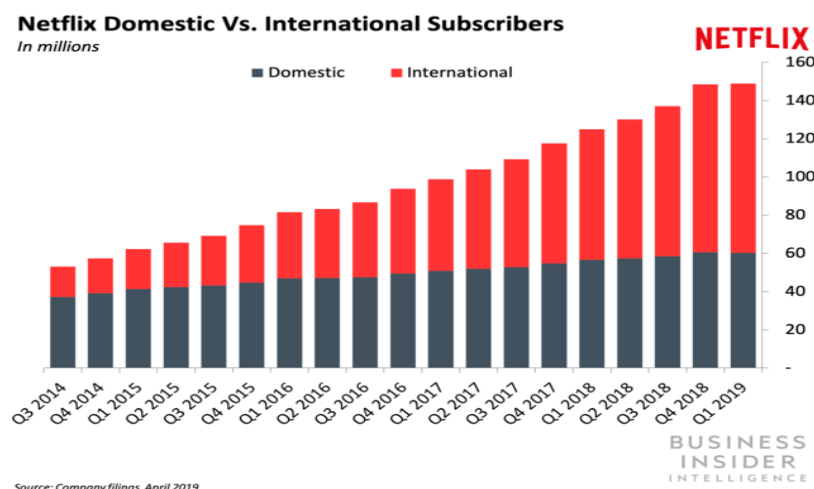


Figura 1. Netflix Domestic vs. International Subscribers. Fonte: Business Insider¹⁹

¹⁹ <https://www.businessinsider.com/netflix-growth-comes-from-international-markets-2019-10?r=US&IR=T>

Secondo Reed Hastings, l'amministratore delegato di Netflix, l'espansione globale dell'azienda è avvenuta a causa del rallentamento dello sviluppo della società negli Stati Uniti. Infatti, con l'aumento della concorrenza da parte dei concorrenti locali, come Disney Plus e Hulu, l'elevata crescita annuale della piattaforma nel suo mercato nazionale ha iniziato a rallentare. Al fine di mantenersi leader nel settore e raggiungere un più ampio bacino di utenti, il servizio S-VOD ha deciso di espandersi e raggiungere la sua attuale portata globale. Netflix, per attuare la sua strategia di internazionalizzazione, ha adottato un approccio graduale, andando prima di tutto a conquistare i mercati dei Paesi relativamente vicini sia a livello geografico che culturale. La sua prima meta, per tastare il terreno, per la sua imminente internazionalizzazione, è stata il Canada, in cui è la piattaforma è entrata nel 2010. Il contesto canadese non solo era geograficamente vicino ma condivideva molte analogie con il contesto statunitense. Dato il successo ottenuto, la società avvia la seconda fase della sua espansione. Nel 2015, infatti, Netflix estende il suo servizio ad altri 50 Paesi, concentrandosi soprattutto sui mercati dell'America Latina e l'Europa occidentale. Queste prime esperienze hanno permesso alla piattaforma di ottenere un ampio bacino di dati sui propri consumatori, oltre a permetterle di focalizzarsi sulle strategie vincenti: la localizzazione degli investimenti e le partnership con le aziende e gli stakeholder locali. Perseguendo la sua rapida espansione, Netflix raggiunge il suo attuale apice, insediandosi nel 2016 in 190 Paesi. Questo risultato senza precedenti, l'hanno resa la prima piattaforma *streaming* ad avere una portata globale. La sua strategia internazionale si può ricondurre al modello transnazionale: l'azienda lancia lo stesso concetto di base del prodotto a livello globale, ma localizza anche i contenuti e gli sforzi di marketing per rispondere ai consumatori locali. La piattaforma *streaming* lasciando quasi completamente immutati il costo dell'abbonamento e l'interfaccia del suo prodotto, si localizza attraverso la produzione di contenuti locali, che la condurrà al suo successo globale. Infatti, l'elemento chiave della sua espansione è il controllo delle industrie creative locali. Come esposto da L. Balestrieri: *“la strada per l'espansione, tanto per Netflix quanto per i suoi concorrenti, è la possibilità di combinare contenuti prodotti negli Stati Uniti con programmi realizzati su base locale, declinando in modo articolato un progetto di contenuto globale”*²⁰. Inoltre, le collaborazioni con le aziende locali per lo sviluppo di contenuti esclusivi ha permesso una migliore integrazione all'interno del territorio nazionale, dato che quest'ultime erano altamente vantaggiose. Infatti, attraverso le partnership le istituzioni politiche nazionali ottenevano la possibilità di potenziare le aziende mediatiche locali e i consumatori dei contenuti di locali di alta qualità.

²⁰ L. Balestrieri, *Le Piattaforme Mondo - L'Egemonia dei Nuovi Signori dei Media*, Roma, Luiss University Press, 2021, pp. 113

La rapida espansione internazionale di Netflix e la sua capacità di penetrare nei mercati locali sono un indicatore del successo della sua strategia transnazionale. Ed è proprio da questo successo, ottenuto attraverso partnership con risorse locali, concessioni di licenze esclusive e la produzione interna di media, che Netflix si concentra su un nuovo obiettivo, la creazione di contenuti internazionali. La piattaforma *streaming*, sostituendosi ai sistemi mediali nazionali, instaura interdipendenze con le risorse creative locali per creare un prodotto innovativo grazie al quale possa soddisfare un “fruitore globale” di sua creazione. Perciò, si aspira a creare un prodotto che sia globale attraverso le specificità locali. Questo approccio si allontana dall’approccio classico tenuto in precedenza dai sistemi nazionali che, invece, utilizzavano meccanismi di vendita di programmi e format stranieri, per plasmarli successivamente sulla base del contenuto culturale del Paese. Attraverso questa strategia, le multinazionali S-VOD rappresenteranno un meccanismo di internazionalizzazione audiovisiva.

“Gli investimenti nella produzione fuori dagli Stati Uniti sono dunque lo strumento con il quale le piattaforme globali stanno riscrivendo le forme dello scambio culturale e del “meticciato identitario”, declinando in linguaggi innovativi l’idea di modernità del nuovo secolo digitale americano e fondendola con le storie e le appartenenze locali.”²¹

Perciò, sebbene le partnership locali e la produzione di contenuti siano state inizialmente utilizzate come forma di ingresso nel mercato, ora attraverso quest’ultime Netflix ha l’intenzione di creare contenuti originali internazionali. Invece di concentrarsi sul locale per il locale, Netflix ha sfruttato la sua rete globale per creare contenuti locali per il globale. In questo modo, l’azienda ha raccolto i frutti dell’investimento locale e della distribuzione globale.

In conclusione, attuando la sua strategia di internazionalizzazione, Netflix è stata in grado a rapido ritmo di espandersi con successo sia nei mercati nazionali che internazionali. La sua espansione può essere codificata in più fasi. Inizialmente l’azienda, per agevolare la sua entrata, stringe le partnership con le risorse locali, andando in tal modo anche a soddisfare le preferenze dei clienti e i requisiti politici. Successivamente, una volta insediata il servizio S-VOD si concentra sulla personalizzazione della piattaforma in base al territorio in cui opera e alla produzione di contenuti locali. Il passaggio innovativo di Netflix risiede nella sua volontà di internalizzare i contenuti locali e di creare in tal maniera un prodotto ibrido e all’avanguardia. Le possibilità della creazione di contenuti originali internazionali è stata amplificata dalla capacità di sfruttare la sua rete globale per la distribuzione dei

²¹ L. Balestrieri, *Le Piattaforme Mondo - L’Egemonia dei Nuovi Signori dei Media*, Roma, Luiss University Press, 2021, pp. 117

contenuti. Infatti, molti titoli di successo originali Netflix hanno ottenuto un successo internazionale pur essendo prodotti locali. I contenuti prodotti localmente sono diventati rapidamente un successo internazionale, indipendentemente dall'origine o dalla lingua. Questo circolo virtuoso di espansione in nuovi mercati e successivo investimento in contenuti locali ha alimentato la crescita di Netflix.

Tuttavia, il settore S-VOD è in forte crescita e si presenta come un mercato altamente competitivo, soprattutto nei mercati internazionali, con l'ascesa di operatori globali, regionali e locali. Infatti, nonostante Netflix abbia registrato una crescita esponenziale nel corso degli anni grazie alle sue strategie di internazionalizzazione, la piattaforma potrebbe sperimentare una curva più piatta con la maturazione del mercato in questione. Un primo segnale di interruzione della suddetta crescita si è verificato nel primo trimestre del 2022, quando Netflix ha perso 200mila abbonati. Questo evento rappresenta il primo calo per il servizio S-VOD in dieci anni. Conseguentemente al rallentamento della sua crescita, vi è stato il crollo in borsa delle azioni della società, raggiungendo un calo del 40% ad aprile 2022, oltre del 25% nell'*after hours*. Questo primo incidente di percorso non arriva del tutto inaspettato e il peggio potrebbe dover ancora arrivare. Infatti, il dato ancora più preoccupante è la tendenza negativa intrapresa dal numero di abbonamenti, che secondo le stime ufficiali, nel secondo trimestre dell'anno potrebbe diminuire di altri due milioni. Il rallentamento della piattaforma *streaming* non ha solo scosso l'industria dell'intrattenimento, ma anche innescato un riesame del modello di business del colosso *streaming*. Tuttavia, l'improvvisa perdita di clienti può ricondursi a varie ragioni. Prima di tutto, la società aveva effettuato un aumento del prezzo dell'abbonamento per i membri statunitensi e canadesi, il che ha conseguentemente portato a un calo di 600.000 abbonamenti. Inoltre, il rallentamento sembra essere stato causato da fattori esogeni dovuti alla guerra tra la Russia e l'Ucraina, tra cui un aumento dell'inflazione e la perdita degli utenti russi, data l'uscita dal mercato russo di Netflix. Ma le due cause principali il servizio *streaming* le fa ricadere sull'aumento della competizione nel mercato S-VOD e la condivisione delle password degli account. Per quanto riguarda, quest'ultima ragione, vi sarebbero secondo le stime circa cento milioni di famiglie che utilizzano il servizio Netflix senza pagarlo, il che porta a forte riduzione del numero degli abbonamenti. Mentre per quanto riguarda la crescente concorrenza, Netflix ha svolto il ruolo di *first mover* nell'internazionalizzazione del mercato S-VOD, ma ora si ritrova a dover competere con giganti del mondo audiovisivo, come Disney e HBO Max, i quali prontamente sono entrati all'interno del mercato attraverso le loro piattaforme *streaming*. Il seguente rallentamento ha costretto la società a dover adottare varie modifiche al suo business, di cui molte sono ancora in fase di elaborazione, mentre altre sono state già state attuate. Infatti, come riportato dal New York Times, la società ha

dovuto tagliare centocinquanta posti di lavoro, di cui la maggior parte negli Stati Uniti, a causa di un rallentamento delle entrate e il calo degli abbonati:

[“As we explained on earnings, our slowing revenue growth means we are also having to slow our cost growth as a company,” Netflix said in a statement. “These changes are primarily driven by business needs rather than individual performance, which makes them especially tough as none of us want to say goodbye to such great colleagues.”]²²

Mentre la società sembrerebbe anche riflettere su alcune modifiche da adottare per la sua offerta. Si tiene in considerazione che la possibilità di aggiungere esplorato un'opzione di *streaming* supportata da pubblicità a basso costo, al fianco della offerta attuale, in modo da rendere l'abbonamento acquistabile a un maggior numero di utenti di diversa fascia di prezzo. Netflix sta anche investendo nell'aggiunta di giochi mobili gratuiti per i suoi abbonati. La società ha acquisito diverse società legate ai giochi, tra cui Night School con sede a Glendale. Queste possibilità denotano la probabilità della società di evolversi e implementare il proprio modello di business. Inoltre, la società sia per affrontare le attuali problematiche, ma anche per ambizioni precedenti, è in moto per la sua crescita internazionale. Di grande interesse sarebbero i mercati asiatici, soprattutto la Cina, che rappresenterebbe un mercato con un grande esponenziale. L'evento descritto potrà avere vari risvolti sulla storia evolutiva di Netflix; infatti, rappresenta l'inizio del declino della piattaforma oppure un'opportunità di cambiamento. A questi quesiti per ora non vi è risposta, anche se vi sono varie speculazioni in merito, non solo per le sorti della società stessa, ma anche riguardanti il mercato stesso dello *streaming*.

3. Il posizionamento della piattaforma nel contesto mondiale

3.1 Le differenti dimensioni dello stato multinazionale di Netflix

La localizzazione degli abbonati Netflix è un'ottima possibilità di studio per comprendere non solo la dimensione e la distribuzione globale nei contesti nazionali, ma anche per analizzare più dettagliatamente la sua strategia transnazionale. Prima di tutto si può distinguere tra gli utenti appartenenti al “*domestic streaming*”, come apostrofato dalla stessa società nei suoi report finanziari, e gli utenti appartenenti alla categoria degli “*international streaming*”. Queste due divisioni, di

²² N.Sperling, *Netflix, struggling with subscriptions, lays off about 150 workers*, New York Times, May 17 2022, Section B, Page 6. <https://www.nytimes.com/2022/05/17/business/netflix-layoffs.html>

creazione della stessa azienda, dividono i suoi abbonati in base alla cittadinanza statunitense oppure straniera. Le performance di queste due divisioni presentano dati finanziari molto differenti.

Domestic Streaming	2017	2018	2019
Revenues	\$ 6.153.025	\$ 7.646.647	\$ 9.243.005
Cost of revenues	\$ 3.470.859	\$ 4.038.394	\$ 4.867.343
Marketing	\$ 603.746	\$ 1.025.351	\$ 1.063.042
Contribution profit	\$ 2.078.420	\$ 2.582.902	\$ 3.312.620
Contribution margin	33,8%	33,8%	35,8%

International Streaming	2017	2018	2019
Revenues	\$ 5.089.191	\$ 7.782.105	\$ 10.616.225
Cost of revenues	\$ 4.359.616	\$ 5.776.047	\$ 7.449.663
Marketing	\$ 832.535	\$ 1.344.118	\$ 1.589.420
Contribution Profit	\$ -102.960	\$ 661.940	\$ 1.577.142
Margin contribution	-2,0%	8,5%	14,9%

Tabella 1. *Domestic vs. International Streaming.* Fonte: *Netflix Fourth Quarter 2019 Financial Statements*²³.

Nella tabella 1. traspare la strategia dell'azienda di concentrarsi sui mercati internazionali. Infatti, se nel 2017 i ricavi ottenuti nel mercato domestico erano più elevati di quelli guadagnati nel mercato internazionale, la spesa ci permette di comprendere come la società stesse puntando sulla creazione di produzioni e collaborazioni con il mercato internazionale. I suddetti costi supportati dalla piattaforma sono stati poi compensati dal progressivo aumento dei ricavi, che superano nel 2019 i ricavi del mercato statunitense. Da notare, che la società ha investito quasi il doppio nel 2019 nel mercato interazionale, arrivando a un totale di \$7.449.663 miliardi, in confronto a \$4.867.343 miliardi nel mercato nazionale. Un'altra conferma della volontà di concentrarsi sulla propria globalizzazione deriva dal contributo marginale che nel caso del mercato statunitense nell'arco di tempo tra il 2017 e il 2019 è solamente del 5,9%, mentre nel caso dei mercati internazionale è del 845%.

Un altro aspetto fondamentale che ci permette lo studio della distribuzione geografica ed economica del servizio S-VOD è la nazionalità del bacino di utenza del colosso *streaming*. Netflix non concede informazioni specifiche su ogni singolo Stato, però ha creato una regionalizzazione dei Paesi in cui opera. Rappresentate nella figura 2., vi sono le quattro suddivisioni, effettuate in base alla posizione geografica: APAC, EMEA, UCAN, LATAM.

²³ Valori espressi in migliaia di euro. https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/2019/q4/Q4'19-Website-Financials.xlsx

Locations Across the Globe



Figura 2. La regionalizzazione di Netflix nel mondo: APAC, EMEA, UCAN, LATAM²⁴

La piattaforma *streaming* rilascia dati relativi al conteggio degli abbonati suddivisi in base alla mappa che utilizza per regionalizzare il mondo (Figura 2.) ed è attraverso questi dati che si è potuto creare la composizione percentuale della base degli abbonati (Grafico 1.)

Composizione della base di utenza (2017-2022)

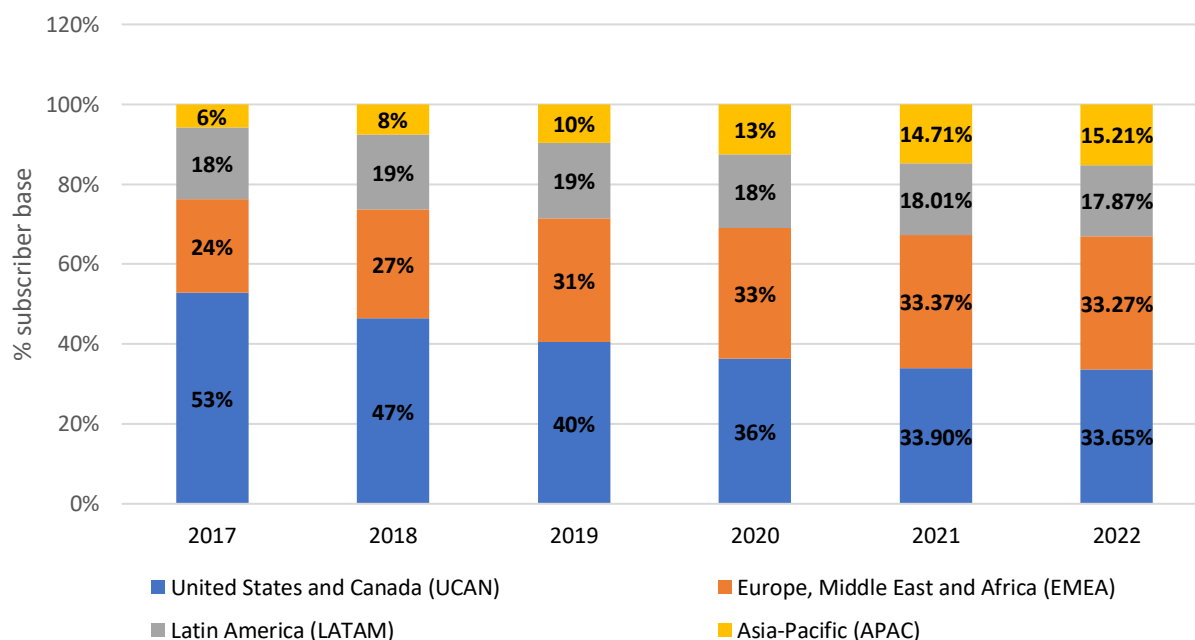


Grafico 1. Composizione “base di utenza”. Fonte: elaborazione propria da *Netflix Financial Statements* 2019-2021-2022

Netflix subscribers by region (millions)	2017	2018	2019	2020	2021	FQ2022*
United States and Canada (UCAN)	58.422	64.757	67.662	73.936	75.215	74.579
Europe, Middle East and Africa (EMEA)	26.004	37.818	51.778	66.698	74.036	73.733
Latin America (LATAM)	19.717	26.077	31.417	37.537	39.961	39.610
Asia-Pacific (APAC)	6.501	10.607	16.233	25.492	32.632	33.719
Totale	110.644	139.259	167.090	203.663	221.844	221.641

Tabella 2. Fonte: *Netflix Financial Statements* 2019-2021-2022

²⁴ Immagine ottenuta dal sito: <https://jobs.netflix.com/locations>

Netflix subscribers by region (millions)	2017	2021	FQ2022*	% growth	%growth (con FQ2022)
United States and Canada (UCAN)	58.422	75.215	74.579	28,74%	27,66%
Europe, Middle East and Africa (EMEA)	26.004	74.036	73.733	184,71%	183,54%
Latin America (LATAM)	19.717	39.961	39.610	102,67%	100,89%
Asia-Pacific (APAC)	6.501	32.632	33.719	401,95%	418,67%
Totale	110.644	221.844	221.641	100,50%	100,32%

Tabella 3. Netflix subscribers by region. Fonte: Elaborazione propria da Netflix Financial Statements 2019-2021-2022

Revenue (in thousands)	2020	%revenue	2021	%revenue	%growth
United States and Canada (UCAN)	\$ 11.455.396,00	46,27%	\$ 12.972.100,00	43,95%	13,24%
Europe, Middle East and Africa (EMEA)	\$ 7.772.252,00	31,39%	\$ 9.699.819,00	32,86%	24,80%
Latin America (LATAM)	\$ 3.156.727,00	12,75%	\$ 3.576.976,00	12,12%	13,31%
Asia-Pacific (APAC)	\$ 2.372.300,00	9,58%	\$ 3.266.601,00	11,07%	37,70%
Totale	\$ 24.756.675,00	100%	\$ 29.515.496,00	100%	19,22%

Tabella 4. Netflix's revenue by region. Fonte: Elaborazione propria da Netflix Financial Statements 2019-2021

Non sorprende che, inizialmente, Netflix avesse la base più ampia di abbonati negli Stati Uniti e nel Canada (che però non viene rappresentato nella mappa della Figura 2.). Infatti, essendo disponibile da più tempo nella regione UCAN, l'alta percentuale di abbonati al servizio in questa "regione" era intuibile. Ciò che invece risulta più interessante è, sebbene gli abbonati siano aumentati nella suddetta regione, vi è stata una progressiva diminuzione della percentuale base d'utenti (grafico 1. / tabella 2.). La progressiva riduzione può essere ricondotta all'aumento graduale degli utenti nelle altre "regioni" e al notevolmente inferiore tasso di crescita, che indica che il servizio nella regione UCAN ha quasi raggiunto la massima penetrazione (tabella 3). Netflix si trova probabilmente in una fase un po' diversa per quanto riguarda la creazione di una proposta di valore adeguata e l'accettazione da parte dei consumatori in altre regioni. Il numero di abbonati nella regione Asia-Pacifico è cresciuto maggiormente negli ultimi 5 anni, presentando un tasso di crescita del 401,95% tra il 2017 e il 2021. Inoltre, è stata l'unica ragione, che nel primo trimestre del 2022 ha presentato un aumento degli abbonati. Tuttavia, l'APAC rimane nella composizione percentuale della base degli abbonati la regione meno penetrata. Un'informazione importante emerge considerando i dati del grafico 1. e la tabella 4, che indicano la percentuale di abbonati per regione rispetto ai ricavi prodotti dalla stessa (dati forniti da Netflix, percentuali calcolate dall'autore). Gli Stati Uniti e il Canada, che producono nel 2021 il 43,95% delle entrate del servizio, pur rappresentando solo il 33,65% degli abbonati; tutte le altre regioni rappresentano una percentuale di entrate inferiore alla percentuale della loro base di abbonati. Un'altra informazione degna di nota che emerge dalle analisi sono le percentuali di crescita dei ricavi nelle varie regioni autodeterminate da Netflix. Prima di tutta, ci viene confermato nuovamente la saturazione del mercato dello UCAN, che pur rappresentando quasi la metà dei ricavi annuali della società, presenta una crescita tra il 2020 e il 2021 solo del 13,24%. Mentre per quanto

riguarda le altre regioni, da notare l'alta percentuale di crescita dei ricavi nella zona APAC, che rappresenta il valore più elevato. Tuttavia, in termini di localizzazione degli abbonati, si può ragionevolmente dire che Netflix ha una disponibilità multinazionale e un'adozione significativa, anche se variabile, in tutto il mondo.

3.2 Le strategie d'investimento

Per analizzare più approfonditamente la dimensione transnazionale e globale della stessa piattaforma, vi è la necessità di concentrarsi sull'entità e le strategie utilizzate per gli investimenti nelle produzioni. Secondo T. Hidalgo *“comprendere i prodotti audiovisivi distribuiti da Netflix ci offre uno scenario di studio determinante, poiché ci permette di ottenere informazioni sulla strategia applicata per soddisfare il processo di domanda-offerta tra il gigante dell'audiovisivo e il suo pubblico globale”*.²⁵

Per studiare le capacità della filiera produttiva e del raggio di azione del servizio, offerto dalla piattaforma *streaming*, sono stati utilizzati più strumenti. Una prima forma di stima adoperata è il volume degli investimenti e il loro utilizzo all'interno della linea di produzione. Il volume degli investimenti e la loro ripartizione tra i progetti ideati da Netflix sono di difficile reperibilità, dato che viene reso noto semplicemente l'ammontare annuale di investimento attuato dalla piattaforma.

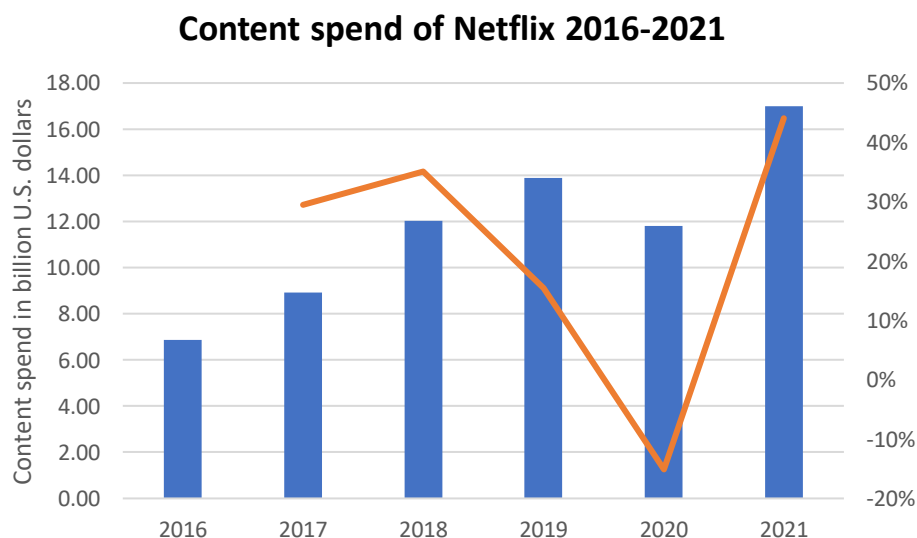


Figura 3. *“Content Spending of Netflix Worldwide from 2016 to 2021 (in billion U.S. dollars)”*. Fonte: Statista

²⁵ T. Hidalgo, “Netflix como productor audiovisual: Una radiografía de la coproducción de ficciones seriadadas”. *Obra Digital*, (19), 117–132, 2020. <https://doi.org/10.25029/od.2020.272.19>

Nella figura 3, possiamo notare come gli investimenti della piattaforma S-VOD siano aumentati con il passare degli anni arrivando nel 2021 a 17 miliardi di dollari. La strategia di investimento di Netflix viene descritta secondo un articolo del Sole 24 Ore, come un “vivere a leva bruciando cassa”²⁶. Secondo quanto riportato dall’articolo, la società si indebiterebbe al fine di ottenere un maggiore numero di abbonati attraverso la produzione di nuove serie-tv e film ogni anno. Questo gioco pericoloso ha presentato i primi segni di preoccupazione quando si è verificato il crollo del titolo in borsa, precedentemente descritto. Questo risultato ha destato le preoccupazioni degli investitori, nonostante Netflix avesse riportato dei risultati economici positivi. Secondo quanto riportato dall’articolo di Forbes la piattaforma avrebbe raggiunto i seguenti risultati:

“Nonostante un rallentamento della crescita dei nuovi abbonati, Netflix ha chiuso il 2021 con un fatturato di 30 miliardi di dollari, più del 19% rispetto all’anno precedente. Nel dettaglio, nel quarto trimestre le entrate si sono attestate a 7,7 miliardi di dollari (+16% rispetto al corrispettivo del 2020). L’utile operativo è addirittura cresciuto del 35% su base annua, attestandosi a ,2 miliardi di dollari.”²⁷

Ovviamente questa strategia, secondo la quale la piattaforma si indebita a lungo termine al fine di ottenere un pubblico di abbonati maggiore è stata perseguita anche per finanziare la strategia di internazionalizzazione avviata per diventare una piattaforma globale.

Vi sono tre diverse tipologie di impiego delle capacità economiche attraverso le quali si va ad accrescere il catalogo offerto: produzioni, co-produzioni e acquisizioni dei diritti di distribuzione. Queste categorie sono rilevanti per l’indagine delle strategie di produzione ed evidenziano diversi livelli d’impegno finanziario e di controllo creativo da parte del colosso dell’audiovisivo.

Le produzioni, anche chiamate *Netflix Originals*, sono programmi per i quali Netflix finanzia la produzione. La realizzazione effettiva dei film e serie tv originali è, però, in mano a un insieme di società di produzione indipendenti, alle quali è garantito il profitto attraverso il meccanismo di finanziamento “cost plus”. La piattaforma *streaming*, tuttavia, mantiene il pieno controllo sulle scelte creative e produttive. Questa tipologia di investimento ha rappresentato la svolta per Netflix, che dal 2011 ha iniziato ad acquisire contenuti originali da distribuire in *streaming*. Di fatto, le commissioni di contenuti originali ha segnato il punto di partenza per il colosso. che, fino ad allora aveva lavorato

²⁶ E. Marro, *Netflix salvata dal virus: in Borsa cancella il crollo e torna in vetta*, Sole 24 Ore, 3 aprile 2020.
<https://www.ilsole24ore.com/art/netflix-salvata-virus-borsa-cancella-crollo-e-torna-vetta-ADVFZeH>

²⁷ M. Carrà, *Netflix delude le attese sulla crescita degli abbonati. E il titolo crolla in Borsa*, Forbes, 21 gennaio 2022.
<https://forbes.it/2022/01/21/netflix-crolla-borsa-previsioni-nuovi-abbonati/>

come una piattaforma VOD offrendo contenuti precedentemente trasferiti da terzi. Come descritto da A. Afilipoaie: “*In a highly competitive landscape, content differentiation is what sets services apart, and this is where the increasing investment in exclusive, high-budget Netflix Originals comes into play.*”²⁸

Perciò la volontà da parte di Netflix di diventare una piattaforma globale ha portato a un naturale incremento delle produzioni originali, che si sono rivelate la chiave per il successo della internazionalizzazione delle piattaforme S-VOD. Questa strategia ha concesso al colosso di muoversi come “*first mover*” e gli ha dato un forte vantaggio competitivo in confronto ai suoi *competitors*, come Amazon Prime Video e Disney Plus.

