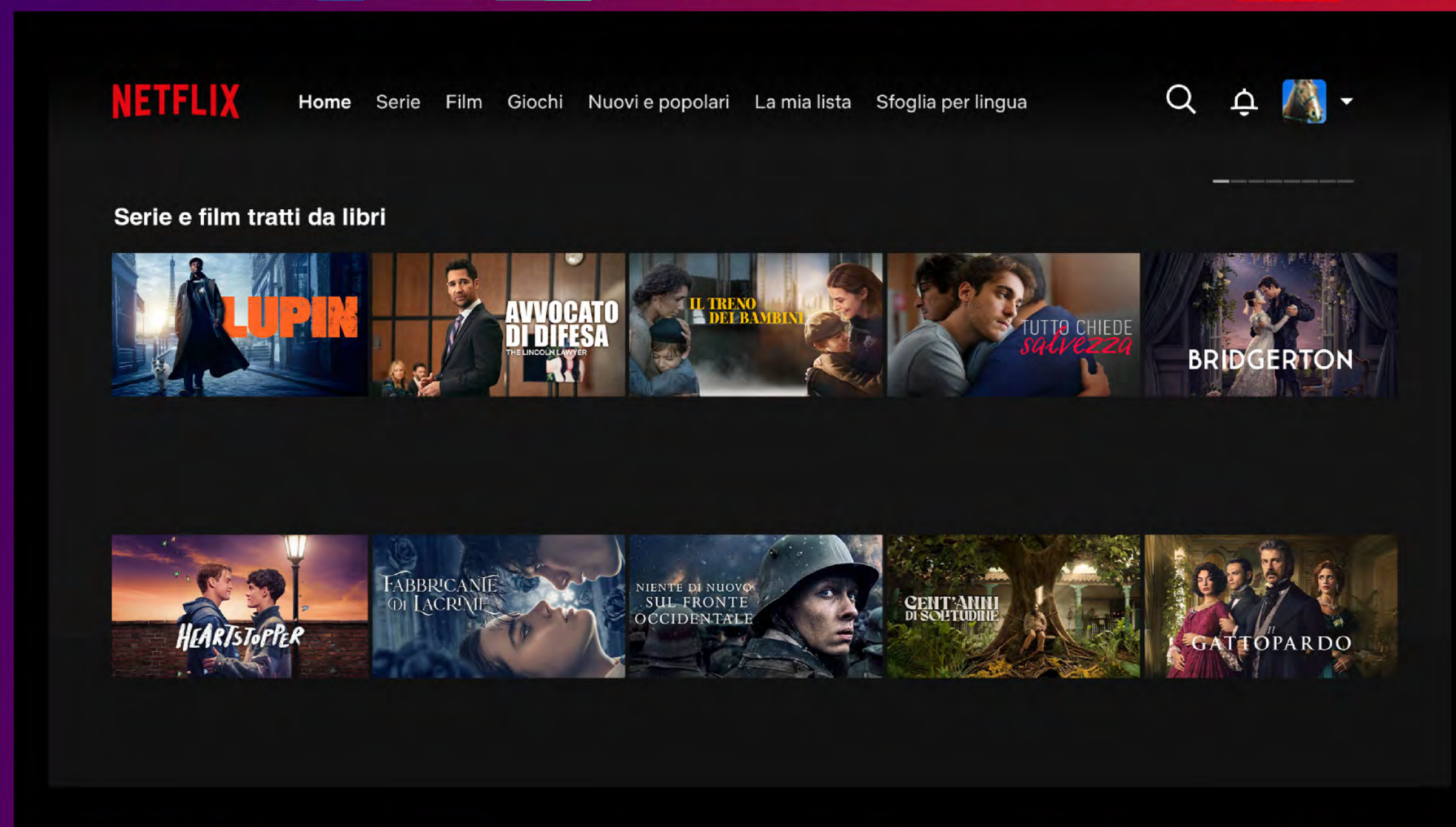




NETFLIX

Dallo schermo
alla pagina:
l'effetto
del'audiovisivo
sull'editoria
e i lettori italiani



una ricerca realizzata da
NielsenIQ

Obiettivi e approccio generale



La prospettiva delle vendite

Misurare l'effetto dell'audiovisivo attraverso l'osservazione delle vendite settimanali dei libri



