

Presentato a Roma il Rapporto Annuale 2005 sullo stato dell'Editoria Audiovisiva

Lo scorso 13 luglio a Roma è stato presentato il rapporto Univideo 2005 redatto da Simmaco Consulting, che analizza lo stato dell'editoria audiovisiva italiana.

Ecco cosa è emerso dallo studio

Anche nel corso del 2004 il DVD si è confermato come il prodotto giusto per rivitalizzare i consumi di cinema. L'anno si è chiuso sfiorando la cifra di 1 Miliardo di Euro, soglia che sarà sorpassata nel 2005.

Entrando nel dettaglio delle performance, complessivamente il mercato ha prodotto un giro d'affari di 945,20 milioni di Euro. La vendita di DVD, escludendo il canale edicola, raggiunge un fatturato di oltre 400 milioni di Euro con un incremento superiore al 30% sull'anno precedente e raddoppiando in solo tre anni il suo valore. La vendita nel canale edicola matura 130 milioni di Euro, con una crescita che sfiora il 90% sul 2003 e supera il 300% negli ultimi tre anni. I noleggi di DVD generano un valore per oltre 260 milioni di Euro, crescendo più del 50% rispetto al 2003, e di circa l'80% medio annuo negli ultimi tre anni.

I consumi di VHS durante il 2004 vedono invece una spesa di quasi 70 milioni di Euro derivanti dalla sola vendita, canale edicola escluso, con una flessione del 40% sull'anno precedente e di poco meno negli ultimi tre anni (-37%). Nel canale edicola, il formato analogico realizza quasi 30 milioni di Euro, con una flessione che sfiora il 60% sul 2003 e supera il 50% negli ultimi tre anni. I noleggi del VHS sono a quota 50 milioni di Euro, con una flessione pari al 50% circa sul 2003 e superiore al 40% rispetto al 2002.

"Siamo molto soddisfatti dei risultati brillanti che abbiamo conseguito durante lo scorso anno", dichiara il presidente di Univideo Davide Rossi. "Dal 2001 in poi, siamo stati proiettati in un contesto dove l'economia europea è apparsa sempre più statica, in cui dati reali, paure e sfiducia generalizzata rischiano oggi di influenzarsi reciprocamente a discapito della competitività dei comparti produttivi e distributivi nazionali. Sul fronte specificamente italiano, poi - afferma ancora il Presidente Rossi - lo scenario appare certamente complesso: televisione a pagamento via satellite, digitale terrestre e telecomunicazioni si muovono, chi più chi meno, con sempre maggiore determinazione commerciale nell'offrire contenuti multimediali al pubblico. In acque così agitate, tuttavia, l'Editoria Audiovisiva Italiana ha saputo navigare con impegno e responsabilità, tenendo la barra a dritta e utilizzando al meglio tutte le risorse creative e tecnologiche, registrando negli ultimi tre anni una crescita media annua del 14% e un incremento del mercato in valore di oltre il 50% dal 2000 ad oggi".

Si evidenzia un allargamento del numero dei consumatori di DVD, grazie all'accresciuta penetrazione dei lettori ottici nelle case italiane, che alla fine del 2004 raggiunge quota 36%, con 4,3 milioni di unità vendute e 8,4 milioni di unità complessivamente installate dal 1999, anno di introduzione della tecnologia sul mercato italiano (i rilevamenti includono anche i sistemi Home Theatre e i DVD Recorder, ma non le console di gioco e i Personal Computer).

I dati Gfk mostrano prezzi medi dei DVD Player in ribasso del 25% durante il 2004, con chiusura ben al di sotto della soglia dei 90 Euro a fine dicembre, mentre i Recorder digitali scendono da 600 a 400 Euro.