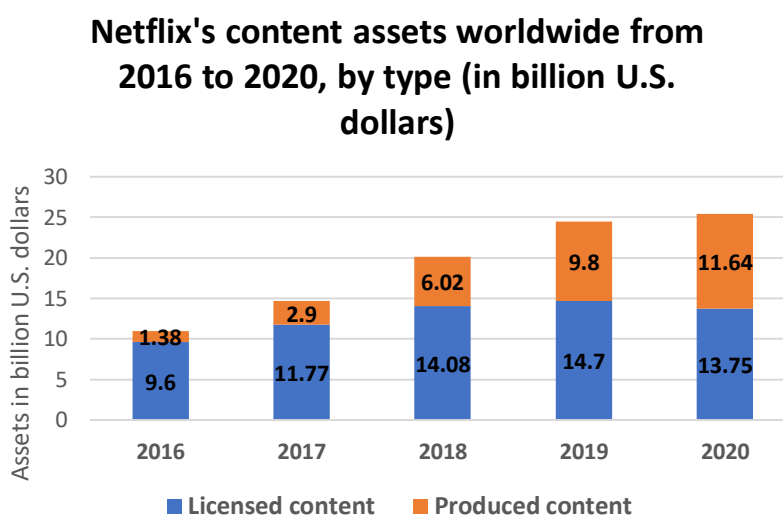


Figura 4. “Netflix’s content assets 2020, by type”. Fonte: Statista

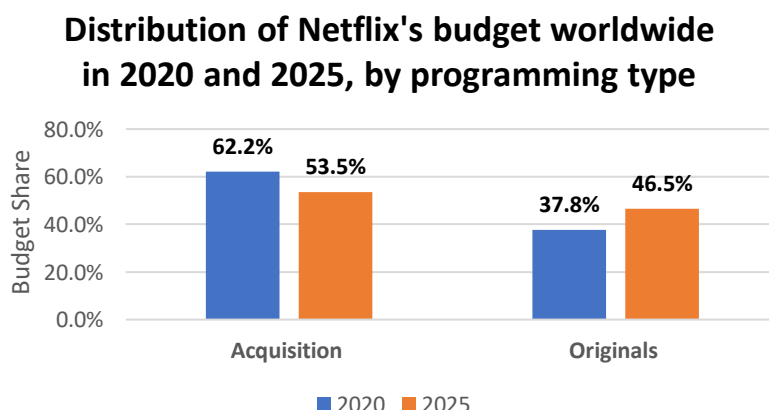


Figura 5. “Global share of Netflix's budget 2020-2025, by programming type” Fonte: Statista

²⁸ Afilipoaie, A., Iordache, C., & Raats, T, “The ‘Netflix Original’ and what it means for the production of European television content”, *Critical Studies in Television*, 16(3), 2021, 304–325.

I dati riportati su Statista avvalorano la tesi secondo la quale la direzione presa dalla società è quella di sostituire le acquisizioni di contenuti con le produzioni di contenuti originali. Nella Figura 4, nel 2020, Netflix presentava il seguente assetto di contenuti: i contenuti su licenza avevano un valore pari a 13,75 miliardi di dollari, in calo rispetto ai 14,07 miliardi dell'anno precedente; in linea con le tendenze precedenti, si è ottenuto un incremento del patrimonio di contenuti originali prodotti, arrivando a una quota di oltre 11 miliardi. Nella Figura 5, invece si rappresenta un prospetto del futuro utilizzo del budget, che anche in questo caso, conferma la decisione strategica presa dal colosso dell'audiovisivo. Infatti, Gli originali Netflix nel 2025 dovrebbero rappresentare il 46,5% del budget speso dalla piattaforma *streaming*. I dati riscontrati non rappresentano una novità, ma anzi danno riscontro concreto alle decisioni e alle dichiarazioni prese dalla stessa Netflix. Un'ulteriore testimonianza viene riportata da un rapporto scritto dalla società di ricerca britannica Ampere Analysis, secondo cui a fine 2018 negli Stati Uniti Netflix aveva rilasciato il 51% di contenuti originali. Lo stesso analista di Ampere Analysis L. Towler dichiara:

*“Netflix’s strategy is clearly moving towards a self-sufficiency model. Its focus on growing the proportion of Original content in its catalogue shows no sign of slowing down – in fact Ampere’s analysis shows the streaming giant is reaching a point where it produces almost all the new and fresh content, while only the older content is licenced. This will position Netflix well in the market should other major studios follow in the steps of Fox and Disney and pull their content from SVoD services in advance of launching their own DTC offer.”*²⁹

Il vantaggio competitivo, che viene citato dall'analista L. Lower nel 2019, viene supportato successivamente dai dati riportati da Statista. Infatti, secondo quanto riportato dalla società di analisi statistiche, il servizio di video *streaming* più popolare in base alla quota di domanda del pubblico per gli originali digitali in tutto il mondo nel 2020. Un sondaggio del 2020 ha rivelato che i titoli di Netflix rappresentano il 53,5% della domanda espressa, seguiti da Amazon Prime Video con il 12,6%.

Per dare inoltre, anche un prospetto dei tempi odierni, sempre secondo un'analisi condotta da Ampere Analysis Netflix sta per battere ogni suo record per quanto riguarda i contenuti originali. L'analista R. Cooper dichiara:

“Netflix is now set to release more original TV content this year than ever before with 398 shows now expected to air on the platform in 2022. In 2021, Netflix released 395 original TV shows globally

²⁹ D. Hayes, *Netflix reaches tipping point as originals now Outpace Acquired Titles – Study*, Deadline, 21 marzo 2019. <https://deadline.com/2019/03/netflix-reaches-tipping-point-as-originals-now-outpace-acquired-titles-study-1202579260/>

including 259 commissioned and released in the same year. Including only shows scheduled for release, those already in the can, and shows that will compete production, 2022 Netflix is set to break this record.”³⁰

Vi è inoltre la necessità di suddividere la produzione originale secondo la produzione linguistica. In vero, secondo T. Hidalgo (2020), vi è la produzione originale in lingua inglese, che ancora oggi rappresenta la maggioranza dei contenuti presenti sulla piattaforma e si riferisce a prodotti audiovisivi come *Stranger Things* (USA, 2016) o *Narcos* (USA, 2017), e vi è la produzione originale in lingua straniera. Questi ultimi sono sempre sotto la piena commissione da parte di Netflix che ne cura la produzione finanziariamente e creativamente, ma sono del tutto o quasi in una lingua diversa da quella usata nei Paesi anglofoni. In questo caso la produzione del servizio audiovisivo viene effettuato interamente in lingua originale del Paese di produzione e successivamente viene proposta la possibilità di doppiaggio oppure di sottotitoli. Questa tipologia di commissioni è sempre più presente all'interno del catalogo della piattaforma *streaming* proprio per la sua innovativa strategia di posizionamento e produzione. In ogni caso, esempi di questa produzione originale Netflix sono *Club de Cuervos* (Messico, 2015), *Marseille* (Francia, 2016), oppure di recente uscita *Squid Game* (Sud Corea, 2021). Come dimostrato in precedenza sia nello sviluppo della televisione come delle piattaforme SVOD, sono stati i contenuti localizzati prodotti che hanno tenuto conto degli aspetti culturali e sociali insieme alle condizioni di mercato del Paese target a rivelarsi la chiave del successo nei mercati internazionali (Chalaby, 2006). Lo strumento essenziale per Netflix di localizzare i contenuti è rappresentato dagli investimenti che effettua nella programmazione originale, adattata ai diversi mercati. Durante la sua internazionalizzazione la produzione originale in lingua straniera ha rappresentato un mercato di nicchia, che poteva rappresentare la rampa di lancio per la globalizzazione della piattaforma. Secondo lo studio effettuato dalla A. D. Lotz (2020) un importante strumento per studiare la multinazionalità di un servizio è la provenienza dei programmi offerti. Netflix proprio in questa categoria si è distinta dai suoi *competitors*. La decisione di attrarre sempre più pubblico, soprattutto non statunitense, ha portato la società a dover diversificare il proprio catalogo, che all'inizio veniva considerato troppo “americano”. Per incontrare i gusti locali del proprio cliente target Netflix ha rivoluzionato le proprie librerie, differenziandole sempre di più. Infatti, dopo la decisione di diventare un player globale, si evince una criticità significativa derivata dai contenuti limitati disponibili sul servizio al di fuori degli Stati Uniti. Questa inefficienza nasceva dalla incapacità di Netflix di stare al passo con la sua crescita globale. Tuttavia, man mano che la sua

³⁰ R. Cooper, *Netflix 2022 already set to beat 2021 original TV releases*, Ampere Analysis, 22 febbraio 2022
<https://www.ampereanalysis.com/insight/netflix-2022-already-set-to-beat-2021-original-tv-releases>Netflix%202022%20already%20set%20to%20beat%202021%20original%20TV%20releases

strategia multinazionale è diventata dominante, Netflix ha dato la priorità ai diritti globali per le sue commissioni, diminuendo sostanzialmente il divario percepito tra le varie librerie al di fuori degli Stati Uniti. La strategia di focalizzarsi sulla propria internazionalizzazione ha ovviamente lasciato ampio spazio ai suoi *competitors* statunitensi a livello di mercato nazionale, come Hulu e HBO max.

Per avvicinarsi alle entità locali, un'altra tipologia di investimento è la co-commissione. Questa tipologia di strumento comporta che Netflix divida i diritti e i costi di produzione con un'altra società, solitamente di origine del Paese target. La piattaforma S-VOD, dunque, si allea con una forza produttrice nazionale in modo da produrre un servizio che sia fortemente locale e possa essere successivamente distribuito a livello globale.

Come precedentemente esposto, Netflix durante la sua corsa alla globalizzazione si è andata a confrontare con le realtà nazionali dei Paesi obiettivo. Il suo coinvolgimento ha portato a delle alleanze strategiche che hanno rappresentato sia delle opportunità che una minaccia per gli stessi sistemi audiovisivi nazionali. Le co-produzioni sono investimenti che hanno l'obiettivo di rispondere alla necessità del pubblico di ottenere un prodotto a cui si sentono culturalmente e socialmente vicini. Netflix ha mirato a una produzione originale in lingua locale e con attori di tendenza di diversi paesi, al fine di rafforzare i legami locali attraverso prodotti che, in seguito, potevano essere esportati in cataloghi di altri Paesi. L'azienda, perciò, si è spinta nella maggior parte dei mercati stranieri attraverso produzioni originali e co-produzioni con società produttrici nazionali. Inoltre, in contrasto con i media incumbent di Hollywood il gigante SVOD è stato il primo ad adottare la strategia produttiva della co-produzione come nuovo piano per consolidare la sua posizione nei mercati stranieri (Jin e Su 2019)³¹. In particolare, l'azienda propone progetti di coproduzione a produttori stranieri in ricompensa dei diritti di distribuzione esclusivi e dei vantaggi locali sul mercato internazionale (Ulin 2019)³².

La suddetta tipologia di rapporto ha consentito ai produttori nazionali, spesso con facoltà economica minore, e in alcuni casi appartenenti a mercati stranieri in difficoltà finanziarie ed economiche, di produrre servizi, la cui realizzazione sarebbe stata a dir poco improbabile, cosicché la coproduzione di contenuti con Netflix si è dimostrata un'opportunità allettante. Il motivo scatenante di questa volontà di collaborare con la piattaforma però non risiede solo nella necessità di attirare gli investimenti, ma nel cercare di stabilire una posizione all'interno di mercati televisivi stranieri. Nel

³¹ J. Dal Yong, and W. Su, *In Asia-Pacific Film Co-Productions: Theory, Industry, and Aesthetics*, New York, NY: Routledge, 2019

³² J. Ulin, *The Business of Media Distribution: Monetizing Film, TV, and Video Content in an Online World*, 3rd ed. New York, NY: Routledge, 2019

frattempo, Netflix ha colto l'opportunità di entrare all'interno delle culture e mercati locali, facendosi carico dei costi di produzioni in cambio dei diritti di distribuzione. La coproduzione è una strategia efficace per Netflix per attirare il pubblico locale per promuovere il suo catalogo insieme ad altre pratiche come la distribuzione di serie televisive e film già distribuiti sul mercato (Havens 2018)³³.

Lo studio sulle dinamiche presenti all'interno di un accordo di co-produzione sarebbe alquanto limitato, dato che non si hanno un numero sufficiente di informazioni pubbliche per comprenderne la stipulazione e il funzionamento contrattuale. Infatti, esistono pochissime informazioni pubbliche sulla ripartizione dei costi e dei diritti di distribuzione, poiché vi possono essere notevoli variazioni in base a vari elementi, come la capacità negoziale della casa produttrice locale e la tipologia di contenuto prodotto. Secondo una ricerca di A. D. Lotz (2020), Netflix nelle co-produzioni pagherebbe più della metà dei costi di bilancio di produzione, arrivando al pagamento dell'80% del finanziamento necessario. Ovviamente l'investimento di Netflix, nelle produzioni, dà alla piattaforma un forte controllo creativo e organizzativo delle risorse. Le commissioni e co-commissioni vengono solitamente trattate in contemporanea, poiché Netflix su queste due forme di finanziamento ha un importante input creativo, che invece non detiene sui contenuti ottenuti attraverso la licenza dei diritti di distribuzione. Come, infatti, enunciato da L. Balestrieri:

*“Produzione e coproduzione sono le modalità più rilevanti, perché si tratta dei prodotti sui quali Netflix esercita controllo editoriale, quantomeno parziale, e attraverso i quali può articolare una propria strategia di offerta e un posizionamento nei mercati internazionali.”*³⁴

Nel modello solitamente utilizzato da Netflix per le co-produzioni, secondo quanto riportato da A. D. Lotz, la piattaforma acquisisce i diritti sul prodotto audiovisivo per la distribuzione globale, ripartendo i costi di produzione e i diritti di sfruttamento con il partner locale, a cui solitamente vengono lasciati i diritti per il mercato nazionale in cui questo opera.

Anche se appare come una strategia "win-win" per entrambe le parti interessate, una tale partnership può rafforzare un'asimmetria strutturale esistente tra i produttori e il distributore sul mercato. Come riportato da T. Kim, la problematica risiede nel fatto che:

³³ T. Havens, *Netflix: Streaming Channel Brands As Global Meaning Systems, In From Networks to Netflix: A Guide to Changing Channels*, New York, NY: Routledge. 2018

³⁴ L. Balestrieri, *Le Piattaforme Mondo – L'Egemonia dei Nuovi Signori dei Media*, Roma, Luiss University Press, 2021

“As more local producers consider Netflix as a main potential distribution channel, their production processes become more subject to Netflix’s expectations due to its capital and technological advantages (Doyle 2016).”³⁵

Considerando il potere della piattaforma *streaming*, dotata di potere di finanziamento, di vantaggi tecnologici e di un elevato pubblico globale, la coproduzione tra un produttore locale e una società, come Netflix, potrebbe condurre a una relazione asimmetrica tra i due attori.

Le acquisizioni rappresentano un ulteriore strumento per la creazione dei cataloghi del produttore e distributore S-VOD. Questo strumento rappresenta l’acquisto da parte di Netflix di contenuti audiovisivi, che vengono concessi in licenza per sia un tempo che per una area geografica limitata. Secondo l’analisi della A. D. Lotz (2020), si possono distinguere acquisizioni standard e "acquisizioni esclusive", le quali concedono alla piattaforma *streaming* diritti esclusivi - o nel paese o a livello di distribuzione online. Questa ultima tipologia di acquisizione ovviamente non è facilmente attuabile e ha un costo maggiore. Inizialmente la piattaforma ha ricevuto varie critiche per il suo comportamento nella promozione e nella distribuzione dei contenuti in licenza. Infatti, secondo quanto riportato da M.L. Wayne:

“In order to hasten this replacement, Netflix’s user interface obscured the branded origins of television content in order to better position themselves as the audience’s primary point of identification.”³⁶

Perciò, nei primi anni la piattaforma ha oscurato per motivi di branding e promozione la casa di produzione e ha rappresentato una seria minaccia per le reti lineari. Un esempio è il caso della serie televisiva, acclamata dalla critica, *“Breaking Bad”*. Anche se la stampa ha ampiamente collegato il successo della suddetta serie tv alla presenza della stessa sulla piattaforma *streaming*, non vi era una qualsiasi informazione che collegasse lo show alla sua rete televisiva AMC networks su Netflix. Questa pratica è stata assunta anche per quanto riguarda le acquisizioni esclusive. Infatti, come descritto dalla A. D. Lotz (2020) Netflix spesso promuove le acquisizioni esclusive come contenuto originale. Un esempio è il thriller politico norvegese Nobel, che secondo la ricerca di M. L. Wayne, veniva ritenuto dal pubblico americano *“Netflix Originals”*, nonostante lo show, in realtà, sia stato prodotto per NRK.

³⁵T. Kim, “Critical interpretations of global-local co-productions in subscription video-on-demand platforms: A case study of Netflix’s YG Future Strategy Office”, *Television & New Media*, 2021.

³⁶M.L. Wayne, “Netflix, Amazon, and branded television content in subscription video on-demand portals”, *Media, Culture & Society*, 40(5), 725-741, 2018

In conclusione, Netflix concentrandosi sulla produzione e co-produzione, soprattutto al di fuori dei paesi Anglofoni, cerca di accrescere la sua dimensione multinazionale. Di fatto, secondo uno studio della A.D. Lotz (2020), le commissioni e co-commissioni totali della piattaforma, per essere precisi 306 nel 2020, sono per la maggior parte commissionate al di fuori degli Stati Uniti, rappresentando il 58% della produzione originale.

3.3 Uno sguardo alla geografia globale della piattaforma attraverso la lente locale

Per comprendere l'impatto e il posizionamento nei mercati nazionali dei Paesi stranieri, attuato attraverso le modalità precedentemente descritte, vi è la necessità di inserire Netflix in un preciso contesto geografico, economico e mediale. Infatti, la piattaforma *streaming* ha suscitato risposte molto differenti tra i vari Paesi in cui opera, sia a causa di strategie di posizionamento differenti sia per le caratteristiche intrinseche dei mercati mediali dei Paesi obiettivo. Il complesso rapporto tra gli attori nazionali e il servizio S-VOD è stata un reale fonte di cambiamento in molti Paesi, in ambito sia di produzione, distribuzione e di marketing. Infatti, come precedentemente enunciato, Netflix ha imposto come strategia core della società l'aumento della produzione di contenuti originali di non appartenenza a paesi anglofoni, andando così alla conquista dei Paesi stranieri. Il numero delle produzioni e coproduzioni è in forte aumento e questo ha portato a una serie di alterazioni delle realtà nazionali dei Paesi. Netflix, secondo la classifica descritta dalla A.D. Lotz nel 2020 aveva il maggior numero di produzioni o coproduzioni in Corea del Sud, presentando trenta titoli, il Giappone (diciassette prodotti commissionati), poi la Spagna (dodici), il Brasile (undici) e la Francia (dieci). Questo studio ci permette di constatare la volontà della piattaforma *streaming* di aggredire e conquistare attraverso prodotti audiovisivi locali il sistema mediale dei Paesi. Questa, però, non risulta l'unica strategia messa in atto dalla società di produzione e distribuzione audiovisiva. Netflix, attraverso la tecnologia e i dati rinvenuti dal suo pubblico, ha compreso le aree chiave in cui colpire i sistemi mediali dei Paesi target e ha attuato la sua espansione conquistando una posizione centrale nei mercati in cui opera. Le piattaforme digitali stanno non solo ristrutturando la distribuzione dei prodotti audiovisivi, ma anche i modelli di consumo dei Paesi. Una mossa vincente attuata dalla società è stata focalizzarsi sul rendere disponibile il servizio online in ogni angolo del mondo con la sua innovativa tecnologia di banda. Inoltre, ha attuato altre strategie aziendali, tra cui la produzione di contenuti originali utilizzando le risorse creative locali e l'integrazione con i sistemi mediali nazionali di distribuzione, rendendoli in tal modo multipiattaforma. In altre parole, Netflix si è

adattato ai contesti, alla cultura e ai quadri normativi nazionali, nonché all'uso di elementi locali per attrarre il gusto globale.

Un esempio eclatante della capacità vincente delle strategie transnazionali messe in atto da Netflix è il mercato audiovisivo messicano. Il Messico ha rappresentato un mercato con elevate potenzialità anche prima dell'ingresso della piattaforma *streaming*. Al momento del lancio di Netflix, la produzione audiovisiva in Messico stava vivendo un momento di forte crescita, potenziata dalla competizione tra i canali FTA-TV e Pay-TV per quote del pubblico. I players più importanti all'interno del mercato erano Televisa e TV Azteca, che attraverso la produzione di telenovelas sono riuscite a conquistare non solo il mercato nazionale ma anche quello globale. La portata globale della produzione ispanico-latina era, infatti, consolidata all'interno del triangolo economico Città del Messico-Bogotà-Miami. Pertanto, il mercato messicano è principalmente un mercato solido con un patrimonio culturale non solo di profonde radici, ma potenzialmente di successo anche a livello internazionale. Questo concetto viene anche ribadito all'interno dell'analisi di L. Balestrieri, che definisce l'industria mediale messicana in tale maniera:

*“Il Messico ha un sistema mediale abbastanza robusto, sia nel comparto cinematografico che in quello televisivo; soprattutto, ha un'industria audiovisiva ben integrata nel circuito finanziario, produttivo e distributivo continentale che, come abbiamo visto, si sta riorganizzando in funzione del mercato ispanofono statunitense.”*³⁷

Vi sono, tuttavia, alcune problematiche. Prima di tutto, le Infrastrutture di telecomunicazione di supporto alle piattaforme S-VOD del mercato messicano erano carenti, però l'entrata di Netflix ha consentito una forte strutturazione. Inoltre, le condizioni di povertà della popolazione messicana, che non può permettersi un accesso a internet. La presenza di Netflix in Messico per ben dieci anni ha portato a dei cambiamenti significativi tra questi un potenziamento dei sistemi lineari mediali e un accentramento del mercato Pay-tv in mano al gruppo Televisa. Invero, secondo uno studio di R. Gomez e A. M. Larroa (2022), Televisa controlla il 64,9% degli abbonamenti alla Pay-TV e, inoltre, è diventata il secondo fornitore fisso di internet a banda larga attraverso la sua filiale Izzi Telecom, con il 24,8% del mercato. Alla fine del 2018, Netflix controllava l'80,8% del mercato S-VOD messicano attraverso la sua strategia di posizionamento.

³⁷ L. Balestrieri, *Le Piattaforme Mondo - L'Egemonia dei Nuovi Signori dei Media*, Roma, Luiss University Press, 2021, pp. 115

L'obiettivo di Netflix di entrare e consolidare la propria posizione all'interno del mercato audiovisivo messicano è stato raggiunto attraverso molteplici strategie di posizionamento. Prima di tutto la società non solo ha l'obiettivo di conquistare l'industria messicana, ma anche di utilizzare i suoi prodotti autoctoni per aumentare il suo prestigio all'interno di altri mercati. L'approccio di creare alleanze strategiche con attori locali si è verificata come una strategia vincente, soprattutto per creare una propria posizione all'interno del mercato. Queste alleanze strategiche non si limitano ai produttori e distributori audiovisivi, ma anche alle società di cavi e telecomunicazioni, le quali hanno dato la possibilità a Netflix di essere reperibile online in tutto il Messico. Nel 2019, infatti, la piattaforma *streaming* ha annunciato un'alleanza per essere distribuito in Messico dalla società di cavi e telecomunicazioni Izzi Telecom di Televisa. La collaborazione con il gruppo Televisa non è però una novità. La società audiovisiva nazionale aveva, però, chiuso i rapporti nel 2016 in modo tale da poter entrare nel modo del mercato S-VOD, con la propria piattaforma Blim, che però sfortunatamente non ha avuto il successo sperato. In conclusione, attuando la sua strategia, Netflix, come riportato da R. Gomez e A. M. Larroa, ha instaurato centoundici partnership con operatori locali di telecomunicazioni e Pay-tv, che gli permettono un accesso immediato ai propri abbonati. Le suddette partnership non sono le uniche che la piattaforma ha stretto all'interno del mercato messicano. Infatti, come precedentemente riportato, Netflix effettua investimenti attraverso strumenti, in cui nella maggior parte dei casi vi è la necessità della collaborazione con gli attori locali. Netflix ha, come precedentemente esposto, le facoltà finanziaria e la volontà di acquisire licenze di distribuzione esclusive e produrre contenuti a livello globale. Nel caso del Messico, la piattaforma si è avventurata in questa operazione tre anni dopo il suo ingresso nel mercato, producendo la serie-tv *Club de Cuervos*, prima co-produzione originale in lingua spagnola con la società Alazraki Films. Tra le co-produzioni di successo con un produttore locale, vi è da citare *Narcos Mexico* (Gaumont International & Netflix). Mentre le co-produzioni tra la piattaforma *streaming* e i grandi studios messicani vi sono *Luis Miguel*, la serie (Telemundo, Netflix) e *Dragón* (Televisa, Univisión, Netflix). Mentre tra le acquisizioni esclusive vi è *El Chapo* (Gaumont International, Univisión, A&E). Gli esempi precedenti sono riportati sulla piattaforma nella categoria *Netflix Originals*. Questo graduale coinvolgimento nella produzione ha raggiunto un picco nel 2020, quando Netflix ha iniziato una strategia più aggressiva investendo 200 milioni di dollari nella produzione locale e annunciando altri 300 milioni entro il 2021. Gli investimenti effettuati all'interno del territorio messicano non hanno avuto un importante riscontro solo sull'industria messicana, anche nel resto del mondo, portando in auge la produzione ispanico-latina. Un esempio è stata la produzione e la distribuzione del film *Roma*, che è stata la punta di lancio per la conquista dei mercati internazionali. Un'ulteriore strategia di posizionamento, dato il livello di potenzialità e strategicità del mercato messicano per la piattaforma,

è stata istituire un filiale all'interno del territorio, così da avere un maggior controllo diretto sulla produzione audiovisiva.

Esperienza completamente diversa è stata vissuta dal mercato mediale coreano. Infatti, la performance di Netflix in Corea del Sud ha avuto molto meno successo in confronto al Messico. L'entrata nel suddetto mercato è avvenuta nel 2016 eppure secondo i dati riportati dalla “*Korean Communication Commission*” la piattaforma *streaming* era riuscita ad ottenere semplicemente il 0,5% di tasso di utilizzo dei servizi OTT nel 2018. Attualmente vi è stata una forte crescita arrivando a un tasso di utilizzo del 24%. La domanda da porsi è il motivo delle difficoltà rinvenute da Netflix nella penetrazione del mercato sud-coreano. Il mercato audiovisivo coreano risulta come un mercato maturo e altamente competitivo, che si è evoluto fino ad essere dominato da diversi grandi operatori storici attraverso le telecomunicazioni e i fornitori di trasmissioni terrestri e via cavo nello spazio OTT. I servizi video OTT in Corea sono disponibili dal 2004. Inoltre, la potenza mediale sud-coreana è da ricollegarsi a tutta la sua industria audiovisiva, musicale e creativa. Infatti, come descritto da L. Balestrieri nel suo libro:

“La specificità culturale del prodotto mediale coreano, ossia la sua rivisitazione della cultura di massa occidentale partendo dall'identità nazionale, è quella di aver incrociato i diversi elementi cercando una sintesi non al ribasso, per omologarsi con facilità al gusto del consumatore globalizzato, ma al rialzo: la forza del cinema coreano, come della musica pop e della serialità, è la sua persistente diversità, ben visibile all'interno di un linguaggio e di forme espressive tuttavia comprensibili da parte del pubblico internazionale”.³⁸

Il sud-corea sta vivendo una forte espansione industriale e culturale, anche chiamata “Korean Wave” e sta conquistando anche il mondo occidentale. La sua capacità di mantenere la propria proprietà culturale, adattandola all'occidente in modo tale che possa internazionalizzarsi è stata la prova che il mercato sud-coreano rimane saldo nella guida della sua espansione globale, senza lasciarsi assorbire dalle piattaforme S-VOD.

A differenza del mercato messicano, la crescita dei servizi video OTT è stata alquanto celere, soprattutto dato il forte progresso tecnologico coreano. La popolazione sud-coreana si è facilmente adattata all'utilizzo di smartphone e tablet PC, inoltre la visione di contenuti on demand è entrata velocemente all'interno delle abitudini del pubblico sud-coreano. Inoltre, come in Messico, non è presente una regolamentazione restrittiva nel caso dei servizi video OTT.

³⁸ L. Balestrieri, *Le Piattaforme Mondo - L'Egemonia dei Nuovi Signori dei Media*, Roma, Luiss University Press, 2021, pp. 129

Dato il forte avanzamento tecnologico e le capacità delle infrastrutture delle telecomunicazioni, il settore delle piattaforme S-VOD è stato in forte crescita, fino a creare un ambiente altamente sviluppato e competitivo. Come nota E. A. Park: “*Unlike the USA in which OTT was popularized by third parties like Netflix, resulting in an upheaval of the traditional paradigms of pay TV markets, South Korean OTT has emerged as extensions of established pay TV services.*”³⁹ Questo aspetto è alquanto rilevante dato che nella maggior parte dei mercati l’ingresso delle piattaforme *streaming* è stato visto come un avvento innovativo e dirompente su cui non si aveva un reale controllo, finendo per essere travolti, mentre nel caso del mercato mediale sud-coreano è stato percepito come un naturale passaggio.

Quando si tratta di S-VOD, il Sud Corea non è, però, un mercato maturo come gli Stati Uniti. Infatti, per quanto i servizi OTT fossero inseriti all’interno del settore S-VOD non era ampiamente formato nel 2016, in cui vengono a inserirsi players come Netflix, Amazon Prime Video e YouTube Red. Tuttavia, il mercato è fondamentale per le piattaforme globali. Si ritiene che le entrate del S-VOD sudcoreano nel 2022 raggiungeranno un valore di 731 milioni di dollari. Netflix ha riscontrato varie difficoltà durante l’entrata nel mercato coreano. Prima di tutto per le caratteristiche proprie della Sud Corea. Vi era la presenza di una forte competizione sui prezzi, il pubblico sud-coreano è abituato a servizi audiovisivi forniti a prezzi molto bassi o addirittura gratuiti; perciò, erano riluttanti a pagare per i video online. Inoltre, vi è forte competizione tra i servizi OTT, che attraverso prezzi predatori e contenuti locali avevano già stabilito le loro posizioni all’interno dell’industria audiovisiva nazionale. Un’ulteriore problematica è stata riscontrata nella difficoltà della piattaforma di instaurare rapporti con gli attori locali, all’inizio pessimisti nella collaborazione con la piattaforma *streaming*. Perciò, Netflix non solo non presentava un quantitativo sufficiente di prodotti audiovisivi locali, che avrebbero attratto il pubblico sud-coreano, ma non hanno realizzato inizialmente alcuna produzione originale. Infine, ma non meno importante, le questioni normative e politiche sono state cruciali il servizio S-VOD, il quale ha dovuto affrontare varie problematiche che hanno rallentato il suo ingresso.