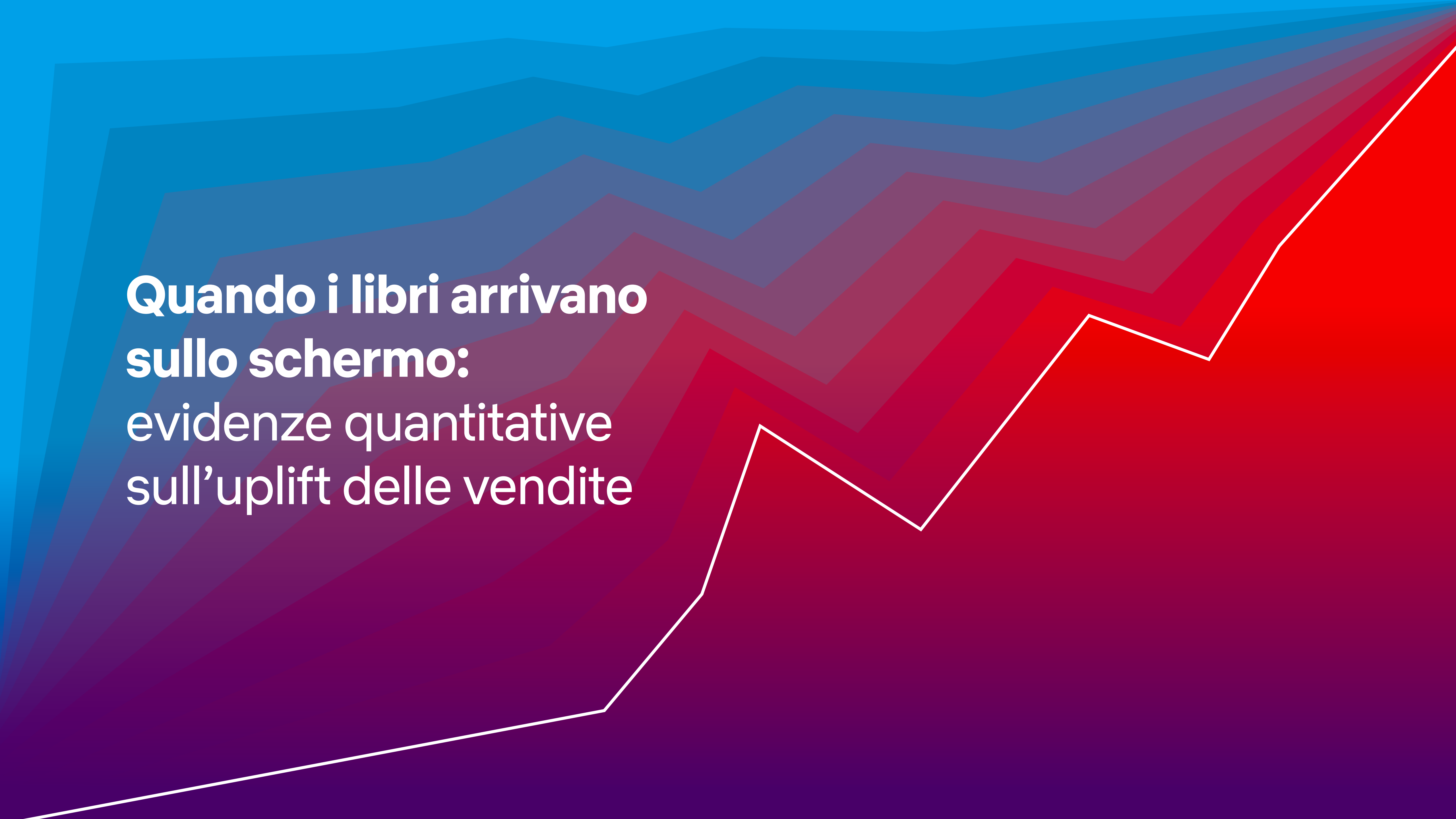
La prospettiva dei consumatori

Comprendere il percepito e l'approccio degli italiani verso libri e schermo




Il ruolo di Netflix

Identificare i tratti distintivi di Netflix nell'ecosistema audiovisivo-editoriale e approfondire 3 casistiche esemplificative

The background features a series of overlapping, wavy lines in shades of blue and red, creating a sense of depth and movement. A white line graph is overlaid on the bottom right, showing an overall upward trend with some fluctuations. The text is positioned on the left side of the image, in a clean, white, sans-serif font.

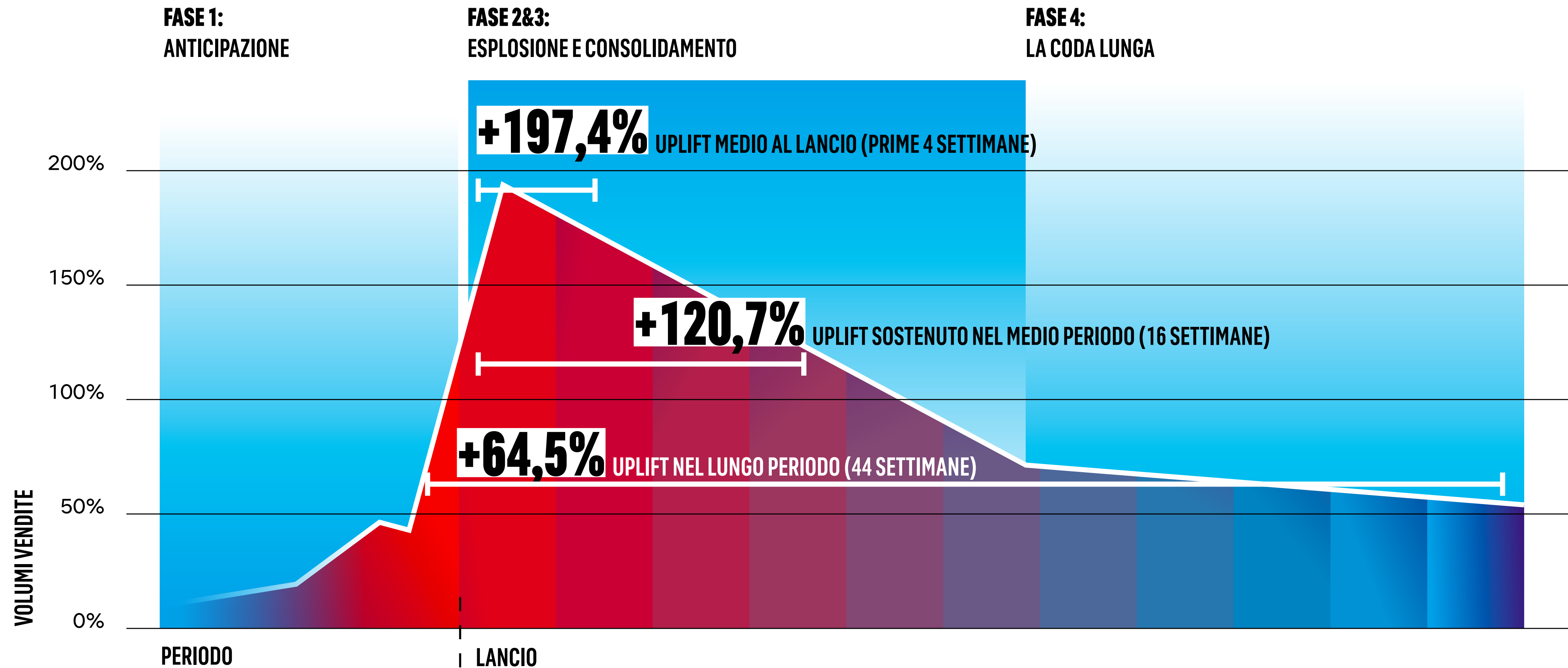
**Quando i libri arrivano
sullo schermo:
evidenze quantitative
sull'uplift delle vendite**



Metodologia dell'analisi

- ▶ Periodo di analisi: serie tv e film “lanciati” **tra il 2022 e il 2025**. Per ciascuna serie tv e film sono state considerate le vendite di **60 settimane** tra pre-lancio e post-lancio
- ▶ Selezione di un insieme eterogeneo di libri - **187 tra serie tv e film**
- ▶ **Baseline:** media delle vendite destagionalizzate nelle 16 settimane precedenti l'uscita di serie tv e film
- ▶ **Uplift:** variazione percentuale media delle vendite rispetto alla baseline

