

rapporto Univideo

sullo stato dell'editoria
audiovisiva in Italia

2010

Il presente Rapporto è stato elaborato con le informazioni disponibili al 30 giugno 2010 da:

Luca Agolini, Alessandra Benedini, Elisa Cinti, Patrizia Di Cicco.

Con la collaborazione dell'Ufficio Studi dell'Univideo.

Si ringraziano inoltre i componenti della Commissione Statistica dell'Univideo per l'importante supporto nella raccolta e validazione dei risultati.

Composizione editoriale e grafica a cura di Elisabetta Altena

È vietata la riproduzione anche parziale,
con qualunque mezzo effettuata, comprese le fotocopie,
anche ad uso interno o didattico, se non autorizzate

Prometeia Spa
Via G. Marconi 43, 40122 Bologna
tel. 051 648 0911, fax 051 220 753
info@prometeia.it
www.prometeia.it

Univideo
Piazza Castello, 20, 20121 Milano
tel. 02 89 011 980, fax 02 86 99 60 69
univideo@univideo.org
www.univideo.org

indice

| | |
|---|-----------|
| Sintesi del rapporto | 5 |
| Capitolo 1 | |
| Il contesto macroeconomico di riferimento..... | 11 |
| <i>Lo scenario macroeconomico internazionale</i> | 13 |
| La congiuntura e le prospettive dell'economia mondiale | 13 |
| L'evoluzione delle principali aree internazionali..... | 17 |
| <i>Lo scenario macroeconomico interno</i> | 24 |
| La congiuntura e le prospettive dell'economia italiana..... | 24 |
| Capitolo 2 | |
| I consumi in Italia..... | 27 |
| I consumi in Italia | 29 |
| I consumi degli italiani nel tempo libero..... | 31 |
| Capitolo 3 | |
| Il mercato dell'editoria audiovisiva: dati e tendenze | 37 |
| <i>La spesa degli italiani in prodotti audiovisivi nel 2009</i> | 39 |
| Le aree di <i>business</i> | 44 |
| <i>La vendita (esclusa edicola)</i> | 44 |
| <i>L'edicola</i> | 49 |
| <i>Il noleggio</i> | 51 |
| <i>Tendenze del mercato dell'editoria audiovisiva per il 2010</i> | 55 |
| Appendice..... | I |
| Glossario..... | III |
| Appendice statistica | VI |
| Fonti..... | VII |

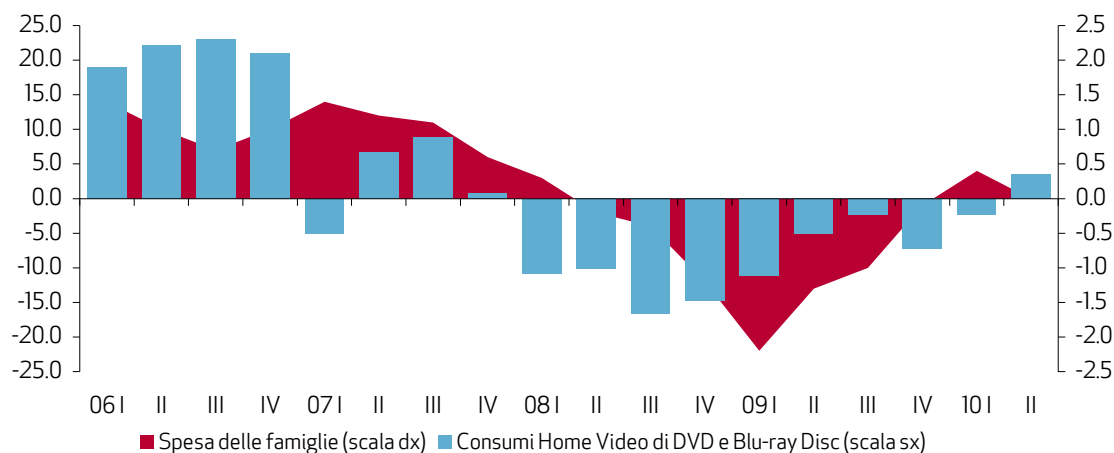
Sintesi del Rapporto

Nel 2009 il giro d'affari dell'*Home Video* ha registrato una contrazione del 17.8%. Le difficoltà del mercato – che, al pari di quanto sperimentato da altri consumi voluttuari, ha scontato fortemente la debolezza dei redditi delle famiglie italiane – sono state aggravate dal mancato contrasto della pirateria digitale e fisica. In questo contesto, la spesa complessiva degli italiani per l'acquisto di prodotti audiovisivi ha amplificato la flessione dell'ultimo triennio, scendendo su livelli prossimi ai **680 milioni di euro**.

| Il mercato italiano dell' <i>Home Video</i> | | | | | | | | |
|---|-----------------|------------|------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| | milioni di euro | | | | var. % | | | |
| Vendita | 463 | 474 | 406 | 364 | -1.2 | 2.2 | -14.4 | -10.2 |
| DVD | 453 | 466 | 394 | 343 | 3.9 | 3.0 | -15.5 | -12.9 |
| Blu-ray Disc | - | 3 | 10 | 21 | - | - | 221.1 | 112.5 |
| Altri supporti* | 11 | 4 | 2 | 0.3 | -68.5 | -61.6 | -61.3 | -79.7 |
| Edicola | 301 | 307 | 261 | 201 | 12.2 | 1.8 | -15.0 | -23.0 |
| DVD | 300 | 306 | 261 | 201 | 14.8 | 2.0 | -15.0 | -23.0 |
| Altri supporti* | 1 | 0.3 | 0.1 | - | -85.0 | -71.0 | -56.7 | - |
| Tot. Vendita+Edicola | 765 | 780 | 666 | 565 | 3.7 | 2.0 | -14.6 | -15.2 |
| DVD | 753 | 773 | 655 | 544 | 13.1 | 8.0 | 2.6 | -15.3 |
| Blu-ray Disc | - | 3 | 10 | 21 | - | - | 221.1 | 112.5 |
| Altri supporti* | 12 | 4 | 2 | 0.3 | -57.9 | -71.3 | -62.5 | -60.9 |
| Noleggio | 272 | 218 | 161 | 115 | -13.5 | -19.8 | -26.5 | -28.6 |
| DVD | 260 | 218 | 160 | 114 | -11.8 | -16.3 | -26.5 | -28.8 |
| Blu-ray Disc | - | 0 | 0.2 | 0.5 | - | - | 20.3 | 245.1 |
| Altri supporti* | 12 | 0.2 | 0.2 | - | -39.5 | -98.0 | -30.0 | - |
| TOTALE SPESA | 1037 | 999 | 827 | 680 | -1.5 | -3.7 | -17.2 | -17.8 |
| TOTALE DVD | 1014 | 991 | 815 | 658 | 2.1 | -2.2 | -17.8 | -19.3 |
| TOTALE Blu-ray Disc | 0 | 3 | 10 | 21 | - | - | 226 | 114.5 |
| TOTALE Altri supporti* | 24 | 5 | 2 | 0.3 | -60.8 | -80.6 | -59.3 | -82.9 |

*Altri supporti: VHS, UMD e HD-DVD

Fig. 1 La spesa delle famiglie e le vendite *Home Video* di DVD e Blu-ray Disc (var. % volumi sul corrispondente trimestre)



L'analisi dei dati trimestrali evidenzia come – in linea con l'andamento dei consumi totali, sia pure con diversa intensità (Fig. 1) – anche per l'*Home Video*, la fase di ripiegamento si sia accentuata nell'ultimo trimestre 2008, dopo il fallimento *Lehman Brothers*, per poi attenuarsi parzialmente nel corso del 2009.

Questo mercato ha pertanto risentito, analogamente a quanto sperimentato dai consumi totali, dei vincoli imposti dalla crisi alla spesa delle famiglie. In un contesto di debolezza dei redditi, le preoccupazioni delle famiglie italiane sull'impatto della recessione sulle prospettive occupazionali hanno infatti imposto un'estrema selettività nelle decisioni di spesa e portato ad un forte ridimensionamento dei consumi interni **scesi dell'1.8%** (a prezzi costanti) **nella media del 2009, flessione tra le più elevate all'interno dell'Uem.**

Fig. 2 Fatturato dell'*Home Video*: livelli complessivi per area di *business* (in milioni di euro)

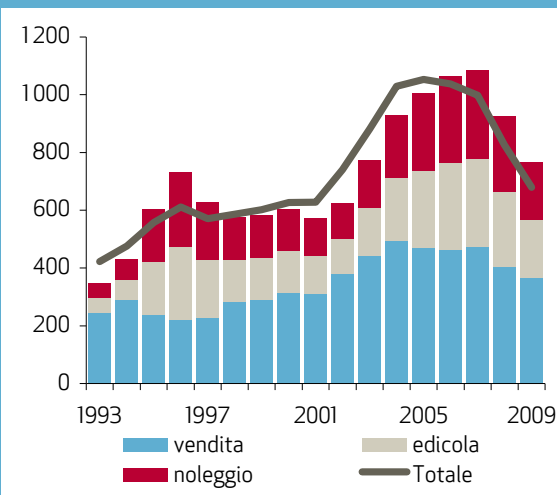
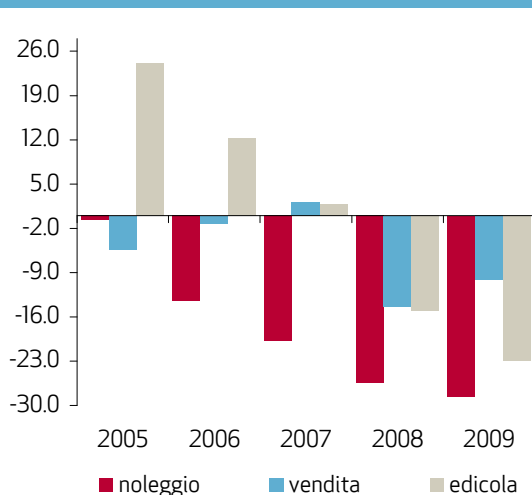


Fig. 3 Evoluzione della spesa degli italiani in prodotti *Home Video* per area di *business* (var. % in valore)



In presenza di crescenti tensioni sui redditi, la concorrenza fra le diverse forme d'intrattenimento domestico – offerte in molti casi gratuitamente – si è fatta più accesa. È infatti da considerare come il progressivo passaggio al digitale terrestre stia arricchendo l'offerta televisiva e come i videogiochi e, soprattutto, internet – con lo sviluppo delle chat, dei social network, delle varie modalità di visione di filmati, etc. – contribuiscano a distogliere l'attenzione dall'Home Video, in particolare dei consumatori più giovani, che mostrano un minore digital device.