Nel 2016, Netflix entra anche in altri mercati del est-asiatico, tra cui il Giappone. Il Giappone si presenta come un mercato differente sia da quello messicano che sud-coreano. L’industria tecnologica e mediale giapponese, prima dell’arrivo di Netflix, era costellata di attori di media digitali locali, tra cui fornitori di telecomunicazioni e aziende di elettronica di consumo già ampiamente affermati all’interno del mercato. La mancanza di servizi video on demand usufruibili online ha rappresentato

³⁹ E. A. Park, “Why the networks can’t beat Netflix: Speculations on the U.S. OTT services market”, Digital Policy, Regulation and Governance, 19(1), 21–39, 2017. doi:10.1108/DPRG-08-2016-0041

per Netflix l'opportunità di colmare quel vuoto di offerta sul mercato. Stesso ragionamento era stato fatto nel mercato sud-coreano, non presentando una settore maturo di servizi S-VOD all'inizio del 2016. Tuttavia, la risposta dei due mercati è stata differente. Il Giappone, pur descrivendo l'entrata di Netflix come “*Black Ship*”, o anche “*kurofene*”, che conquista l'industria locale, si è fatto conquistare facilmente dalle promesse di un miglioramento della qualità dei contenuti nazionali e di partnerships con il colosso globale. Per Netflix il mercato mediale giapponese rappresentava un'industria prospera e una forte opportunità. A differenza del mercato sud-coreano dal momento della sua entrata ha conquistato il pubblico giapponese proponendo non solo un catalogo florido di contenuti locali, ma inoltre presentandosi con alcuni *Netflix Originals* coprodotti con partner locali come Fuji TV. Infatti, il pubblico giapponese presenta una forte preferenza di contenuti locali. Per quanto, tuttavia, sia nel caso del mercato sud-coreano e giapponese la presenza di Netflix sia ancora troppo limitata, e gli obiettivi futuri della piattaforma *streaming* all'interno dei mercati non ancora pienamente prevedibili, i risultati ottenuti sono stati importanti, anche se differenti. Per esempio, secondo quanto riportato da Statista, nel febbraio 2022, Netflix era il principale servizio SVOD in Giappone (avendo una quota di mercato del 23%).

Un ambiente audiovisivo completamente diverso in confronto agli esempi sopra riportati è il mercato mediale australiano. L'Australia si distingue completamente poiché presenta una struttura normativa riguardante il settore audiovisivo mediale molto stringente, che, oltre alla sua isolata posizione geografica, ha impedito per anni l'introduzione e la sperimentazione di servizi e prodotti differenti da quelli proposti dalle reti lineari nazionali. L'obiettivo delle autorità australiane era il controllo del suo mercato televisivo e la gestione dello sviluppo mediale. Infatti, come descritto da G. Turner:

*“In support of a national cultural agenda, governments have mandated minimum levels of locally produced scripted content for commercial broadcast television proprietors, with the explicit aim of ensuring they screen sufficient local content to maintain television’s contribution to fostering a “sense of Australian identity, character, and cultural diversity”.*⁴⁰

La volontà di mantenere salda la sovranità culturale della propria industria televisiva e la protezione del settore audiovisivo FTA hanno rappresentato una forte limitazione per la sua industria e un freno per la sua capacità innovatrice, rimanendo indietro rispetto ai mercati stranieri. Esempio lampante la comparazione con il mercato sud-coreano, che invece di respingere le ondate di cambiamento, le ha guidate fino a diventare una delle maggiori industrie audiovisive. Dato il dominio instaurato dai canali

⁴⁰ G. Turner, “Netflix and the Reconfiguration of the Australian Television Market”, *Media Industries Journal*, 5(2), 129-142, 2018. doi:10.3998/mij.15031809.0005.208

commerciali, l'introduzione ai servizi VOD non ha cambiato gli assetti di potere e controllo presenti nel mercato. Finanziati da investimenti pubblici, i due player che dominano la televisione australiana sono l'emittente nazionale ABC, priva di pubblicità, e la rete multiculturale SBS, che ha una minima presenza di pubblicità. Mentre, per quanto riguarda i settori della Pay-tv e dei servizi S-VOD in Australia erano rappresentati da Foxtel, in parte di proprietà della NewsCorp, e dalla piattaforma Stan, creata nel 2015. Entrambi i servizi sono di proprietà di società mediali nazionali. Ovviamente, l'inserimento di nuove forme di servizi audiovisivi, che si sono gradualmente accaparrati lo sviluppo di fiction di qualità prodotte localmente, hanno indotto le FTA a concentrare la produzione sulla programmazione live e locale, come notizie locali, reality competitivi, eventi e sport. L'arrivo di Netflix, però, nel 2015, ha rappresentato il vero punto di svolta per il mercato audiovisivo australiano. Infatti, la piattaforma, entrando, ha sfruttato una lacuna nel quadro normativo sull'infrastruttura australiana dei media e delle comunicazioni ed è riuscita a non essere soggetta ai vincoli imposti agli altri servizi audiovisivi. Netflix si è presentato per il mercato mediale australiano come un “*game changer*”⁴¹. L'arrivo della piattaforma era stato altamente aspettato dal pubblico australiano, soprattutto la componente appartenente alla fascia di età tra i diciotto e i trenta anni. Questo poiché Netflix portava con sé contenuti di qualità non disponibili nel territorio australiano, come *House of Card*, di produzione HBO. In vero, una parte del pubblico australiano usufruiva del catalogo della piattaforma *streaming* prima della sua entrata ufficiale grazie a reti private virtuali (VPN). Quando Netflix è stato finalmente introdotto in Australia nel 2015, secondo quanto riportato dall'analisi di Turner (2018), ha raccolto il 10% del mercato in tre mesi. L'entrata della piattaforma *streaming* ha dato luce ai problemi presenti all'interno del mercato e ha rivoluzionato l'industria, portando novità, qualità e venendo in contro a una fascia del pubblico australiano non soddisfatto dall'offerta nazionale. Netflix potrebbe rappresentare per la televisione australiana il punto di transizione da un mercato audiovisivo fondamentalmente nazionale e sovranista a un mercato transnazionale. Questo passaggio rappresenterebbe l'inizio verso una ibridazione culturale tra il sistema locale australiano e le realtà presenti nel mondo. Questa ibridazione per quanto temuta sia dal governo che dalle reti lineari, che si aggrappano alla produzione locale, senza prendere in considerazione l'opportunità offerta da piattaforme globali come Netflix rappresenterebbe un forte segno di cambiamento. Netflix sta rapidamente cambiando le abitudini di consumo l'assetto economico locale.

Oltre a quanto già riportato, il colosso *streaming* dimostra ulteriormente le sue grandi capacità strategiche e contrattuali con l'entrata nel mercato israeliano attraverso collaborazioni con operatori

⁴¹ G. Turner, “Netflix and the Reconfiguration of the Australian Television Market”, *Media Industries Journal*, 5(2), 129-142, 2018. doi:10.3998/mij.15031809.0005.208

OTT e con fornitori televisivi tradizionali. Il mercato israeliano presentava una forte concentrazione interna, oltre a un'elevata regolamentazione, perciò l'entrata del distributore S-VOD aveva più possibilità di successo attraverso una collaborazione con gli operatori locali. I player principali erano rappresentati dal rigido duopolio composto dal cavo Hot e il provider satellitare Yes. Nel 2015 è stata inserita anche la piattaforma multicanale IDAN Plus, la quale però presentava allora un'offerta limitata (solo sei canali). Come precedentemente riportato, l'industria mediale israeliana era, inoltre, fortemente regolamentata dal MOC (Ministero delle Comunicazioni). Come citato da M. L. Wayne e D. Castro “...*electronic media regulation in Israel is characterized by specific cultural and economic obligations*”.⁴² Esempi utili per comprendere l'elevata regolamentazione sono il divieto di detenere diritti esclusivi su programmi stranieri sia per gli operatori multicanale sia per i cavi satellitari di distribuzione di contenuti stranieri (l'unica esclusività permessa era riguardante la programmazione locale, così da incentivarne la produzione) e la spesa di almeno l'8% dei ricavi lordi nella produzione di contenuti locali. Per l'arrivo dei servizi OTT, era stata istituita una commissione con l'obiettivo di regolamentare anticipatamente i nuovi servizi di distribuzione digitale. Tale comitato, però, ha imposto solo delle raccomandazioni, lasciando il settore non regolamentato. È proprio in questo contesto normativo incerto che Cellcom, il più grande fornitore di servizi di telefonia mobile di Israele, ha introdotto nel 2014 Cellcom TV, il primo servizio di televisione OTT. L'offerta proposta dal nuovo servizio OTT era prevalentemente composta da titoli stranieri, differenziandosi in tal modo dai fornitori tradizionali. Eppure, come riportato da M. L. Wayne e D. Castro:

*“Yet, at the end of 2015, a year after Cellcom TV’s launch and just days before Netflix’s global expansion, the Hot-Yes duopoly remained largely intact with these companies controlling 95 percent of the market”*⁴³

L'arrivo ufficiale di Netflix nel 2016 è stato rappresentato, anche in questo caso, dalla stampa locale come la vera “sfida” ai distributori storici, Hot e Yes. In gran parte del pubblico israeliano era già a conoscenza della offerta della piattaforma *streaming*, a cui precedentemente si aveva accesso solo tramite l'utilizzo di reti private virtuali, come nel caso australiano, e vi era ampia curiosità per la sua imminente entrata. Come nei casi precedenti la prima versione della piattaforma presentava varie problematiche e inadeguatezze. Anzitutto, la libreria di contenuti locali del servizio era estremamente limitata e inoltre i titoli più popolari su Netflix, quali *House of Cards* (2013-2018) e *Orange is the*

⁴² M. L. Wayne, D. Castro, “SVOD global expansion in cross-national comparative perspective: Netflix in Israel and Spain”, *Television & New Media*, 22(8), 896–913, 2020.

⁴³ M. L. Wayne, D. Castro, “SVOD global expansion in cross-national comparative perspective: Netflix in Israel and Spain”, *Television & New Media*, 22(8), 896–913, 2020.

New Black (2013-2019), non erano disponibili perché i diritti di distribuzione erano già stati venduti ai fornitori di televisione locale. Vi è stata, in aggiunta, l'inadempienza da parte della piattaforma di creare una interfaccia apposita in lingua ebraica, la quale avrebbe permesso una visione e comprensione agevolata. Queste problematiche hanno relativamente rallentato l'espansione del colosso all'interno del mercato. Dato questo contesto, nel 2017 Netflix tenta di aumentare la propria attrattività non solo migliorando il catalogo israeliano, a cui sono stati successivamente aggiunti contenuti doppiato o sottotitolato in ebraico, ma anche attraverso varie collaborazioni con operatori locali. Prima di tutto ha instaurato una collaborazione con Partner Communications, il secondo operatore di telefonia mobile del Paese, che stava per lanciare la sua nuova piattaforma OTT a basso costo, Partner TV. La collaborazione avrebbe permesso un vantaggio competitivo non solo per Netflix, ma anche per la piattaforma israeliana. Attraverso l'accordo, l'utente israeliano nel caso si fosse abbonato a Partner Tv avrebbe ottenuto un abbonamento Netflix sovvenzionati. La seconda collaborazione, invece, ha rappresentato la vera mossa significativa e strategica. La stessa piattaforma ha stretto una collaborazione con il principale fornitore televisivo israeliano, Hot. La collaborazione, però, non aveva in gioco la semplice conquista le mercato israeliano, ma la creazione di una partnership globale tra Altice, società madre di Hot, e Netflix. Infatti, la volontà di Altice era la creazione di un marchio unificato globale, in grado di competere con la stessa Netflix. Da questa collaborazione Altice avrebbe avuto la possibilità di espandersi all'estero, soprattutto in Francia, Portogallo e la Repubblica Dominicana. Le suddette cooperazioni, perciò, hanno permesso alla piattaforma non solo di espandersi ulteriormente nel territorio, ma anche di ridurre i costi per lo sviluppo di una campagna marketing indipendente nel mercato israeliano, essendo già promossa dai suoi collaboratori. Infatti, i fornitori locali commercializzano la loro associazione a Netflix presentando le serie originali ed esclusive distribuite dal portale. In questo caso, Netflix si presenta più come una fonte preziosa di contenuti internazionali che un vero proprio servizio globale con esperienze di visione personalizzabili. Infatti, come osservato da M. L. Wayne:

*“In Israel, Netflix’s brand is almost exclusively articulated through the marketing efforts of local television providers with their own brand identities...As such, Netflix’s Israeli branding reveals how streaming services are appearing as content-based forms of television in national markets”.*⁴⁴

Al fine di presentare anche un esempio del contesto europeo, non si può non citare l'entrata di Netflix nel mercato spagnolo. Come osservato da D. Castro e C. Cascajosa:

⁴⁴ M. L. Wayne, “Global portals in national markets: Branding Netflix in Israel”. *Journal of Cinema and Media Studies*, 59(3)3, 149-153, 2020. <https://doi.org/10.1353/cj.2020.0037>.

*“Spain’s television fiction industry is highly developed. Since liberalization in the 1990s, its production market has become one of the most competitive in Europe.”*⁴⁵

Dato questo contesto, per Netflix la Spagna rappresentava un mercato molto attraente, che avrebbe permesso la creazione di contenuti altamente appetibili non solo per il mercato nazionale ma anche internazionale. La creazione di contenuti locali era determinante, dato che il pubblico locale presentava una preferenza verso le produzioni nazionali. Il digitale terrestre, infatti, prima dell’arrivo del servizio S-VOD, dominava l’industria audiovisiva spagnola, rappresentando nel 2014 l’82,1%. Tuttavia, nel 2015 vi è stata la repentina espansione dei servizi Pay-tv, che ha condotto alla creazione del servizio video-on-demand Moviestar+, di proprietà del più importante fornitore di telecomunicazioni della Spagna: Telefónica. Nel 2015, il distributore VOD, fusione tra il canale televisivo a pagamento Canal+ e Movistar TV, controllava circa il 70% del mercato della televisione a pagamento. Il forte aumento dei servizi VOD ha preparato la strada alla comparsa dei servizi *streaming*. Infatti, Netflix non ha trovato alte barriere d’entrata, dato che il mercato era in forte espansione. Inoltre, la regolamentazione nazionale o europea fino a quel momento avevano imposto regolamentazioni molto stringenti solo nei confronti della televisione satellitare e dei servizi audiovisivi con sede nel territorio nazionale. Infatti, secondo la “Legge Generale della Comunicazione Audiovisiva” è richiesto alle aziende che offrono i loro servizi in Spagna e che hanno la loro sede centrale nel Paese di dedicare il 30% dei loro cataloghi di contenuti a produzioni europee. Poiché Netflix non aveva una presenza fisica in Spagna, il servizio non è stato influenzato dalle leggi nazionali nel momento in cui è entrata nel mercato nel 2015. Tuttavia, bisogna tenere conto della normativa UE più significativa, “La direttiva sui servizi di media audiovisivi”, che promuove l’industria audiovisiva europea imponendo ai servizi video on demand di includere una quota minima di contenuti di produzioni europee. Agli Stati membri UE è concessa una notevole libertà di decidere nell’applicazione di tale direttiva. Ad oggi Netflix, che presenta dal 2018 una sede a Madrid, ha l’obbligo di raggiungere la quota obbligatoria del 30% di opere europee nei cataloghi dei Paesi europei. In un contesto normativo incerto e in un mercato sempre più competitivo, Netflix, per il suo arrivo nel 2015, si è affiancato a un provider OTT già radicato nel territorio, Vodafone. La partnership aveva l’obiettivo non solo di agevolare l’arrivo della piattaforma *streaming*, ma anche di aiutare Vodafone a competere con Movistar+. Anche se l’entrata nel mercato spagnolo non ha riportato difficoltà eccessive, si sono verificate varie inadeguatezze iniziali da parte della piattaforma *streaming*. Come nei casi precedenti, il servizio S-VOD inizialmente aveva la libreria di contenuti

⁴⁵ D. Castro, & C. Cascajosa, “From Netflix to Movistar+: How subscription video-on demand services have transformed Spanish TV production”, *Journal of Cinema and Media Studies*, 59 (3), 154–60, 2020. <https://doi.org/10.1353/cj.2020.0019>

spagnola piuttosto limitata e non erano presenti alcune serie di rinomata importanza (es. *House of Cards*). Dopo oltre due anni di presenza in Spagna e nel mezzo di partnership in corso con servizi OTT, tra cui Orange, e operatori telefonici regionali, come Euskaltel, Netflix compie la mossa significativa per il suo successo: la collaborazione con Telefónica e la sua controllata Movistar+. Per Netflix, la partnership agevolava la sua penetrazione in Europa e nei mercati di lingua spagnola, dove Movistar+ è popolare. Perciò, la strategia iniziale di Netflix può essere sintetizzata nella coproduzione di progetti esistenti con partner di broadcasting e Pay-TV in cambio di diritti esclusivi sul mercato internazionale. Come osservato da D. Castro e C. Cascajosa:

*“This strategy of picking up half-finished or ailing projects that have been developed by national networks is characteristic of how Netflix operates in Spain, and indeed across Europe. Moreover, it has enhanced Netflix’s relations with local operators as well as accelerated its presence in the market.”*⁴⁶

La suddetta strategia gli permette anche una significativa riduzione dei costi, essendo nella maggior parte dei casi un investitore di minoranza. Inoltre, la sempre più radicata presenza delle nuove piattaforme *streaming*, a cui si aggiunge Amazon Prime Video, ha dato un impulso significativo alla produzione di serie televisive in Spagna. La quantità di produzione totale riportata dai servizi S-VOD uguagliava quella proposta canali televisivi spagnoli tra il 2017 e il 2018. La sempre più crescenti produzioni ad alto budget non ha rilevato solo l’aumento della qualità dei programmi, ma anche una loro trasformazione soprattutto per quanto riguarda la loro struttura tipica. Uno dei cambiamenti chiave, difatti, è stata la modifica della lunghezza degli episodi e delle stagioni. Il rapporto tra stagione ed episodio solitamente utilizzata dalle fiction spagnole era una struttura alquanto rigida e che prevedeva una stagione con una media di tredici episodi da 70 minuti. Tuttavia, attraverso i servizi S-VOD vi è stata la ridefinizione delle strutture tradizionali di produzione, aprendo il sistema a formule di collaborazione più complesse e a un format più internazionale. Netflix, insieme agli altri servizi *streaming*, perciò, si presenta come una occasione per la creazione di un prodotto nuovo, nato dalla fusione delle caratteristiche tipiche della fiction spagnole con programmi internazionali. Come osservato da D. Castro e C. Cascajosa:

“SVOD platforms have contributed to the internationalization of Spanish television fiction, not only by facilitating its consumption outside of the country and the Latin American region (on transnational

⁴⁶ D. Castro, & C. Cascajosa, “From Netflix to Movistar+: How subscription video-on demand services have transformed Spanish TV production”, *Journal of Cinema and Media Studies*, 59 (3), 154–60, 2020.
<https://doi.org/10.1353/cj.2020.0019>

services such as Netflix) but also by challenging its well-established format characteristics to make it more attractive to buyers outside Spain (e.g., by reducing the number of episodes per season).”⁴⁷

In conclusione, attraverso l’entrata dei colossi S-VOD, la Spagna è diventata un attore notevole nel mercato internazionale.

Attraverso l’analisi dei seguenti mercati, si è sottolineato come l’entrata della piattaforma sia stata percepita diversamente in ogni Paese. Netflix durante la sua espansione transnazionale ha creato sia situazioni di forte cambiamento, andando a cambiare l’assetto mediale del mercato, come per esempio nel caso australiano, oppure non ha prodotto i risultati sperati, trovandosi di fronte a mercati solidi ed emergenti, come l’esempio sud-coreano. Tuttavia, si può notare come in tutti i casi la piattaforma *streaming* abbia cercato di imporsi all’interno dell’industria locale attraverso varie strategie di posizionamento.

Una strategia riscontrata è la volontà da parte della piattaforma *streaming* di stringere alleanze strategiche con i produttori e distributori locali, così da infiltrarsi più facilmente nel mercato. Successivamente, vi è la creazione di infrastrutture all’interno del territorio, anche se questa strategia viene messa in atto solo nel caso in cui si voglia avere maggiore controllo diretto e il mercato sia con un alto livello di potenziale. La tattica di differenziazione attuata in ogni Paese grazie alla creazione di cataloghi fatti ad hoc, è risultata ottimale per la conquista del pubblico locale. Netflix, infatti, attua questa strategia attraverso la produzione di contenuti originali, co-produzioni e acquisizioni esclusive. In più, vi è l’utilizzo da parte della piattaforma di talenti stranieri e infrastrutture di produzione per infiltrarsi nel centro di potere non solo dei Paesi obiettivo, ma anche di Hollywood. Netflix, in conclusione, continua la sua espansione transnazionale, portando innovazione e qualità, ma allo stesso tempo utilizza i mercati locali per ottenere successo globale. La piattaforma produce prodotti che possano adattarsi alla cultura e alle abitudini sociali del Paese di riferimento, per poi distribuirlo in tutto il mondo.

Per questo in tutti i casi riportati, per quanto le risposte siano state differenti, ogni mercato ha visto la possibilità di internazionalizzarsi attraverso la piattaforma *streaming*. Le possibilità da parte dei mercati nazionali di attuare le strategie della piattaforma *streaming* sono esigue, dato che dovrebbero usufruire di economie di scala tali da permettergli un modello di business sostenibile economicamente. Inoltre, si nota che in tutti gli esempi il pubblico preferisce usufruire di prodotti

⁴⁷ D. Castro, & C. Cascajosa, “From Netflix to Movistar+: How subscription video-on demand services have transformed Spanish TV production”, *Journal of Cinema and Media Studies*, 59 (3), 154–60, 2020.
<https://doi.org/10.1353/cj.2020.0019>

locali e culturalmente vicini. Questo dato non ci sorprende dato che secondo uno studio della A. D. Lotz (2020) i contenuti prodotti localmente dominano negli Stati Uniti, in India, in Corea del Sud e in Giappone. Ovviamente non si ha la certezza che vi sia una preferenza minore negli altri Paesi, ma piuttosto è possibile che i prodotti locali siano meno equamente disponibili. Ciò suggerisce che sebbene Netflix possa offrire il servizio in molti paesi, esso può essere valutato dagli spettatori in modi diversi e per ragioni diverse, date le differenti caratteristiche.

CAPITOLO 2: Il paradigma di Netflix nel mercato italiano

La presenza sempre più forte delle piattaforme *streaming* all'interno del mercato mediale con prodotti originali ad alto investimento e cataloghi di enorme varietà, ha portato a un'evoluzione del sistema di fruizione, produzione e distribuzione. Questa evoluzione si è verificata anche all'interno del mercato audiovisivo italiano, di cui il settore S-VOD rappresenta un settore in forte crescita. Netflix, che rappresenta il secondo player a livello nazionale, ci fornisce un'importante opportunità di studio. Infatti, il colosso dello *streaming* non ha solo modificato la distribuzione audiovisiva, ma ha anche modificato i modelli di produzione, nonché le abitudini di consumo. Come precedentemente esposto, sono stati effettuati vari studi sull'argomento, senza però mai concentrarsi sul caso italiano. La ricerca traccia l'evoluzione degli investimenti di Netflix in serie originali italiane, con l'obiettivo di analizzare le strategie di investimento della piattaforma nel mercato. Nello sviluppare l'analisi sono state studiate e analizzate le serie televisive originali Netflix italiane, prendendo in considerazione sia le produzioni che le co-produzioni presenti nel catalogo italiano dal 2016, anno di entrata della piattaforma nel mercato, al primo quadrimestre del 2022.

Per riassumere l'analisi ha l'obiettivo di rispondere alle seguenti domande di ricerca:

1. *Qual è il posizionamento editoriale di genere, di target di pubblico dell'offerta di Netflix italiana? In che modo cerca di essere complementare a quella nazionale e quali, invece, sono gli aspetti di trasformazione in termine di produzione e consumo?*
2. *Cosa sta cambiando nella base produttiva dell'audiovisivo nazionale? Quali sono gli impatti delle strategie di posizionamento di Netflix sulla produzione locale?*

1. Metodologia

Lo studio parte da una mappatura quantitativa degli investimenti di Netflix in serie originali italiane, dall'ingresso della piattaforma sul mercato italiano nel 2015 fino al primo quadrimestre del 2022. Il *database* è composto da 16 titoli. Per la creazione del campione di studio, sono state prese in considerazione le categorie di investimento di "produzioni originali" e "co-produzioni". L'elenco è stato compilato direttamente dal catalogo Netflix, prendendo in considerazione solo i titoli targati "*Netflix Originals*". I dati su ciascuna produzione sono stati raccolti da database online, come Unogs e il sito ufficiale Netflix, oltre all'utilizzo di una serie di riviste specializzate, magazine e articoli dei media, come ad esempio The Hollywood Reporter.

Nel grafico 2, sono rappresentati i titoli, usciti sulla piattaforma Netflix, per anno. Dalla tabella si riscontra che vi è stato un forte aumento degli investimenti negli ultimi anni. Nel 2017, Netflix entra nel mercato italiano attraverso una co-produzione con la Rai, presentando la serie televisiva *Suburra-la serie*. Successivamente, nel 2018, presenta la sua prima serie completamente originale *Baby*, la quale si rileverà un successo. Negli anni successivi possiamo riscontrare dalla tabella la volontà di Netflix di conquistare il mercato italiano attraverso serie “full-original”, aumentando il numero di nuovi titoli.

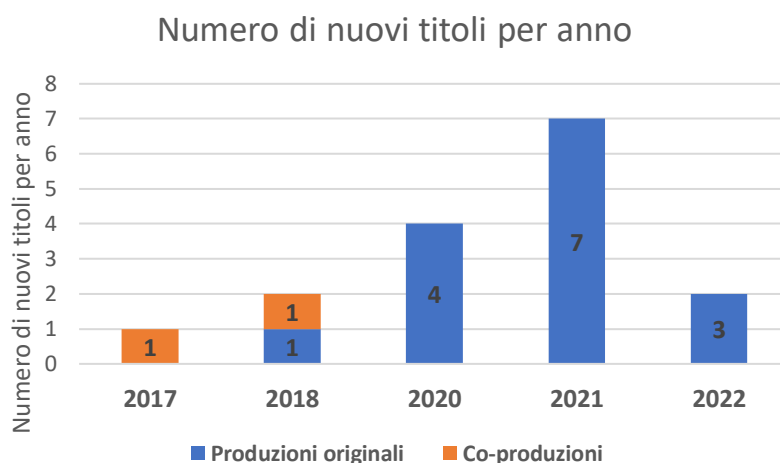


Grafico 2. “Numero di nuovi titoli per anno”. Fonte: Elaborazione dell’autrice da dati Netflix.

Poiché Netflix non comunica i dati finanziari relativi alle sue produzioni, la ricerca prosegue attraverso un’analisi qualitativa dei titoli riportati, in modo tale da studiare le strategie di investimento della piattaforma. L’indagine è stata effettuata grazie all’utilizzo di una griglia interpretativa, costruita ad hoc per studiare l’offerta dei titoli originali italiani di Netflix. Il set di dati raccoglie informazioni generali, riguardanti l’anno di produzione, la data di uscita sulla piattaforma, il numero di stagioni, gli episodi per stagione e il volume totale in minuti. Per poi focalizzarsi sullo studio qualitativo della singola serie, che è stato possibile attraverso la visione delle serie televisive, in aggiunta dell’utilizzo di metodologie di studio analitico-semiotico.

1.1 Griglia interpretativa

La griglia interpretativa è stata creata con la funzione di studiare le serie televisive sia nel loro singolo sia attraverso uno studio comparato, in modo tale da far emergere le strategie di locazione del servizio S-VOD in Italia. Proprio per questa ultima ragione è stato necessario creare uno strumento che potesse

individuare gli aspetti comuni tra le diverse serie, e che fosse in grado di poter individuare gli aspetti di successo e insuccesso dell'offerta della piattaforma. Ovviamente attraverso la griglia interpretativa si vengono a neutralizzare delle differenze significative tra le varie produzioni e si creano delle omologazioni, soprattutto lavorando su un campione vasto ed eterogeneo. Tuttavia, la griglia è stata creata in modo tale sia da essere sia efficace che specifica, anche se quest'ultima è subordinata alla prima. Infatti, i criteri di analisi scelti hanno l'obiettivo sia di evidenziare gli aspetti che incidono effettivamente sulla lettura della serie sia di tenere conto delle peculiarità di ogni serie. Per ottenere una lettura corretta i criteri di analisi devono essere letti nel loro insieme, dando un'analisi così complessiva delle variabili.

Per la realizzazione dello strumento di analisi si è innanzitutto partiti attraverso la ricerca delle informazioni generali di ogni serie tv, così da poter costituire un "background" del titolo mediale: soffermandoci su: l'anno di produzione, lo status delle serie, il genere, il format, casa di produzione, la regia e gli attori principali. Successivamente, nella griglia viene presa in considerazione la struttura della serie. Questa categoria all'interno della serie ci permette di entrare all'interno della serie stessa, studiandone la composizione, le tecniche cinematografiche e televisive utilizzate e la creazione del personaggio e mondo rappresentato. In conclusione, le serie tv vengono considerate per la loro costruzione interpretativa, perciò, il livello di interpretazione e le capacità cognitive e culturali richieste al pubblico.

GRIGLIA INTERPRETATIVA

Struttura serie	<ul style="list-style-type: none"> • Rapporto tra serie/stagione/episodio/durata 	<ul style="list-style-type: none"> • Formato Narrativo (es. miniserie/docuserie)
Ritmo narrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Serie con episodio chiuso • Serie con continuità narrativa • Trama • Elemento di continuità 	<ul style="list-style-type: none"> • Orizzontale/verticale/prev alentemente o verticale o orizzontale • Incentrato sullo sviluppo degli eventi e della trama (azione). • Incentrato sullo sviluppo del personaggio e sulle interazioni dei personaggi principali.
Genere	<ul style="list-style-type: none"> • Sottogenere • Ibridazione di genere 	
Linee Narrative	<ul style="list-style-type: none"> • Scansione organizzazione narrativa • Presenza di tecniche televisive (Spin-Off/Flashback etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ipo-narrazione • Iper-narrazione

	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzo di interviste/registrazioni/immagini • Quantità di linee narrative/ Rilevanza linee • Interazioni tra le linee narrative 	
Personaggi	<ul style="list-style-type: none"> • Numero e presenza di personaggi principali • rapporto serie-personaggio (interdipendenza) • Stereotipizzazione • Presenza evoluzione del personaggio • grado di stabilità delle sue caratteristiche • Presenza della figura dell'eroe/antieroe • Età 	<ul style="list-style-type: none"> • Bassa-Media-Alta interdipendenza • Bassa/media/alta stereotipizzazione • Personaggi statici/dinamici • Basso/medio/alto
Scenario	<ul style="list-style-type: none"> • Location storia • Mondo rappresentato 	
Tematiche	<ul style="list-style-type: none"> • Numero di temi trattati • Rilevanza del tema all'interno della serie • Complessità del tema 	
Format	<ul style="list-style-type: none"> • Libri • Eventi realmente accaduti • Format di altre serie • Fumetti 	
Costruzione interpretativa	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di colpi di scena/attese/andamento dell'episodio (narrazione lenta o veloce o di media velocità) • Complessità interpretativa (impegno richiesto da parte dello spettatore) • Competenze richieste allo spettatore (a livello di lingua/conoscenza storica culturale etc.) 	