Impatto dell'uscita di serie tv e film sulle vendite dei libri



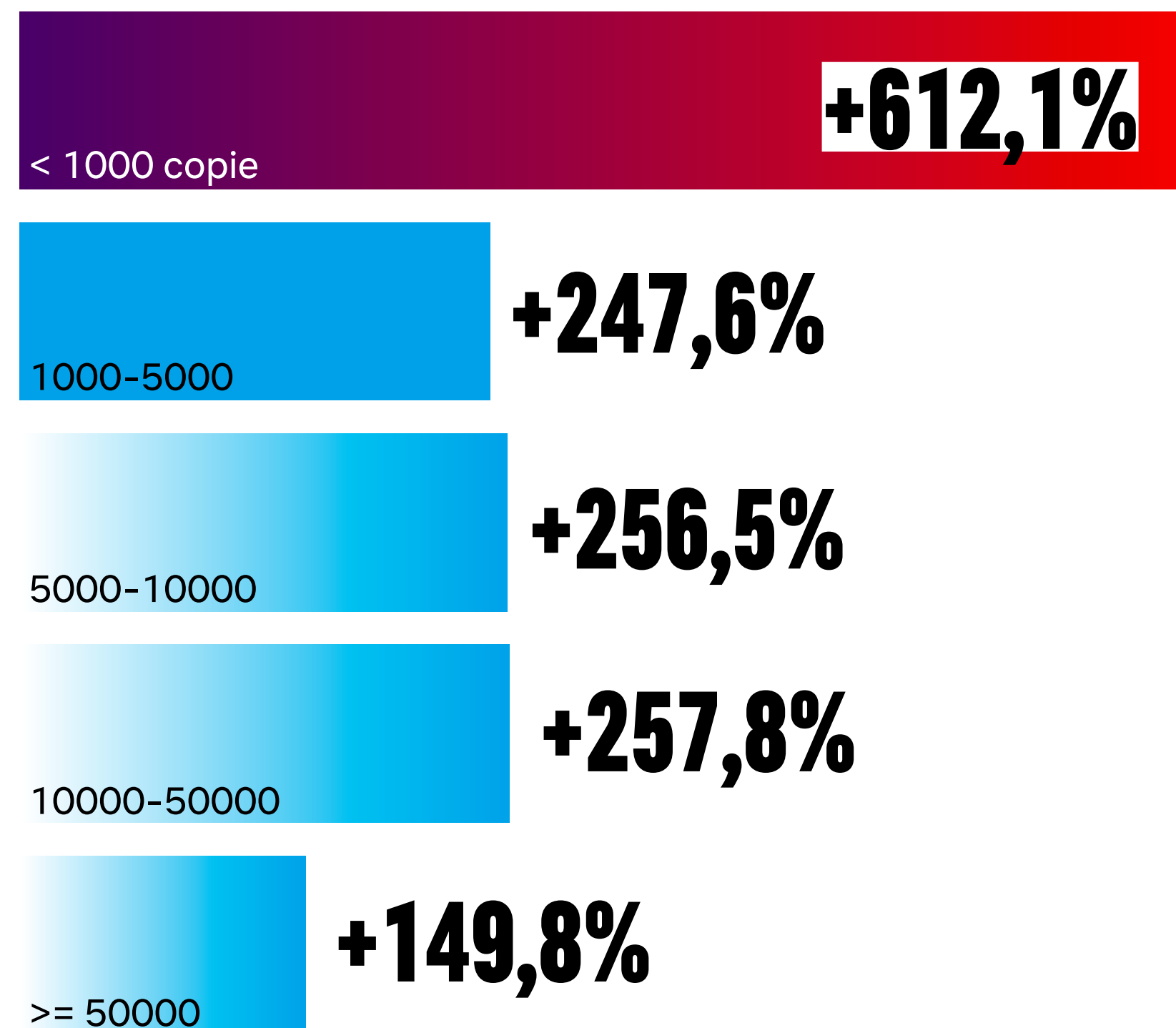
Serie tv e film: intensità e durata dell'impatto a **confronto**



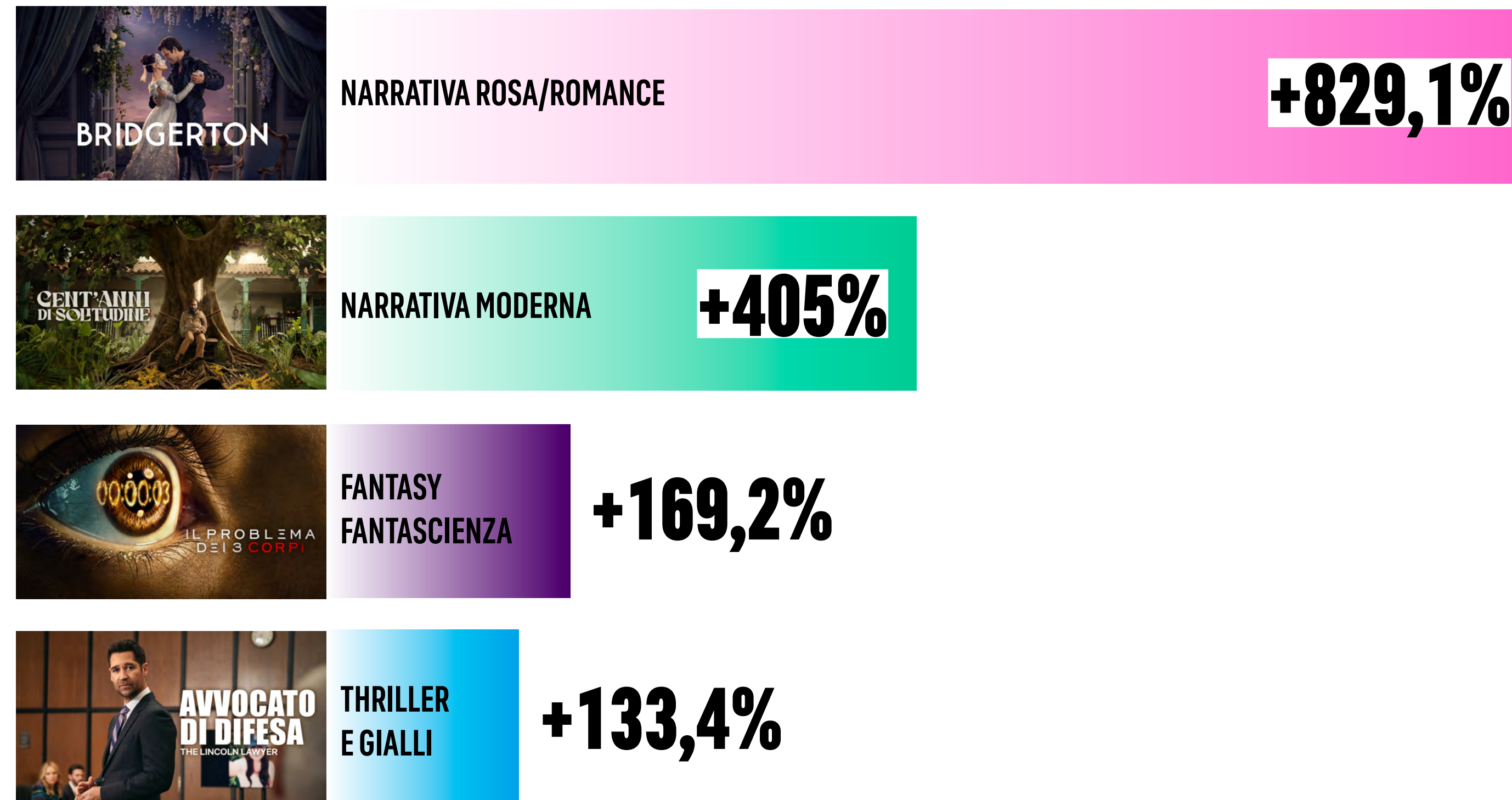
L'ingaggio del pubblico si traduce direttamente in una **maggiore propensione all'acquisto** del libro, dando origine a un effetto esplosivo al momento del lancio, sia nel caso delle serie tv sia dei film.