La crisi ha impattato sul mercato dell'Home Video sia direttamente, via minori acquisti di supporti audiovisivi, sia indirettamente, frenando il rinnovo della dotazione tecnologica, in una fase di estrema ponderazione delle spese più comprimibili. Ciò non ha comunque impedito al Blu-ray Disc di raddoppiare il proprio giro d'affari, che ha superato nel 2009 i 21 milioni di euro (Fig. 4) e compensare – sia pure solo parzialmente – la flessione del DVD. Questo supporto, ormai entrato in fase di maturità, ha generato un fatturato pari a 658 milioni di euro nel 2009, oltre la metà dei quali realizzati da edizioni di film (Fig. 5). E' comunque da sottolineare come l'animazione si sia confermato il genere a maggior tenuta, con acquisti sostenuti dalla maggiore frequenza di visione, che caratterizza i prodotti destinati ai bambini.

L'analisi delle diverse aree di business, si veda il capitolo 3, evidenzia come anche nel 2009 sia stato il noleggio quello più in difficoltà, maggiormente penalizzato dalla pirateria e dall'allontanamento dei consumatori più giovani, più attivi in questo segmento, ma i più attratti dalle opportunità d'intrattenimento – lecite ed illecite – offerte dalla rete. Quest'area di business ha visto accentuarsi il percorso di ripiegamento degli ultimi anni, accusando un calo del giro d'affari prossimo al 29%, che ha portato la quota del noleggio sul fatturato complessivo dell'Home Video a scendere dal 30% del 2005 all'attuale 17%.

Le difficoltà degli ultimi anni hanno portato alla chiusura di numerosi videonoleggiatori: dal 2006 al 2009 un'impresa su 5 ha cessato (in base ai dati Unioncamere) l'attività. Le performance conseguite dalle imprese più innovative e il recupero che sta caratterizzando alcuni importanti mercati mondiali, evidenziano tuttavia come, in presenza di azioni incisive in grado di contenere la piaga della pirateria, un recupero del noleggio sia possibile, grazie all'affermazione di nuovi modelli di business e all'ammodernamento dei punti vendita, in grado di riavvicinare le videoteche al pubblico.

In forte calo anche gli acquisti di supporti Home Video in edicola, canale che archivia il 2009 come l'anno più difficile dell'ultimo decennio, con una flessione del fatturato pari al 23%, diffusa sia alle vendite di collaterali sia a quelle di collezionabili. Quest'ultimo, segmento ha sperimentato, per la prima volta, un arretramento della propria quota. La complessità dello scenario ha imposto agli operatori di segmentare attentamente le proposte, puntando su prodotti a forte contenuto editoriale/culturale, più idonei alla clientela abituale dell'edicola e non sempre facilmente reperibili presso altri canali.

Fig. 4 DVD e Blu-ray Disc
(fatturato, in milioni di euro)

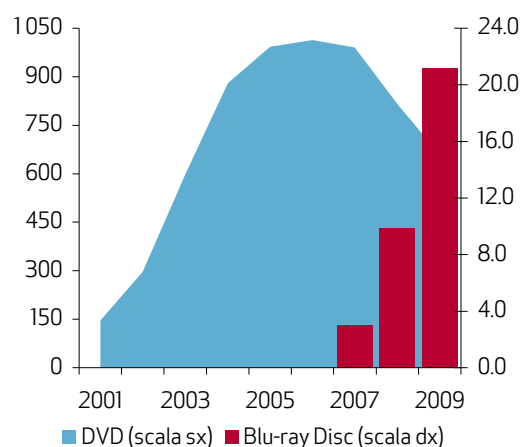
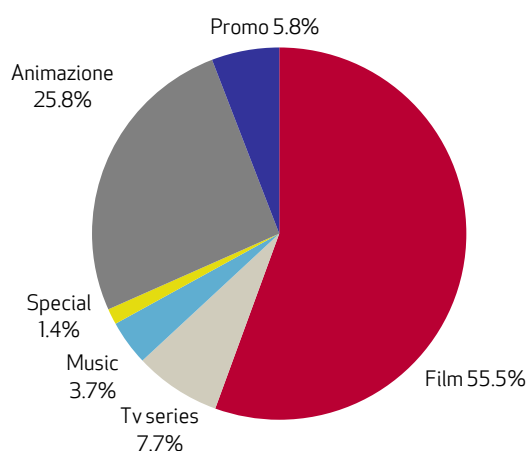


Fig. 5 Le vendite nel 2009 dei DVD per generi
nell'area di *business* della vendita (quote %
al netto dell'edicola; dati GfK in valore)



Gli altri canali di vendita hanno saputo meglio fronteggiare le difficoltà degli ultimi anni, mostrando una riduzione di poco superiore al 10% nel 2009, in attenuazione rispetto al 2008. La quota di questi canali sul giro d'affari complessivo del settore è così salita al **53%**, in aumento di 4 punti percentuali sull'anno precedente. Questi canali sono stati in grado di cogliere le opportunità offerte dall'alta definizione, grazie alla capacità delle catene più strutturate di attrarre i consumatori più inclini all'introduzione di innovazioni tecnologiche in ambito domestico. La forte crescita del fatturato del *Blu-ray Disc* ha pertanto potuto in parte compensare, il calo del giro d'affari del *DVD*; anche questo supporto ha comunque mostrato una migliore tenuta rispetto al 2008, grazie alla capacità degli editori audiovisivi di stimolare gli acquisti con accorte politiche prezzo/prodotto/format distributivo.

Fra i canali minori si segnala **l'importanza crescente che sta acquisendo l'e-commerce per la vendita di supporti Home Video**; come messo in luce dall'*Indagine Univideo-Prometeia 2010*, questo canale offre buone opportunità anche ai prodotti di nicchia, più difficilmente rintracciabili nei tradizionali canali di vendita.

Pur in presenza di un contesto economico ancora poco favorevole alla spesa delle famiglie, **l'acquisto di supporti audiovisivi ha recuperato un'evoluzione positiva nel primo semestre del 2010 (+2% a valore, in base ai dati GfK), invertendo la tendenza negativa degli ultimi anni.**

Le vendite sono risultate sostenute dalle **ottime performance del Blu-ray Disc, che nei primi sei mesi dell'anno ha raddoppiato il proprio fatturato, intensificando l'accelerazione sperimentata nella parte finale dello scorso anno ed arrivando a rappresentare circa il 10% del giro d'affari della vendita (edicola esclusa).** La crescita del *Blu-ray Disc* si è

peraltro affiancata ad un'attenuazione della caduta del DVD (-3.6%), le cui vendite sono state trainate da titoli di forte richiamo, *Avatar in primis*, molto graditi ai consumatori.

Le tendenze in atto sono attese rafforzarsi in futuro, grazie alla maggior penetrazione del supporto in alta definizione, anche in edicola e a noleggio. Il progressivo miglioramento della dotazione tecnologica delle famiglie italiane – sostenuto anche dallo *switch off* dalla TV analogica a quella digitale – permetterà ad un numero crescente di consumatori di testare la qualità offerta dall'alta definizione, consentendo anche al mercato italiano dell'*Home Video* di recuperare parte delle perdite accusate negli ultimi anni, analogamente a quanto sperimentato in molti dei principali mercati europei. E' comunque da considerare come, in Italia, gli sforzi dell'editoria audiovisiva per offrire al mercato prodotti di qualità sempre migliore – sia sul fronte della qualità di visione che dei contenuti editoriali – continuino a risultare in parte vanificati dal dilagare della pirateria.

capitolo 1

il contesto macroeconomico di riferimento

Lo scenario macroeconomico internazionale

La congiuntura e le prospettive dell'economia mondiale

Nel 2009 il Pil mondiale ha fatto segnare, per la prima volta negli ultimi quarant'anni, una **variazione negativa**, configurando l'attuale crisi come la peggiore recessione mai sperimentata a livello globale dal secondo dopoguerra.