La struttura della serie, la quale analizza la composizione testuale e narrativa, prende prima di tutto in considerazione il rapporto tra stagione-episodio-durata. Questa variabile permette una prima analisi qualitativa, definendo la forma e il ritmo narrativo della serie presa in considerazione. I criteri, infatti, permettono di definire se si è in presenza di una serie o una miniserie, oltre a permetterci di comprendere se si tratta di una serie caratterizzata da episodio chiuso o continuità narrativa. La struttura episodica ha subito una forte trasformazione nel tempo, rendendo una definitiva categorizzazione non efficace. Infatti, al momento sono presenti sempre più serie con una trama orizzontale, anche all'interno di serie ad episodio chiuso (sitcom). Un esempio è *"How I Met Your Mother"*, dove la continuità narrativa è garantita prima di tutto dal percorso di crescita dei protagonisti a cui si aggiungono vicende che riescono a estendersi per più episodi. Proprio per questo motivo, all'interno della griglia narrativa, la trama può essere definita orizzontale, verticale e prevalentemente orizzontale/verticale. Quindi, oltre a proporre una suddivisione netta tra strutture verticali e strutture orizzontali, si ha la necessità di introdurre anche la categoria di prevalenza orizzontale o verticale,

dal momento che questa ibridazione si è estesa fino a diventare una delle regole fondamentali della scrittura seriale. Un altro aspetto fondamentale per analizzare la struttura è l'elemento di continuità, che presenta il fattore fondamentale della storia rappresentata all'interno della serie. L'elemento di continuità si divide in due filoni principali: i personaggi e l'azione. Nel caso in cui la serie si focalizzi sull'evoluzione psicologica ed emotiva del personaggio oppure sulle relazioni dei personaggi, l'elemento di continuità della trama è rappresentato dal "personaggio". Mentre, nel caso la trama si sviluppi attraverso l'evoluzione degli eventi o l'accadimento di determinate azioni, l'elemento di continuità è riscontrato nell'azione.

Rimanendo poi nell'ottica dell'ibridazione, si procede nello studio del genere. La serialità contemporanea, infatti, non è ibrida solo nella struttura, ma anche nel genere. Il genere costituisce una convenzione che permette di classificare le diverse produzioni cinematografiche e seriali in base ad alcuni temi o caratteristiche ricorrenti e rappresenta un elemento chiave nella definizione del successo o insuccesso di una serie televisiva. Ad oggi, il genere all'interno della produzione mediale è sempre più ibridato, incrociandosi tra i vari generi e creando qualcosa di completamente innovativo. La definizione all'interno di una serie di un genere unico ne riduce la complessità e ne rende la classificazione più approssimativa. L'ibridazione di genere, riscontrata nell'incrocio di più generi, ha dimostrato di avere un ottimo potenziale, presentando in tale modo un prodotto più complesso e reale. Ciò nonostante, proprio per la presenza di questa situazione si è in presenza nella difficoltà di studiare le serie televisive in base al genere proposto. Serie televisive contemporanee non possono essere classificate all'interno di un solo genere, ma presentano tratti distintivi di più generi. Un esempio è *Game of Thrones*, che non può essere inserito nella categoria fantasy, poiché presenta anche caratteristiche del genere storico, horror e sentimentale. Proprio per questa ragione all'interno della griglia, si fa riferimento non solo al genere, ma anche al sottogenere e all'ibridazione. Attraverso questa suddivisione si cerca di attenersi al criterio della specificità, senza proporre un'omologazione eccessivamente rigida.

Successivamente, vengono prese in esame le linee narrative presenti all'interno della trama delle serie televisive. Questa sezione della griglia prende in considerazione la capacità del testo di presentare successioni più o meno complesse di linee. Questa variabile è fondamentale soprattutto per quanto riguarda la creazione di una serie televisiva di qualità e complessa. Per esplorare le linee narrative sono stati utilizzati come criteri: scansione organizzativa-narrativa (rapporto tra struttura serie e le linee narrative), la presenza di tecniche televisive (*Spin-Off/Flashback* etc.), l'utilizzo di interviste/registrazioni/immagini, quantità e rilevanza linee narrative, interazioni tra le linee narrative. Per l'utilizzo del primo criterio, è necessaria lo studio comparato del criterio di suddivisione tra

stagione, episodio e durata e le linee narrative. Infatti, attraverso questo criterio comprendiamo la struttura della linea narrativa all'interno della serie stessa. Mentre, successivamente, viene analizzata la presenza di tecniche cinematografiche televisive, come i flashback, che possono rappresentare un segnale di cambio della linea narrativa stessa e una forma di complessità della trama. Stessa logica è stata utilizzata per l'utilizzo di immagini, registrazioni e video. Gli ulteriori criteri di analisi delle linee narrative ci permettono di comprendere la quantità di linee narrative da seguire per il pubblico e la loro rilevanza. Le linee narrative rappresentano un fattore importante proprio per il suo legame con la complessità e profondità della serialità contemporanea. Tenendo conto degli aspetti sopra-enunciati si è arrivati alla formulazione di due categorie, che potessero rendere conto del livello di "complessità" narrativa di una data fiction: iper-narrazione ed ipo-narrazione. Nel caso dell'iper-narrazione, sono inserite tutte le serie televisive che presentano un'elevata quantità di linee narrative, ampiamente relazionate ed intrecciate tra loro (spesso intrecciate, interrotte, riprese o sottoposte a deviazioni) e che travalicano i confini del singolo episodio, se non dell'intera stagione. Nel caso contrario le serie televisive che non avranno una vasta quantità di linee narrative, che si intrecciano tra loro, presentando in molti casi linee narrative di breve durata, verranno inserite all'interno della categoria di "ipo-narrazione".

Lo studio dei personaggi all'interno della serie è un altro elemento fondamentale. Infatti, la formulazione di un personaggio che possa conquistare il pubblico, che possa soddisfare le sue esigenze e bisogni. Dopotutto, il pubblico ricerca di non solo la possibilità di immedesimarsi ma che di evadere dalla sua stessa realtà ed evolversi. Per studiare questa categoria sono state utilizzate vari criteri, che potessero analizzare il ruolo del personaggio sotto angolature differenti. Prima di tutto si identifica la presenza del personaggio/i principale/i, per comprenderne la dipendenza con la trama della fiction e la sua importanza. Solitamente, questa variabile è direttamente collegata all'elemento di continuità della struttura narrativa. Un successivo criterio di analisi è la presenza di stereotipizzazione del personaggio. All'interno della storia letteraria e mediale si sono venuti a creare dei personaggi i quali rappresentano degli stereotipi, o cliché, che presentano dei caratteri che sono riconducibili a un determinato ambito socioculturale, oppure a un determinata personalità o tematica. La presenza di personaggi stereotipati riduce la complessità seriale, ma potrebbe aumentare il senso di immedesimazione o rappresentazione culturale. Collegato a questo criterio, vi è la presenza all'interno della serie dell'evoluzione del personaggio, che può presentarsi sia come un personaggio dinamico che statico. Nel caso di personaggi dinamici si è in presenza di personaggi che presentano un'evoluzione delle proprie caratteristiche e che mutano con il procedere degli eventi. Mentre nel caso di un personaggio statico, non è presente un'evoluzione psicologica o emotiva del personaggio

seriale. Ovviamente queste due categorie non sono definitive e possono presentarsi vari gradi di stabilità delle caratteristiche dei personaggi. Dallo studio dei protagonisti delle serie contemporanee emerge un dato molto interessante: la progressiva riduzione di personaggi positivi e la crescita esponenziale degli antieroi. Infatti, con la creazione di trame che possono dilungarsi su un tempo prolungato, nasce la possibilità di sviluppare con maggiore profondità ogni personaggio, che si evolve con l'evolversi della serie. La figura dell'antieroe si impone su quella dell'eroe per varie ragioni. Prima di tutto, la figura dell'antieroe si adatta meglio alla struttura di continuità narrativa, colma di imprevisti e colpi di scena. Inoltre, la figura dell'antieroe si presenta come una figura più complessa, che richiede una maggiore interpretazione da parte del pubblico, il quale talvolta entra in empatia con la figura imperfetta dell'antieroe. Ultimo criterio per analizzare il personaggio è l'età rappresentata nella serie, che può rappresentare un elemento di collegamento con il pubblico target.

All'interno della griglia interpretativa vi è inoltre la categoria "scenario". In questa categoria si analizza lo sfondo in cui viene ambientata la storia, che può essere un ambiente urbano, metropolitano oppure un ambiente sub-urbano. Attraverso questa categoria si ha modo di studiare la location della storia, che si lega a tutte le categorie precedenti, creando il background della serie televisiva. Inoltre, si descrive il mondo rappresentato all'interno della serie, il quale può rappresentare una situazione di vita quotidiana, oppure ancora un mondo fantastico.

Le tematiche affrontate all'interno delle fiction rappresenta una delle variabili più fondamentali per il successo o insuccesso di una serie televisiva. Infatti, la capacità della serialità contemporanea di trattare temi molto moderni o delicati, oppure tematiche problematiche e di alta discussione mediatica tra il pubblico rappresenta un fattore chiave per la realizzazione di una fiction complessa e di successo. Il successo non è solo motivato dalla complessità e qualità che viene riscontrata nella serie, ma anche al fatto che permettono la diffusione di argomenti situazioni, con cui il pubblico può entrare in contatto emotivamente e mentalmente. I criteri utilizzati all'interno della griglia per studiare e tematiche trattate, si basano soprattutto sulla rilevanza della tematica e sulla sua complessità. Le tematiche possono essere trattate attraverso non solo differenti tonalità, ma anche più o meno apertamente all'interno della serie.

In seguito, si analizza se la fiction presenta un format specifico, il quale può essere l'ispirazione a eventi realmente accaduti, oppure romanzi, o format seriali di altri paesi. Questa categoria ci permette di comprendere se le serie si basano su contenuti vicini al pubblico.

Come ultima categoria è stata posta la "Costruzione interpretativa". In questo caso si fa riferimento alla capacità della serie di rappresentare la storia e alla capacità dello spettatore di comprendere e

analizzare la fiction. Infatti, la storia può essere rappresentata secondo un andamento più o meno veloce, presentando una diversa distribuzione di colpi di scena, che creano attese e momenti di pathos, imponendo una modalità di visione più o meno attenta. Inoltre, viene tenuto conto anche il carico di lavoro interpretativo richiesto allo spettatore, corrispondente alle competenze linguistiche, culturali, cognitive.

In conclusione, attraverso l'analisi delle seguenti categorie, le quali dovranno non solo essere studiate singolarmente ma anche congiuntamente, si ha l'obiettivo di analizzare le serie televisive prese in considerazione e di individuare attraverso una analisi comparativa le strategie di investimento dell'offerta seriale italiana di Netflix. Utilizzando la griglia interpretativa, si otterranno informazioni non solo sulle serie televisive analizzate, ma anche su una futura offerta da parte della piattaforma *streaming*, delineando i fattori di successo e insuccesso presenti.

1.2 Schede Serie TV

In questo paragrafo vengono presentate le schede delle serie televisive analizzate attraverso la griglia interpretativa prima esposta.

1. Guida Astrologica per Cuori Infranti

Informazioni Generali	
Titolo originale	Guida astrologica per cuori infranti
Anno	2021
Rinnovo/Cancellazione/Conclusa	Non si hanno ancora informazioni
Genere	Commedia sentimentale
Formato	Tratto da un romanzo di Silvia Zucca: Guida astrologica per cuori infranti
Casa di produzione	Italian International Film-Gruppo Lucisano
Regia	Bindu De Stoppani e Michela Andreozzi
Attori principali	Claudia Gusmano, Michele Rosiello, Lorenzo Adorni
Distributore	NETFLIX
Breve riassunto	Alice ha più di trent'anni ed è single, anche se non vorrebbe. La storia ha inizio con la notizia del matrimonio del suo ex-fidanzato e collega. Contemporaneamente, nella rete televisiva locale in cui lavora arriva un nuovo dipendente, Davide. A quest'ultimo si aggiunge Tio, un attore che sembra basare tutto il suo successo sull'astrologia. Sarà l'incontro con Tio a spingere Alice verso una nuova strada, quella delle stelle, che saranno da questo momento in poi la sua guida per la ricerca dell'anima gemella.

Struttura della serie	
Stagioni	2
Episodi	12
Durata	30-40 minuti
Formato narrativo	Serie
Ritmo narrativo	Continuità narrativa
Trama	Prevalentemente orizzontale
Elemento di continuità	Personaggi
	La serie presenta sulla media di 6 episodi per stagione. Si focalizza sullo svolgimento del personaggio principale e dei personaggi secondari a lei annessi.
Genere	Commedia
Sottogenere	Sentimentale
Ibridazione di genere	Non presente
Linee narrative	➔ Ipo-narrazione
Scansione organizzativa-narrativa (rapporto tra struttura serie e le linee narrative)	Vi è una linea narrativa principale, che si dirama in tutte le stagioni. Si lega allo svolgimento della vita quotidiana del personaggio principale. Gli episodi hanno una continuità narrativa regolare.
Presenza di tecniche televisive (Spin-Off/Flashback etc.)	no
Utilizzo di interviste/registrazioni/immagini	no
Quantità e rilevanza linee narrative	Una linea narrative portante: la vita del personaggio principale. Vi sono linee narrative secondarie che però sono marginali.
Interazioni tra le linee narrative	Una linea narrative principale con interazione con linee narrative secondarie.
Personaggi	
Numero e presenza di personaggi principali	Un personaggio principale
Stereotipizzazione dei personaggi	Alta
Presenza evoluzione del personaggio	Personaggi statici
Grado di evoluzione dei personaggi principali	basso
Presenza della figura dell'eroe/antieroe	No
Età	Adulti
Scenario	
Location della storia	Torino
	Ambientazione urbana e lavorativa
Mondo rappresentato	Vita quotidiana
Tematiche	
	Rapporti amorosi Rapporti di amicizia Realizzazione sul lavoro Astrologia Tradimento
Numero tematiche trattate	5
Tema principale	Crescita personale e ricerca dell'amore

Complessità del tema	Temi trattati in maniera leggera
Format	Basato sul romanzo omonimo di Silvia Zucca
Costruzione interpretativa	
Andamento dell'episodio	Narrazione lenta
Presenza di colpi di scena	no
Complessità interpretativa	Bassa
Competenze richieste allo spettatore	Basse
	Non vi è la presenza di difficoltà nell'interpretazione del linguaggio o delle tematiche oppure la necessità di conoscenze culturali o storiche.

2. SKAM Italia

Informazioni generali	
Titolo originale	SKAM Italia
Anno	2018
Rinnovo/Cancellazione/conclusa	Rinnovo
Genere	Dramma adolescenziale
Formato	Tratto da una serie norvegese SKAM (2015)
Casa di produzione	TIMvision, Netflix, Cross Productions
Regia	Ludovico Bessegato (st. 1-2, 4), Ludovico Di Martino (st. 3), Tiziano Russo (st. 5)
Attori principali	Ludovica Martino, Ludovico Tersigni, Benedetta Gargari
Distributore	TIMvision (st. 1 - 4) Netflix (st. 4 - in corso)
Breve riassunto	La serie è ambientata a Roma e segue le vicende di un gruppo di studenti del liceo Kennedy, tra amori, nuove amicizie, prime esperienze e party sfrenati, in una rielaborazione più soft di teen drama come Skins
Struttura della serie	
Stagioni	4
Episodi	42
Durata	20-40 minuti
Formato narrativo	Serie
Ritmo narrativo	Continuità narrativa
Trama	Prevalentemente orizzontale
Elemento di continuità	Personaggi
	La serie presenta sulla media di 10 episodi per stagione. Si focalizza sulle relazioni tra i personaggi e sullo svolgimento delle vite dei personaggi principali
Genere	Dramma adolescenziale
Sottogenere	Adolescenziale/ Romantico
Ibridazione di genere	Non presente
Linee narrative	→ Iper-narrazione

Scansione organizzativa-narrativa (rapporto tra struttura serie e le linee narrative)	Le linee narrative vengono prima di tutto suddivise in stagioni. Per poi diramarsi in linee narrative secondarie all'interno degli episodi.
Presenza di tecniche televisive (Spin-Off/Flashback etc.)	Si → presenza di Cliffhanger
Utilizzo di interviste/registrazioni/immagini	no
Quantità e rilevanza linee narrative	Quattro linee narrative portanti, che trattano la vita privata di quattro amiche (i personaggi principali). All'interno della stagione si vanno poi a presentare tutte le linee narrative secondarie altamente intrecciate tra loro.
Interazioni tra le linee narrative	Quattro linee narrative principali con interazione con linee narrative secondarie.
Personaggi	
Numero e presenza di personaggi principali	Quattro personaggi principali
Stereotipizzazione dei personaggi	Bassa
Presenza evoluzione del personaggio	Personaggi dinamici
Grado di evoluzione dei personaggi principali	Media
Presenza della figura dell'eroe/antieroe	No
Età	Giovani adolescenti
Scenario	
Location della storia	Roma
	Ambientazione liceo e città metropolitana
Mondo rappresentato	Realtà vita adolescenziale
Tematiche	
	Rapporto amorosi Rapporti di amicizia Rapporti Familiari Omosessualità Violenza Adolescenza Bullismo Droga
Numero tematiche trattate	7
Tema principale	Adolescenza
Complessità del tema	Temi complessi e intrecciati tra loro
Format	La serie è parte del franchise di Skam, che prese vita dall'omonima versione norvegese nel 2015.
Costruzione interpretativa	
Andamento dell'episodio	Narrazione con media velocità
Presenza di colpi di scena	Si
Complessità interpretativa	Bassa
Competenze richieste allo spettatore	Basse
	Non vi è la presenza di difficoltà nell'interpretazione del linguaggio oppure la necessità di conoscenze culturali o storiche. Interpretazione della tematica media.

3. Fedeltà

Informazioni generali	
Titolo originale	Fedeltà
Anno	2022
Rinnovo/cancellazione/conclusa	Non si hanno ancora informazioni
Genere	Drammatico/sentimentale
Formato	Tratto da un romanzo omonimo di Marco Missiroli
Casa di produzione	BiBi Film, Netflix
Regia	Andrea Molaioli e Stefano Cipani
Attori principali	Michele Riondino, Lucrezia Guidone, Carolina Sala
Distributore	Netflix
Breve riassunto	Tra Milano e Rimini assistiamo alla storia di una giovane coppia, Margherita e Carlo, che deve affrontare le conseguenze esplosive di un presunto tradimento.
Struttura della serie	
Stagioni	1
Episodi	6
Durata	40 minuti
Formato narrativo	Serie
Ritmo narrativo	Continuità narrativa
Trama	Orizzontale
Elemento di continuità	Personaggi
	La serie presenta pochi episodi per stagione, tutti di durata medio lunga. Si focalizza sulle relazioni tra i personaggi e sullo svolgimento delle vite dei personaggi principali
Genere	Drammatico
Sottogenere	Sentimentale
Ibridazione di genere	Non presente
Linee narrative	→ Ipo-narrazione
Scansione organizzativa-narrativa (rapporto tra struttura serie e le linee narrative)	L'episodio è strutturato a presentare la linea narrativa, che si fonda sull'evoluzione del matrimonio tra i due personaggi principali, per poi diramarsi tra le linee narrative riguardanti gli avvenimenti dei due singoli. Vi è una continuità narrativa regolare tra episodio ed episodio
Presenza di tecniche televisive (Spin-Off/Flashback etc.)	Si → Cliffhanger
Utilizzo di interviste/registrazioni/immagini	no
Quantità e rilevanza linee narrative	Una linea narrative portante: il matrimonio della giovane coppia. Vi sono inoltre due linee principali, che trattano la vita privata dei due coniugi.

Interazioni tra le linee narrative	Una linea narrative portante collegata con le linee principali.
Personaggi	
Numero e presenza di personaggi principali	Due personaggi principali: Carlo Pentecoste e Margherita Verna
Stereotipizzazione dei personaggi	Bassa
Presenza evoluzione del personaggio	Personaggi dinamici
Grado di evoluzione dei personaggi principali	Media
Presenza della figura dell'eroe/antieroe	No
Età	Adulti
Scenario	
Location della storia	Milano/rimini
	Ambientazione urbana
Mondo rappresentato	Realtà quotidiana
Tematiche	
	Vita coniugale Tradimenti – Fedeltà Scoperta di sé stessi
Numero tematiche trattate	3
Tema principale	Vita coniugale
Complessità del tema	Temi complesso ben strutturato
Format	Ispirato all'omonimo romanzo dello scrittore riminese Marco Missiroli
Costruzione interpretativa	
Andamento dell'episodio	Narrazione lenta
Presenza di colpi di scena	no
Complessità interpretativa	Bassa
Competenze richieste allo spettatore	Media
	Non vi è la presenza di difficoltà nell'interpretazione del linguaggio oppure la necessità di conoscenze culturali o storiche. Interpretazione della tematica media.

4. Baby

Informazioni generali	
Titolo originale	Baby
Anno	2018-2020
Rinnovo/Cancellazione/Conclusa	Conclusa
Genere	Drama Adolescenziale
Formato	Serie televisiva su fatti realmente accaduti
Casa di produzione	Fabula pictures
Regia	Andrea De Sica, Anna Negri (st. 1), Letizia Lamartire (st. 2-3)
Attori principali	Benedetta Porcaroli, Alice Pagani, Riccardo Mandolini
Distributore	Netflix

Breve riassunto	Chiara e Ludovica sono due adolescenti della “Roma Bene” e frequentano il liceo privato Carlo Collodi, nel quartiere dei Parioli. La loro vita apparentemente perfetta cela in realtà un’oscura esistenza, fatta di insicurezze e problemi, che porteranno le due protagoniste ad entrare nel giro della prostituzione minorile.
Struttura della serie	
Stagioni	3
Episodi	6
Durata	40-50 minuti
Formato narrativo	Serie
Ritmo narrativo	Continuità narrativa
Trama	Orizzontale
Elemento di continuità	Personaggi
	La serie presenta pochi episodi per stagione, tutti di durata medio lunga. Si focalizza sulle relazioni tra i personaggi e sullo svolgimento delle vite dei personaggi principali
Genere	Drammatico
Sottogenere	Adolescenziiale/ ispirato a una storia vera (caso giudiziario delle Baby squillo a Roma 2013)
Ibridazione di genere	Non presente
Linee narrative	➔ Iper-narrazione
Scansione organizzativa-narrativa (rapporto tra struttura serie e le linee narrative)	L’episodio è strutturato a presentare varie linee narrative che non si concludono con la fine dell’episodio e neanche della stagione. Non vi è una continuità regolare della serie. Ogni episodio inizia senza riprendere la fine di quello precedente.
Presenza di tecniche televisive (Spin-Off/Flashback etc.)	no
Utilizzo di interviste/registrazioni/immagini	no
Quantità e rilevanza linee narrative	2 linee narrative portanti: le vite private e lo sviluppo psicologico delle due minorenni Ludovica e Chiara. In secondo piano la storia di Damiano, che si presenta come linea narrativa minore. Durante la serie si vengono anche a presentare i personaggi secondari che però rimangono in secondo piano.
Interazioni tra le linee narrative	Due linee narrative principali con interazione con linee narrative secondarie. Le linee sono legate dall’interazione tra i personaggi, che per la maggior parte sono presenti in tutte le tre stagioni.
Personaggi	
Numero e presenza di personaggi principali	Due personaggi principali: Chiara e Ludovica
Stereotipizzazione dei personaggi	Elevata
Presenza evoluzione del personaggio	Personaggi dinamici

Grado di evoluzione dei personaggi principali	Media
Età	Adolescenti (16 anni)
Scenario	
Location della storia	Parioli (Roma)
	Ambientazione in un quartiere agiato
Mondo rappresentato	Realtà benestante, immersa nel lusso
Tematiche	
	Prostituzione minorile Omossessualità Abuso sui minori e violenza sessuale Rapporto tra genitori e figli Adolescenza Bullismo Droga
Numero tematiche trattate	5
Tema principale	Prostituzione minorile
Complessità del tema	Temi complessi e intrecciati tra loro
Format	Ispirato a eventi realmente accaduti
Costruzione interpretativa	
Andamento dell'episodio	Narrazione con media velocità
Presenza di colpi di scena	Si
Complessità interpretativa	Bassa
Competenze richieste allo spettatore	Media
	Non vi è la presenza di difficoltà nell'interpretazione del linguaggio oppure la necessità di conoscenze culturali o storiche. Interpretazione della tematica media.

5. Suburra - la serie

Informazioni generali	
Titolo originale	Suburra – la serie
Anno	2017-2020
Rinnovo/Cancellazione/Conclusa	Conclusa
Genere	Crime/azione/drammatico
Formato	Tratto dall'omonimo film del 2015, a sua volta tratto dal romanzo di Giancarlo De Cataldo e Carlo Bonini.
Casa di produzione	Cattleya/Rai Fiction
Regia	Michele Placido, Andrea Molaioli, Giuseppe Capotondi
Attori principali	Alessandro Borghi, Giacomo Ferrara, Filippo Nigro
Distributore	Netflix/Rai
Breve riassunto	Ambientato a Roma, inizia tutto nel febbraio del 2008, in seguito alle dimissioni del sindaco. Vi è una guerra di potere per ottenere l'assegnazione degli appalti per la costruzione

	del Porto Turistico di Roma nel quartiere di Ostia. Questo avvenimento porterà a un crocevia di interessi politici, religiosi e mafiosi. Sono presenti due famiglie da sempre rivali, gli Adami e gli Anacleti, che sono attratte dalla possibilità di ampliare il loro giro di affari. Inoltre, tra i personaggi riscontriamo il figlio corrotto di un poliziotto e la sua compagna, la quale revisiona i conti del vaticano. In questo scenario vengono a mescolarsi e scontrarsi i vari interessi dei personaggi.
Struttura della serie	
Stagioni	3
Episodi	24
Durata	40-60 minuti
Formato narrativo	Serie
Ritmo narrativo	Continuità narrativa
Trama	Orizzontale
Elemento di continuità	Azione
	La serie si focalizza sullo svolgimento della trama stessa, dando rilievo agli eventi e alle azioni dei personaggi
Genere	Crime
Sottogenere	Azione/thriller/drammatico/gangster storys
Ibridazione di genere	Presente
Linee narrative	➔ Iper-narrazione
Scansione organizzativa-narrativa (rapporto tra struttura serie e le linee narrative)	L'episodio è strutturato a presentare varie linee narrative che non si concludono con la fine dell'episodio e neanche della stagione. Non vi è una continuità regolare della serie. Ogni episodio inizia senza riprendere la fine di quello precedente.
Presenza di tecniche televisive (Spin-Off/Flashback etc.)	si
Utilizzo di interviste/registrazioni/immagini	no
Quantità e rilevanza linee narrative	Le linee narrative in tutte le stagioni si fondano su eventi iniziali principali e si diramano in lotte per il potere e vendette personali e familiari. Nella prima stagione partiranno tutte dall'assegnazione degli appalti per la costruzione del Porto Turistico di Roma nel quartiere di Ostia. Da lì si delineeranno più linee narrative, di cui le tre portanti possono riscontrarsi nei tre personaggi principali Aureliano Adami, Alberto "Spadino" Anacleti, Gabriele "Lele" Marchilli. Anche se linee narrative secondarie possono riscontrarsi nella lotta per i propri interessi della chiesa, portavoce Sara Monaschi, revisore contabile della commissione del Vaticano, del criminale

	Samurai e del politico Amedeo Cinaglia. La seconda stagione invece riprende le linee narrative precedenti ma dopo tre mesi e con l'avvento dell'elezioni del sindaco di Roma (2008). La terza stagione legato più uniformemente alla seconda riprende la narrazione.
Interazioni tra le linee narrative	Le linee narrative si intrecciano tra loro dando importanza soprattutto agli eventi.
Personaggi	
Numero e presenza di personaggi principali	Sei personaggi principali: Aureliano Adami Alberto "Spadino" Anacleti Gabriele "Lele" Marchilli Valerio "samurai" Amedeo Cinaglia Sara Monaschi
Stereotipizzazione dei personaggi	Bassa-Media
Presenza evoluzione del personaggio	Personaggi dinamici
Grado di evoluzione dei personaggi principali	Elevata
Presenza della figura dell'eroe/antieroe	Si, la figura dell'antieroe
Età	Adulti
Scenario	
Location della storia	Roma
	Ambientazione metropolitana, si incentra sia nelle zone periferiche che centrali
Mondo rappresentato	Realtà mafiosa, corrotta. Politica e religione. Collegato a fatti realmente accaduti.
Tematiche	
	Corruzione Mafia capitale Lato oscuro del Vaticano Prostituzione Illegalità (politica) Potere Droga
Numero tematiche trattate	7
Tema principale	Mafia
Complessità del tema	Temi complessi e intrecciati
Format	Prequel del Film "Suburra" di Stefano Sollima del 2015, a sua volta ispirato all'omonimo libro di Giancarlo De Cataldo e Carlo Bonini.
Costruzione interpretativa	
Andamento dell'episodio	Narrazione con alta velocità
Presenza di colpi di scena	Si
	Presenza di Spin-off e Flash Forward
Complessità interpretativa	Media
Competenze richieste allo spettatore	Media

	Non vi è la presenza di difficoltà nell'interpretazione del linguaggio, anche se presente l'utilizzo del dialetto romano. Vi è collegamento a eventi storici avvenuti, ma non minano la comprensione degli avvenimenti principali.
--	--

6. Summertime

Informazioni Generali	
Titolo originale	Summertime
Anno	2020
Rinnovo/cancellazione/conclusa	Non si hanno ancora informazioni
Genere	Drama adolescenziale
Formato	Serie televisiva originale
Casa di produzione	Cattleya
Regia	Francesco Lagi, Lorenzo Sportiello
Attori principali	Coco Rebecca Edogamhe, Ludovico Tersigni, Amanda Campana
Distributore	Netflix
Breve riassunto	Tutto verte sulla storia adolescenziale dei due protagonisti della serie Summer e Ale, due ragazzi con uno stile di vita opposto. Summer è una ragazza molto introversa, odia l'estate e anche per questo motivo lavora anziché riposarsi dopo un anno di scuola. Alessandro è un ragazzo romano, pilota professionista di moto, in eterno conflitto con il padre da cui si allontana per trovare il suo percorso sportivo in Spagna. I due protagonisti si innamorano, ma dovranno affrontare varie sfide, tra cui la lontananza, la leggerezza estiva e la spensieratezza e immaturità della loro età.
Struttura della serie	
Stagioni	3
Episodi	24
Durata	40-50 minuti
Formato narrativo	Serie
Ritmo narrativo	Continuità narrativa
Trama	Orizzontale
Elemento di continuità	Relazioni tra i personaggi
	La serie si focalizza sulle relazioni dei due personaggi principali
Genere	Dramma adolescenziale
Sottogenere	Teen-story/adolescenziale/romantico
Ibridazione di genere	Non presente
Linee narrative	➔ Ipo-narrazione
Scansione organizzativa-narrativa (rapporto tra struttura serie e le linee narrative)	L'episodio è strutturato con le linee narrative che non si interrompono con la fine

	dell'episodio o della stagione. Vi è una continuità narrativa regolare della serie.
Presenza di tecniche televisive (Spin-Off/Flashback etc.)	no
Utilizzo di interviste/registrazioni/immagini	no
Quantità e rilevanza linee narrative	L'episodio è strutturato a presentare due linee narrative principali, legate ai due personaggi: Alessandro Alba e Summer Bennati. Vi sono anche linee narrative secondarie collegati agli altri personaggi adolescenti.
Interazioni tra le linee narrative	Le linee narrative si intrecciano tra loro dando importanza ai personaggi nella loro evoluzione psicologica.
Personaggi	
Numero e presenza di personaggi principali	Due personaggi principali: Alessandro Alba Summer Bennati
Stereotipizzazione dei personaggi	Alta-media
Presenza evoluzione del personaggio	Personaggi dinamici
Grado di evoluzione dei personaggi principali	Media
Presenza della figura dell'eroe/antieroe	No
Età	Adolescenti
Scenario	
Location della storia	Marina di Ravenna e Cesenatico
	Ambientazione vacanze estive, luoghi balneari
Mondo rappresentato	Gruppo di adolescenti durante il periodo estivo.
Tematiche	
	Rapporti amorosi Amicizie Rapporti familiari Crescita personale
Numero tematiche trattate	4
Tema principale	Maturità
Complessità del tema	Temi complessi trattati in maniera leggera
Format	Liberamente ispirata alla storia raccontata da Federico Moccia in Tre Metri Sopra il Cielo
Costruzione interpretativa	
Andamento dell'episodio	Narrazione con media velocità
Presenza di colpi di scena	no
Complessità interpretativa	Bassa
Competenze richieste allo spettatore	Basse
	Non vi è la presenza di difficoltà nell'interpretazione del linguaggio, ne necessità di conoscenze o competenze culturali.