Il moltiplicatore di genere: chi trae massimo vantaggio?

L'effetto rivelazione sui **titoli di nicchia**



I generi **dominanti** (prime 4 settimane)

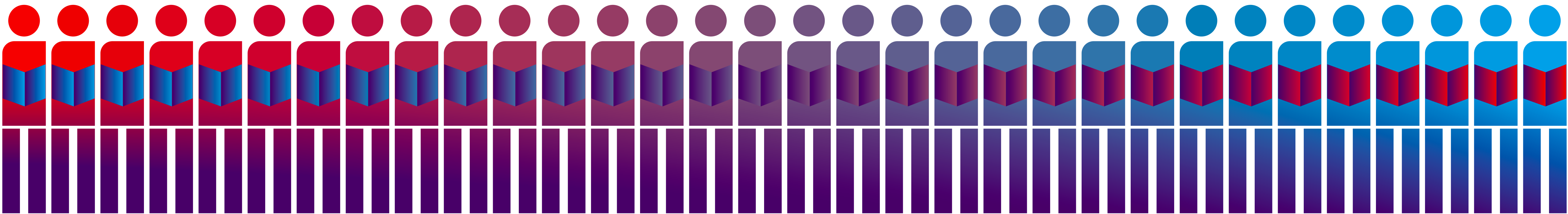




**La complementarietà
tra lettura e visione:
cosa dicono
i lettori italiani**

Metodologia dell'analisi

- ▶ **1500** interviste
- ▶ Target: lettori/acquirenti di libri 16+
- ▶ Campione rappresentativo della popolazione italiana



La nuova vetrina: come il pubblico scopre i libri oggi

Fonti di scoperta principali
(popolazione generale)

LIBRERIE/VETRINE FISICHE: **38%**

SERIE TV/FILM: **29%**

PASSAPAROLA: **23%**

L'ecosistema **digitale** (Gen Z)

LIBRERIE/VETRINE FISICHE: **42%**

SERIE TV/FILM: **35%**

VIDEO SUI SOCIAL: **35%**

Per la Gen Z, serie tv e film rappresentano la **seconda fonte di scoperta** di libri, al pari dei video sui social.

Le leve di comunicazione dell'editoria - i driver di acquisto

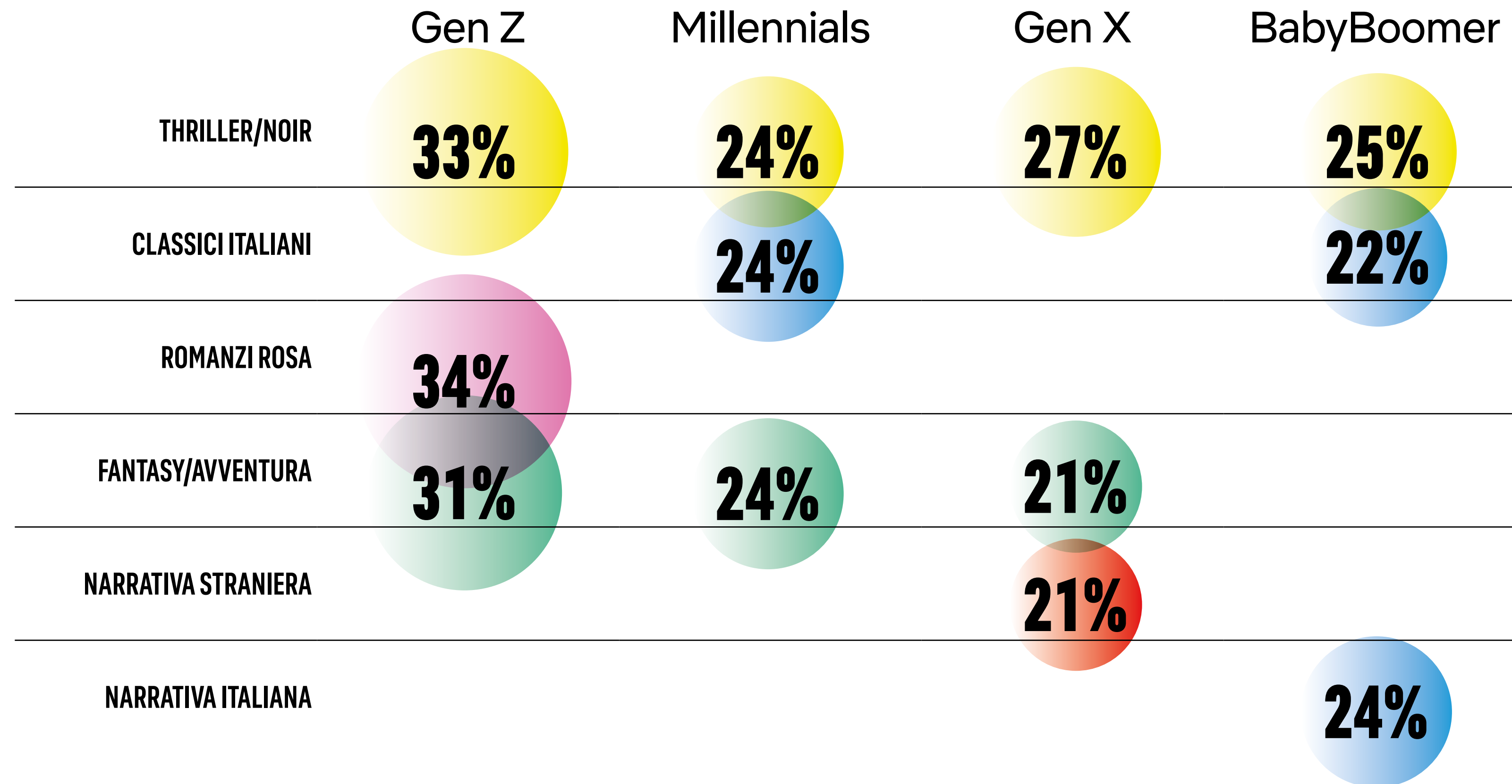
Mi fa scoprire
e venire voglia
di leggere il libro...