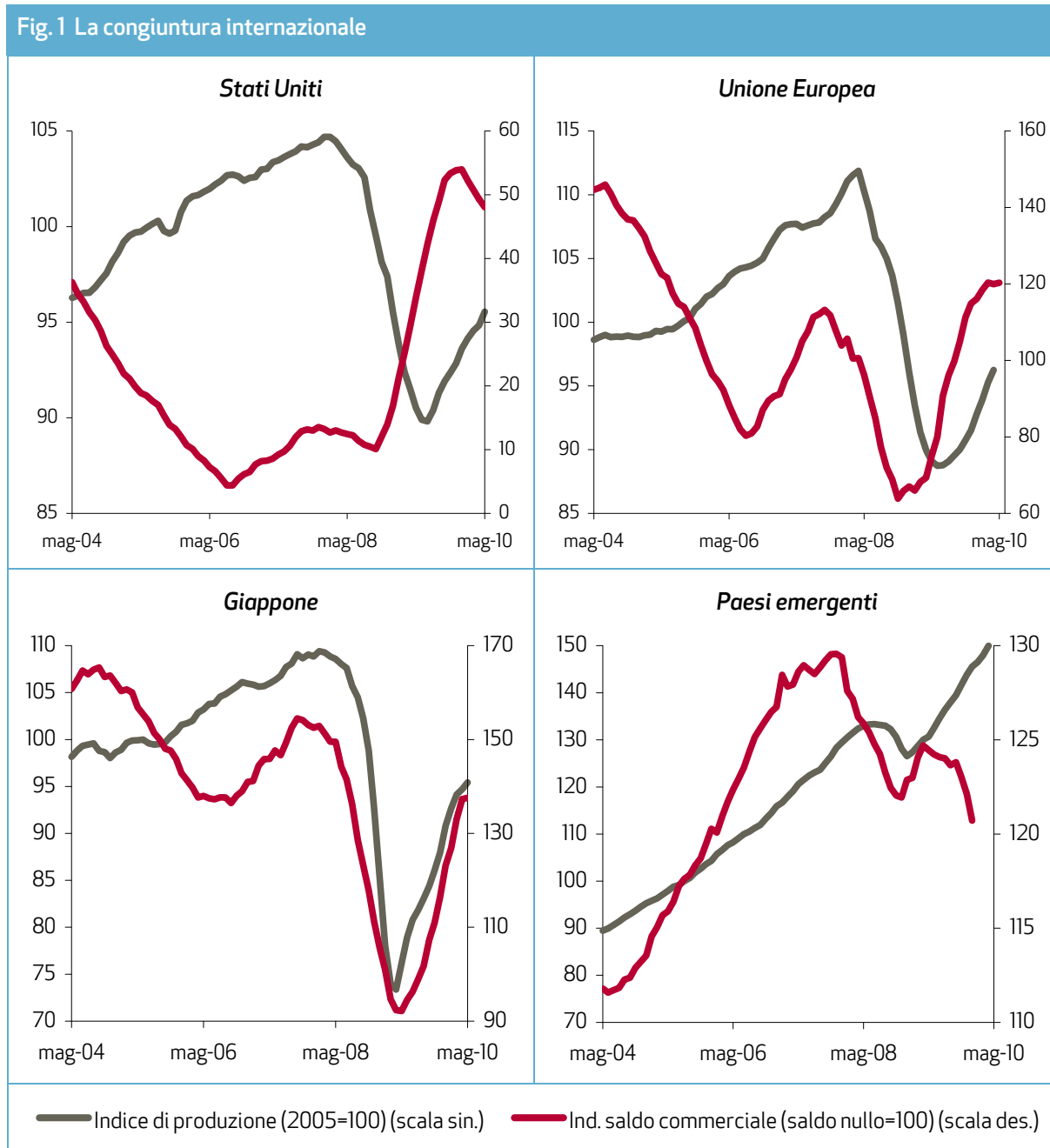
Alla base di tale contrazione dell'economia mondiale vi sono stati **andamenti diversificati tra le diverse aree**: la crisi finanziaria è, infatti, sfociata in una profonda recessione nelle economie industrializzate mentre quelle emergenti – coinvolte solo indirettamente nella crisi e caratterizzate da minori squilibri degli operatori interni – hanno fatto registrare solo un rallentamento del ritmo di espansione, grazie soprattutto alla prosecuzione della fase espansiva di Cina e India.

Le tendenze recessive sono state fronteggiate con interventi eccezionali di politica monetaria e fiscale. Per tutto il 2009 e nei primi mesi dell'anno in corso le Banche centrali dei maggiori paesi avanzati, a partire dalla *Federal Reserve* e dalla *Bce*, hanno mantenuto su livelli minimi i tassi di interesse di *policy*; nel contempo, sono state adottate varie misure non convenzionali di politica monetaria, volte a fornire liquidità ai mercati e a contenere i tassi a

Tab.1 Crescita delle aree mondiali (var. % a prezzi costanti) ⁽¹⁾

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|-------------------------------|------------|------------|------------|-------------|------------|
| PIL mondiale | 5.5 | 5.6 | 3.4 | -0.2 | 4.8 |
| Unione Monetaria | 3.1 | 2.8 | 0.4 | -4.1 | 1.1 |
| Stati Uniti | 2.7 | 2.1 | 0.4 | -2.4 | 3.0 |
| Giappone | 2.0 | 2.3 | -1.2 | -5.3 | 3.3 |
| America Latina | 5.5 | 6.1 | 4.6 | -1.2 | 4.1 |
| Est Europa, CSI e Turchia | 7.2 | 6.7 | 4.0 | -5.3 | 3.3 |
| Asia del Pacifico | 5.7 | 5.9 | 2.6 | -0.3 | 5.2 |
| Cina e Sub continente indiano | 10.6 | 11.6 | 8.0 | 7.4 | 8.4 |
| Medio Oriente e Africa | 5.8 | 5.5 | 4.3 | 1.6 | 3.5 |

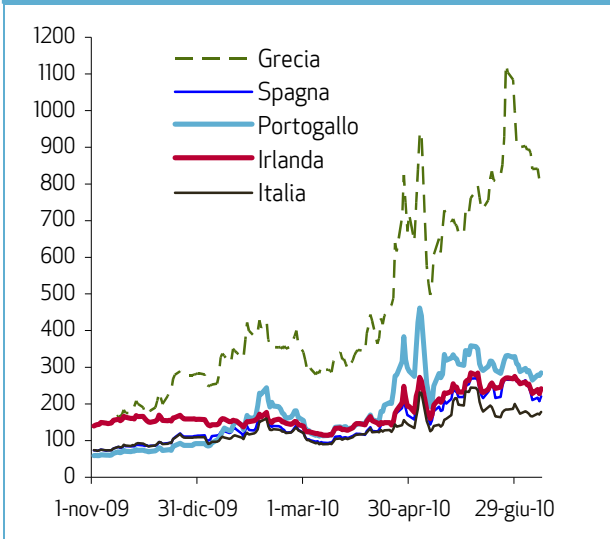
⁽¹⁾ dati in parità di potere d'acquisto



lungo termine. Anche le politiche di bilancio hanno concorso a limitare gli effetti sull'economia reale della crisi finanziaria; secondo le stime più recenti gli interventi discrezionali adottati nel corso del 2009 dai governi delle principali economie sia avanzate che emergenti hanno raggiunto un ammontare di rilevanza eccezionale, pari a circa 2 punti percentuali di Pil.

Il principale elemento di rischio per la ripresa in atto appare, quindi, legato al ritiro di questi **stimoli di politica economica**, soprattutto di quelli fiscali. Come testimoniato dalle recenti turbolenze finanziarie e valutarie innescate dalla crisi della Grecia e dei debiti pubblici europei, negli ultimi mesi è mutata drasticamente la percezione dei mercati circa la **capacità di**

Fig. 2 Credit Default Swap sui debiti sovrani europei (in punti base)



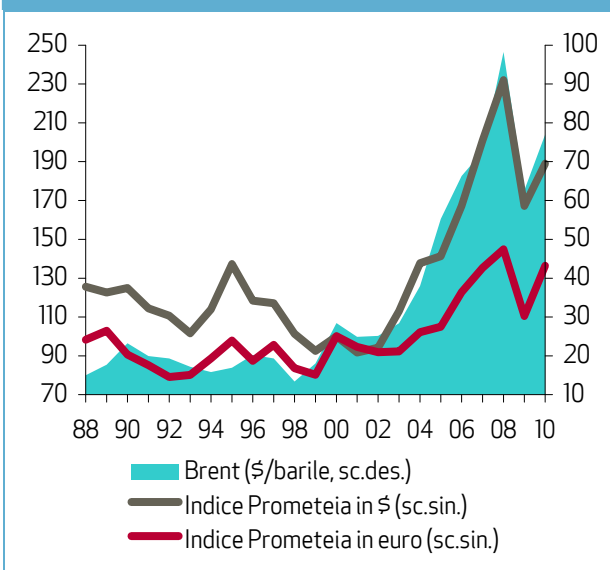
alcuni governi, soprattutto dell'area euro, di far fronte al consistente peggioramento delle finanze pubbliche a seguito della crisi. Con l'obiettivo di ripristinare la credibilità sui debiti sovrani, diversi paesi dell'Uem hanno dovuto anticipare al 2011, se non in parte all'anno in corso, la correzione dei conti pubblici inizialmente prevista soltanto nel medio-lungo periodo.

In questo contesto, **gli squilibri economici globali** – tra i fattori all'origine della crisi finanziaria – **permangono** e non vi è ancora evidenza di un loro stabile sentiero di rientro. Negli Stati Uniti, epicentro della crisi, la propensione al risparmio delle famiglie

è tornata a scendere nei primi mesi del 2010, dopo essere aumentata oltre il 4% del reddito disponibile nel 2009. Analogamente, il disavanzo di parte corrente della bilancia dei pagamenti Usa si è ridimensionato nel 2009 attorno al 3% del Pil (4.8% nel 2008) ma è nuovamente in crescita nel primo trimestre di quest'anno, a fronte di un surplus della bilancia corrente cinese che permane su livelli elevati.

Gli stimoli delle politiche economiche, la graduale riattivazione dei flussi di commercio internazionale e il riavvio di un ciclo di ricostituzione delle scorte **hanno contribuito nella seconda metà del 2009 ad arrestare la recessione**, con intensità e caratteristiche differenti tra paesi ed aree geografiche.

Fig. 3 Indice dei prezzi internazionali delle commodity (2000=100) e Brent



Il recupero produttivo procede ad un passo molto sostenuto nelle economie emergenti, in Cina e India a ritmi perfino superiori a quelli sperimentati prima della crisi, contribuendo ad alimentare rialzi sostenuti dei corsi delle commodity. Entrambi questi paesi hanno adottato nel corso del 2009 massicci interventi espansivi di politica economica per contrastare la recessione e sostenere la domanda. In particolare, in Cina allo stimolo fiscale si è aggiunta una forte espansione del credito, da cui sono scaturite rinnovate tensioni sui prezzi degli asset, specialmente di quelli immobiliari. I timori per la possibile forma-

zione di bolle speculative, come anche l'emergere di rischi di inflazione, hanno indotto le autorità cinesi ad adottare misure restrittive indirizzate al raffreddamento del credito e del settore immobiliare.

Nei paesi avanzati la ripresa è avviata, ma il suo ritmo si presenta lento e ancora fortemente dipendente dalle misure espansive di politica economica. Fino ad ora, il principale stimolo alla ripresa dell'attività è derivato dall'accumulo di scorte e dal recupero delle componenti più direttamente interessate dagli stimoli fiscali. Per queste economie sussiste, quindi, il rischio di un rallentamento, se non di un arresto, della crescita nella seconda metà del 2010. Peraltro, questa modesta evoluzione appare in linea con l'esperienza storica delle recessioni originate da crisi bancarie e finanziarie.