7. Incastrati

Informazioni Generali	
Titolo originale	Incastrati
Anno	2022
Rinnovo/cancellazione/conclusa	Rinnovo
Genere	Commedia/ Crime
Formato	Serie originale ideata da Ficarra e Picone
Casa di produzione	Tramp Limited LTD
Regia	Salvatore Ficarra, Valentino Picone
Attori principali	Salvo Ficarra, Valentino Picone, Anna Favella
Distributore	Netflix
Breve riassunto	Due sfortunati tecnici della TV si ritrovano per caso sulla scena di un delitto e per evitare di essere sospettati finiscono per mettersi sempre più nei guai.
Struttura della serie	
Stagioni	1
Episodi	6
Durata	20-30 minuti
Formato narrativo	Serie
Ritmo narrativo	Continuità narrativa
Trama	orizzontale
Elemento di continuità	azioni
	La serie si focalizza sulle peripezie dei due protagonisti
Genere	Commedia
Sottogenere	Crime
Ibridazione di genere	Presente (Crime-comedy)
Linee narrative	➔ Iper-narrazione
Scansione organizzativa-narrativa (rapporto tra struttura serie e le linee narrative)	L'episodio è strutturato con le linee narrative che non si interrompono con la fine dell'episodio. Vi è una continuità narrativa regolare della serie.
Presenza di tecniche televisive (Spin-Off/Flashback etc.)	si
Utilizzo di interviste/registrazioni/immagini	no
Quantità e rilevanza linee narrative	La stagione tratta una linea narrativa portante (evitare di essere incriminati per un delitto non commesso) a cui poi si diramano le linee secondarie riguardanti la vita privata e le relazioni dei due protagonisti: Salvo e Valentino.
Interazioni tra le linee narrative	Le linee narrative si intrecciano tra loro, dando così luce anche ai personaggi.
Personaggi	
Numero e presenza di personaggi principali	Due personaggi principali: Salvo e Valentino
Stereotipizzazione dei personaggi	Bassa-media

Presenza evoluzione del personaggio	Personaggi statici
Grado di evoluzione dei personaggi principali	Media
Presenza della figura dell'eroe/antieroe	No
Età	Adulti
Scenario	
Location della storia	Sicilia (Palermo e dintorni)
	Ambientazione periferia/ piccoli paesi
Mondo rappresentato	Rappresentazione leggera della realtà siciliana
Tematiche	
	Mafia Corruzione
Numero tematiche trattate	2
Tema principale	Mafia
Complessità del tema	Temi complessi trattati in maniera leggera
Format	Ideato dai due comici Ficarra e Picone
Costruzione interpretativa	
Andamento dell'episodio	Narrazione con media velocità
Presenza di colpi di scena	sì
Complessità interpretativa	Bassa
Competenze richieste allo spettatore	Basse
	Non vi è la presenza di difficoltà nell'interpretazione del linguaggio, né necessità di conoscenze o competenze culturali.

8. Luna Nera

Informazioni generali	
Titolo originale	Luna nera
Anno	2020-2021
Rinnovo/cancellazione/conclusa	Cancellazione
Genere	Fantasy/Drammatico/azione/storico
Formato	Basato sulla trilogia di romanzi "Le città perdute" di Tiziana Triana.
Casa di produzione	Fandango
Regia	Francesca Comencini, Susanna Nicchiarelli, Paola Randi
Attori principali	Antonia Fofaris, Giorgio Belli, Manuela Mandracchia
Distributore	Netflix
Breve riassunto	Italia, XVII secolo: un'adolescente scopre il suo destino in una famiglia di streghe, mentre il padre del suo ragazzo le dà la caccia accusandola di stregoneria.
Struttura della serie	
Stagioni	1
Episodi	6
Durata	40-50 minuti
Formato narrativo	Serie

Ritmo narrativo	Continuità narrativa
Trama	Orizzontale
Elemento di continuità	Azione
	La serie si focalizza sulla evoluzione dei personaggi
Genere	Fantasy
Sottogenere	Drammatico/azione/Storico
Ibridazione di genere	Presente (fantasy-drama)
Linee narrative	→ Iper-narrazione
Scansione organizzativa-narrativa (rapporto tra struttura serie e le linee narrative)	L'episodio è strutturato con le linee narrative che non si interrompono con la fine dell'episodio. Vi è una continuità narrativa regolare della serie.
Presenza di tecniche televisive (Spin-Off/Flashback etc.)	si
Utilizzo di interviste/registrazioni/immagini	no
Quantità e rilevanza linee narrative	La stagione tratta una linea narrativa portante (cercare di fermare la fine del mondo) a cui poi si diramano le linee secondarie riguardanti la caccia le streghe e le intrecciate vite delle singole streghe, con particolare riferimento alla protagonista.
Interazioni tra le linee narrative	Le linee narrative si intrecciano tra loro, dando così luce anche ai personaggi.
Personaggi	
Numero e presenza di personaggi principali	Vi è un personaggio principale su cui gira la serie
Stereotipizzazione dei personaggi	Media
Presenza evoluzione del personaggio	Personaggi dinamici
Grado di evoluzione dei personaggi principali	Media
Presenza della figura dell'eroe/antieroe	No
Età	Giovani-Adulti
Scenario	
Location della storia	Lazio
	Ambientazione medievale (600d.C.)
Mondo rappresentato	Rappresentazione di un mondo magico e fantastico
Tematiche	
	Storia d'amore sofferta tra due giovani legati a fazioni ostili Stregoneria Femminismo
Numero tematiche trattate	3
Tema principale	femminismo
Complessità del tema	Temi complessi
Format	Basata sulla trilogia di romanzi "Le città perdute" di Tiziana Triana.
Costruzione interpretativa	

Andamento dell'episodio	Narrazione con media velocità
Presenza di colpi di scena	si
Complessità interpretativa	Bassa
Competenze richieste allo spettatore	Medie
	Non vi è la presenza di difficoltà nell'interpretazione del linguaggio, né necessità di conoscenze o competenze culturali, però vengono utilizzate magie, per cui si deve essere seguita la serie per comprenderla.

9. Luna Park

Informazioni generali	
Titolo originale	Luna park
Anno	2021
Rinnovo/cancellazione/conclusa	Non si hanno ancora informazioni
Genere	Drammatico romantico
Formato	Serie originale ideata da Isabella Aguilar
Casa di produzione	Fandango
Regia	Leonardo D'Agostini, Anna Negri
Attori principali	Simona Tabasco, Alessio Lapice, Lia Grieco
Distributore	Netflix
Breve riassunto	La serie è ambientata a Roma negli anni '60. All'interno di un parco giochi il destino fa incontrare due giovani ragazze: Nora, appartenente a una famiglia di giostrai, e Rosa, nata in una famiglia benestante. Il passato delle due è più intrecciato di quanto non si immaginino: il loro incontro unirà differenti generazioni portando alla luce intrighi, segreti, e la scoperta dell'amore.
Struttura della serie	
Stagioni	1
Episodi	6
Durata	40-50 minuti
Formato narrativo	Serie
Ritmo narrativo	Continuità narrativa
Trama	Orizzontale
Elemento di continuità	Evoluzione personaggio
	La serie si focalizza sulla evoluzione dei personaggi
Genere	Drammatico
Sottogenere	Sentimentale
Ibridazione di genere	Non presente
Linee narrative	➔ Iper-narrazione
Scansione organizzativa-narrativa (rapporto tra struttura serie e le linee narrative)	L'episodio è strutturato con le linee narrative che non si interrompono con la fine dell'episodio. Vi è una continuità narrativa regolare della serie.

Presenza di tecniche televisive (Spin-Off/Flashback etc.)	si
Utilizzo di interviste/registrazioni/immagini	no
Quantità e rilevanza linee narrative	La stagione tratta una linea narrativa portante (la ricongiunzione di due gemelle separate alla nascita), vi sono poi altre linee narrative intrecciate a quest'ultima.
Interazioni tra le linee narrative	Le linee narrative si intrecciano tra loro, dando così luce anche ai personaggi.
Personaggi	
Numero e presenza di personaggi principali	Vi sono due personaggi principali: Nora Marini e Rosa Gabrielli
Stereotipizzazione dei personaggi	Media
Presenza evoluzione del personaggio	Personaggi dinamici
Grado di evoluzione dei personaggi principali	Bassa
Presenza della figura dell'eroe/antieroe	No
Età	Giovani-Adulti
Scenario	
Location della storia	Roma
	Ambientazione Roma anni 60 (sfondo guerra/fascismo)
Mondo rappresentato	Rappresentazione vita quotidiana
Tematiche	
	Famiglia Sorellanza Rapporti amorosi
Numero tematiche trattate	3
Tema principale	Famiglia
Complessità del tema	Temi complessi trattati in maniera leggera
Format	Ideata e scritta da Isabella Aguilar (produzione originale)
Costruzione interpretativa	
Andamento dell'episodio	Narrazione con media velocità
Presenza di colpi di scena	si
	Presenza di prequel
Complessità interpretativa	Bassa
Competenze richieste allo spettatore	Basse
	Non vi è la presenza di difficoltà nell'interpretazione del linguaggio, né necessità di conoscenze o competenze culturali.

10. Generazione 56K

Informazioni generali	
Titolo originale	Generazione 56K
Anno	2021
Rinnovo/cancellazione/conclusa	Non si hanno ancora informazioni
Genere	Commedia romantica

Formato	Serie originale ideata da F. Ebbasta
Casa di produzione	Cattleya
Regia	Francesco Ebbasta, Alessio Maria Federici
Attori principali	Angelo Spagnoletti, Cristina Cappelli, Alfredo Cerrone
Distributore	Netflix
Breve riassunto	Un incontro casuale porta due trentenni a ricordare il 1998, l'anno della loro prima tempesta ormonale e della svolta epocale portata da Internet nelle loro vite.
Struttura della serie	
Stagioni	1
Episodi	8
Durata	30 minuti
Formato narrativo	Serie
Ritmo narrativo	Continuità narrativa
Trama	Orizzontale
Elemento di continuità	Evoluzione personaggio
	La serie si focalizza sulla evoluzione dei personaggi
Genere	Commedia
Sottogenere	Sentimentale
Ibridazione di genere	Non presente
Linee narrative	➔ Iper-narrazione
Scansione organizzativa-narrativa (rapporto tra struttura serie e le linee narrative)	L'episodio è strutturato con le linee narrative che non si interrompono con la fine dell'episodio. Vi è una continuità narrativa regolare della serie.
Presenza di tecniche televisive (Spin-Off/Flashback etc.)	si
Utilizzo di interviste/registrazioni/immagini	no
Quantità e rilevanza linee narrative	La stagione tratta una linea narrativa portante (la ricongiunzione di due amici d'infanzia che successivamente s'innamorano), vi sono poi altre linee narrative intrecciate tra cui la linea narrativa che racconta la lor infanzia.
Interazioni tra le linee narrative	Le linee narrative si intrecciano tra loro, dando così luce anche ai personaggi.
Personaggi	
Numero e presenza di personaggi principali	Vi sono due personaggi principali: Daniel Mottola e Matilda Pastore
Stereotipizzazione dei personaggi	Media
Presenza evoluzione del personaggio	Personaggi dinamici
Grado di evoluzione dei personaggi principali	Bassa
Presenza della figura dell'eroe/antieroe	No
Età	Giovani-Adulti
Scenario	
Location della storia	Napoli e Isola di Procida

	Ambientazione urbana di Napoli sia di oggi che degli anni 90
Mondo rappresentato	Realtà rappresentata vita quotidiana e l'avvento di internet
Tematiche	
	Rapporti amorosi Rapporti d'amicizia Avvento della tecnologia/internet
Numero tematiche trattate	3
Tema principale	Rapporto romantico/tecnologia
Complessità del tema	Temi complessi trattati in maniera leggera
Format	Ideata e scritta da Francesco Ebbasta (produzione originale)
Costruzione interpretativa	
Andamento dell'episodio	Narrazione con media velocità
Presenza di colpi di scena	No
	Presenza di prequel
Complessità interpretativa	Bassa
Competenze richieste allo spettatore	Basse
	Non vi è la presenza di difficoltà nell'interpretazione del linguaggio, ne necessità di conoscenze o competenze culturali.

11. Strappare lungo i bordi

Informazioni generali	
Titolo originale	Strappare lungo i bordi
Anno	2021
Rinnovo/cancellazione/conclusa	Non si hanno ancora informazioni
Genere	Commedia/ animazione
Formato	Serie originale tratta da un fumetto di Michele Rech
Casa di produzione	Movimenti Production/Bao Publishing
Regia	Zerocalcare
Attori principali	Zerocalcare, Valerio Mastandrea, Paolo Vivio, Chiara Gioncardi
Distributore	Netflix
Breve riassunto	Un fumettista romano la cui coscienza prende le forme di un armadillo riflette sulla sua vita e un amore mancato mentre con due amici si reca fuori città.
Struttura della serie	
Stagioni	1
Episodi	6
Durata	15-20 minuti
Formato narrativo	Serie
Ritmo narrativo	Continuità narrativa
Trama	Prevalentemente verticale
Elemento di continuità	Evoluzione personaggio

	La serie si focalizza sulla evoluzione dei personaggi
Genere	Animazione
Sottogenere	Commedia
Ibridazione di genere	Non presente
Linee narrative	➔ Iper-narrazione
Scansione organizzativa-narrativa (rapporto tra struttura serie e le linee narrative)	L'episodio è strutturato con varie linee narrative, che hanno sia conclusione dell'episodio sia a fine della stagione. Vi è una continuità narrativa regolare della serie.
Presenza di tecniche televisive (Spin-Off/Flashback etc.)	si
Utilizzo di interviste/registrazioni/immagini	no
Quantità e rilevanza linee narrative	La stagione tratta una linea narrativa portante (il viaggio tra Zerocalcare e i suoi due amici), vi sono poi altre linee narrative secondarie intrecciate.
Interazioni tra le linee narrative	Le linee narrative si intrecciano tra loro, dando così luce anche ai personaggi.
Personaggi	
Numero e presenza di personaggi principali	4 personaggi principali: Zerocalcare, Sarah, Secco, Armadillo
Stereotipizzazione dei personaggi	Bassa
Presenza evoluzione del personaggio	Personaggi dinamico
Grado di evoluzione dei personaggi principali	media
Presenza della figura dell'eroe/antieroe	No
Età	Giovani
Scenario	
Location della storia	Roma
	Ambientazione periferia Roma
Mondo rappresentato	Realtà rappresentata vita quotidiana
Tematiche	
	Rapporti amorosi Rapporti d'amicizia Maturità dall'adolescenza Critica velata al patriarcato la precarietà lavorativa ed esistenziale Fragilità psicologica Stereotipi sociali Violenza psicologica e fisica violenza sulle donne Dramma del suicidio.
Numero tematiche trattate	10
Tema principale	Maturità
Complessità del tema	Temi complessi trattati in maniera ironica e leggera
Format	Scritta e diretta da Zerocalcare (fumettista)
Costruzione interpretativa	

Andamento dell'episodio	Narrazione veloce
Presenza di colpi di scena	si
	Presenza di Flashback
Complessità interpretativa	Bassa
Competenze richieste allo spettatore	Basse
	Non vi è la presenza di difficoltà nell'interpretazione del linguaggio, né necessità di conoscenze o competenze culturali.

12. Vendetta: Guerra nell'antimafia

Informazioni generali	
Titolo originale	Vendetta: guerra nell'antimafia
Anno	2021
Rinnovo/cancellazione/conclusa	Conclusa
Genere	Documentario serie
Formato	Tratto da fatti realmente accaduti
Casa di produzione	Mon Amour Films, Nutopia
Regia	Ruggero Di Maggio, Davide Gambino
Attori principali	Pino Maniaci, Silvana Saguto
Distributore	Netflix
Breve riassunto	Ricostruisce le vicende umane e processuali, ma anche lo scontro, tra Pino Maniaci e Silvana Saguto, due personalità di spicco dell'antimafia che, nel corso della loro vita professionale, si sono trovate coinvolte in situazioni controverse e accusate di reati contro cui esse stesse dovevano combattere
Struttura della serie	
Stagioni	1
Episodi	6
Durata	35-45 minuti
Formato narrativo	Miniserie
Ritmo narrativo	Continuità narrativa
	Prevalentemente orizzontale
Elemento di continuità	azioni
	La serie si focalizza sulle vicende umane e processuali dei due personaggi principali
Genere	Documentario
Sottogenere	Crime/Drammatico
Ibridazione di genere	Non presente
Linee narrative	➔ Iper-narrazione
Scansione organizzativa-narrativa (rapporto tra struttura serie e le linee narrative)	L'episodio è strutturato con varie linee narrative, che vertono sui due personaggi principali.
Presenza di tecniche televisive (Spin-Off/Flashback etc.)	no
Utilizzo di interviste/registrazioni/immagini	si

Quantità e rilevanza linee narrative	La stagione tratta una linea narrativa portante (il conflitto tra due figure importanti dell'antimafia), vi sono poi altre linee narrative secondarie intrecciate, che invece vanno a trattare la vita privata dei singoli personaggi.
Interazioni tra le linee narrative	Le linee narrative si intrecciano tra loro, dando così luce anche ai personaggi.
Personaggi	
Numero e presenza di personaggi principali	2 personaggi principali: Pino Maniaci e Silvana Saguto
Stereotipizzazione dei personaggi	Bassa
Presenza evoluzione del personaggio	Personaggi dinamici
Grado di evoluzione dei personaggi principali	basso
Presenza della figura dell'eroe/antieroe	No
Età	Adulti
Scenario	
Location della storia	Sicilia
	Ambientazione urbana
Mondo rappresentato	Realtà rappresenta caso giudiziario
Tematiche	
	L'ambiguità del bene Antimafia Mafia Giustizia e sistema giudiziario Potere Mediatico
Numero tematiche trattate	4
Tema principale	Antimafia
Complessità del tema	Temi complessi
Format	Eventi realmente accaduti
Costruzione interpretativa	
Andamento dell'episodio	Narrazione lenta
Presenza di colpi di scena	si
	Presenza di Flashback/interviste
Complessità interpretativa	Media
Competenze richieste allo spettatore	Media
	Non vi è la presenza di difficoltà nell'interpretazione del linguaggio, né necessità di conoscenze o competenze culturali. Conoscenza della storia tra la Sicilia e la mafia e situazione durante quelli anni.

13. Curon

Informazioni generali	
Titolo originale	Curon
Anno	2020
Rinnovo/cancellazione/conclusa	Non si hanno ancora informazioni
Genere	Fantasy/ adolescenziale/drama

Formato	Serie originale ideata da creata da Ezio Abbate, Ivano Fachin, Giovanni Galassi e Tommaso Matano
Casa di produzione	Indiana Production
Regia	Fabio Mollo, Lyda Patitucci
Attori principali	Valeria Bilello, Luca Lionello, Federico Russo
Distributore	Netflix
Breve riassunto	Anna Raina, una donna milanese, fa ritorno dopo 17 anni di assenza nel paese natio di Curon, piccola località di montagna sulle rive di un lago su cui circolano strane leggende, insieme ai figli gemelli adolescenti Mauro e Daria. Nonostante i tentativi di dissuasione del nonno Thomas, la famiglia si stabilisce nell'inquietante albergo di quest'ultimo. Anna scompare misteriosamente; nel tentativo di ritrovarla, i gemelli scoprono i numerosi misteri del paese e sono costretti ad affrontare un'oscura eredità familiare.
Struttura della serie	
Stagioni	1
Episodi	7
Durata	40-50 minuti
Formato narrativo	Serie
Ritmo narrativo	Continuità narrativa
Trama	Orizzontale
Elemento di continuità	Azione
	La serie si focalizza sull'evoluzione della storia
Genere	Fantasy
Sottogenere	Drammatico/horror/crime/adolescenziale
Ibridazione di genere	Presente (fantasy drama)
Linee narrative	→ Iper-narrazione
Scansione organizzativa-narrativa (rapporto tra struttura serie e le linee narrative)	L'episodio è strutturato con la linea narrativa portante. Le linee narrative non si concludono con la fine dell'episodio. Vi è una continuità narrativa regolare della serie.
Presenza di tecniche televisive (Spin-Off/Flashback etc.)	si
Utilizzo di interviste/registrazioni/immagini	no
Quantità e rilevanza linee narrative	La stagione tratta una linea narrativa portante (la ricerca da parte dei gemelli Daria e Mauro), vi sono poi altre linee narrative secondarie intrecciate.
Interazioni tra le linee narrative	Le linee narrative si intrecciano tra loro, dando così luce anche ai personaggi.
Personaggi	
Numero e presenza di personaggi principali	2 personaggi principali: Daria e Mauro Raina
Stereotipizzazione dei personaggi	media
Presenza evoluzione del personaggio	Personaggi dinamici

Grado di evoluzione dei personaggi principali	media
Presenza della figura dell'eroe/antieroe	No
Età	Giovani
Scenario	
Location della storia	Curon (Alto Adige)
	Ambientazione montagna/lagunare
Mondo rappresentato	Mondo fantastico
Tematiche	
	Rapporti familiari problematici Emarginazione Rapporti amorosi Omosessualità
Numero tematiche trattate	4
Tema principale	Rapporti problematici familiari
Complessità del tema	Temi complessi
Format	Ideata da Ezio Abbate, Ivano Fachin, Giovanni Galassi, Tommaso Matano (produzione originale)
Costruzione interpretativa	
Andamento dell'episodio	Narrazione veloce
Presenza di colpi di scena	si
Complessità interpretativa	Bassa
Competenze richieste allo spettatore	media
	Non vi è la presenza di difficoltà nell'interpretazione del linguaggio (anche se in alcune scene viene parlato tedesco essendo la località al limite), Nelle parti in cui viene utilizzato il tedesco vi è la possibile usufruizione dei sottotitoli. Non vi è la necessità di conoscenze o competenze culturali.

14. Zero

Informazioni generali	
Titolo Originale	Zero
Anno	2021
Rinnovo/Cancellazione	Cancellazione
Genere	Fantasy drammatico Adolescenziale
Formato	Ispirato al romanzo "Non ho mai avuto la mia età di Antonio Dikele Distefano".
Casa di produzione	Fabula Pictures e Red Joint
Regia	Paola Randi, Ivan Silvestrini, Margherita Ferri, Mohamed Hossameldin
Attori principali	Giuseppe Dave Seke, Haroun Fall, Beatrice Grannò
Distributore	Netflix
Breve riassunto	Omar è un ragazzo italiano di seconda generazione di origini senegalesi che vive in

	una periferia di Milano. Timido al punto di sentirsi invisibile: ciò si trasforma in uno straordinario superpotere, che lo rende davvero invisibile quando prova forti emozioni. La sua storia si intreccia con quella di altri ragazzi che vivono come lui nel Barrio e vogliono preservare la loro casa e il quartiere dove sono cresciuti, minacciato dalla speculazione edilizia
Struttura della serie	
Stagioni	1
Episodi	8
Durata	20-30 minuti
Formato narrativo	Serie
Ritmo narrativo	Continuità narrativa
Trama	Orizzontale
Elemento di continuità	Personaggi
	La serie si focalizza sull'evoluzione dei personaggi
Genere	Fantasy
Sottogenere	Drammatico/adolescenziale/commedia
Ibridazione di genere	Presente (Fantasy drammatico)
	Toni fumettistici/presenza di dinamiche superomistiche
Linee narrative	→ Iper-narrazione
Scansione organizzativa-narrativa (rapporto tra struttura serie e le linee narrative)	L'episodio è strutturato con la linea narrativa portante. Le linee narrative non si concludono con la fine dell'episodio. La struttura narrativa abbastanza lineare, vi è la presenza di flashback.
Presenza di tecniche televisive (Spin-Off/Flashback etc.)	Flashback
Quantità e rilevanza linee narrative	La stagione tratta una linea narrativa portante (la crescita e la vita privata di Zero, ragazzo italiano con origini senegalesi), vi sono poi altre linee narrative secondarie intrecciate, che trattano il gruppo di amici.
Interazioni tra le linee narrative	Le linee narrative si intrecciano tra loro, dando così luce anche ai personaggi.
Personaggi	
Numero e presenza di personaggi principali	1 personaggi principali: Zero/Omar
Stereotipizzazione dei personaggi	Media-alta
Presenza evoluzione del personaggio	Personaggi dinamici
Grado di evoluzione dei personaggi principali	media
Presenza della figura dell'eroe/antieroe	Si (presenza della figura dell'eroe che si identifica con il personaggio principale, Omar) → simbolo del "supereroe italiano" la maglietta con la scritta 0 Super-potere è l'invisibilità

Età	Giovani
Scenario	
Location della storia	Milano
	Ambientazione periferia milanese (barrio)
Mondo rappresentato	Mondo fantastico collegato alla quotidianità
Tematiche	
	Italiani di seconda generazione Diversità Vita di periferia di una grande città Razzismo Emarginazione Impegno sociale Rapporti amorosi Rapporti d'amicizia
Numero tematiche trattate	8
Tema principale	Italiani di seconda generazione
Complessità del tema	Temi complessi
Format	Liberamente ispirata al romanzo "Non ho mai avuto la mia età" di Antonio Dikele Distefano.
Costruzione interpretativa	
Andamento dell'episodio	Narrazione lenta
Presenza di colpi di scena	si
Complessità interpretativa	Bassa
Competenze richieste allo spettatore	Basse
	Non vi è la presenza di difficoltà nell'interpretazione del linguaggio, ne vi è la necessità di conoscenze o competenze culturali.

15. SanPa: Luci e tenebre di San Patrignano

Informazioni generali	
Titolo originale	SanPa: Luci e tenebre di San Patrignano
Anno	2020
Rinnovo/Cancellazione/Conclusa	Conclusa
Genere	Documentario Serie
Formato	Basato su eventi realmente accaduti
Casa di produzione	42
Regia	Cosima Spender
Attori principali	Vincenzo Muccioli
Distributore	Netflix
Breve riassunto	Attraverso testimonianze e immagini di repertorio, la docu-serie racconta la controversa storia della comunità di recupero di San Patrignano fondata da Vincenzo Muccioli nel 1978, a Coriano, in provincia di Rimini, dalla fondazione alla morte dell'imprenditore. La docu-serie è stata realizzata attraverso 180 ore di interviste e con le immagini tratte da 51

	differenti archivi per ricostruire la storia in modo fattuale e accurato.
Struttura della serie	
Stagioni	1
Episodi	5
Durata	60 minuti
Formato narrativo	Miniserie
Ritmo narrativo	Continuità narrativa
Trama	Orizzontale
Elemento di continuità	Azioni
	La serie si focalizza sull'evoluzione della storia di San Patrignano
Genere	Documentario
Sottogenere	Storico/drammatico
Ibridazione di genere	Non presente
Linee narrative	→ Iper-narrazione
Scansione organizzativa-narrativa (rapporto tra struttura serie e le linee narrative)	L'episodio è strutturato con la linea narrativa portante legate da linee narrative secondarie minori. La struttura narrativa è lineare. Ogni episodio rappresenta una fase della storia. Solitamente gli episodi concludono con "cliffhanger"
Presenza di tecniche televisive (Spin-Off/Flashback etc.)	no
Utilizzo di interviste/registrazioni/immagini	Si → utilizzo di interviste e immagini/video
Quantità e rilevanza linee narrative	La stagione tratta una linea narrativa portante (la storia di San Patrignano e il suo fondatore Vincenzo Muccioli).
Interazioni tra le linee narrative	Le linee narrative si intrecciano tra loro per dare risvolto soprattutto agli eventi successi.
Personaggi	
Numero e presenza di personaggi principali	1 personaggi principali: Vincenzo Muccioli
Stereotipizzazione dei personaggi	Bassa
Presenza evoluzione del personaggio	Personaggi statico
Grado di evoluzione dei personaggi principali	Bassa
Presenza della figura dell'eroe/antieroe	No
Età	Adulti
Scenario	
Location della storia	Rimini (Coriano)
	Ambientazione comunità di recupero per tossicodipendenti
Mondo rappresentato	Realtà sulla tossicodipendenza e il recupero
Tematiche	
	Tossicodipendenza Droga Comunità e riabilitazione Emarginazione Pregiudizi e convinzioni

	Libertà individuale
Numero tematiche trattate	6
Tema principale	Tossicodipendenza
Complessità del tema	Temi complessi
Format	Basata su fatti realmente accaduti
Costruzione interpretativa	
Andamento dell'episodio	Narrazione lenta
Presenza di colpi di scena	sì
Complessità interpretativa	Bassa
Competenze richieste allo spettatore	Media
	Non vi è la presenza di difficoltà nell'interpretazione del linguaggio. Vi è però la necessità minima della conoscenza del periodo storico di cui tratta la serie.