Sotto il profilo della spesa delle famiglie italiane, mediamente dal 2001, ovvero dall'anno in cui il DVD ha mostrato una presenza significativa in tutti i canali di vendita, si nota una crescita media del 20% nel noleggio e del 15% nella vendita. Guardando al solo 2004, le dinamiche di acquisto appaiono invece influenzate da due fattori di segno opposto: da un lato, un apprezzamento della spesa nella vendita (canale edicola incluso), generato dagli effetti della sostituzione del consumo di VHS con quello dei DVD, il cui prezzo medio si attesta grosso modo su di un rapporto di 1 a 2 rispetto al formato analogico (rapporto che si affievolisce nel noleggio, ma sempre con un premium price per il supporto ottico). Dall'altro lato, una diminuzione complessiva dei prezzi di vendita dei supporti: dal 1999 al 2004, infatti, il prezzo medio del VHS cala al ritmo annuo medio del 10% in tutti i canali, mentre il prezzo medio del DVD cala dell'8% nei canali esclusa l'edicola, ambito dove invece registra una riduzione del 7%, considerando il periodo più breve di presenza nel canale (2001-2004).

Dal punto di vista dei singoli canali distributivi, nel 2004 le videoteche mantengono un ruolo determinante nel noleggio, ma il peso delle catene specializzate, Blockbuster su tutte, continua ad aumentare. Per quanto riguarda la vendita, escludendo l'edicola troviamo la conferma della leadership della Grande Distribuzione, che pure concede terreno all'Elettronica di Consumo che rappresenta il 21% del fatturato vendita DVD. Internet rimane al 3% mentre le videoteche servite in diretta al 20%. Per quanto riguarda il canale edicola, cresce vertiginosamente il DVD con vendite che raddoppiano tra il 2003 e il 2004, superando i 12 milioni di unità, con forte incidenza sul fatturato delle operazioni di brand extension operate da alcune testate giornalistiche con l'offerta al pubblico di titoli cinematografici di catalogo ad un prezzo medio di 10,50 Euro.

Le previsioni per il 2005 indicano anzitutto il superamento del Miliardo di Euro speso dagli italiani nel settore, con una crescita di circa l'11% sul 2004. Il business risente positivamente dell'ulteriore allargamento del parco installato di lettori DVD, con una penetrazione nelle famiglie italiane che dovrebbe raggiungere già la soglia del 50% dalla metà dell'anno, per attestarsi al 55%-60% con il Natale. Relativamente ai volumi di vendita di prodotti digitali hardware, si registra una media di 390 mila pezzi venduti il mese nella prima parte dell'anno in corso (nel 2004 la media era di 330 mila), con una domanda che si compone di 3-4 milioni di nuovi utilizzatori, che vivacizzano tutte le aree di affari: dal noleggio, dove il DVD rappresenterà oltre 90 milioni dei 100 milioni di transazioni previste, alla vendita nei canali tradizionali e nella GD, che dovrebbe crescere in volume del 20%, infine all'edicola, particolarmente appetibile per quei consumatori che avendo acquistato un DVD Player a basso costo, optano per un canale meno oneroso in vista della creazione di una propria videoteca digitale.

Sempre il 2005 è l'anno in cui l'Editoria Audiovisiva si trova ad affrontare due nuove sfide: l'Alta Definizione e la portabilità. I DVD ad Alta Definizione eleveranno ulteriormente la qualità di visione e ascolto, offrendo un'esperienza ancora più vicina a quella cinematografica, mentre il nuovo standard Universal Media Disc (UMD), creato per la console PlayStation Portable (PSP) di Sony Computer Entertainment - in arrivo sul mercato italiano subito dopo l'estate -, apre nuove frontiere dalle potenzialità straordinarie grazie alla sua capacità di ospitare anche film oltre a musica, immagini e videogame. Entro la fine dell'anno è infatti previsto il raggiungimento di un fatturato di circa 1 milione di Euro derivante dalla vendita di film in formato UMD, nell'ambito di un'offerta che coinvolge i maggiori Editori Audiovisivi Italiani.