Ecosistema del lettore: l'uscita della serie tv/film come moltiplicatore di valore



Quali sono i generi di libri che più si prestano a una **trasposizione** in serie tv/film?



Perché le persone leggono il libro **dopo aver visto** la serie tv/film tratti da esso?

PER SCOPRIRE LE DIFFERENZE TRA IL LIBRO E LA SERIE TV/FILM

68%

PERCHÉ È UN MODO DIVERSO DI VIVERE UNA STORIA CHE È PIACIUTA, CHE CI HA TOCCATO

67%

PERCHÉ PERMETTE DI APPROFONDIRE I VISSUTI E LE MOTIVAZIONI DEI PERSONAGGI

67%

PERCHÉ PERMETTE DI PARTECIPARE ANCORA A QUELLE VICENDE, AMBIENTI, PERSONAGGI

66%

PERCHÉ SE LA SERIE TV/FILM È PIACIUTA, ALLORA IL LIBRO PIACERÀ SICURAMENTE ANCORA DI PIÙ

62%

PER SAPERE IN ANTICIPO COME ANDRÀ A FINIRE SENZA ASPETTARE LE STAGIONI SUCCESSIVE

53%

PERCHÉ DIVENTA PIÙ FACILE TROVARE ALTRE PERSONE CON CUI PARLARE, CONDIVIDERE LA STORIA E DISCUTERE DEL LIBRO

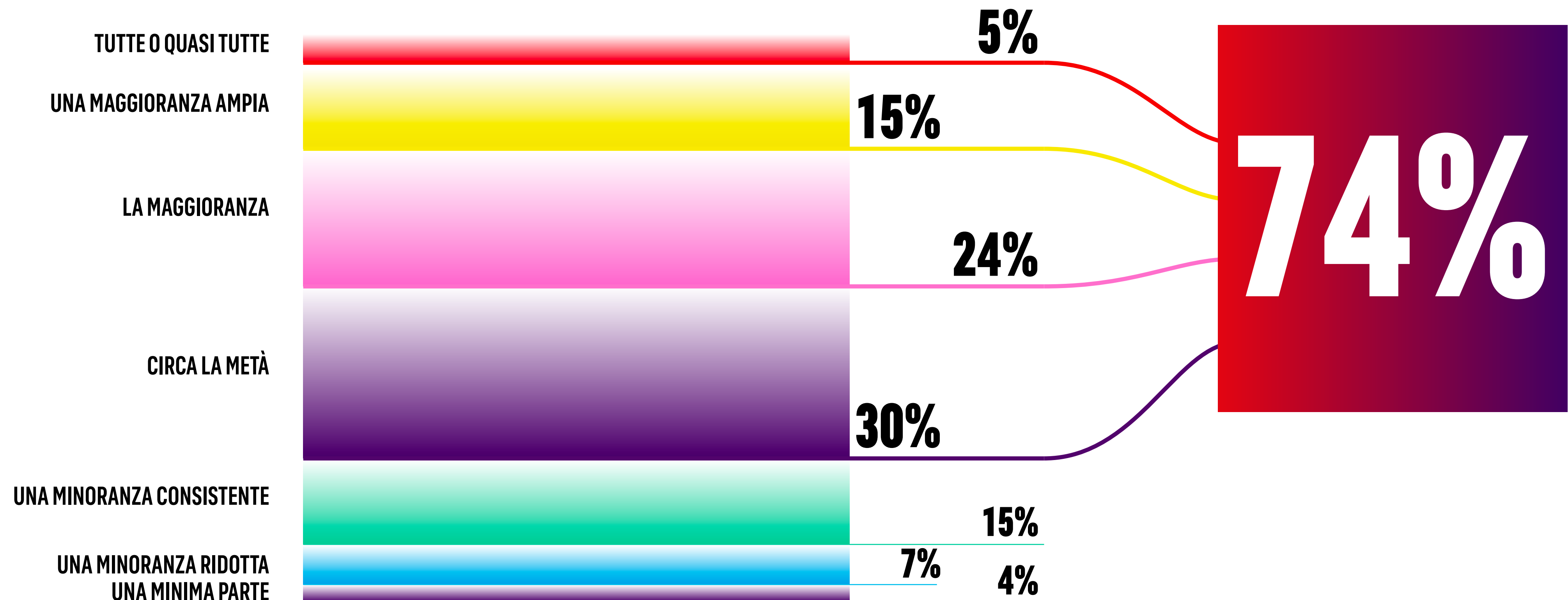
52%

La simbiosi tra pagina e schermo



Takeaway: lo schermo cattura i sensi; il libro cattura la mente. Insieme, creano l'**esperienza definitiva**.