16. Alessandro Cattelan - Una semplice domanda

Informazioni generali	
Titolo originale	Alessandro Cattelan -Una semplice domanda
Anno	2022
Rinnovo/cancellazione/conclusa	Non si hanno ancora informazioni
Genere	Documentario talk Show
Formato	Ideato da Alessandro Cattelan
Casa di produzione	Netflix, Fremantle
Regia	Bellone-Consonni
Attori principali	Alessandro Cattelan
Distributore	Netflix
Breve riassunto	Alessandro Cattelan cerca di scoprire come essere felici attraverso interviste ed esperienze uniche con personaggi famosi come Paolo Sorrentino e Roberto Baggio
Struttura della serie	
Stagioni	1
Episodi	5
Durata	60 minuti
Formato narrativo	Docu-serie
Ritmo narrativo	Continuità narrativa
Trama	Prevalentemente verticale
Elemento di continuità	Personaggi
	La serie si focalizza sulle storie dei personaggi
Genere	Documentario
Sottogenere	Talk show / commedia
Ibridazione di genere	Presente (Documentario – Talk Show)
Linee narrative	➔ Ipo-narrazione
Scansione organizzativa-narrativa (rapporto tra struttura serie e le linee narrative)	L'episodio è strutturato con la linea narrativa portante legate da linee narrative secondarie. La struttura narrativa non è lineare. Ogni episodio risponde a una domanda diversa,

	sempre collegate alla domanda iniziale. Solitamente la linea narrativa secondaria si conclude con l'episodio.
Presenza di tecniche televisive (Spin-Off/Flashback etc.)	no
Utilizzo di interviste/registrazioni/immagini	no
Quantità e rilevanza linee narrative	La stagione tratta una linea narrativa portante che è "cos'è la felicità"
Interazioni tra le linee narrative	Le linee narrative si intrecciano tra loro per dare risvolto soprattutto alla domanda principale.
Personaggi	
Numero e presenza di personaggi principali	1 personaggi principali: Alessandro Cattelan
Stereotipizzazione dei personaggi	Bassa
Presenza evoluzione del personaggio	Personaggi statici
Grado di evoluzione dei personaggi principali	Bassa
Presenza della figura dell'eroe/antieroe	No
Età	Adulti
Scenario	
Location della storia	Italia/Estero
	Ambientazioni molteplici (urbane/campagna/estero)
Mondo rappresentato	Realtà quotidiani differenti
Tematiche	
	Ricerca della felicità Legame con la natura Lotta contro le avversità della vita Giovani coppie pronte al matrimonio Giovinezza
Numero tematiche trattate	5
Tema principale	Ricerca della felicità
Complessità del tema	Temi complessi trattati in maniera comica-drammatica
Format	Basata su personaggi reali
Costruzione interpretativa	
Andamento dell'episodio	Narrazione di media velocità
Presenza di colpi di scena	no
Complessità interpretativa	Bassa
Competenze richieste allo spettatore	Bassa
	Non vi è la presenza di difficoltà nell'interpretazione del linguaggio. Non vi è la necessità della conoscenze particolari o di competenza culturale

1.3 Strumento per l'analisi comparata

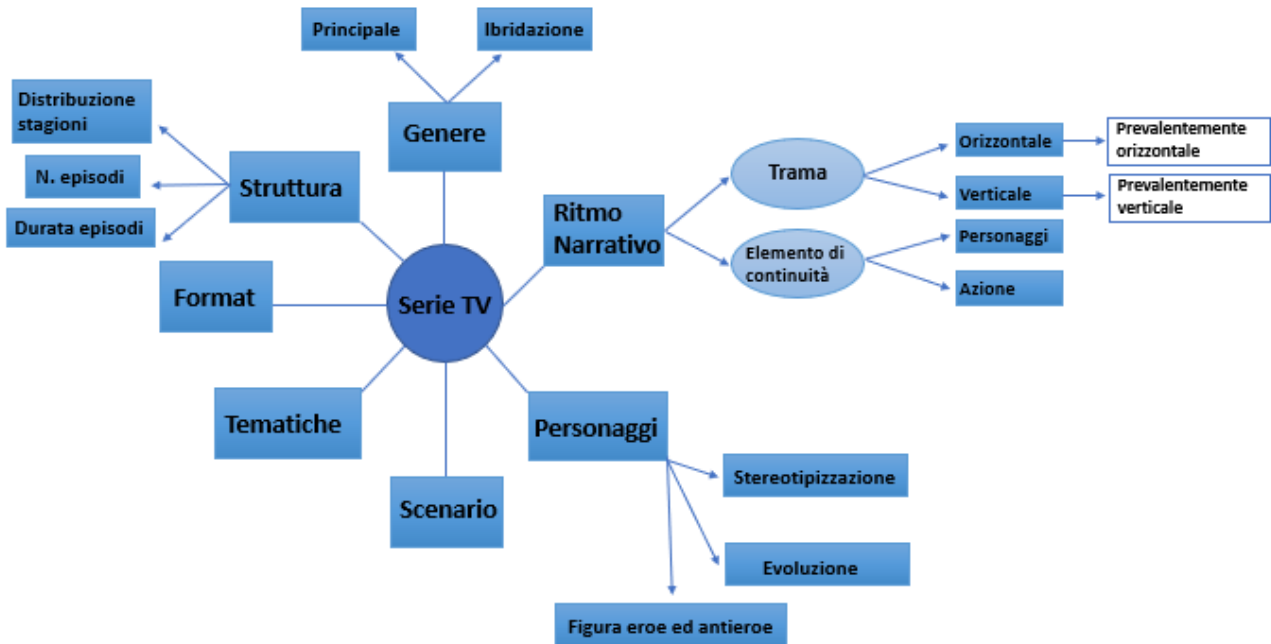


Grafico 3. Topologia delle categorie analitiche Albero per l'applicazione della griglia interpretativa per lo studio comparato.

Successivamente all'applicazione della griglia su ogni serie televisiva originale Netflix, al fine di elaborare lo studio comparato dell'offerta complessiva italiana della piattaforma è stata costruita una struttura albero che rappresentasse le categorie studiate attraverso la griglia qualitativa.

L'analisi inizia dallo studio della struttura narrativa, prendendo in esame le stagioni effettuate, il numero di episodi e la durata degli episodi. In seguito, vengono studiati il genere e l'ibridazione presente all'interno delle varie serie televisive e il ritmo narrativo; in questo ultimo caso, si è posta l'attenzione soprattutto sulla trama, la quale può essere verticale o orizzontale o prevalentemente verticale/orizzontale, e l'elemento di continuità, rappresentato o dall'azione o dai personaggi. Un'altra categoria è quella che tratta dei personaggi, analizzati attraverso la presenza di stereotipizzazione ed evoluzione, con precisazione ulteriore sulla presenza della figura dell'eroe ed antieroe.

Infine, si è studiato la tipologia di scenario, le tematiche e il format utilizzato, così da poter avere una visione a 360° della produzione di Netflix e far risaltare le sue strategie di posizionamento.

CAPITOLO 3: Produzione originale Netflix in Italia

1. Analisi serie televisive “Netflix Originals” italiane

L'analisi ha l'obiettivo di portare alla luce le strategie di posizionamento attuate da Netflix, non solo per la sua entrata nel mercato italiano, ma anche per il suo consolidamento nell'industria mediale stessa. Ci soffermiamo sulla produzione originale e co-produzione delle serie televisive, offerte tra il 2017 e il 2022. Attraverso non solo la ricerca qualitativa del campionamento selezionato, ma anche con la comparazione delle caratteristiche riscontrate in ciascuna serie TV, sono emerse le peculiarità editoriali e il pubblico, che Netflix cerca di soddisfare. La proposta delle produzioni seriali ci dà la possibilità di iniziare a comprendere come il colosso globale stia cercando di cambiare, ma anche di legarsi alla cultura mediale italiana. Nel capitolo 1, abbiamo riportato alcune ricerche, le quali trattano il posizionamento della piattaforma all'interno di vari Paesi; tuttavia, i suddetti report non sono presenti per il mercato italiano specifico. Attraverso la ricerca si ha l'obiettivo di colmare, almeno in parte questa lacuna. Come precedentemente detto, la piattaforma per essere realmente studiata deve essere letta attraverso la lente del Paese target, così da poterne comprendere le varie sfaccettature e le motivazioni per il suo indiscutibile successo. Il distributore video globale tra i servizi video-on-demand in Italia rappresenta il secondo player più importante dopo Amazon Prime Video. Secondo uno studio di Statista⁴⁸, i due principali attori detengono specificatamente una quota del 77% (Amazon Prime Video) e del 70% (Netflix), mentre gli altri servizi almeno per il momento detengono delle quote nettamente inferiori. A questi dati va aggiunto che Netflix, secondo il terzo rapporto APA (2021), ha prodotto dopo la Rai, la quale rimane leader indiscussa nella produzione di serie televisive originali italiane, la quota più alta di offerta fiction, ottenendo una quota del 4%. Mentre per quanto riguarda l'età degli utenti serviti Netflix serve soprattutto la fascia tra i 18-35 anni, perciò la fascia giovane del pubblico italiano. Attraverso queste assunzioni si cerca di comprendere come Netflix risponda alle necessità e interessi del suo pubblico target e come la sua offerta si differenzi da quella proposta dalla televisione tradizionale, che invece servono soprattutto un pubblico adulto e vecchio. Successivamente si porrà l'attenzione verso le case produttrici locali con cui Netflix ha collaborato per la produzione dei titoli italiani originali. Nell'analisi si cercherà di rispondere alla seconda di ricerca, perciò comprendere se la piattaforma rappresenti un punto di svolta, soprattutto per i

⁴⁸ Statista, Video-on-demand: Netflix in Italy 2022, Global Consumer Survey brand report, 2022

produttori minori e di piccole dimensioni, oppure rappresenti una minaccia per la loro autonomia e indipendenza, avendo l'intento di creare un network di sub-appaltatrici della stessa piattaforma.

1.1 Evoluzione nel tempo delle produzioni originali seriali

Suburra – la serie (2017) è stato il primo approccio nei confronti del pubblico italiano e tratta dei legami odierni tra criminalità organizzata e politica a Roma. La prima produzione di Netflix è stata una co-produzione con Rai Fiction e Cattleya, perciò due player principali del mercato. Cattleya, infatti, è la principale casa produttrice locale e ha prodotto titoli di successo internazionale come “Gomorra” e “Romanzo Criminale”. Data inoltre la co-produzione con RAI, *Suburra* è stata trasmessa in chiaro anche su Rai2 nel 2019, dopo ovviamente l'uscita dell'anteprima globale sulla piattaforma *streaming*. Attraverso questa prima serie televisiva Netflix affascina il pubblico riportando tematiche vicine e locali, e basando la propria produzione non solo al film omonimo uscito tre anni prima ma anche al successo del romanzo, scritto Giancarlo De Cataldo e Carlo Bonini nel 2013. Si nota come la piattaforma *streaming* abbia inizialmente puntato su una produzione, il più possibile vicina ai gusti e alla familiarità della produzione tradizionale italiana. Successivamente, il servizio S-VOD, dato il successo della prima co-produzione, ha fatto uscire due produzioni: una produzione originale e una co-produzione (grafico 4). La seconda co-produzione dà la possibilità a Netflix di collaborare con un altro principale attore, anche se in questo caso delle telecomunicazioni, Tim Vision. *SKAM Italia* (2018), riadattamento del format norvegese SKAM, è stato inizialmente offerto al pubblico italiano attraverso la collaborazione tra Tim Vision e Cross Production, che hanno prodotto autonomamente le prime tre stagioni. La serie televisiva ha rilevato un forte successo, soprattutto tra il pubblico giovanile, e secondo quanto riportato su TVserial (2022) è “considerato dalla critica italiana e internazionale uno dei migliori adattamenti per il linguaggio utilizzato e per l'approccio ai temi trattati, due elementi che hanno permesso una perfetta identificazione nella storia da parte del pubblico.”⁴⁹. In questo caso Netflix si viene a inserire in una produzione già avviata, rendendola possibilmente ancora più di successo. Mentre per quanto riguarda la serie televisiva *Baby* (2018) è la prima produzione interamente originale presentata dalla piattaforma globale. Il progetto si basa su eventi realmente accaduti: lo scandalo delle baby squillo a Roma nel 2013. La produzione anche in questo caso si rivela un grande successo per il servizio S-VOD. Nel 2019 non verranno rilasciati nuovi titoli; mentre l'anno successivo verranno offerte quattro nuove produzioni originali:

⁴⁹ P. Di Lorenzo, *SKAM Italia, le prime immagini della quinta stagione*, TVserial, 13 Maggio 2022. <https://www.tvserial.it/skam-italia-la-quinta-stagione-nel-2022-su-netflix-trailer-video/>

Summertime, Luna Nera, Curon e SanPa – luci e tenebre di San Patrignano. Lo streamer globale attraverso le serie originali sta cercando non solo di espandere la propria offerta verso nuovi generi, ma anche di investire ulteriormente nella produzione italiana, dopo aver ricevuto varie critiche negli anni precedenti. La serie *Curon* è un dramma fantasy, mentre *Summertime*, riprende gli squarci dell'estate sulle spiagge romagnole, ispirandosi al film del 2004 "Tre metri sopra il cielo". *Luna nera*, invece, la quale si presenterà successivamente come un insuccesso, è sempre un drama fantasy, basato invece su un romanzo di Tiziana Triana. L'ultima serie prodotta si tratta di una docu-serie, che tratta la storia e l'evoluzione della comunità di San Patrignano, insieme al suo fondatore. Durante questo periodo secondo quanto riportato da K. Luegenbiehl:

[*"Italy is a cradle of great storytellers and amazing talent, and our goal is to find those unique and local voices that can resonate with our global audience. This new group of projects are all very different and will all be shot throughout Italy. We're deeply committed to the Italian creative community — and to the creative vision of the partners we're working with."*]⁵⁰

Nel 2021 Netflix produce quasi il doppio di nuovi titoli. Infatti, propone sei produzioni originali, tutte che toccano argomenti differenti, delineandosi tra il genere commedia e drammatico, tranne per la serie fantasy *Zero*. Nel catalogo italiano vengono inserite: *Guida astrologica per cuori infranti, Luna Park, Generazione 56k, Zero, Strappare lungo i bordi e Vendetta: guerra nell'antimafia*. La crescente produzione originale Netflix Italia nel 2021, oltre a darci modo di comprendere il crescente successo della piattaforma nel mercato italiano, si deve anche ricollegare al periodo storico. Infatti, il servizio S-VOD era in un momento d'oro, causato dalla pandemia COVID-19, che aveva costretto la maggior parte della popolazione a rimanere a casa. Questo periodo ha creato un forte aumento di iscrizioni e di ore viste sulla piattaforma, che ha permesso conseguentemente un forte aumento della produzione stessa. Ad oggi, Netflix ha aumentato il suo catalogo italiano, con tre produzioni originali, *Fedeltà, Incastrati e Alessandro Cattelan – una semplice domanda*, anche se questo è solo l'inizio. Il colosso globale ha in serbo per il pubblico almeno altre sei serie televisive originali italiane: *DiAri*, la prima serie tv per ragazzi, *La vita bugiarda degli adulti, Tutto chiede salvezza, Il Caso Alex Schwazer*, docu-serie sul campione olimpico, *Summer Job*, primo reality show italiano e *Odio il Natale*. Nel 2022, pertanto, si presenterà il più alto numero di nuove produzioni offerte dalla piattaforma. Infatti, nel Grafico 4. e Grafico 5. Si può notare come la produzione, messa in atto dal servizio *streaming* sia cresciuta esponenzialmente, raggiungendo il picco nell'anno in corso. In soli cinque anni, la produzione originale Netflix italiana delle serie televisive è crescita dell'800%, passando da un

⁵⁰ A. Anderson, *Netflix plans three new originals in Italy*, Hollywood Reporter, 29 marzo 2019. <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/netflix-plans-three-new-originals-italy-1198170/>

catalogo scarno, il quale presentava una sola serie-tv originale, a una libreria contenente ventidue titoli inediti. Da questi dati possiamo riconoscere che il servizio S-VOD stia cercando di conquistare il mercato attraverso le sue produzioni internazionali a stampa locale, come precedentemente visto nei casi riportati degli altri Paesi. Inoltre, questo aumento di produzione può essere collegato all'obbligo da parte della piattaforma di attenersi alle nuove normative, collegate alla direttiva Europea, sull'aumento delle percentuali di produzione richiesta ai servizi S-VOD. L'imposizione si è concretizzata data la presenza diretta di Netflix con la sede a Roma. Secondo il decreto legislativo, la piattaforma *streaming* dovrà passare da un 12,5% di investimenti in produzioni italiane ed europee a un minimo del 25% entro il 2025. Secondo quanto riportato dal Sole24ore, E. Andreatta ha dichiarato su tale decisione del governo italiano: [«La sensazione è di aver ricevuto un'iniquità. E questa è più difficile che porti a decisioni di investimento. Ti fidi di un Paese se sei trattato in modo equo e capisci la logica delle scelte»]⁵¹. Questo obbligo normativo ovviamente ha rappresentato una problematica per il servizio S-VOD, il quale non produce e distribuisce solamente titoli locali, ma anche internazionali e di diversi Paesi.

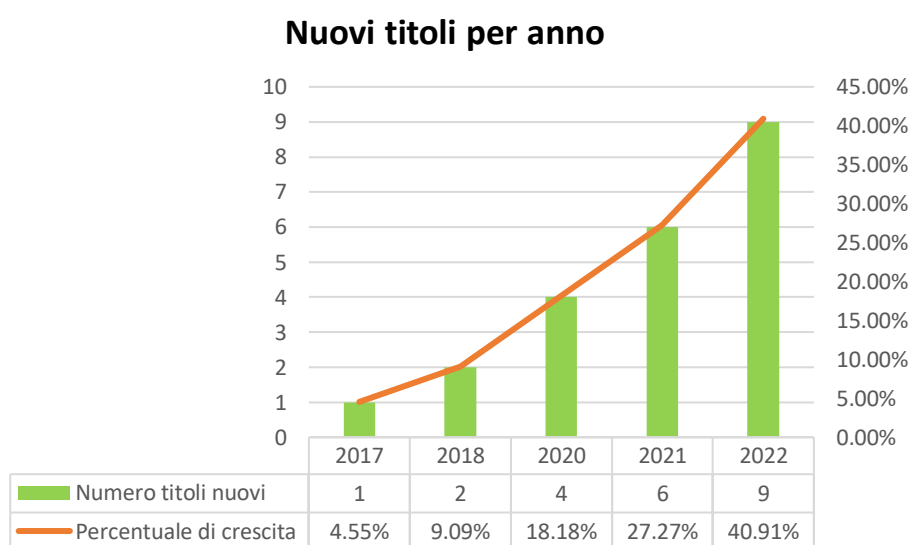


Grafico 4. Distribuzione delle nuove uscite “Serie TV”. Fonte: Elaborazione originale dell’autrice.

⁵¹ A.Biondi, *Netflix: le quote imposte d’investimenti in Italia mettono a rischio il sistema*, Sole 24 Ore, 1 settembre 2021, <https://www.ilsole24ore.com/art/netflix-quote-imposte-d-investimenti-italia-mettono-rischio-sistema-AE2wdYf>

Distribuzione percentuale dei nuovi titoli per anno

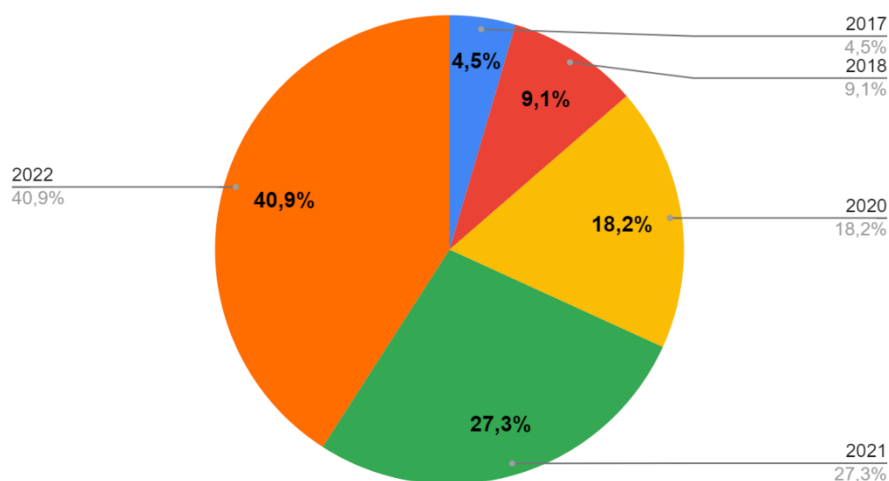


Grafico 5. Distribuzione percentuale dei nuovi titoli per anno.
Fonte: Elaborazione originale dell'autrice.

Produzioni originali e Co-produzioni per anno

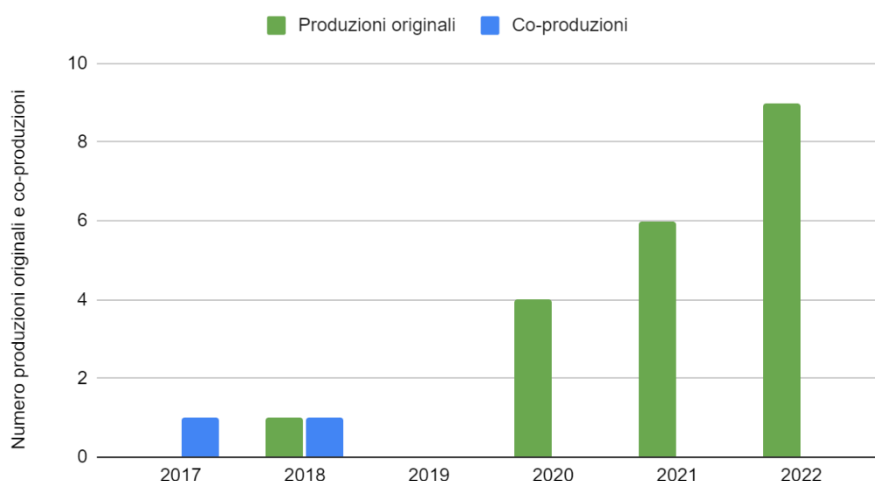


Grafico 6. Produzioni originali e co-produzioni nel periodo 2017-2022. Fonte: Elaborazione originale dell'autrice.

Dal grafico 6 salta immediatamente all'occhio la mancanza di nuove serie televisive originali italiane nell'anno 2019, in cui verranno solo prodotti quattro film originali Netflix: *l'App*, *L'uomo senza gravità*, *Saverio Raimondo -il satiro parlante* e *Lo spietato*. Questa fase di rallentamento, in realtà, nasconde i vari annunci di nuovi progetti, che verranno rilasciati negli anni successivi. Inoltre, come si può notare nel grafico 7, proprio in quell'anno escono le nuove stagioni delle serie televisive, precedentemente uscite. Dal grafico 7 possiamo notare come la maggior parte delle produzioni originali italiane della piattaforma sia stata poi successivamente rinnovata, anche se questo non avviene per i titoli *Luna Nera* e *Zero*, i quali sono stati cancellati dopo una sola stagione. Questi casi

rappresentano dei fallimenti da parte del servizio *streaming*, che, però, sembra aver imparato dai suoi sbagli. Tra il 2017 e il 2019, escono i titoli e le nuove stagioni di *Baby*, *Suburra-la serie* e *SKAM Italia*. Quest'ultima, però, verrà cancellata nel 2019 da TimVision e successivamente ripresa dall'intervento di Netflix. Nel 2020, oltre a essere inseriti, come precedente detto, quattro nuovi titoli al catalogo italiano, vengono offerte le ultime stagioni di *Baby* e di *Suburra-la serie* e la quarta stagione di *SKAM Italia*. Nell'anno successivo è uscita la seconda stagione solo del titolo *Summertime*; mentre, per quanto riguarda gli altri titoli: *Luna nera* è stata cancellata, *Curon* non si hanno informazioni e *SanPa- luci e tenebre di San Patrignano* era una miniserie autoconclusiva. Nel 2022 escono le nuove stagioni di *Summertime*, *SKAM italia*, *Guida strogologica per cuori infranti*, mentre tutte le altre uscite sono nuove produzioni originali. Delle serie televisive prodotte nel 2021 non si hanno ancora informazioni su un possibile rinnovo di *Luna Park*, *Generazione 56k*, mentre concluse sono sia *Zero* (cancellata dopo la prima stagione), sia *Vendetta: Guerra nell'antimafia*, miniserie autoconclusiva. La serie *Strappare lungo i bordi* non è stata rinnovata per la seconda stagione, ma è stata annunciata una nuova produzione originale dello stesso autore, che dovrebbe uscire nel 2023. Dai seguenti dati riportati, risaltano i casi di *Luna Nera* (2020) e *Zero* (2021), entrambe serie televisive fantasy cancellate dopo la prima stagione; inoltre, dello stesso genere, *Curon* (2020), di cui non si hanno ancora informazioni su una possibile seconda stagione.

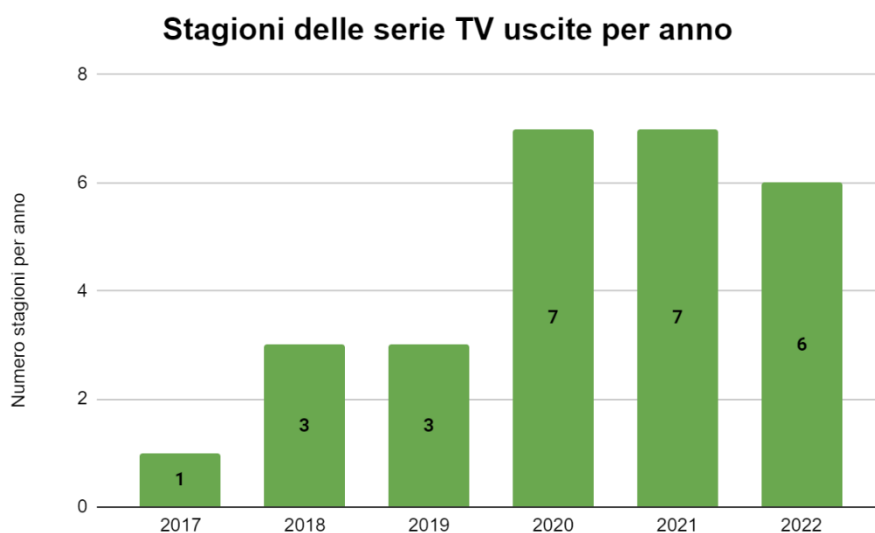


Grafico 7. Stagioni uscite nell'arco di tempo 2017-2022. Fonte: Elaborazione originale dell'autrice.

In conclusione, studiando a livello temporale, la produzione originale italiana di Netflix, si evince che la piattaforma stia puntando sul mercato italiano, investendo sempre di più per nuove produzioni sia in ambito seriale sia cinematografica. Per quanto riguarda la produzione di serie televisive originali,

prodotte a livello locale, Netflix rappresenta il maggiore investitore tra tutti i servizi S-VOD disponibili, e ha intenzione di investire ulteriormente nei prossimi anni. Non si sa se riuscirà a mantenere il tasso di crescita presente in questo momento, ma per ora è riuscita in poco tempo a presentare un'offerta di qualità, che nella maggior parte dei casi si è rilevata di successo. I risultati ottenuti non arrivano inaspettati, infatti secondo il terzo rapporto APA sulla produzione audiovisiva nazionale (2021), il settore delle fiction è in forte crescita, soprattutto grazie agli investimenti degli operatori VOD. La sempre più presente presenza delle piattaforme ovviamente sta trasformando il mercato e la domanda del pubblico italiano. I servizi S-VOD coprono il 15% del totale dei costi di produzione e questo dato è in aumento. I servizi lineari, mantenendo il livello di investimenti stabile, potrebbero tra pochi anni essere surclassati dalle piattaforme *streaming*, che effettuano investimenti più ingenti e offrono un servizio alla popolazione più giovane.

1.2 Struttura narrativa

Entrando nello specifico del campione, preso in esame, si è prima di tutto analizzato la struttura narrativa. Per struttura narrativa si tiene in considerazione la composizione degli elementi: numero di stagioni, episodi e durata dell'episodio. Come rappresentato nel grafico 8, la maggioranza delle produzioni originali seriali presenta sei episodi per stagione. Mentre le restanti presentano per il 25% un massimo di otto episodi e il 6,3% di sette, dieci e cinque episodi per stagione. Da questo dato ricaviamo che, per quanto riguarda la produzione offerta di Netflix, si predilige un numero non elevato di episodi.

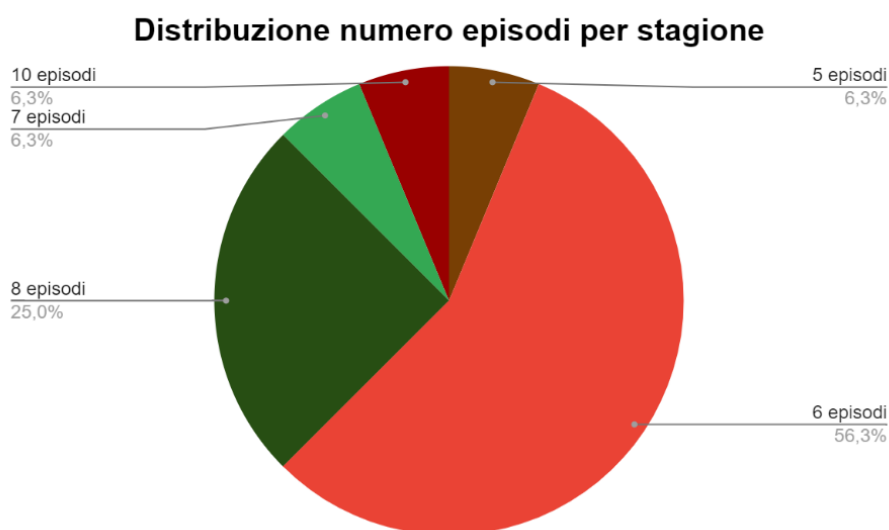


Grafico 8. Distribuzione numero episodi per stagione. Fonte: Elaborazione originale dell'autrice.

Mentre per quanto riguarda la durata dell'episodio, come riportato nel grafico 9, si può osservare come principalmente venga prediletta una durata che sia tra i 20-30 minuti oppure tra i 40-50 minuti. Perciò, vengono selezionate maggiormente una durata intermedia oppure lunga, in modo tale da poter svolgere ampiamente in un solo episodio la storia narrativa. Per le serie televisive di genere “drammatico”, oppure “fantasy”, lo sviluppo della storia avviene attraverso episodi di 40-50 minuti, mentre per lo svolgimento del genere “commedia” vengono soprattutto strutturati episodi di 20-30 minuti. Questi dati si legano al numero presente di episodi. Infatti, durante lo studio del campione si è potuto notare una predilezione per un numero limitato di episodi, con una durata, invece, ampia. Questa metodologia permette alla trama di svolgersi principalmente all'interno dei pochi episodi, in confronto a un'ampia proliferazione di episodi.