In queste economie **la ripresa dei consumi privati continuerà ad essere condizionata dal profondo deterioramento del mercato del lavoro**, essendo atteso solo un lento riassorbimento degli eccessi di capacità produttiva attualmente presenti. In questo contesto la disoccupazione rimarrà elevata, con conseguenti effetti negativi sulla formazione del reddito disponibile delle famiglie. Su quest'ultima peserà anche l'esigenza di ridurre la posizione debitoria e di ricostituire lo *stock* di ricchezza netta eroso dalla caduta dei prezzi delle attività finanziarie e degli immobili. Per gli investimenti delle imprese il quadro non si presenta più favorevole; essi dovrebbero ripartire molto gradualmente, vincolati almeno nel breve periodo da un grado di utilizzo della capacità produttiva ancora su livelli relativamente bassi.

Come accennato, la crisi dei debiti sovrani ha imposto un cambiamento, rispetto alle attese, della combinazione delle politiche economiche: da un lato, politiche di bilancio subito re-

Tab. 2 Tassi di interesse e cambi (livelli medi annui)

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|----------------------------------|------|------|------|------|------|
| Stati Uniti | | | | | |
| - tasso a 3mesi | 5.2 | 5.3 | 3.0 | 0.8 | 0.5 |
| - tasso a m/l termine | 4.8 | 4.6 | 3.6 | 3.2 | 3.4 |
| Unione Monetaria Europea | | | | | |
| - tasso a 3mesi | 3.1 | 4.2 | 4.6 | 1.2 | 0.6 |
| - tasso a m/l termine (Germania) | 3.8 | 4.2 | 4.0 | 3.2 | 2.9 |
| Tasso di cambio \$/euro | 1.26 | 1.37 | 1.47 | 1.39 | 1.28 |
| Tasso di cambio yen/euro | 146 | 161 | 152 | 130 | 118 |

strittive e dall'altro politiche monetarie permissive per un periodo di tempo più esteso. Sia negli Usa che nell'Uem il primo rialzo dei tassi di *policy* dovrebbe, quindi, essere posticipato alla seconda metà del 2011. Come risultato di un'evoluzione congiunturale più debole in Europa e del perdurare di una situazione di incertezza per i problemi della crisi dei debiti, il rapporto di cambio dollaro/euro tenderà a mantenersi anche nei prossimi mesi sulle attuali quotazioni, intorno a 1.25 dollari per euro.

Come sintesi di questi andamenti diversificati, **il Pil mondiale è atteso crescere nella media del 2010 ad un tasso superiore al 4%**, trainato da un'elevata espansione (oltre il 7%) nelle aree emergenti mentre i paesi industrializzati cresceranno complessivamente ad un ritmo modesto, intorno al 2%.

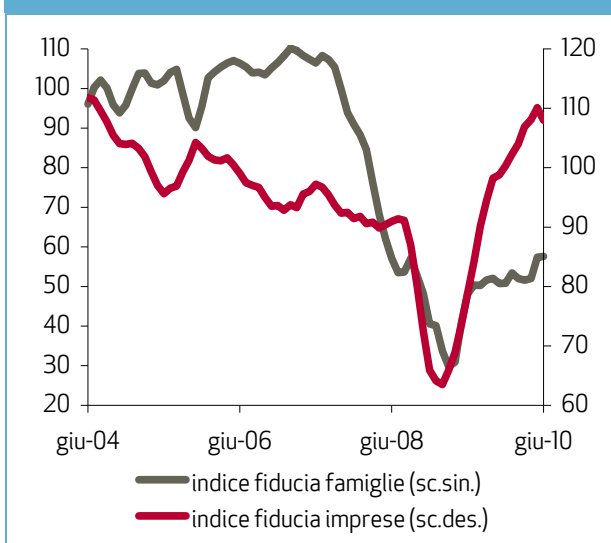
L'evoluzione delle principali aree internazionali

Negli **Stati Uniti gli impulsi della politica di bilancio e la politica monetaria a tassi zero hanno consentito di limitare al 2.4% la caduta del Pil** nella media del 2009. La contrazione dell'attività si è concentrata nella prima metà dell'anno; nel secondo semestre il Pil ha recuperato un'evoluzione positiva, beneficiando principalmente dell'inversione del ciclo delle scorte e della graduale ripresa degli investimenti produttivi delle imprese. Per quanto riguarda i consumi delle famiglie, il principale contributo al loro recupero a partire dalla metà dello scorso anno è derivato dal piano di stimolo fiscale approvato a febbraio 2009; hanno inoltre influito positivamente gli incentivi alla rottamazione del parco auto (peraltro scaduti alla fine di agosto). E' da segnalare anche l'inversione della tendenza all'aumento della propensione al risparmio delle famiglie statunitensi che, dopo aver superato il 5% del reddito

disponibile nel secondo trimestre del 2009, è tornata progressivamente a ridursi nel periodo successivo.

Nonostante l'arresto della fase di caduta, **gli indicatori dell'attività edilizia residenziale hanno confermato il permanere di una situazione di fragilità** del settore; i segnali di ripresa emersi nella seconda metà del 2009 sono dipesi esclusivamente dagli incentivi fiscali all'acquisto degli immobili e hanno lasciato spazio ad un nuovo indebolimento nel periodo successivo.

Fig. 4 Stati Uniti: clima di fiducia

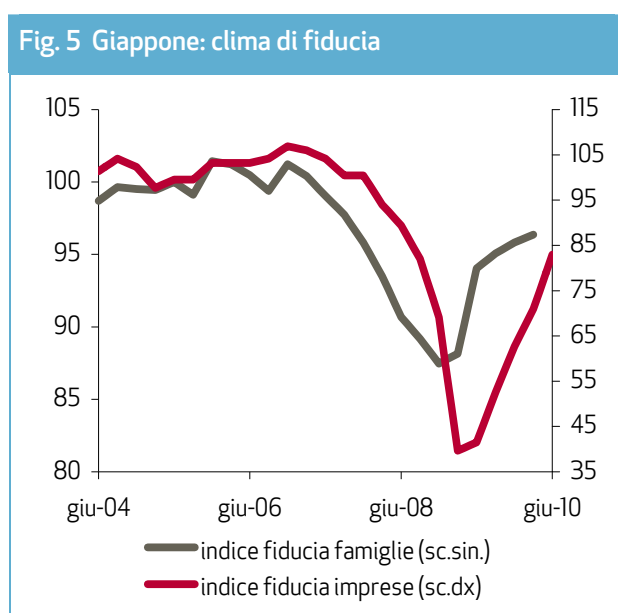


Nel primo trimestre del 2010 la crescita del Pil si è confermata positiva (0.7% sul precedente), anche se in decelerazione rispetto al periodo precedente, trainata dal contributo positivo ed elevato delle scorte e da una nuova accelerazione della spesa delle famiglie. Gli investimenti in attrezzature e software, pur rallentando, hanno confermato un buon ritmo di espansione mentre sono tornati a cadere gli investimenti residenziali.

Nei mesi più recenti, tuttavia, gli indicatori congiunturali sono in peggioramento, segnalando un probabile rallentamento della crescita nella seconda metà dell'anno, quando il contributo del ciclo delle scorte è atteso venir meno e la forza del dollaro comincerà a riflettersi negativamente sulle esportazioni. Anche gli effetti delle misure fiscali espansive sono previsti in graduale attenuazione nei prossimi trimestri.

Il mercato del lavoro si conferma come il principale elemento di fragilità della ripresa statunitense. Non vi è ancora netta evidenza di un effettivo miglioramento dell'occupazione, se non in relazione a fattori temporanei (come le assunzioni nel settore pubblico per lo svolgimento del censimento). Riteniamo, quindi, verosimile uno scenario di *"jobless recovery"*, caratterizzato da incrementi dell'occupazione decisamente inferiori a quelli sperimentati nelle precedenti fasi cicliche. **Ciò contribuirà a frenare l'espansione dei consumi delle famiglie,** che continueranno ad essere vincolati anche dall'esigenza di ricostituzione dello stock di ricchezza dopo la caduta dei prezzi immobiliari.

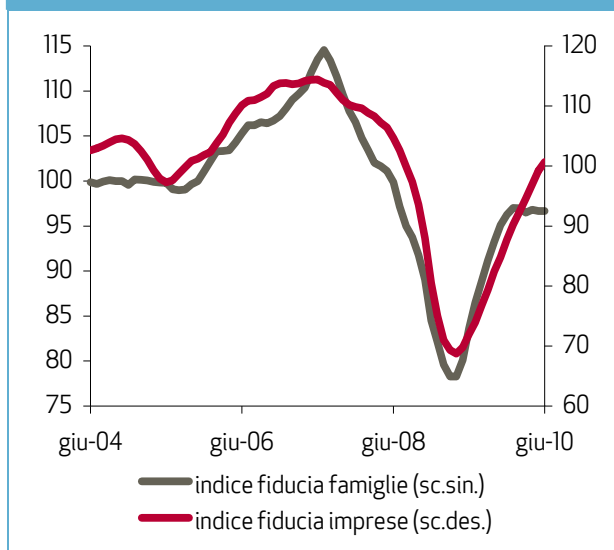
All'interno di questo quadro, gli effetti della crisi europea sull'economia Usa – unitamente alla lentezza del miglioramento del mercato del lavoro e alla sostanziale assenza di tensioni sui prezzi interni – dovrebbero indurre **la Fed a mantenere stabili i tassi di politica monetaria sugli attuali livelli minimi per un periodo esteso,** rinviando alla seconda metà del 2011 l'avvio della manovra restrittiva.



In Giappone la ripresa della domanda estera, soprattutto da parte dei paesi emergenti dell'area asiatica, **ha consentito di uscire dalla recessione** e di ritornare a tassi di crescita positivi a partire dal secondo trimestre 2009, grazie ad un'espansione vigorosa delle esportazioni. Positiva anche l'evoluzione della domanda interna, sostenuta da una politica economica espansiva sia in termini fiscali che monetari.

La crescita dell'economia giapponese è proseguita nel primo trimestre del 2010, ma è probabile che nella parte restante dell'anno **la fase espansiva cominci a per-**

Fig. 6 Uem: clima di fiducia



dere slancio sia per l'attenuarsi degli effetti dello stimolo fiscale sia per l'atteso rallentamento della ripresa internazionale, anche con riferimento ai paesi asiatici.