Quante serie tv/film sono tratte da libri? Il percepito dei consumatori



Desiderio di lettori/acquirenti di libri di adattamenti audiovisivi

La domanda

51%

Il 51% dei lettori/acquirenti dichiara di volere più adattamenti audiovisivi da libri.

I segmenti ad alta richiesta

60% I GIOVANI

LA FAME DI TRASPOSIZIONI SALE A OLTRE IL 60% TRA MILLENIALS E GEN Z

63% UTENTI NETFLIX

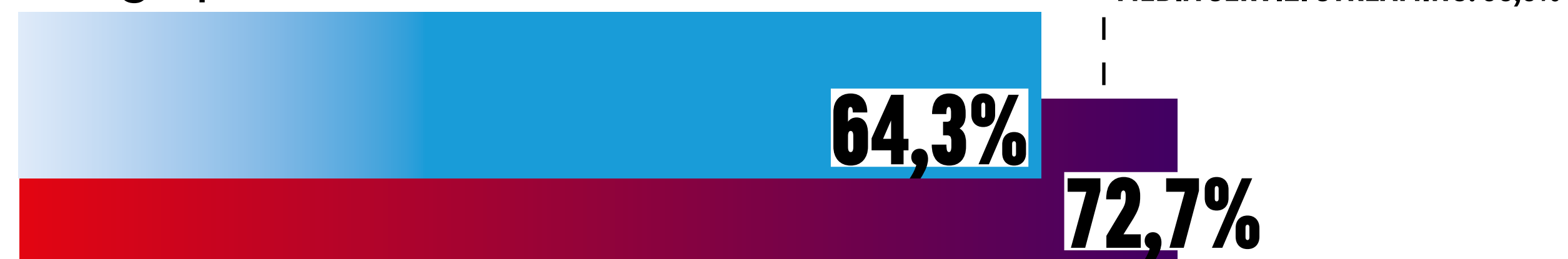
L'AUDIENCE PIÙ RICETTIVA IN ASSOLUTO. IL 63% DEGLI UTENTI NETFLIX RICHIEDE ATTIVAMENTE UNA MAGGIORE OFFERTA DI SERIE TV E FILM TRATTI DA OPERE LETTERARIE.



IL MERCATO È PRONTO PER ESPANDERSI

Il ruolo di Netflix

L' "effetto Netflix" sull'editoria

Periodo di lancio: **settimane 0-4**Medio periodo: **settimane 0-16**Lungo periodo: **settimane 0-44**