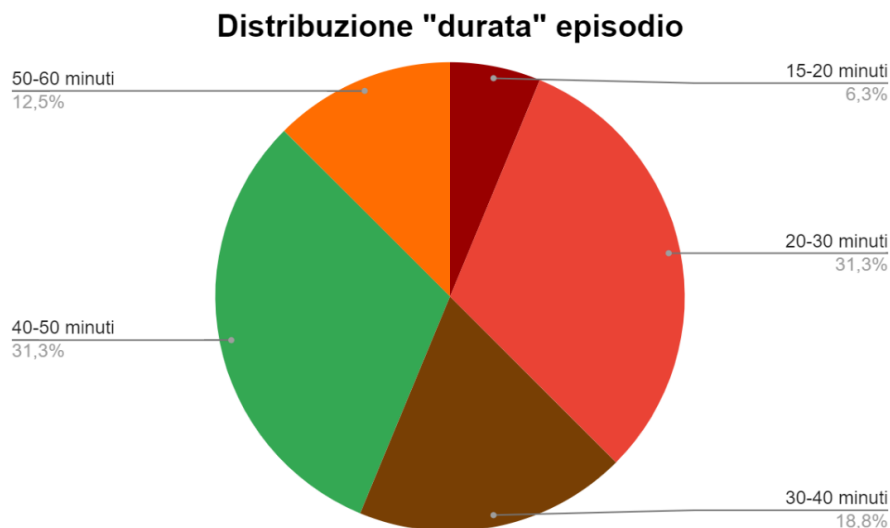


Grafico 9. Distribuzione “durata” episodio. Fonte: Elaborazione dati ricavati dalla ricerca dell'autore.

I dati ottenuti dalla ricerca sono confermati dai documenti nazionali (Terzo rapporto APA – 2021), che attestano che la struttura narrativa maggiormente in crescita in tutta Europa è la composizione di 2 e 13 episodi per le serie televisive ad alto budget. Questa struttura è aumentata del 50% tra il 2015 e il 2019.

1.3 Il genere

Per quanto riguarda la categoria del genere vi è una distribuzione abbastanza eterogenea, come si può osservare dal grafico 10; anche se vi è una preponderanza di serie televisive di genere drammatico, che rappresenta il 29,4%. Successivamente, per ordine di percentuale, Netflix ha prodotto contenuti di genere commedia, fantasy e documentario; mentre il genere crime, animazione e reality show rimangono marginali, rappresentando ognuno solo il 5,9% del catalogo totale.

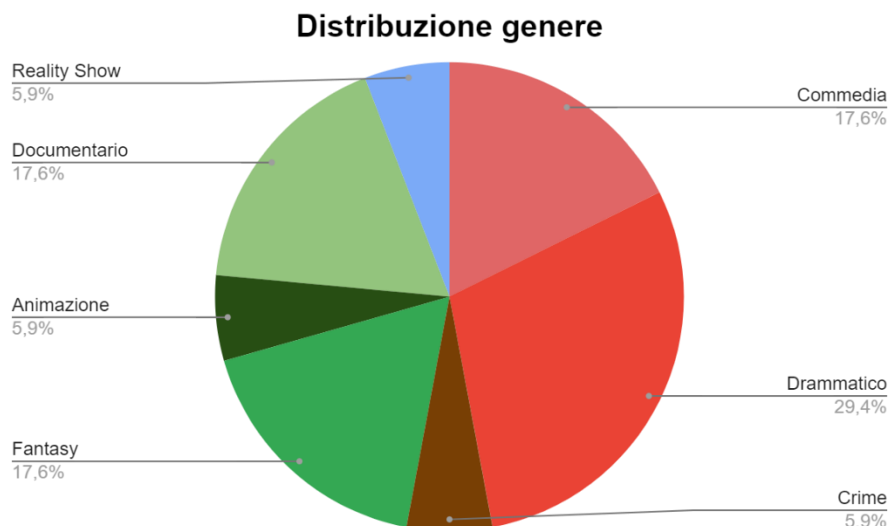


Grafico 10. Distribuzione genere del campione in esame. Fonte: Elaborazione dati ottenuti dalla ricerca dell'autore.

Nel caso in cui tuttavia si vengano a inserire anche i titoli con uscita attesa nel 2022, si modifica la distribuzione dei generi presentati (come mostrato nel grafico 11 e 12). Comparando i grafici 10 e 12, si evince come il genere della commedia sia in forte aumento passando da 17,6% a 22,7%, mentre il genere drammatico rimane alquanto immutato, tranne per alcuni punti percentuali. Un altro genere su cui la piattaforma globale sembra stia puntando è il genere documentario, solitamente riprodotto attraverso delle miniserie.

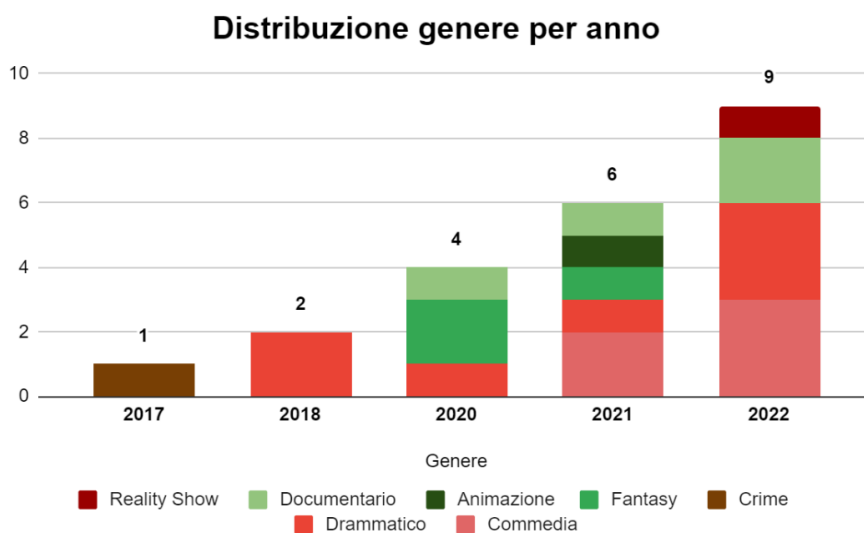


Grafico 11. Distribuzione di genere tenendo conto delle serie non ancora uscite nel 2022. Fonte: Elaborazione originale dell'autrice.

Distribuzione genere, inclusi titoli attesi nel 2022

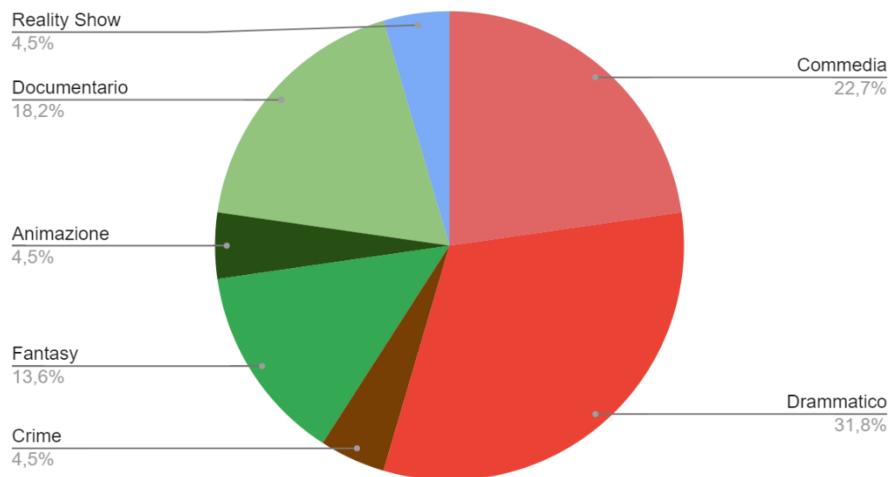


Grafico 12. Distribuzione di genere tenendo conto delle serie non ancora uscite nel 2022.
Fonte: Elaborazione originale dell'autrice.

I dati ottenuti dall'analisi possono essere confrontati con il *Global Consumer survey – Italy 2022*, effettuato da Statista. In questo report vengono riportate le preferenze dei consumatori italiani per quanto riguarda i film e le serie televisive disponibili online in base al genere. Il confronto ci permette di comprendere se la proposta di genere messa in atto da Netflix cerchi di soddisfare le preferenze riportate dai consumatori italiani per quanto riguarda la consumazione di film e serie televisive online. Ovviamente non è una comparazione precisa, dato che nella survey di Statista (2022) sono presenti anche le preferenze per quanto riguarda i titoli cinematografici, ma ci permette di comprendere a grandi linee se la piattaforma stia andando completamente incontro alle aspettative del pubblico, oppure stia cercando di trasformarlo, proponendogli generi non ancora del tutto emersi o apprezzati. Dal grafico 13 emerge che il genere preferito degli utenti italiani è la commedia, la quale rappresenta il 70%, mentre successivamente ci sono thriller/crime 60% e i documentari 59%. Il genere drammatico si ferma a una quota del 45%, surclassato dal genere fantasy e animazione, ciascun rappresentante il 49%. Il reality show, invece, rappresenta il 35%. Mettendo a confronto i dati riportati con i dati ottenuti dalle serie televisive originali Netflix Italia, si può notare che Netflix stia puntando sul genere commedia, per quanto ancora sia minoritario in confronto al genere drammatico e come invece, in entrambi i casi i documentari potrebbero rappresentare un genere di nicchia in forte aumento. Gli altri generi per quanto presenti nella produzione di Netflix rimangono minoritari al momento.

Preferenze di film e serie televisive per genere (contenuti video digitali) in Italia 2022

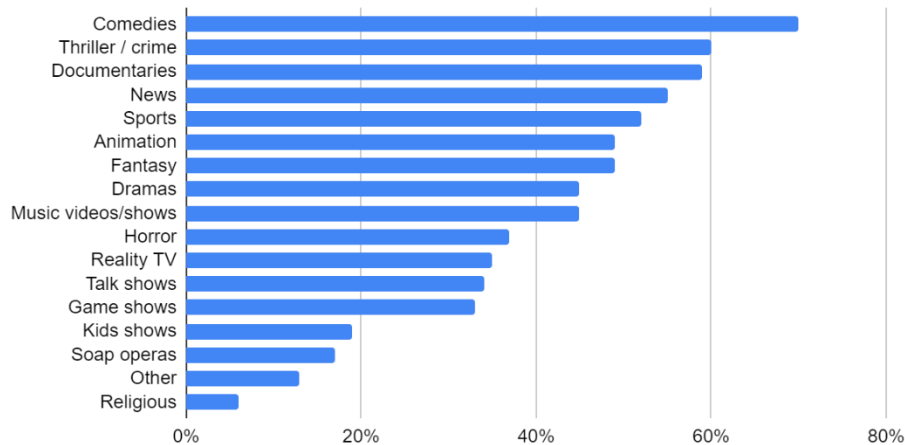


Grafico 13. Digital media content (download & streaming) content preferences by genre in Italy 2022. Fonte: Statista-Global Consumer Survey - Italy 2022

1.3.1 Ibridazione di genere



Grafico 14. Ibridazione di genere narrativo. Fonte: Elaborazione originale dell'autrice.

Nelle serie sono state riscontrate varie tipologie di ibridazione di genere narrativo. Le quattro ibridazioni principali sono: crime-comedy, docu-talk show, fantasy-drama e il drama-comedy. Il crime-comedy è l'ibridazione di due generi principali il genere giallo e la commedia. Nel campione di serie preso in esame questo genere ibrido era presente nella serie *Incastrati*. La suddetta serie permette l'unione della parte crime con quella comedy, includendo cambiamenti e innovazioni con una particolare attenzione al tema della mafia. Le tonalità espresse da questa serie sono esplicitamente comedy, mentre si svolge la struttura narrativa solita delle crime fiction. Mentre il documentario-talk

show è proposto dalla serie *Alessandro Cattelan – Una semplice domanda*, in cui vi è presente una combinazione tra le caratteristiche proprie dei due generi. La volontà di rappresentare fatti realmente accaduti e le riprese fatte direttamente dalla realtà della serie, rappresentano forti caratteristiche del documentario. Tuttavia, la presenza di un intrattenitore che intervista generalmente personaggi noti o singolari, con tanto di esibizioni da parte di quest'ultimi rende la serie televisiva anche un talk-show. Dall'insieme di queste caratteristiche si ha avuto modo di creare un documentario-talk show. Invece, per quanto riguarda il fantasy drama, la vera ibridazione è presente nella serie *Curon*. In questa serie Netflix, cerca di unire le caratteristiche del teen drama, ponendo come protagonisti principali adolescenti e le dinamiche giovanili, e del fantasy/horror, ponendo il contesto e l'azione surreali e soprannaturali. Un'altra serie che si era prefissata il medesimo obiettivo è *Zero*, che ha avuto l'ambizione di unire la critica sociale al fantasy e al teen drama. Infine, vi è il comedy-drama. Questa ibridazione, che mescola elementi del drama e della commedia, è nata grazie alla *Quality Tv* alla fine del ventesimo secolo. Un esempio lampante in questo caso è *Generazione 56K* che ha la struttura tipica della sitcom (la durata dei suoi episodi è di 30 minuti), ma presenta le tematiche e le tonalità proprie del genere drammatico. In conclusione, notiamo una certa iniziativa di Netflix di cimentarsi nella creazione di nuovi generi ibridi, che possano attrarre un più ampio bacino di utenti, i quali hanno la possibilità di ottenere un catalogo contenete titoli di ogni genere.

1.4 Il ritmo narrativo: trama ed elemento di continuità

Per ritmo narrativo si intende lo sviluppo della trama e la realtà su cui verte il centro della storia. Per l'analisi di questa categoria sono stati presi in esame due elementi chiave: trama ed elemento di continuità. Questi due fattori identificano come prima di tutto la trama si intrecci con la struttura stessa della serie televisiva e con l'elemento cardinale, che costituisce il fattore di continuità della storia. La pianificazione della storia all'interno della serie è sempre stata descritta attraverso due classificazioni: trama verticale e trama orizzontale. Le serie televisive la cui trama è strutturata per essere svolta in più episodi, i quali sono l'uno la continuazione dell'altro, e in molti casi una trama costruita su più stagioni consecutive sono appartenenti alla classe delle trame orizzontali. In caso contrario, serie a episodi chiusi o che presentano discontinuità tra gli episodi e le stagioni sono serie con trame verticali. Riassumendo la narrazione seriale può essere basata sulla frammentazione della linea narrativa in più puntate, oppure viene presentato uno schema ripetuto per ogni episodio. Questa tipologia di classificazione si è andata con il tempo a trasformare e a rendere i confini delle definizioni sempre più sfumati. Infatti, per analizzare la struttura della trama ad oggi vi è la necessità di inserire

due ulteriori specifiche le trame prevalentemente orizzontali e prevalentemente verticali, che derivano dall'incontro delle due classi di trame. Nel grafico 15, sono state categorizzate tutte e sedici le serie televisive prese in esame e si riscontra una maggioranza di serie televisive con trama orizzontale, oppure, in misura minoritaria, prevalentemente orizzontale. Solo una serie rientra nella categoria, prevalentemente verticale, *Strappare lungo i bordi*, che presenta una struttura con episodi chiusi anche se alla fine vi è una minima linearità all'interno della stagione, la quale rimane come un sottofondo tra le varie vicende degli episodi. Possiamo notare come si preferisce una narrazione di tipo "serial" in confronto a narrazione chiusa ad episodi, denominata "serie". Questi risultati non sono sorprendenti. Infatti, come precedentemente visto, le serie presentano una struttura di pochi episodi con una durata medio-lunga, la quale si adatta perfettamente alla narrazione orizzontale o prevalentemente orizzontale.

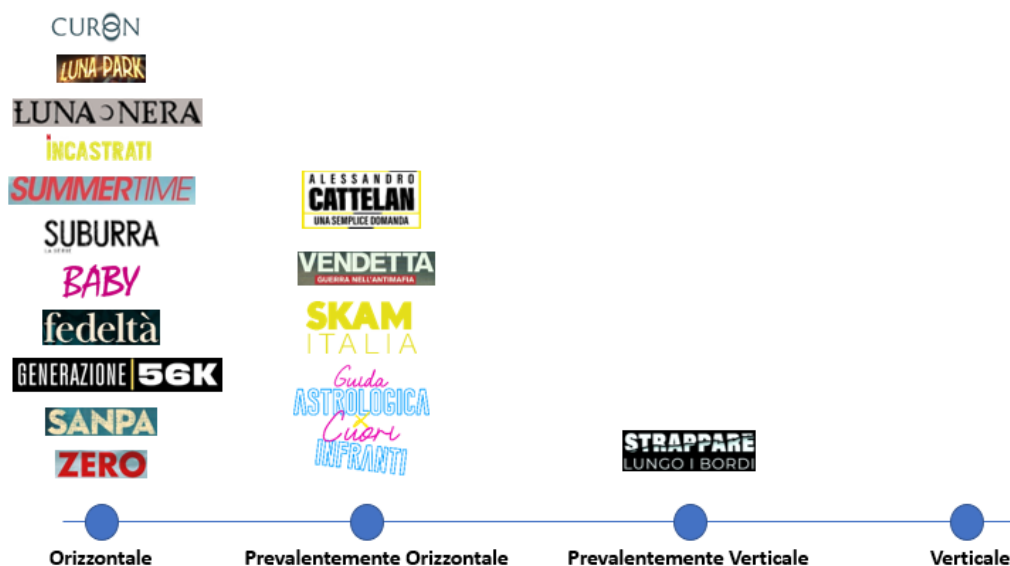


Grafico 15. Linea rappresentante la tipologia di trama: orizzontale/verticale/prevalentemente verticale o orizzontale.
Fonte: Elaborazione originale dell'autrice.

Mentre per quanto riguarda l'elemento di continuità si possono riassumere due fattori principali che possono riscontrarsi all'interno delle fiction televisive: azione e personaggi. Nel caso l'universo narrativo si svolga attraverso lo sviluppo degli eventi e delle azioni, che accadono all'interno della trama, la serie televisiva presenta come elemento di continuità, l'azione stessa. Tuttavia, nel caso in cui la narrazione si basi sull'evoluzione dei personaggi a livello emotivo-psicologico oppure sull'interazione tra i vari personaggi appartenenti alla storia si riscontra il personaggio come elemento di continuità. Nel caso delle serie televisive prese in esame si ha una prevalenza di produzioni con personaggi come elemento di continuità, che rappresentano un terzo dei titoli totali.

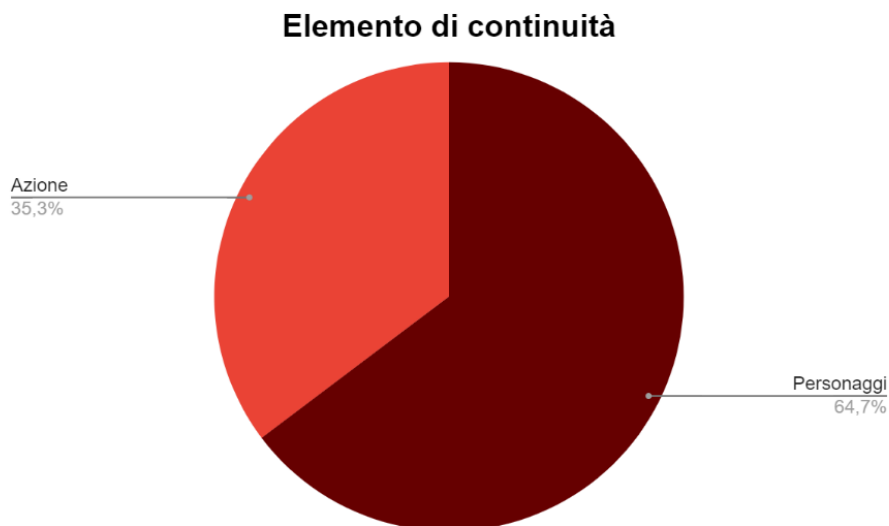


Grafico 16. Distribuzione dell'elemento di continuità. Fonte. Elaborazione originale dell'autrice.

1.5 Personaggi: Stereotipizzazione, evoluzione e la figura dell'antieroe

L'analisi dell'insieme dei personaggi principali, appartenenti alla specifica serie televisiva, si è sviluppata tenendo in considerazione il loro grado di stereotipizzazione, l'evoluzione presentata all'interno della serie e la figura dell'antieroe-eroe, nei titoli in cui era presente. Per lo studio dei primi due elementi è stata costruita una mappatura a due poli proponendo uno studio combinato dei fattori. Infatti, attraverso la schedatura delle singole serie originali si ha avuto modo di notare che in molti casi due fattori erano altamente collegati e riflettevano la profondità del personaggio stesso. Osservando il grafico 17, le due linee rappresentano i fattori di studio: stereotipizzazione ed evoluzione del personaggio. Nel primo quadrante (alto a destra) sono rappresentati i titoli che presentano personaggi con un'elevata stereotipizzazione, che però all'interno della serie stessa presentano inoltre una forte evoluzione del personaggio sia a livello psichico-mentale sia a livello di crescita individuale. Nel secondo quadrante (in alto a sinistra) rientrano le serie televisive con personaggi altamente stereotipati e con un basso livello di evoluzione. I personaggi appartenenti a questa categoria si presentano come individui statici e molto standardizzati. Mentre i personaggi che presentano una bassa stereotipizzazione, con inoltre un'alta staticità all'interzo della serie sono raffigurati all'interno del terzo quadrante (in basso a sinistra). Infine, nell'ultimo quadrante (quarto quadrante – in basso a destra) sono rappresentate le fiction TV che hanno dei personaggi altamente dinamici, che evolvono radicalmente all'interno della serie, e non stereotipati. Anche se non ci è dato sapere le classifiche e le ore di ascolto delle singole serie televisive, attraverso le nozioni ricavate dalle altre categorie possiamo definire che i personaggi con elevata stereotipizzazione hanno maggiori

possibilità di non attirare il pubblico, che non entrerà in empatia con il personaggio stesso. Un esempio sono le serie televisive cancellate, *Zero* e *Luna Nera*, che presentano entrambe un alto grado di stereotipizzazione.



Grafico 17. Mappatura dei personaggi attraverso l'analisi combinata di "stereotipizzazione ed evoluzione del personaggio". Fonte: Elaborazione originale dell'autrice.

Le figure dell'eroe e antieroe sono state riscontrate solo in due serie originali Netflix Italia: *Zero* e *Suburra – la serie*. Queste produzioni completamente diverse l'una dall'altra sotto molti aspetti portano alla luce due figure importanti della serialità, cinematografia e letteratura.



Grafico 18. La duplice natura: la figura dell'eroe e antieroe.

La figura dell'eroe inizialmente viene definita come un individuo, il quale di propria iniziativa, è disposto a sacrificare sé stesso per compiere atti di immenso coraggio per il bene comune o per inseguire ciò che è giusto. Questa figura perfetta e senza macchia non però più contemporanea. Ad oggi l'eroe si è evoluto e adattato alla realtà odierna, la quale non è né perfetta né univoca. Omar, il

quale rappresenta l'eroe all'interno della serie *Zero*, è un eroe moderno, un eroe di periferia. Infatti, il personaggio è un ragazzo italiano di seconda generazione di origini senegalesi, che abita nella periferia di Milano. Lo stesso ha un potere straordinario, quello di rendersi invisibile nel caso provi forti emozioni. Questo super-potere lo aiuterà, perché pur volendo scappare dal luogo in cui è nato e cresciuto, vuole tuttavia salvarlo dalla rovina e dalla speculazione edilizia. Il personaggio è disposto a rinunciare ai suoi desideri di fuga per salvare il luogo dove risiede la sua famiglia e i suoi amici, e alla fine dove abitano tutti coloro, che come lui sono stati emarginati o bistrattati a causa del razzismo e dell'emarginazione della società. Questa figura dell'eroe è moderna perché non è rappresentata da un personaggio completamente perfetto, ma da un soggetto frainteso e in molti casi "invisibile" alla società odierna. La trasformazione della figura dell'eroe è stata portata al suo apice portando la creazione della figura dell'antieroe. Entrambe le figure, eroe e antieroe, presentano una doppia natura, non più contenuta nella definizione di "bene" e "male". Nel caso dell'antieroe si viene a delineare un personaggio dalla dubbia moralità, che però possiede doti generalmente percepite come positive, quali l'intelligenza, la forza o la determinazione. Tuttavia, le stesse doti positive vengono affiancate da caratteristiche, quali l'egoismo, la superbia, l'incapacità di essere sinceri e in molti casi la crudeltà o la freddezza. Questo personaggio, per quanto sotto molti aspetti negativo, è amato dal pubblico il quale ha la capacità di immedesimarsi e provare empatia nei confronti di un soggetto, reputato imperfetto. Infatti, personaggi, ancora più apprezzati dal pubblico e che hanno avuto la capacità di affascinarlo e sorprenderlo, sono i personaggi di suburra – la serie. Esempio lampante della figura dell'antieroe è Aureliano Adami. Il personaggio rappresenta un membro della malavita, in particolare il successore del capo della famiglia criminale Adami. Aureliano, o anche "numero 8", così denominato dal tatuaggio che ha sulla nuca, è il classico personaggio che pur di far funzionare le cose, utilizza mezzi estremi e senza scrupoli. Personaggio che non gioca secondo le regole ha un rapporto complicato con il padre e con la famiglia, causato dal suo temperamento irascibile. Ambizioso, senza scrupoli e violento il personaggio, tuttavia, evolve radicalmente nella serie, cambiato dagli eventi e dalla perdita di persone amate. La profondità, che presenta il personaggio, lo ha fatto amare e difendere dallo stesso pubblico, il quale in fondo riusciva a comprendere e immedesimarsi nel soggetto. Questo è l'aspetto più accattivante e riuscito dell'antieroe: la sua capacità di entrare in empatia e di rappresentare una realtà con cui il soggetto possa immedesimarsi, con cui possa sentirsi capito e non giudicato. L'eroe rimane una figura distante, che in un certo senso fa sentire l'utente inferiore. L'antieroe, invece, è umano, imperfetto e in molti casi incompreso. Aureliano Adami non ha una storia lineare e non segue il "giusto assoluto", ma una giustizia relativa e soggettiva. La compresenza in questo personaggio di aspetti sia negativi che positivi lo rendono sincero, umano e incline all'errore, perciò risulta più realistico. Gli antieroi attraverso il loro fascino,

sarcasmo ed intelligenza, ma soprattutto profondità, rappresentano personaggi intriganti e capaci di ammaliare il pubblico. Infatti, il confondersi delle caratteristiche positive e negative, il contesto narrativo e la funzione catartica che l'antieroe esprime creano un personaggio complesso e imprevedibile.

1.6 Lo scenario

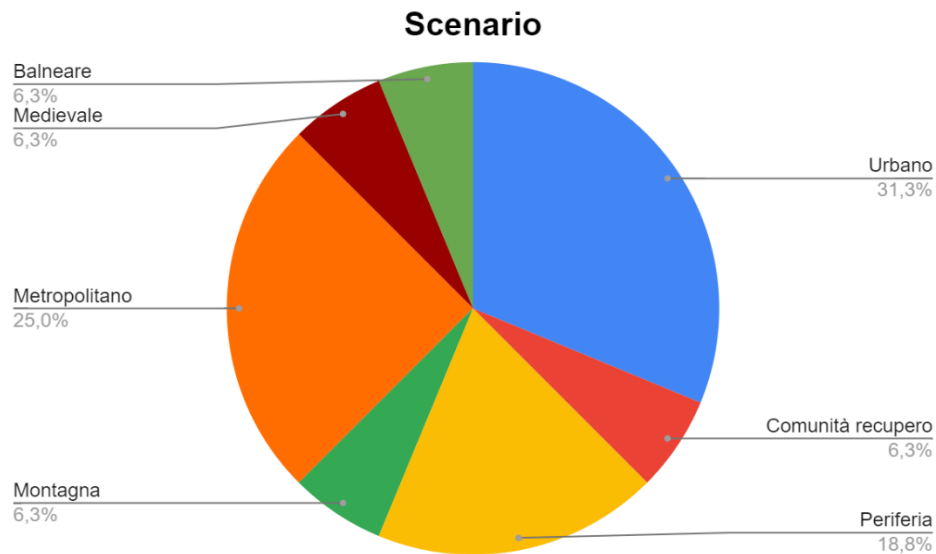


Grafico 19. Distribuzione degli scenari utilizzati. Fonte: Elaborazione originale dell'autrice.

Successivamente, nell'analisi ci si è concentrati sullo studio dell'ambientazione rappresentata nelle varie produzioni. Dal grafico 19, notiamo che vi è una prevalenza di scenari urbani, in cui vengono svolte la maggioranza delle serie televisive. In seguito, notiamo un utilizzo preponderante di ambienti metropolitani, che rappresentano il 25% degli scenari utilizzati, e di periferia, che sono il 18,8% dei casi. Le restanti ambientazioni sono minoritarie in confronto a quelle nominate e rappresentano ciascuna il 6,3%.

1.7 Le macro-tematiche

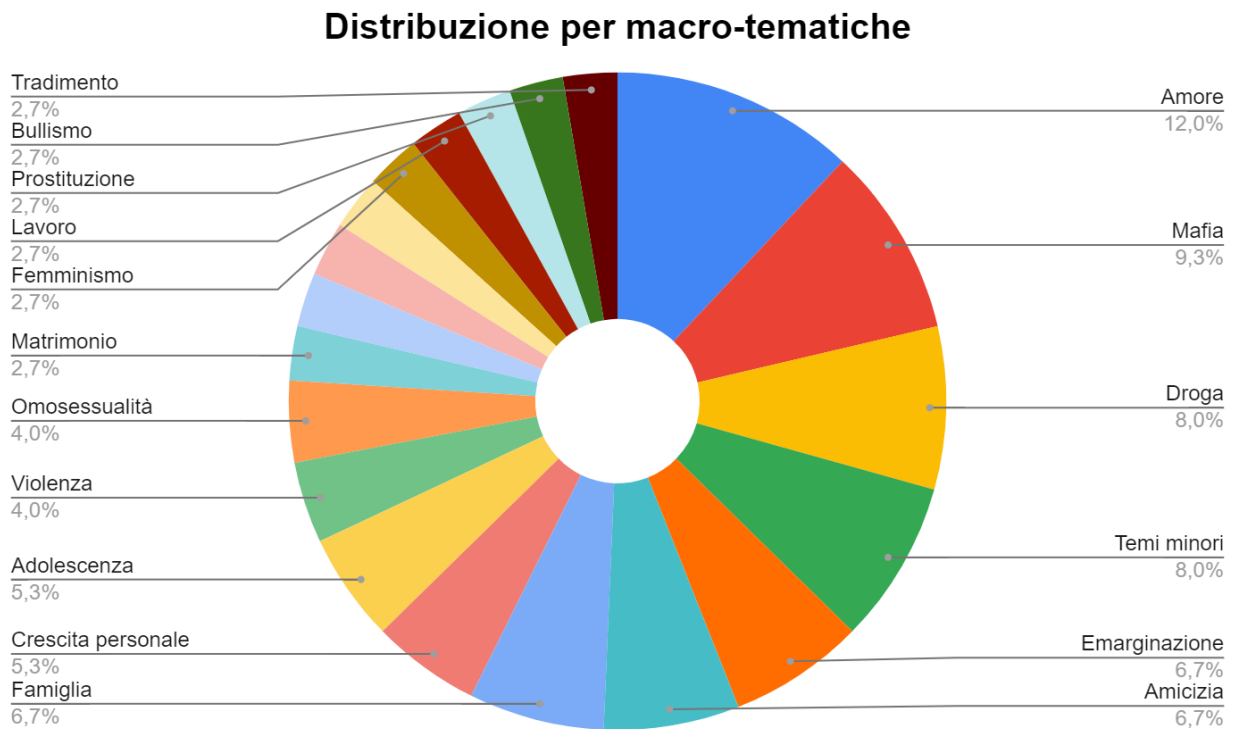


Grafico 20. Distribuzione delle macro-tematiche. Fonte: Elaborazione originale dell'autrice.

