

# Streaming, la corsa di Disney+: sorpassa Netflix

Abbonamenti a quota 221 milioni. Per il gruppo di Topolino 1,4 miliardi di utili nel trimestre

Storico sorpasso di Disney+ su Netflix: la piattaforma di streaming video della Walt Disney Company ha raggiunto i 221,1 milioni di utenti contro i 220,7 milioni della rivale. A fare da traino il servizio Disney+, con un aumento di 14,4 milioni di abbonati tra aprile e giugno, arrivando a 152,1 milioni. A questi si sommano i 46,2 milioni di Hulu e i 22,8 milioni di Espn+, sempre del gruppo Disney. Le ragioni del successo? Tariffe molto competitive, contenuti esclusivi e non solo.

Secondo i dati dell'ultima

trimestrale, riferita al periodo aprile-giugno, il colosso dell'intrattenimento ha registrato un utile netto di 1,409 miliardi di dollari, il 53,5% in più rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il fatturato tra aprile e giugno ha raggiunto i 21.504 milioni di dollari, il 26,3% in più. «Abbiamo avuto un trimestre eccellente, con prestazioni eccezionali nei nostri parchi a tema nazionali, grandi aumenti negli spettatori di sport in diretta e una crescita significativa degli abbonati ai nostri servizi di streaming», ha sottolineato

Bob Chapek, ceo di The Walt Disney Company.

Nonostante il sorpasso sulla piattaforma fondata da Reed Hastings, Disney si attende un calo degli abbonati da qui al 2024: meno 15 milioni di iscritti. La società «non paga dividendi dal 2020 e ha interrotto il suo programma di riacquisto di azioni proprie nel 2018, il che indica che sta investendo molto denaro nell'impresa Disney+, ma sembra che stia dando i suoi frutti» osserva Josh Gilbert, market analyst della piattaforma di investimenti eToro.

La casa madre di Topolino ha anche annunciato l'introduzione, per ora solo negli Usa, di un piano di abbonamento con un costo di 7,99 dollari al mese, che prevede l'introduzione di spot. La versione senza pubblicità, invece, costerà 10,99 dollari, a partire dall'8 dicembre. Anche Netflix, dopo aver perso 200.000 utenti nel primo trimestre e altri 970.000 nel secondo, ha deciso di cedere alla pubblicità, proponendo abbonamenti meno cari ma con qualche inserzione.

**Valentina Iorio**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Una scena di «Ms. Marvel», miniserie televisiva ideata da Bisha K.Ali per Disney+

## 53,5

per cento  
la crescita  
dell'utile netto  
(1,409 miliardi  
di dollari)  
di Disney+,  
riferita  
al periodo che  
va da aprile  
fino a giugno,  
rispetto allo  
stesso periodo  
all'anno  
precedente