Servizi Streaming

NETFLIX

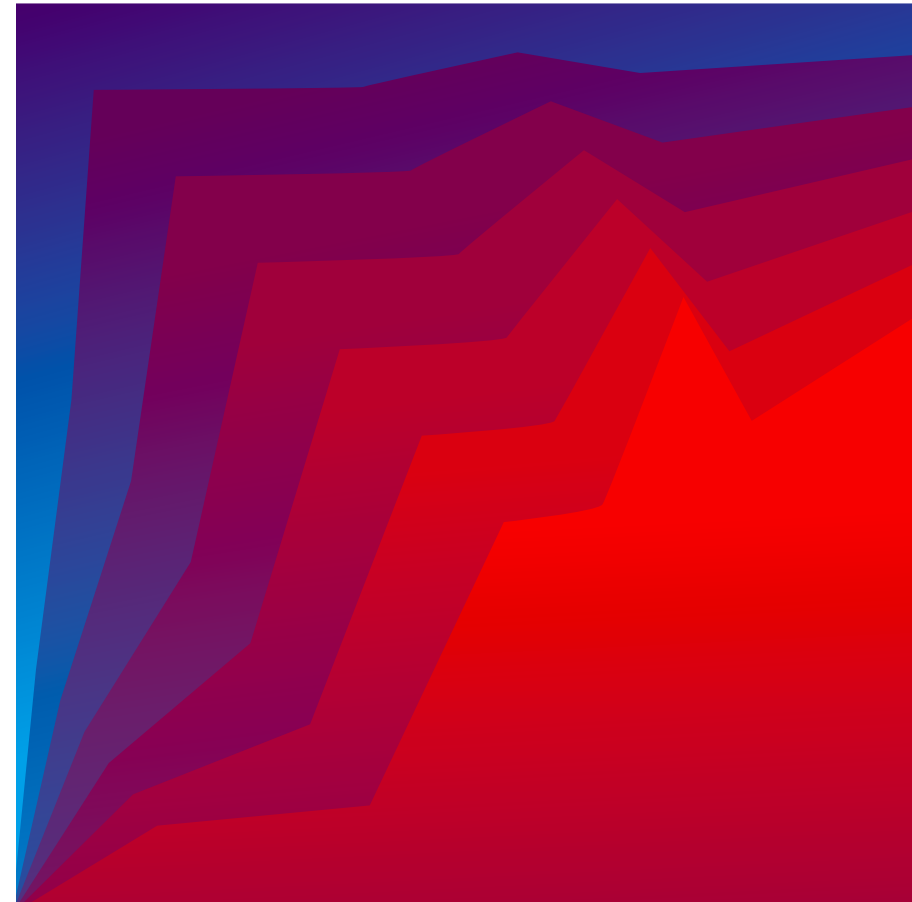
ALTRI SERVIZI STREAMING

I punti di forza di Netflix





Conclusioni



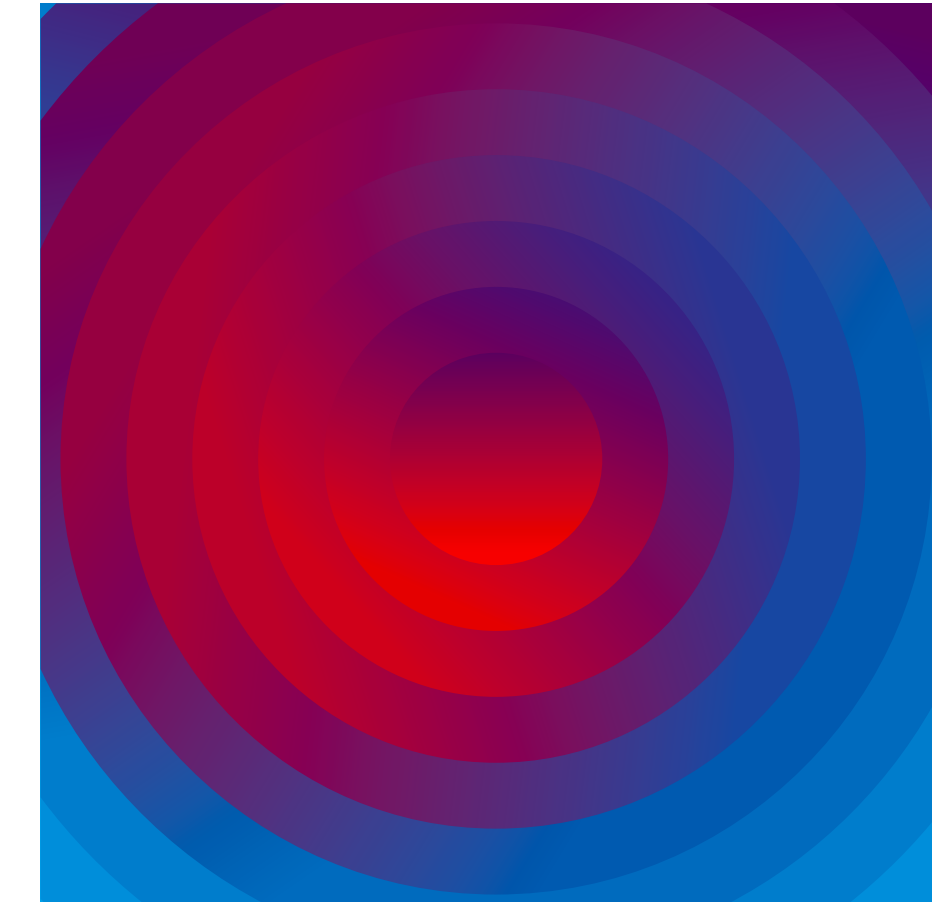
L'impatto del lancio

L'uscita di un adattamento audiovisivo genera un uplift medio di quasi il 200% nelle prime 4 settimane, trasformando lo schermo nel più potente motore di marketing editoriale.



Complementarietà

Lettura ed esperienza audiovisiva sono complementari: l'una diventa l'estensione naturale dell'altra.