L'Uem è apparsa come l'area in maggiori difficoltà; nella media del 2009 il Pil ha accusato una flessione di poco superiore al 4%, risentendo della forte caduta sperimentata dalle esportazioni, come anche dalle componenti interni di domanda, nella prima metà dell'anno. Nel secondo semestre l'attività è tornata a crescere, seppure ad un ritmo lento e discontinuo, in tutti i maggiori paesi dell'area; unica eccezione la

Spagna, ancora alle prese con gli effetti dello scoppio della bolla immobiliare e con un profondo deterioramento del mercato del lavoro. A guidare l'uscita dalla recessione, insieme al riavvio del ciclo delle scorte, sono state le esportazioni nette; le migliorate condizioni del quadro esterno, soprattutto nei paesi emergenti, hanno alimentato un recupero delle esportazioni. Molto sostenuto è stato l'incremento dell'*export* della Germania, che ha continuato a trarre vantaggio da un migliore posizionamento nei mercati e nei settori produttivi più dinamici.

Non sembrano esservi, invece, indicazioni di un recupero della domanda interna, nonostante l'attenuarsi della tendenza all'indebolimento nel corso del 2009. Ha influito negativamente soprattutto il calo dei consumi delle famiglie, legato all'andamento sfavorevole dei redditi (pur in presenza di un'inflazione moderata), all'inasprimento delle condizioni del credito e alla necessità di ricostituire la ricchezza dopo le perdite subite durante la crisi. Inoltre, la maggiore cautela nei comportamenti di spesa delle famiglie, imposta soprattutto dalle preoccupazioni per l'evoluzione del mercato del lavoro, ha determinato un aumento della propensione al risparmio.

La caduta dei consumi è stata molto pronunciata in Spagna e Irlanda, dove la crisi del settore delle costruzioni si è tradotta in una marcata espulsione di manodopera, mentre in altri paesi (in primo luogo Germania e Francia) la maggiore tenuta della spesa delle famiglie ha potuto beneficiare di incentivi fiscali, a partire da quelli indirizzati alla rottamazione delle automobili.

Anche nel **primo trimestre del 2010 la crescita dell'attività economica nell'Uem è stata più lenta rispetto a quella delle altre economie mature**, confermandosi trainata dal settore estero a fronte di una sostanziale stagnazione dei consumi privati. In questo quadro di debole espansione si è inserita la crisi dei debiti sovrani innescata, sulla scia dell'acuirsi della crisi

greca, dalla perdita di fiducia dei mercati finanziari sui debiti pubblici di diverse economie europee (soprattutto Spagna, Portogallo e Irlanda), dopo il consistente deterioramento della finanza pubblica e dei conti con l'estero in seguito alla crisi. Ciò ha comportato un forte indebolimento dell'euro e ha indotto molti paesi dell'area ad anticipare ampie correzioni fiscali al fine di ripristinare la fiducia dei mercati. Le misure annunciate dai governi nelle ultime settimane risultano particolarmente restrittive nei paesi sottoposti alle maggiori pressioni dei mercati ma anche per altre economie, in primo luogo per la Germania, si sta profilando un deciso mutamento di segno della politica di bilancio.

Nonostante l'esito della crisi debitoria greca appaia ancora largamente incerto, **nello scenario delineato in questo rapporto si assume che gli impegni alla riduzione dei disavanzi** – come anche il piano di salvataggio recentemente varato dalla Commissione Ue – **siano sufficienti a stabilizzare i mercati finanziari** e ad evitare il contagio dalla Grecia ad altri paesi europei. Nell'ipotesi di un rientro graduale delle tensioni sui mercati finanziari, anche la tendenza all'indebolimento dell'euro potrebbe arrestarsi nella seconda metà dell'anno in corso.

Le ripercussioni sull'economia reale delle rinnovate turbolenze nei mercati finanziari e valutari appaiono ancora incerte; dalle informazioni congiunturali relative ai mesi più recenti cominciano, tuttavia, ad emergere **segnali di un maggiore pessimismo degli operatori** circa l'intensità e la solidità della ripresa.

L'economia dell'Uem dovrebbe quindi mantenere un ritmo di espansione debole anche nei prossimi trimestri, portando il 2010 a chiudersi con un incremento del Pil nell'ordine dell'1% medio annuo. Esso sarà determinato essenzialmente da un accumulo di scorte e da un contributo positivo delle esportazioni nette, beneficiando dell'impulso della domanda estera amplificato dalla debolezza dell'euro. Il permanere di un clima di elevata incertezza tenderà

Tab. 3 Crescita del PIL nell'UE-15 e nei principali paesi
(var. % a prezzi costanti)

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|----------------|------------|------------|------------|-------------|
| UE 15 | 3.1 | 2.7 | 0.4 | -4.3 |
| <i>di cui:</i> | | | | |
| Germania | 3.4 | 2.6 | 1.0 | -4.9 |
| Francia | 2.4 | 2.3 | 0.1 | -2.5 |
| Spagna | 4.0 | 3.6 | 0.9 | -3.6 |
| Regno Unito | 2.8 | 2.7 | -0.1 | -4.9 |
| Italia | 2.1 | 1.4 | -1.3 | -5.1 |

a determinare una crescita della domanda interna ancora contenuta; in particolare, le difficoltà nel mercato del lavoro incideranno negativamente sui consumi delle famiglie che, esauriti gli incentivi fiscali nei principali paesi dell'area, si manterranno sostanzialmente stabili sui livelli del 2009.

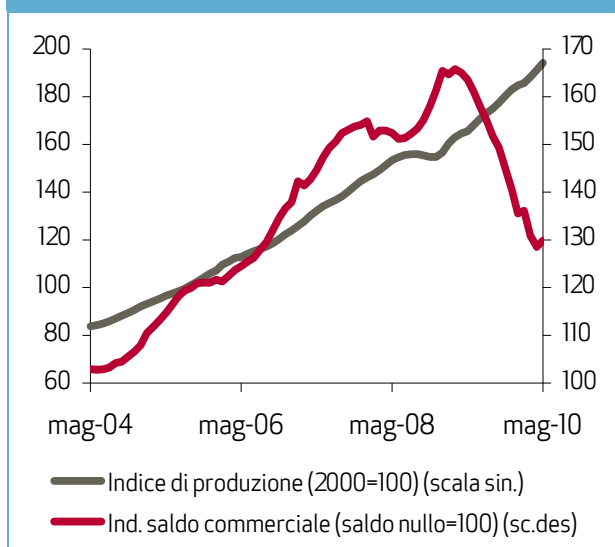
In questo quadro, la Bce dovrebbe confermare l'attuale orientamento espansivo, **posticipando l'aumento dei tassi di interesse di riferimento ai mesi finali del prossimo anno**. Gli effetti negativi sulla crescita delle politiche di bilancio restrittive saranno, dunque, mitigati almeno in parte da quelli espansivi legati alla debolezza dell'euro e ai bassi tassi di interesse reale, oltre che dagli impulsi derivanti da un contesto internazionale che, al di fuori dell'Europa, sarà ancora caratterizzato da una crescita dinamica nelle principali economie emergenti.

Tra le economie più colpite dalla crisi figurano anche quelle dell'Europa Centro-orientale, tra cui i paesi nuovi membri dell'Unione Europea, che nella prima metà del 2009 – con la sola rilevante eccezione della Polonia, unico tra i paesi Ue a mantenere una dinamica del Pil positiva – hanno subito una netta contrazione dell'attività. La caduta della domanda proveniente dai paesi dell'Europa Occidentale e le ripercussioni della crisi finanziaria in termini di riduzione dei flussi di capitali internazionali e di minore disponibilità di liquidità del sistema bancario hanno penalizzato queste economie soprattutto via commercio estero e inaridimento dei canali di finanziamento degli investimenti. Nel secondo semestre, tuttavia, sono emersi segnali di stabilizzazione, o almeno di attenuazione del ritmo di caduta, pur con andamenti diversificati tra le principali economie. La Repubblica Ceca ha recuperato rapidamente tassi di crescita positivi; anche in Ungheria la situazione economica è migliorata, seppure con un certo ritardo, mentre per Bulgaria e Romania, come anche per i Baltici, vi sono ancora difficoltà ad uscire dalla crisi.

Anche in termini prospettici, **questi paesi saranno caratterizzati da una crescita decisamente meno dinamica rispetto a quella attesa per le altre aree emergenti**. Il modesto ritmo di espansione dei mercati dell'area euro ci porta a ritenere improbabile una ripresa significativa delle esportazioni; nello stesso tempo, il deterioramento dell'occupazione e l'andamento sfavorevole dei salari reali tenderanno a contenere la crescita dei consumi, frenata anche da condizioni del credito non ancora tornate alla normalità.

Anche **l'economia della Russia è stata duramente colpita dalla crisi globale**; le difficoltà del sistema bancario e finanziario insieme alle più basse quotazioni del petrolio si sono riflesse in una forte caduta dell'attività economica. La ripresa avviatasi nell'ultimo trimestre del 2009 ha tratto beneficio dal recupero della domanda mondiale e dal sostegno delle politiche monetarie e fiscali, oltre che dall'aumento della rendite petrolifera grazie al recupero dei prezzi del greggio. Permangono, tuttavia, elementi di fragilità che inducono ad escludere il ritorno ai tassi di crescita degli anni precedenti la crisi; il tasso di disoccupazione rimane elevato, il crollo della domanda ha lasciato ampi margini di capacità inutilizzata e le condi-

Fig. 7 Cina: evoluzione congiunturale



zioni del credito si mantengono ancora stringenti. Un sostegno alla domanda, a parziale compensazione di tali fattori negativi, potrebbe derivare dall'inflazione più moderata e dagli aumenti dei salari pubblici e delle pensioni.

