

# Innovazione e crisi di Netflix

*a cura della Redazione*

Leggiamo e riportiamo questo argomento in quanto il processo in atto nel SVOD (Subscription video on demand) può essere illuminante su come e dove andare a cercare nuove e vincenti strategie di business anche nel trasporto e forse è il degno complemento all'articolo qui pubblicato in questo numero di “AF” da A. Picillo.

Di fronte alle tendenze inaspettate del mercato, anche un business stabile ed in ripresa come il trasporto, potrebbe avere degli esiti inaspettati a prescindere dal valore degli investimenti e dalla voglia di introdurre innovazioni per non diminuirne il reddito.

Molto possono invece le idee innovative, quelle che intercettano la nascita di nuovi bisogni.

In questi tempi di attenzione alle crisi energetiche, all'ambiente ed alle innovazioni digitali, si stanno aprendo grazie appunto alla tecnologia, modalità di trasporto asincrone, parcellizzate e autosufficienti da un punto di vista energetico. L' “automotive” fa apripista, i camion elettrici di nuova generazione sono già in giro nelle nostre strade. Le autovetture cambieranno completamente in 2-3 anni. Sicuramente da queste al trasporto vincolato su rotaia la via non è così distante.

Resta il valore quasi eterno delle infrastrutture. Una sede ferroviaria o stradale può rimanere lì e cambiare di utilizzo dal tempo degli antichi romani fino ad oggi rimanendo validi gli investimenti per realizzarla.

Le ultime avvisaglie di un modo di intrattenimento che scomparirà?

Tornando allo SVOD, vogliamo prendere in considerazione i dati negativi di Netflix, appena riportati dall'azienda, che sono il segnale di un terremoto che riguarda tutto il settore. Le fortune per lo streaming mondiale sono