

# te L'home-video ➤ corre oltre ➤ i 900 milioni

**ROMA ■** Nel 2004 il mercato dell'home-video dovrebbe crescere del 6% sul 2003. È la previsione dello studio annuale di Simmaco Consulting per Univideo. Una «previsione prudentiale», commenta Marco Gambaro di Simmaco. «La diffusione dei lettori di Dvd è arrivata al 23-24% delle abitazioni a metà 2004 — spiega Gambaro —. Se fosse vero il raggiungimento entro fine anno del 35% delle famiglie, allora il dato del 6% andrebbe rivisto al rialzo, verso il 12-15 per cento. Non credo, tuttavia, che il mercato possa arrivare al miliardo di euro; dagli 880 milioni previsti si potrebbe arrivare a 930-940 milioni».

L'Univideo va oltre la soddisfazione per tale incremento: «Ci vuole innovazione permanente e competizione responsabile — sottolinea il presidente Davide Rossi —. Occorrono controlli sui costi, valorizzazione della creatività, innovazione nella distribuzione e non solo nel prodotto. Noi abbiamo fatto la nostra parte: da zero a 830 milioni di euro in trent'anni. I consumi culturali, però, valgono sempre poco meno del 6% di quelli familiari. Non riescono, in altre parole, a intercettare i

cambiamenti intervenuti. Va costituita una Federazione dell'industria culturale fondata sul presidio del diritto d'autore, per lavorare sull'offerta al pubblico dei prodotti culturali».

Sul mercato dell'home-video, i fenomeni dell'anno sono la crescita del noleggio di Dvd e delle vendite dei Dvd nelle edicole. L'incremento del noleggio è tipico della fase d'introduzione del lettore di Dvd. Nel tempo, secondo quanto accaduto in altri Paesi europei, dovrebbe essere parzialmente sostituito dall'acquisto. In ogni caso, le famiglie italiane che a fine 2003 avevano un lettore di Dvd, il 17% di quelle totali, noleggiavano molti più "pezzi" rispetto alle famiglie (il 78%) che hanno in casa un videoregistratore: in media, 6,3 Dvd rispetto a 1,7 videocassette.

Quanto all'affermazione del canale edicola, la novità rispetto al periodo di affermazione delle videocassette sta nell'elevato numero di nuovi utilizzatori, che hanno appena acquistato il lettore di Dvd e sono più propensi a quello che si definisce «acquisto d'impulso». Cambia anche l'offerta a fronte di tale domanda. «Gli editori di carta stampata — continua Gambaro — non si limitano all'allegato ma effettuano un vero e proprio lavoro editoriale sul Dvd, che non è più uno strumento promozionale ma una componente dell'attività editoriale». Se il calo delle videocassette ha comportato un volume complessivo delle vendite nelle edicole inferiore, nel 2003, sull'anno precedente — da 23 a 19,5 milioni di pezzi — il Dvd è esploso, passando da 600mila a cinque milioni e mezzo di pezzi venduti. Il fatturato delle edicole cresce del 17%, a causa delle differenze di prezzo tra i due supporti.

L'Aism, l'associazione dei supporti multimediali, infine, denuncia la riduzione del 60% delle vendite di Cd, oltre all'incremento enorme del mercato illegale di Cd e Dvd vergini, causa anche l'aumento dei prezzi, nell'ordine dell'80-100%, soprattutto per l'imposizione dell'equo compenso sulla copia privata, «troppo alto rispetto al costo del prodotto».

MARCO MELE

## Edicole boom per i Dvd

Valore mercato a prezzi finali in milioni di euro

	2004	Differenza 2003/2004
Noleggio Vhs	65,9	-35%
Noleggio Dvd	228,5	+33%
Vendita Vhs	67,4	-41%
Vendita Dvd	362,0	+17%
Vendita edicola Vhs	19,2	-70%
Vendita edicola Dvd	137,5	+100%
Totale Home - Video	880,5	+6%

Fonte: Simmaco

*Nel primo semestre lettori Dvd presenti nel 24% delle famiglie*