Per le economie emergenti asiatiche, in particolare per Cina e India, l'uscita dalla crisi è stata molto rapida, anticipando la ripresa delle altre aree mondiali. Dopo il rallentamento accusato tra la fine del 2008 e l'inizio del 2009, dal secondo trimestre dello scorso anno la crescita dell'economia cinese si è progressivamente

rafforzata, grazie principalmente agli effetti positivi dell'imponente pacchetto di stimolo fiscale. **La domanda interna ha, quindi, esercitato un ruolo trainante,** a fronte di un contributo negativo del settore estero; in particolare, sono risultati in forte crescita gli investimenti, di cui ampia parte è stata attivata dai grandi progetti pubblici nelle infrastrutture. Nello stesso tempo, l'andamento delle vendite al dettaglio ha suggerito un'espansione robusta della domanda di beni di consumo, favorita anche dai maggiori trasferimenti alle famiglie e dagli incentivi all'acquisto di beni durevoli (soprattutto automobili).

L'intensità della crescita – alimentata anche dalla forte espansione monetaria e del credito – **ha indotto le autorità di politica economica ad adottare misure restrittive** per evitare la possibile formazione di bolle speculative sui prezzi degli *asset* finanziari ed immobiliari e per controllare le rinnovate spinte inflazionistiche. L'inasprimento della politica monetaria è stato perseguito non solo con interventi sui tassi di *policy*, ma anche con l'aumento delle riserve obbligatorie delle banche; si è cercato inoltre di porre un freno al dinamismo del mercato immobiliare attraverso un'ampia gamma di restrizioni sulle compravendite di abitazioni.

Nel primo trimestre del 2010 la crescita del Pil cinese si è presentata in ulteriore accelerazione, intorno al 12% in termini tendenziali; per i trimestri successivi le prospettive sono di un'espansione ancora elevata, anche se in lieve decelerazione rispetto ai ritmi attuali. Alcuni settori, in modo particolare l'edilizia residenziale, cominceranno a mostrare i primi effetti delle misure restrittive adottate per evitarne il surriscaldamento. Inoltre, la parte più consistente del pacchetto fiscale anti-crisi è attesa esaurirsi e il proseguimento della crescita infrastrutturale del paese non dovrebbe più fornire contributi aggiuntivi. In tale contesto, è probabile che si consolidi la tendenza ad una graduale ricomposizione della crescita verso un maggiore contributo della domanda interna rispetto a quello delle esportazioni, tendenza sostenuta anche dal ritorno ad una sia pur minima flessibilità del tasso di cambio

dello *yuan* cinese nei confronti del dollaro statunitense.

Anche per l'India l'impulso della politica economica ha permesso di attenuare gli effetti della crisi internazionale, ponendo le condizioni per una rapida accelerazione della crescita a partire dal secondo trimestre del 2009. A trainarla sono stati in larga parte i consumi delle famiglie e gli investimenti, con un contributo positivo dalla ricostituzione delle scorte. Per l'anno in corso ci si aspetta un'espansione ancora sostenuta di questa economia, anche se non mancano elementi di fragilità in grado di condizionare l'intensità della crescita. In primo luogo, le elevate tensioni sui prezzi interni hanno imposto un rapido mutamento di segno della politica monetaria, con ripetuti aumenti dei tassi di *policy* e interventi restrittivi sulle riserve obbligatorie delle banche. E' da evidenziare, inoltre, la situazione critica delle finanze pubbliche, dopo il consistente deterioramento del *deficit* intervenuto lo scorso anno. Anche la politica di bilancio, già per il 2010 ma soprattutto per gli anni successivi, è quindi destinata ad assumere un orientamento restrittivo, che implicherà necessariamente l'esaurimento delle varie misure di sostegno all'economia adottate durante la crisi.

Al di fuori dell'area asiatica, **la ripresa si è progressivamente consolidata anche in America Latina**; nel loro complesso, i paesi della regione sono usciti dalla recessione beneficiando del ritorno degli afflussi internazionali di capitale, del miglioramento del clima di fiducia di famiglie ed imprese, come anche di un' incisiva azione della politica economica. Il recupero si è presentato particolarmente rapido in Brasile, grazie soprattutto al contributo della domanda interna; in questo quadro di crescita vigorosa, le spinte inflazionistiche si sono velocemente intensificate, spingendo la Banca centrale ad avviare la fase di rialzo dei tassi di politica monetaria. Per l'economia brasiliana e, in generale, per i principali paesi latino-americani il quadro prospettico appare meno favorevole per il secondo semestre dell'anno in corso, in quanto scontrerà tassi di crescita più moderati alla luce del progressivo inasprimento delle politiche monetarie e fiscali e della prevista decelerazione della domanda statunitense.

Lo scenario macroeconomico interno

La congiuntura e le prospettive dell'economia italiana

Nel 2009 l'economia italiana è stata duramente colpita dalla crisi internazionale: **nella media dell'anno il Pil si è contratto del 5.1%**, caduta più intensa rispetto anche a quella della debole area euro. Principale determinante di questa dinamica eccezionalmente negativa è stata la caduta della domanda interna, che ha risentito di un crollo degli investimenti (-12.2%) e di un'accentuazione della flessione della spesa delle famiglie (-1.8%), dopo il calo del 2008.

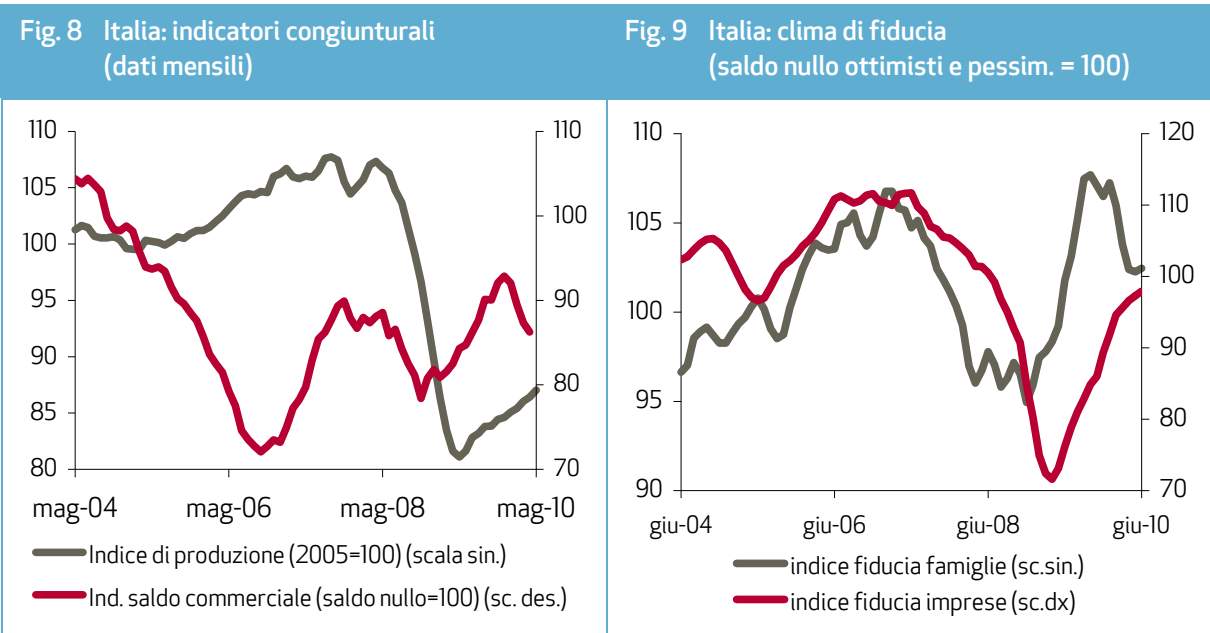
Gli investimenti sono stati la componente più colpita dalle ripercussioni della crisi finanziaria, nonostante un debole recupero nel terzo trimestre dovuto all'attesa degli incentivi della "Tremonti ter". Gli investimenti in beni strumentali, in particolare, hanno trovato un

Tab. 4 Italia: quadro interno (var. % a prezzi costanti)

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|------------------------------------|------------|------------|-------------|-------------|------------|
| Prodotto interno lordo | 2.1 | 1.4 | -1.3 | -5.1 | 1.3 |
| Consumi delle famiglie | 1.2 | 1.1 | -0.8 | -1.8 | 0.2 |
| Investimenti fissi lordi | 3.1 | 1.3 | -4.0 | -12.2 | 0.7 |
| Saldo settore pubblico (1) | -3.3 | -1.5 | -2.7 | -5.3 | -5.7 |
| Saldo di conto corrente (1) | -2.6 | -2.4 | -3.6 | -3.2 | -3.4 |
| Reddito disponibile reale | 0.6 | 0.9 | -0.9 | -2.5 | -0.4 |
| Propensione al consumo (2) | 87.8 | 88.4 | 88.5 | 89.2 | 89.7 |
| Pressione fiscale (1) | 42.0 | 43.1 | 42.9 | 43.2 | 42.4 |
| Occupazione totale | 1.8 | 1.0 | 0.8 | -1.6 | -0.8 |
| Ricchezza fin.netta delle famiglie | -0.3 | -3.3 | -12.4 | 2.0 | 0.2 |
| Indice dei prezzi al consumo | 2.1 | 1.8 | 3.3 | 0.8 | 1.7 |

(1) Livelli in % del PIL

(2) Livelli in % del reddito disponibile



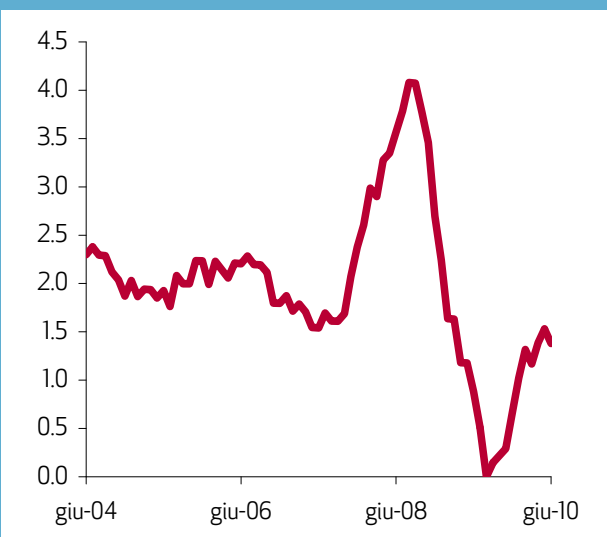
freno negli ampi margini di capacità inutilizzata e nella persistente incertezza sulla domanda; hanno pesato anche le condizioni del credito, non ancora tornate alla normalità. E' poi proseguito l'indebolimento degli investimenti in costruzioni, in larga misura per l'ulteriore correzione della componente residenziale che, oltre a subire gli effetti della crisi, ha scontato l'esaurimento del lungo ciclo espansivo dell'attività edilizia residenziale.