Per l'analisi delle tematiche affrontate, sono stati creati dei "cluster" in base alle similarità tra i temi stessi. Questo approccio è stato utilizzato per la vastità dei temi toccati dalle serie televisive prese in esame. I temi che non potevano essere inseriti in una delle categorie create sono stati inseriti nell'insieme "temi minori". Data questa premessa, riscontriamo un uso frequente della tematica "amore", che rappresenta il 12% del totale dei temi affrontati. Successivamente risaltano "mafia" e "droga", che sono argomenti non solo attuali, ma anche di grande interesse contemporaneo. La mafia è un tema che è stato ampiamente trattato dalla serialità italiana, come dalla cinematografia e letteratura. Questo fascino dell'attività criminale si può riscontrare dalle origini italiane della mafia stessa e dall'appeal che ha suscitato a livello internazionale come tematica complessa e intrigante. Non sorprende che Netflix abbia cimentato molta della sua produzione sullo svolgimento di questo tema così complesso. Ovviamente gli argomenti trattati nelle serie televisive originali Netflix sono stati svolti e affrontati con varie tonalità e profondità, dando la possibilità di osservare le varie sfaccettature di uno stesso tema. Altre tematiche importanti sono quelle dell'amicizia, l'emarginazione, la famiglia, crescita personale e l'adolescenza. Tenendo in mente il pubblico target di Netflix, i temi nominati precedentemente risultano temi di ampio interesse, che permettono

all'interlocutore di entrare in sintonia con la serie stessa, dato che tratta dei suoi interessi e problematiche.

1.8 Il format

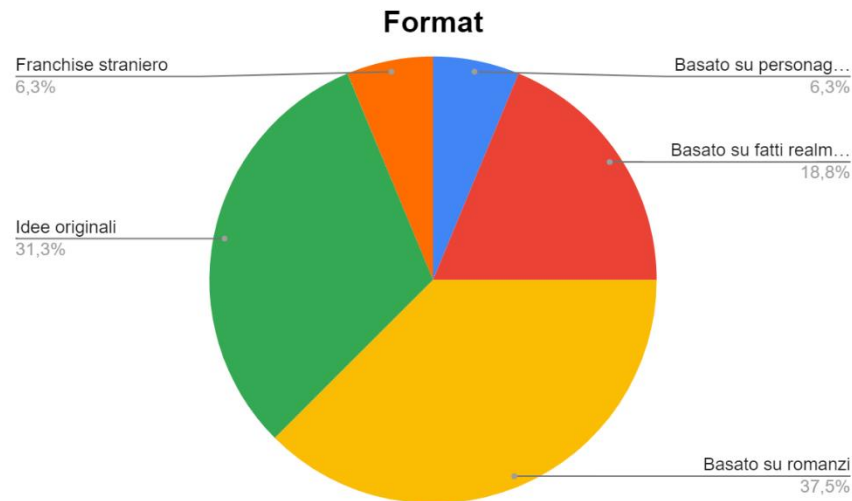


Grafico 21. Distribuzione dei format. Fonte: Elaborazione originale dell'autrice.

Altra categoria importante di studio è stata l'analisi del format. Dai dati rinvenuti notiamo che la maggioranza delle produzioni di Netflix Italia provengono da romanzi di successo, come *Suburra* e *Fedeltà*. Ovviamente il connubio romanzo e produzione mediale non è innovativa. Il romanzo attraverso la trasposizione in una produzione sia seriale sia cinematografica ottiene una maggiore visibilità; mentre, d'altro canto, la produzione audiovisiva si incentra e si basa su una storia che ha già accattivato il pubblico, quindi ha maggiore possibilità di successo. Mentre un'altra importante categoria sono le idee originali, che rappresentano il 31,3%. Anche se da tenere in osservazione per gli anni avvenire saranno proprio le serie televisive basate su eventi realmente accaduti, dato l'enorme successo che stanno ottenendo i documentari-serie e la loro rapida crescita. Minoritari rimangono i format ottenuti da produzioni straniere e basati su persone realmente accadute.

2. Netflix trampolino di lancio o egemone

Entrando nell'analisi della produzione attraverso collaboratori locali, si ha prima di tutto segmentato le imprese attraverso una classificazione per dimensione. I criteri utilizzati per effettuare tale segmentazione sono presenti nel Codice civile, data l'attuazione della direttiva europea numero 2013/34/EU. Secondo la norma, le società vengono suddivise in microimprese, piccole imprese,

medie imprese e grandi imprese. La suddivisione viene fatta attraverso solitamente tre fattori lo stato patrimoniale totale, il fatturato annuo e il numero dei dipendenti. Nell'analisi ci si è focalizzati sul fatturato. Secondo quest'ultimo criterio tutte le società con un fatturato annuo al di sotto dei due milioni sono da classificare all'interno delle microimprese; mentre se si presenta un fatturato inferiore ai dieci milioni la società verrà classificata come piccola impresa. Infine, nel caso il fatturato annuo non sia superiore ai cinquanta milioni si è di fronte a una media impresa, o in caso contrario a un grande impresa (fatturato maggiore di cinquanta milioni). Inoltre, per un'analisi precisa e corretta sono state inserite solamente le società che presentavano un codice ATECO 59.11 "Attività di produzione, post-produzione e distribuzione cinematografica, di video e di programmi televisivi". Tenendo in considerazione solo le serie originali analizzate, si riscontano quattordici produttori locali, utilizzati da Netflix, di cui la maggioranza sono di medie dimensioni (grafico 22). Anche se si considerano le microimprese insieme alle piccole imprese, si avrebbe la stessa percentuali di produttori locali. Solo nel caso delle grandi imprese la percentuale rimane marginale. Questi dati ci fanno emergere come Netflix punti maggiormente alle case di produzione di piccola e media dimensione nell'arco di tempo tra il 2017, anno della sua entrata e il primo trimestre del 2022.

Segmentazione dimensione case produttrici locali I

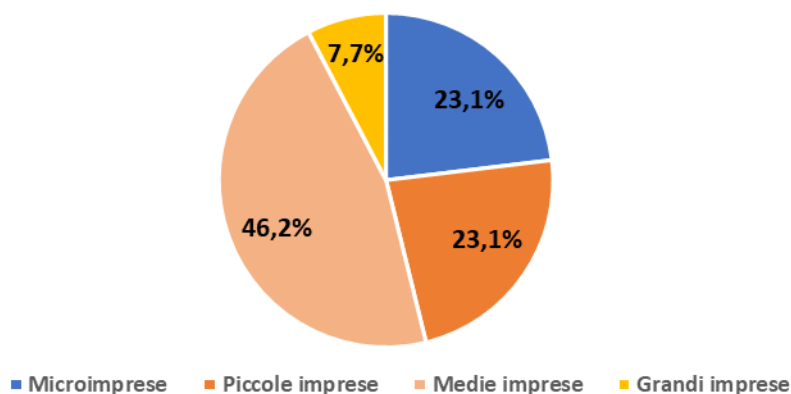


Grafico 22. Distribuzione delle dimensioni dei produttori locali, tendendo conto solo delle serie analizzate.
Fonte: Elaborazione originale dell'autrice.

Segmentazione dimensione case produttrici locali II

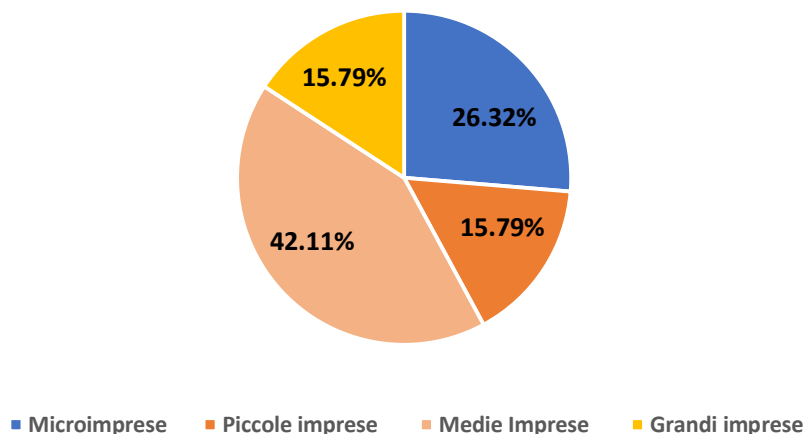


Grafico 23. Distribuzione delle dimensioni dei produttori locali, tendendo di tutte le produzioni uscenti nel 2022.
Fonte: Elaborazione originale dell'autrice.

Mentre nel grafico 23 riscontriamo le serie televisive originali Netflix italiane, con l'aggiunta delle serie la cui uscita è stata annunciata nel 2022. Dalla comparazione dei due grafici notiamo come le percentuali delle piccole e medie imprese siano fortemente diminuite, lasciando invece spazio alle società di grandi dimensioni e alle microimprese. Questo importante cambiamento è derivato da alcune produzioni che dovrebbero uscire a breve con grandi operatori internazionali con sede in Italia, un esempio lampante è Fremantle Media Italia, il quale produce programmi come X-Factor. Inoltre, vi è anche una forte crescita delle microimprese che passano da rappresentare il 23,1 % al 26,32% delle collaboratrici della piattaforma *streaming*. Per comprendere al meglio le strategie di locazione della piattaforma si sono allocate le imprese in una linea temporale, la quale si sposta tra il 2017 e il 2022. Nella tabella 5, si può notare come Netflix abbia inizialmente collaborato con imprese di medie dimensioni, le quali avevano già una presenza ben consolidata nel territorio. Questo vantaggio permetteva alla piattaforma di inserirsi più facilmente all'interno del mercato. Nel 2019 il distributore video sposta la sua attenzione sulle piccole imprese, fino a giungere nel 2020 alla prima collaborazione con una microimpresa. Dal 2020-2021 Netflix sembra distanziarsi sempre di più dalle medie società di produzione locali, per indirizzarsi verso collaborazione o con microimprese oppure con grandi società internazionali. Nella maggior parte dei casi le partnership con queste ultime si sono create per lo sviluppo di talk-show e reality show. Mentre per la produzione dei serial Netflix si sta incentrando sull'utilizzo di microimprese produttrici. La società sembra avere l'intento di creare un network di microimprese, le quali, non avendo potere contrattuale o possibilità di investimento ingenti, diventerebbero sub-appaltatrici della stessa piattaforma. Questa possibilità desta molte

preoccupazioni per quanto riguarda il mercato della produzione nazionale, che dipenderebbe sempre di più dagli investimenti ingenti del servizio S-VOD. Netflix attraverso questa strategia non solo riuscirebbe ad avere ampio controllo sulla organizzazione e produzione creativa, ma inoltre potrebbe creare dei contratti, che vanno a danno delle microsocietà italiane. Ovviamente le collaborazioni con Netflix non rappresentano solo una minaccia, ma anche una possibilità per portare la produzione originale italiana all'estero e di creare attraverso i suoi investimenti produzioni ad alto budget e di qualità, così da poter riportare in auge l'industria mediale italiana. Le case produttrici, che hanno rilasciato interviste sulle collaborazioni con il colosso globale, reputano la piattaforma capace di lavorare insieme e di portare sul mercato italiano una visione di produzione internazionale. Secondo quanto riportato da Paola Lucisano, produttrice per Italian International Film “lavorare con Netflix è stato molto stimolante: un confronto serrato sul piano editoriale e una modalità industriale con una visione internazionale». ⁵² Ovviamente non avendo modo di avere informazioni sui contratti e gli accordi stretti dalle parti, non si è dato sapere se Netflix rappresenti più un egemone, intenzionato ad ottenere il controllo sulla produzione audiovisiva, creando un network di microimprese a sua disposizione o se oppure rappresenti un vero trampolino di lancio per tutte le piccole società, che senza l'aiuto della piattaforma non sarebbe riuscita ad emergere.

⁵² M. Ciarlante, *Guida astrologica per cuori infranti' è la nuova serie Netflix che racconta i 30enni alla ricerca dell'amore*, Today, 5 ottobre 2021. <https://www.today.it/media/serie-tv/quando-esce-guida-astrologica-per-cuori-infranti-serie-netflix.html>

Microimprese	Fatturato 2020	Anno
42	1.070.000 €	2020
Movimenti Production	1.104.472 €	2021
Mon Amour Films	283.536 €	2021
Red Joint Film	90.418 €	2021
Indigo Stories	453.682 €	2022
Piccole imprese	Fatturato 2020	Anno
BiBi Film	9.458.561 €	2019
Doghead Animation	2.256.623 €	2021
Tramp Limited LTD	9.268.462 €	2022
Medie Imprese	Fatturato 2020	Anno
Cattleya	29.988.398 €	2017
Cross Productions	10.678.900 €	2018
Fabula Pictures	10.102.344 €	2018
Fandango	10.384.668 €	2020
Indiana Production	21.780.480 €	2020
Italian International Film	17.030.406 €	2021
Stand By Me	18.167.904 €	2022
Picomedia	17.192.839 €	2022
Grandi Imprese	Fatturato 2020	Anno
Fremantle Media Italia	69.938.000 €	2022
Banijay Italia	58.407.764 €	2022
Luxvide	55.002.601 €	2022

Tabella 5. Evoluzione delle collaborazioni con segmentazioni imprese.

Fonte: Elaborazione dell'autore su dati reperiti da siti web

3. I progetti futuri del colosso globale per il pubblico italiano: il Gattopardo

Analizzate produzioni originali di Netflix Italia, non si può non porre l'attenzione verso le future proposte della piattaforma per il suo pubblico. Il colosso globale nelle sue prossime serie televisive presenterà titoli accattivanti e in molti casi ampiamente conosciuti, come il *Gattopardo*. Come esposto da E. Andreatta:

“I progetti seriali italiani annunciati oggi e che vedranno la luce nei prossimi anni, riflettono la nostra volontà di lavorare con i nostri partner produttivi italiani e alzare l'asticella della nostra ambizione. Insieme vogliamo dare vita ad uno storytelling ampio e variegato, pluralista in termini di visioni e voci creative, che affondi le radici nel presente, capace di osare, a partire dal linguaggio visivo fino alla novità dei personaggi e delle scelte coraggiose compiute anche all'interno di storie che appartengono alla tradizione culturale e ai gusti del pubblico italiano, rompendo tabù e toccando temi

che il nostro racconto ha escluso. Vogliamo raccontare l'altra faccia dell'Italia, quella misteriosa, proibita, coraggiosa che sa far pensare e volare l'immaginazione.”⁵³

Mirando a caratteristiche come varietà, autenticità e qualità, il catalogo italiano di Netflix si viene a estendere con nuovi titoli, che toccano una varietà di temi e di generi, rispondendo a una domanda sempre più ampia. La serie del *Gattopardo*, trasposizione seriale del romanzo omonimo, sarà la vera sfida per la piattaforma. Prodotto da Indiana Production e Moonage Pictures, la piattaforma ha la volontà di riportare alla luce uno dei classici della letteratura italiana, modernizzandolo e rendendolo attuale. Attraverso la produzione di una serie televisiva originale del capolavoro letterario italiano il servizio S-VOD vuole proporre uno spettacolo proponibile sia al pubblico italiano che internazionale.

Inoltre, la piattaforma ha altre produzioni in attesa. Una di queste è *Inganno*, prodotta da Cattleya, thriller sentimentale, che toccherà varie tematiche scomode, come la differenza di età in un rapporto amoroso e la maternità nella cultura mediterranea; inoltre, vi è sarà la nuova serie animata di *Zerocalcare*, usufruendo della collaborazione delle case produttrici che hanno eseguito la prima serie, *Movimenti Production* in collaborazione con *Bao Publishing*. *Lotto gang*, produzione attesa per il 2023, dovrebbe riprendere le figure degli antieroi/eroine, proponendo la più grande e geniale truffa al Lotto mai avvenuta. Questa prima descrizione della serie ricorda molto la *Casa de Papel*, serie televisiva originale Netflix spagnola. Inoltre, usciranno *Odio Il Natale*, commedia con Pilar Fogliati protagonista e *Summer Job*, il primo reality originale italiano Netflix. Infine, vorrei citare due importanti produzioni *Wanna* e *Il caso Alex Schawazer*. Entrambe le serie televisive sono docu-serie, che mirano a raccontare la vita di personaggi realmente vissuti. Dagli ultimi titoli vediamo come Netflix non stia scommettendo solo sulla proposta seriale classica, ma anche spingendosi verso reality show e docu-serie, rendendo il catalogo italiano più ricco ed articolato.

⁵³ F. Carotti, *Netflix inaugura l'ufficio italiano e conferma il proprio impegno in Italia*, 9 maggio 2022. <https://about.netflix.com/it/news/netflix-opens-new-home-in-rome-and-announces-bold-slate-of-italian-stories>

Conclusione

Alla luce di quanto riportato dall'analisi si ha la possibilità di rispondere alle iniziali domande di ricerca.

Nel caso della prima ipotesi, in cui si voleva analizzare il posizionamento editoriale di genere e di target di pubblico dell'offerta italiana di Netflix, emerge che vi è una maggioranza di serie televisive con una struttura narrativa, composta da pochi episodi di media-lunga durata. La preferenza di questa struttura deriva da varie motivazioni: struttura adeguata al *binge-watching* e composizione ideale per le produzioni di serie televisive "ibride", le quali presentano un'unione delle caratteristiche seriali e cinematografiche. Questo risultato si discosta dalle serie televisive proposte nei servizi lineari, i quali solitamente producono titoli con un ampio spettro di episodi di media-lunga durata e la cui programmazione si estende su lungo lasso di tempo. Invece, il genere proposto dalle produzioni originali di Netflix è alquanto eterogeneo, anche se sono di notevole rilievo il genere drammatico, commedia, documentario e fantasy. Come precedentemente descritto questa distribuzione potrebbe cambiare nei prossimi anni per varie motivazioni.

Prima di tutto, si riscontra una preferenza del genere commedia da parte del pubblico italiano, a cui Netflix ha già risposto con l'uscita di nuove serie televisive comedy nel 2022. Inoltre, un sempre più elevato interesse per le docu-serie, che stanno lentamente uscendo dal loro stato di mercato di nicchia. È possibile, inoltre, rilevare la sussistenza di varie tipologie di ibridazione di genere narrativo. Le quattro ibridazioni principali sono: crime-comedy, docu-talk show, fantasy-drama e il drama-comedy. Rilevati i suddetti dati, riscontriamo per quanto riguarda il ritmo narrativo, una prevalenza di trame orizzontali o prevalentemente orizzontali. Il pubblico di Netflix, perciò, preferisce serie televisive, nominate "serial", in cui la trama è strutturata all'interno di molteplici episodi o stagioni. Un altro fattore importante è l'elemento di continuità, che è rappresentato nella maggior parte dei casi dalla evoluzione o crescita dei personaggi, insieme alla descrizione delle relazioni di quest'ultimi. I personaggi stessi sono elemento fondamentale per la riuscita delle serie televisive. Dallo studio si è potuto constatare il distanziamento del pubblico nei confronti di personaggi stereotipati e senza spessore, preferendo personaggi con caratteristiche peculiari e uniche, che si differenzino da tutti gli altri. Stesso concetto si riscontra nella figura dell'antieroe. Per quanto, non ancora ampiamente inserito nel catalogo italiano, la figura dell'antieroe, ben lontana dalla figura astratta e perfetta dell'eroe, ha conquistato il pubblico internazionale e contemporaneo. Alla luce della recente evoluzione del nostro contesto socioculturale, è emersa non solo una crescente tendenza alla moralità relativa, ma anche l'accettazione della possibilità di sbagliare ed essere imperfetti. Il personaggio

dell'antieroe non poteva dunque essere più attuale. In seguito, si riscontra una prevalenza di utilizzo di *background* urbani, oppure metropolitani e di periferia. Date queste premesse, riscontriamo un uso frequente della tematica “amore”, “mafia” e “droga”, che sono argomenti importanti sempre attuali. Trattati ampiamente dalla produzione italiana dei sistemi lineari, viene data una prospettiva tramite la produzione originale della piattaforma. Dai dati rinvenuti notiamo che la maggioranza delle sceneggiature delle produzioni provengono da romanzi di successo, come *Suburra* e *Fedeltà*. Raccolti i suddetti dati, non si può non notare come le caratteristiche riscontrate si leghino soprattutto alla fruizione del servizio di un pubblico giovane e pronto a sperimentare. Netflix non solo propone delle serie televisive con specificità locali, ma permette ai titoli di assumere tutt'altra prospettiva in confronto a quelle destinate ai sistemi lineari.

Per quanto riguarda il secondo quesito di ricerca, il quale si poneva l'obiettivo di analizzare il cambiamento che si sta svolgendo nel settore produttivo audiovisivo nazionale, dato l'ingresso e il sempre più importante ruolo di Netflix nel mercato italiano, sono stati riscontrati i seguenti risultati. Netflix è entrata all'interno del mercato italiano attraverso collaborazioni con imprese di media dimensione, ben introdotte nell'industria. Questi accordi hanno permesso alla società di entrare e stabilirsi con una quota sempre più importante. Successivamente, raggiunto questo primo obiettivo, Netflix sembra distanziarsi sempre di più dalle medie società di produzione locali, per indirizzarsi verso collaborazione o con microimprese oppure con grandi società internazionali. Anche se presenta tuttora la maggior parte delle partnerships con medie imprese, non si può non notare la tendenza a voler costruire maggiori rapporti con microimprese. Questo nuovo obiettivo della piattaforma pone alcune importanti problematiche. Di dubbie intenzioni, non si comprende se vi sia la volontà da parte del servizio S-VOD di creare un proprio network di case di produzione, tale da rendere i produttori locali dei sub-appaltatori, oppure se vi sia la volontà di investire nelle capacità e creatività della produzione locale. Ovviamente la collaborazione con la piattaforma *streaming* è inevitabile, data la capacità di investimento e il bisogno da parte del mercato italiano della visibilità e capacità di distribuzione internazionale, che questo colosso può offrire.

In conclusione, la ricerca ha l'obiettivo di colmare per quanto possibile il vastissimo argomento delle capacità e strategie di localizzazione e investimento di Netflix in Italia. Ovviamente, vi sono vari quesiti importanti di cui non si ha ancora una risposta e potrebbero rappresentare fonti nuove di analisi. Prima di tutto ci si interroga sulla possibilità di verificare gli investimenti della piattaforma *streaming* all'interno del mercato, che tuttora sono sconosciuti, non essendo rilasciati dalla società stessa. Inoltre, un'altra fondamentale questione, che merita di essere analizzata, sono le strutture e il portafoglio di contratti, messi in atto dal servizio S-VOD.

Bibliografia

L. Aguiar, J. Waldfogel, “Netflix: global hegemon or facilitator of frictionless digital trade?”, *Journal of Cultural Economics*, 42, 419 -445, 2018
<https://doi.org/10.1007/s10824-017-9315-z>

A. Afilipoaie, C. Iordache & T. Raats, “The ‘Netflix Original’ and what it means for the production of European television content”, *Critical Studies in Television*, 16(3), 304–325, 2021
<https://doi.org/10.1177/17496020211023318>

L. Balestrieri, *Le Piattaforme Mondo - L'Egemonia dei Nuovi Signori dei Media*. Roma: Luiss University Press, 2021

S. Baschiera, “National Screen Productions and Global SVOD Services: The Case of Netflix in UK and Italy”, *Comunicacion Y Sociedad*, 2019

D. Castro, C. Cascajosa, “From Netflix to Movistar+: How subscription video-on demand services have transformed spanish TV production”, *Journal of Cinema and Media Studies*, 59 (3), 154–60, 2020
<https://doi.org/10.1353/cj.2020.0019>

T. Dwyer, Y. Shim, H. Lee & J. Hutchinson, “Comparing digital media industries in South Korea and Australia: The case of Netflix take-up”, *International Journal of Communication*, 12, 20, 2018

R. Gómez, A. Muñoz Larroa, “Netflix in Mexico: An example of the tech giant’s transnational business strategies” *Television & New Media*, 2022
<https://doi.org/10.1177/15274764221082107>

T. Havens, *Streaming Channel Brands as Global Meaning Systems*, In *from Networks to Netflix: A Guide to Changing Channels*, New York, NY: Routledge, 2018

D. Herbert, A. D. Lotz & A. Punathambekar, *Media Industry Studies*. Newark: Polity Press, 2020

T. Hidalgo, “Netflix como productor audiovisual: Una radiografía de la coproducción de ficciones seriadas”, *Obra Digital*, (19), 117–132, 2020

<https://doi.org/10.25029/od.2020.272.19>

C. Iordache, T. Raats & A. Afilipoaie, “Transnationalisation revisited through the Netflix Original: An analysis of investment strategies in Europe”, *Convergence*, 28(1), 236–254, 2022

<https://doi.org/10.1177/13548565211047344>

M. Jenner, *Netflix and the Re-invention of Television*, London, Palgrave Macmillan, 2018

T. Kim, “Critical interpretations of global-local co-productions in subscription video-on-demand platforms: A case study of Netflix’s YG future strategy office”. *Television & New Media*, 23(4), 405–421, 2022

<https://doi.org/10.1177/1527476421999437>

R. Lobato, A. D. Lotz, “Imagining global video: The challenge of Netflix”, *University of Texas Press*, 59(3), 132-161, 2020

R. Lobato, *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*, New York: New York University Press, 2019

A. D. Lotz, “Unpopularity and cultural power in the age of Netflix: New questions for cultural studies’ approaches to television texts”, *European Journal of Cultural Studies*, 24(4), 887–900, 2021

<https://doi.org/10.1177/1367549421994578>

A. D. Lotz, “In between the global and the local: Mapping the geographies of Netflix as a multinational service”, *International Journal of Cultural Studies*, 24(2), 195–215, 2021

<https://doi.org/10.1177/1367877920953166>

A. D. Lotz, *The Television Will Be Revolutionized*, NYU Press; 2, 40–45, 2014

E. A. Park, *Why the networks can’t beat Netflix: speculations on the US OTT Services Market*. *Digital Policy, Regulation and Governance*, 19(1), 21-39, 2017

<https://doi.org/10.1108/DPRG-08-2016-0041>

S. Rios, A. Scarlata, “Locating SVOD in Australia and Mexico: Stan and Blim contend with Netflix”, *Critical Studies in Television*, 13(4), 475-490, 2018

<https://doi.org/10.1177/1749602018798158>

Statista, “Video-on-demand: Netflix in Italy 2022”, Global Consumer Survey brand report, 2022

<https://www.statista.com/study/73425/video-on-demand-netflix-in-italy-brand-report/>

G. Turner, “Netflix and the reconfiguration of the Australian television market”, *Media Industries Journal*, 5(2), 129-142, 2018

<https://doi.org/10.3998/mij.15031809.0005.208>

M. L. Wayne, D. Castro, “SVOD global expansion in cross-national comparative perspective: Netflix in Israel and Spain”, *Television & New Media*, 22(8), 896–913, 2021

<https://doi.org/10.1177/1527476420926496>

M. L. Wayne, “Global portals in national markets: Branding Netflix in Israel”, *Journal of Cinema and Media Studies*, 59(3), 149-153, 2020

<https://doi.org/10.1353/cj.2020.0037>

Sitografia

Associazione Produttori Audiovisivi, *3° Rapporto sulla produzione audiovisiva nazionale*, 2021

<https://www.apaonline.it/website/wp-content/uploads/2021/10/apa-associazione-produttori-audiovisivi-apa-presenta-il-3-rapporto-sulla-produzione-audiovisiva-nazionale-3rapportoapa-2021-14.10.21-de.pdf>

A. Anderson, *Netflix plans three new originals in Italy*, *Hollywood Reporter*, 2019

<https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/netflix-plans-three-new-originals-italy-1198170/>

A. Biondi, *Netflix: le quote imposte d'investimenti in Italia mettono a rischio il sistema*, *Sole 24 Ore*, 2021

<https://www.ilsole24ore.com/art/netflix-quote-imposte-d-investimenti-italia-mettono-rischio-sistema-AE2wdYf>

M. Carrà, *Netflix delude le attese sulla crescita degli abbonati. E il titolo crolla in Borsa*, Forbes, 2022 <https://forbes.it/2022/01/21/netflix-crolla-borsa-previsioni-nuovi-abbonati/>

M. Ciarlante, *Guida astrologica per cuori infranti' è la nuova serie Netflix che racconta i 30enni alla ricerca dell'amore*, Today, 2021
<https://www.today.it/media/serie-tv/quando-esce-guida-astrologica-per-cuori-infranti-serie-netflix.html>

F. Carotti, *Netflix inaugura l'ufficio italiano e conferma il proprio impegno in Italia*, Netflix, 2022
<https://about.netflix.com/it/news/netflix-opens-new-home-in-rome-and-announces-bold-slate-of-italian-stories>

R. Cooper, *Netflix 2022 already set to beat 2021 original TV releases*, Ampere Analysis, 2022
<https://www.ampereanalysis.com/insight/netflix-2022-already-set-to-beat-2021-original-tv-releasesNetflix%202022%20already%20set%20to%20beat%202021%20original%20TV%20releases>

D. Hayes, *Netflix reaches tipping point as originals now outpace acquired titles – study*. Deadline, 2019
<https://deadline.com/2019/03/netflix-reaches-tipping-point-as-originals-now-outpace-acquired-titles-study-1202579260/>

E. Marro, *Netflix salvata dal virus: in Borsa cancella il crollo e torna in vetta*, Sole 24 Ore, 2020
<https://www.ilsole24ore.com/art/netflix-salvata-virus-borsa-cancella-crollo-e-torna-vetta-ADVFZeH>

Netflix, *2021 Fourth Quarter Earnings – Letter to Shareholders*, Netflix Investors, 2021
<https://ir.netflix.net/financials/quarterly-earnings/default.aspx>

Netflix, *2022 First Quarter Earnings – Financial Statements*, Netflix Investors, 2022
https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/2022/q1/Q1'22-Website-Financials.xlsx

Netflix, *2021 Fourth Quarter Earnings – Financial Statements*, Netflix Investors, 2021
https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/2021/q4/Q4'21-Website-Financials.xlsx

Netflix, *2019 Fourth Quarter Earnings – Financial Statements*, Netflix Investors, 2019

https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/2021/q4/Q4'21-Website-Financials.xlsx

N. Sperling, *Netflix, struggling with subscriptions, lays off about 150 workers*, New York Times, Section B, 6, 2022

<https://www.nytimes.com/2022/05/17/business/netflix-layoffs.html>