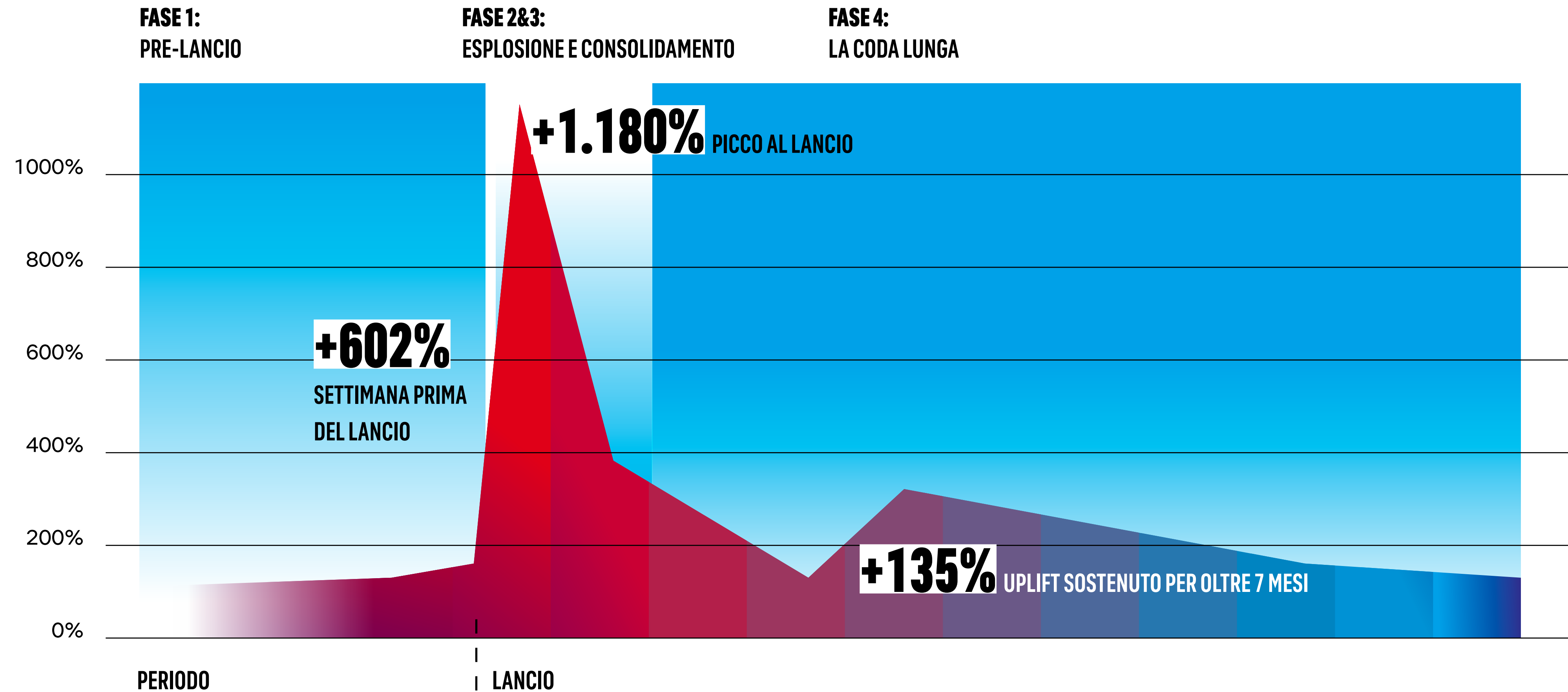
L'opportunità streaming

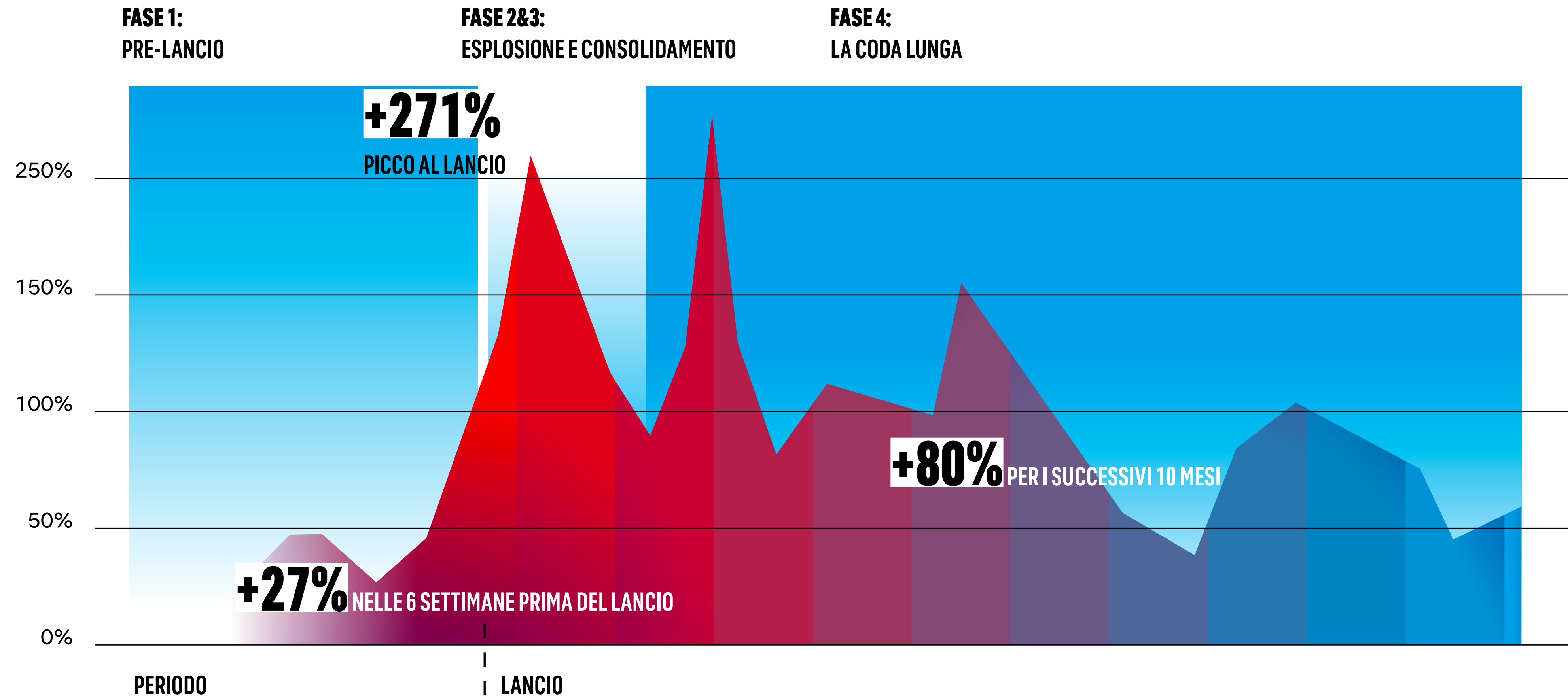
Prevedere questi uplift permette a editori e servizi streaming (con Netflix leader) di ottimizzare ristampe, tempistiche delle edizioni tie-in e partnership strategiche.

Casi Studio

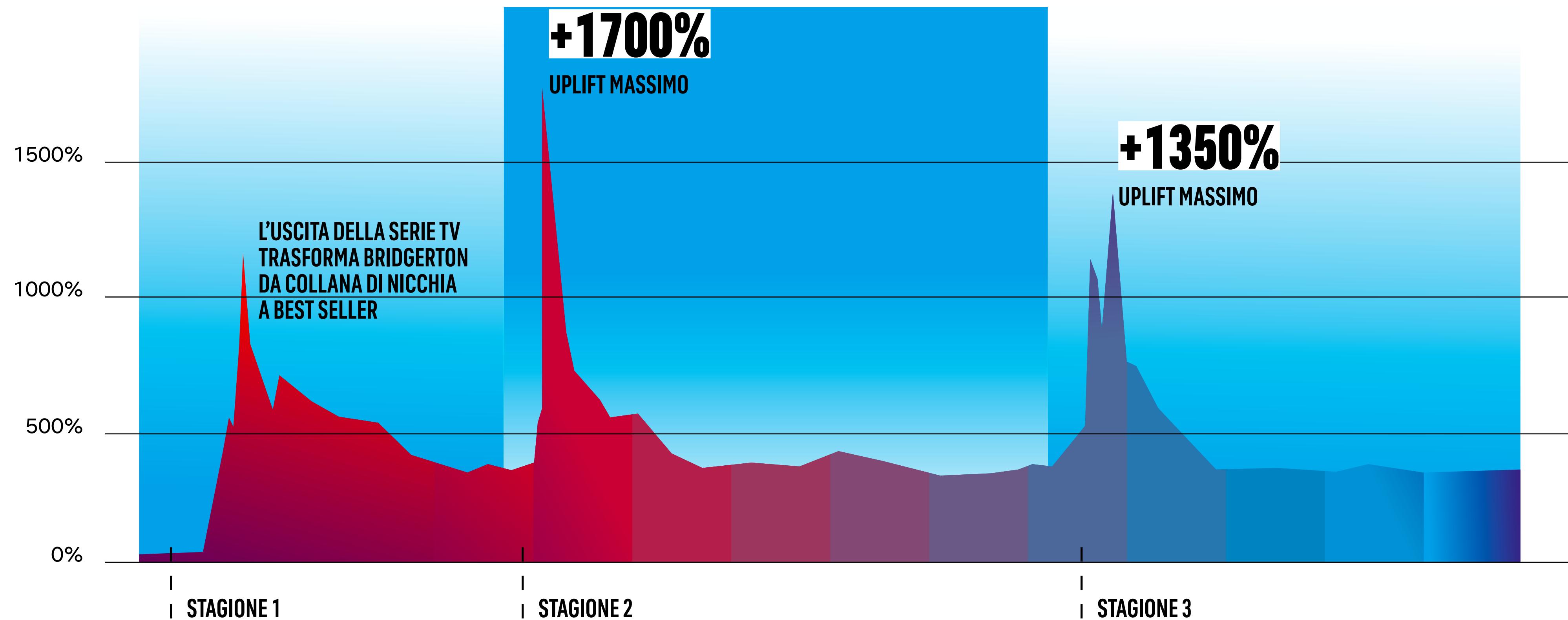
Il Gattopardo
Niente di nuovo sul fronte occidentale
Bridgerton

Il GATTOPARDO



NIENTE DI NUOVO
SUL FRONTE OCCIDENTALE

BRIDGERTON





Grazie