Sulle decisioni di consumo ha inciso negativamente la debolezza dei redditi; sulla base delle stime più recenti la formazione di reddito disponibile è diminuita del 2.6% rispetto al 2008, risentendo principalmente degli effetti della recessione sulla dinamica dell'occupazione. Le incertezze sulle prospettive del mercato del lavoro e dei redditi hanno anche contribuito a frenare l'aumento della propensione al consumo che sarebbe stato necessario per stabilizzare la spesa. Diversamente da quanto registrato nelle altre principali

economie europee, gli incentivi fiscali alla rottamazione delle autovetture hanno consentito solo uno stimolo temporaneo agli acquisti di beni durevoli.

A parziale sostegno dei consumi, si segnala il **ridimensionamento dell'inflazione**, che nel 2009 ha raggiunto un minimo storico (0.8% in termini medi annui) grazie al crollo dei prezzi degli input legati alle quotazioni internazionali delle materie prime, dopo i record del 2008. Tuttavia, una volta riassorbito questo shock e venuti meno gli effetti base favorevoli derivanti dal con-

Fig. 10 Italia: inflazione al consumo (var.%)



fronto statistico con l'anno precedente, l'inflazione è tornata a salire, fino a riportarsi intorno allo 1.5% (per i prezzi al consumo) nei mesi primaverili.

Sulla scia della ripresa del ciclo internazionale, **dalla metà del 2009 anche l'economia italiana ha mostrato segni di ripresa**, riconducibili in larga parte alle esportazioni nette; il rafforzamento della domanda proveniente dai nostri mercati di sbocco ha favorito un buon recupero delle esportazioni, con riflessi positivi sull'andamento della produzione industriale. Mancano, invece, le indicazioni di un netto recupero della spesa delle famiglie, che continua verosimilmente a scontare il permanere di incertezze, soprattutto con riferimento alla condizione dell'occupazione.

Le informazioni congiunturali relative al periodo più recente si presentano discordanti, segnalando che l'attività economica è avviata lungo un sentiero espansivo ma con un'assenza di vigore che frena un vero e proprio rilancio. In maggio, per il secondo mese consecutivo, la produzione industriale è aumentata sul mese precedente dell'1%, ponendo le basi per un aumento significativo nel secondo trimestre del 2010, dopo quello registrato nel primo trimestre. **Meno positivi appaiono i segnali provenienti dagli indicatori qualitativi relativi a famiglie e imprese, soprattutto con riferimento al clima di fiducia dei consumatori**, nuovamente in riduzione a maggio e giugno; peraltro, negli ultimi mesi si è attenuato anche il miglioramento della fiducia delle imprese.

Anche per l'economia italiana un fattore di incertezza è legato alla crisi dei debiti sovrani nei paesi europei; nonostante un'elevata volatilità nei mercati finanziari e valutari, allo stesso attuale non si ritiene che ne possa derivare un deterioramento della fiducia degli operatori tale da arrestare la fase di ripresa. Appare però inevitabile, alla luce del percorso di rigore richiesto dalle autorità europee, un'anticipazione dell'aggiustamento dei conti pubblici; dalla manovra in corso di formulazione da parte del governo italiano discenderebbe, soprattutto a partire dal prossimo anno, un rilevante effetto restrittivo soprattutto sulle famiglie. Ci si aspetta, infatti, che il contributo del settore pubblico alla formazione di reddito disponibili – peraltro già diminuito nell'anno in corso per l'esaurirsi di alcune misure di sostegno ai redditi – si ridimensioni ulteriormente nel 2011.

Alla luce di queste indicazioni, **prevediamo che il recupero dell'economia italiana prosegua nella seconda metà del 2010 ma con un'intensità modesta e insufficiente a recuperare le perdite accusate**. In media d'anno la crescita del Pil potrebbe, quindi, attestarsi poco al di sopra dell'1%, come risultato di un contributo positivo del saldo estero e di una dinamica della domanda interna che, invece, si manterrebbe piuttosto contenuta. Per la spesa delle famiglie è probabile solo una debole ripresa, confermandosi condizionata dal lento aggiustamento del mercato del lavoro; per l'occupazione è atteso nell'anno in corso un ulteriore calo significativo. Inoltre, il contributo fornito dal settore pubblico alla formazione del reddito disponibile tenderebbe a ridimensionarsi per le esigenze di rientro del disavanzo.

capitolo 2
i consumi in Italia

I consumi in Italia

A partire dai mesi finali del 2008, la forte incertezza sulla durata della crisi e le preoccupazioni circa l'impatto della recessione sul mercato del lavoro hanno condizionato fortemente le decisioni di spesa delle famiglie italiane (si veda la figura 1). **Nonostante la presenza di fattori che direttamente o indirettamente ne hanno sostenuto l'evoluzione** – quali gli incentivi all'acquisto di alcuni beni durevoli, il rallentamento dell'inflazione e dei tassi di interesse – **nella media del 2009 i consumi delle famiglie italiane hanno subito un calo significativo, ad un tasso tra i più elevati nell'Uem** (-1.8% a prezzi costanti a fronte del -1.1% per l'area nel suo complesso), **scontando un'evoluzione del potere di acquisto più sfavorevole rispetto ai principali paesi europei**. In Italia, il reddito disponibile è diminuito, infatti, per il secondo anno consecutivo, risentendo soprattutto della riduzione dell'occupazione. **In termini pro capite, la spesa delle famiglie si è riportata sui livelli del 1999**.

Il 2009 è risultato, pertanto, l'annus horribilis per i consumi delle famiglie (si veda la fig. 3): **in calo la domanda di tutti i principali aggregati di spesa, compresi i servizi**, dinamica, quest'ultima, mai osservata negli ultimi 30 anni (unica parziale eccezione il -0.1% del 2002). L'analisi dei principali aggregati di consumo di Contabilità Nazionale dell'Istat (si veda la figura 5) segnala **come data l'evoluzione del reddito e l'impossibilità di comprimere le spese obbligate** – unico aggregato di consumo che, oltre all'auto, ha mostrato una crescita nel 2009, trainato dall'incremento delle spese per la salute, per l'abitazione, per la mobilità e per l'istruzione – **le famiglie italiane abbiano adottato strategie di risparmio**. I dati evidenziano un **forte calo dei consumi alimentari**, che incorpora non solo la ricomposizione del mix di spesa verso canali e prodotti convenienti (prodotti in promozione, marche commerciali e discount), ma anche un sostenuto ridimensionamento delle quantità acquistate da parte

Fig. 1 La domanda in volume delle famiglie (var. % sul trimestre corrispondente)

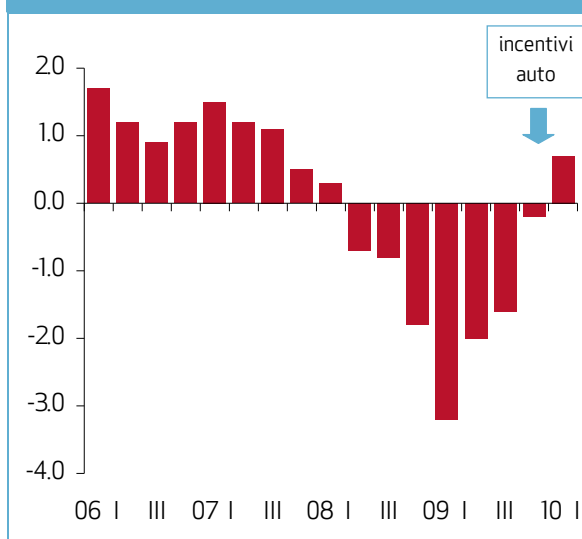


Fig. 2 Fiducia delle famiglie e attese di disoccupazione (1980=100)

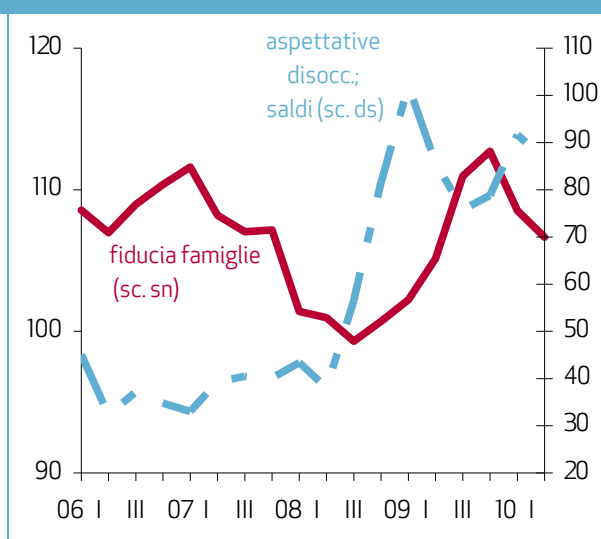


Fig. 3 Consumi interni e reddito disponibile reale in Italia (var. %; prezzi costanti)

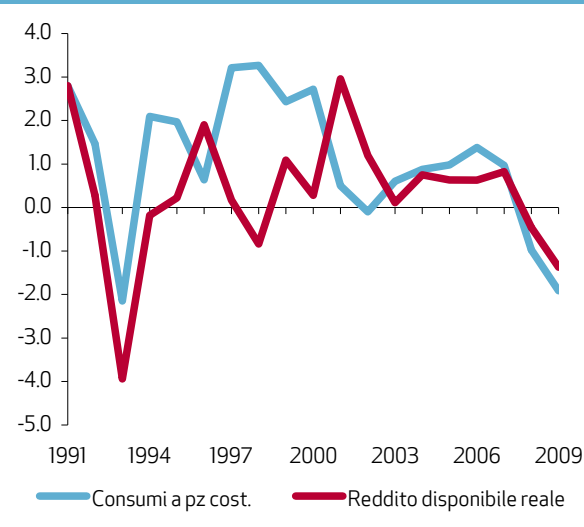
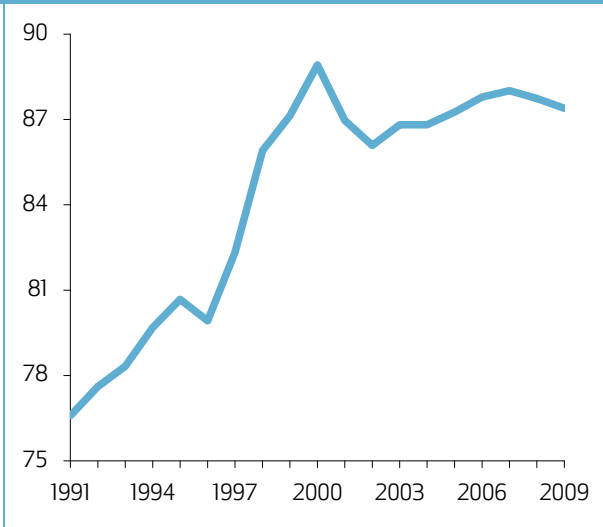


Fig. 4 Propensione al consumo (%)



delle famiglie. Data la scarsa comprimibilità del consumo alimentare, le famiglie italiane sono state sensibilmente più attente agli sprechi, atteggiamento in atto già da un paio di anni e che la crisi ha accelerato. In particolare, a modificare maggiormente le proprie abitudini di spesa sono state le famiglie con a capo un lavoratore dipendente ed i giovani, sia quelli che vivono da soli sia le coppie con figli.

In riduzione anche gli acquisti di beni durevoli: i *bonus* governativi sono risultati efficaci solo per il comparto delle autovetture, che ha recuperato in media d'anno una variazione positiva, ma hanno finito con il penalizzare la domanda degli altri beni durevoli, nonostante le agevolazioni presenti in alcuni comparti (moto, elettrodomestici, mobili). In un momento di difficile congiuntura economica e di redditi cedenti, **la possibilità di usufruire di importanti agevolazioni alla sostituzione di autoveicoli ha infatti sottratto risorse all'acquisto di altri**

Fig. 5 La domanda in volume delle famiglie (indice 2000=100)

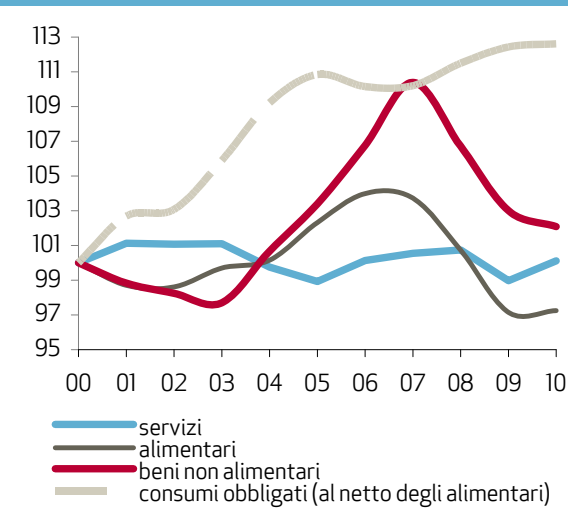
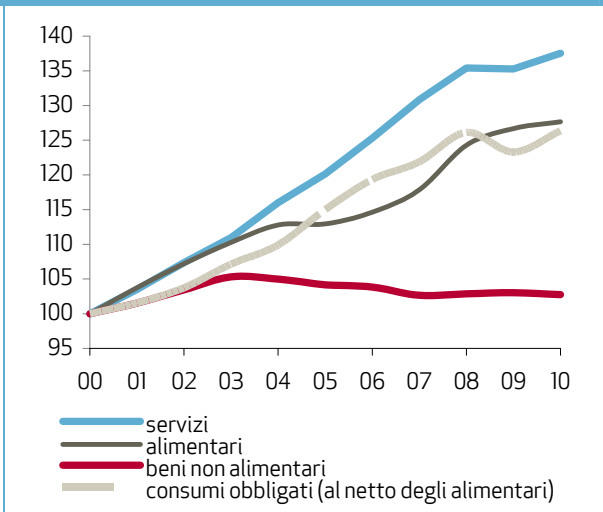


Fig. 6 Il livello dei prezzi (indice 2000=100)



beni e servizi, quando rinviabili e soprattutto di elevato importo unitario. In tale contesto, gli acquisti di beni durevoli legati all'ambiente domestico, quali gli elettrodomestici ed i mobili, hanno mostrato un importante calo, penalizzati anche dall'evoluzione negativa del mercato immobiliare.

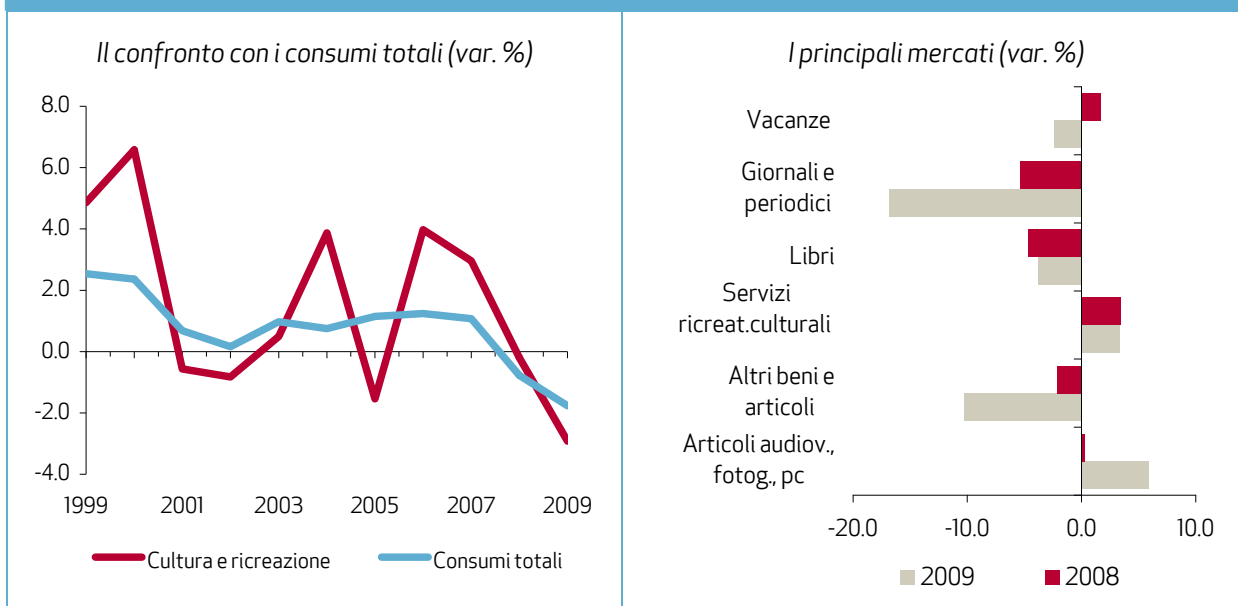
Le prime informazioni quantitative e qualitative sul 2010 mostrano il permanere di un clima non favorevole sul versante dei consumi. L'evoluzione della domanda delle famiglie nel primo trimestre del 2010 si è confermata largamente influenzata dalla dinamica del mercato dell'auto (sul quale hanno continuato ad impattare positivamente gli incentivi che erano validi per gli acquisti effettuati entro Dicembre 2009 con immatricolazione entro Marzo 2010); al netto degli acquisti di auto, i consumi evidenzerebbero infatti una dinamica cedente. Inoltre, il clima di fiducia delle famiglie che, dopo la fase acuta della crisi aveva registrato un marcato recupero, è tornato ad indebolirsi all'inizio del 2010, riflettendo le incertezze sulla tenuta dei bilanci familiari ed i crescenti timori sul fronte occupazionale. **In media d'anno, si attende comunque che la spesa delle famiglie possa arrestare la caduta, per avviarsi su un sentiero di graduale crescita negli anni successivi,** in linea con il miglioramento del quadro macroeconomico. **Il percorso sarà però lento, riflettendo il debole recupero del mercato del lavoro e dei redditi:** la necessità di aggiustare i conti pubblici e i processi di ristrutturazione che verranno attuati per rafforzare la posizione competitiva delle imprese contribuiranno, infatti, a contenere la formazione del reddito disponibile. **Un ulteriore freno all'espansione dei consumi è individuabile nell'accresciuta disuguaglianza nella distribuzione dei redditi, che difficilmente potrà essere riassorbita nei prossimi anni.** I dati della Banca d'Italia sui redditi delle famiglie, disponibili al 2008, indicano infatti l'emergere di crescenti disparità e un progressivo impoverimento delle famiglie, in particolare quelle con capofamiglia lavoratore dipendente. In questo contesto, **la domanda continuerà a mantenersi selettiva in tutti i principali comparti di spesa, mostrando maggiore vivacità nei settori nei quali si attende un favorevole andamento dei prezzi.**

I consumi degli italiani nel tempo libero

In base ai dati di Contabilità Nazionale dell'Istat, **nel 2009 i consumi dell'ambito Cultura e ricreazione¹** (si veda la figura 7), che comprende i diversi segmenti di consumo fruibili nel tempo libero e pertanto anche l'*Home video*, **hanno mostrato una dinamica (-3% a prezzi costanti) più negativa del complesso dei consumi delle famiglie (-1.8% a prezzi costanti).** Tale evoluzione – che ha portato ad una riduzione dell'incidenza di questo macro aggregato sui consumi totali delle famiglie, scesa nel 2009 al 7.5% (si veda la tabella 1) – evidenzia co-

¹ L'aggregato Cultura e ricreazione è costituito dalle seguenti voci di consumo: articoli audiovisivi, fotografici, computer ed accessori, altri beni durevoli per la ricreazione e la cultura, altri articoli ricreativi, fiori, piante ed animali, servizi ricreativi e culturali, giornali, periodici, libri ed articoli di cancelleria e vacanze tutto compreso.

Fig. 7 Evoluzione dei consumi dell'ambito Cultura e ricreazione (a prezzi costanti)



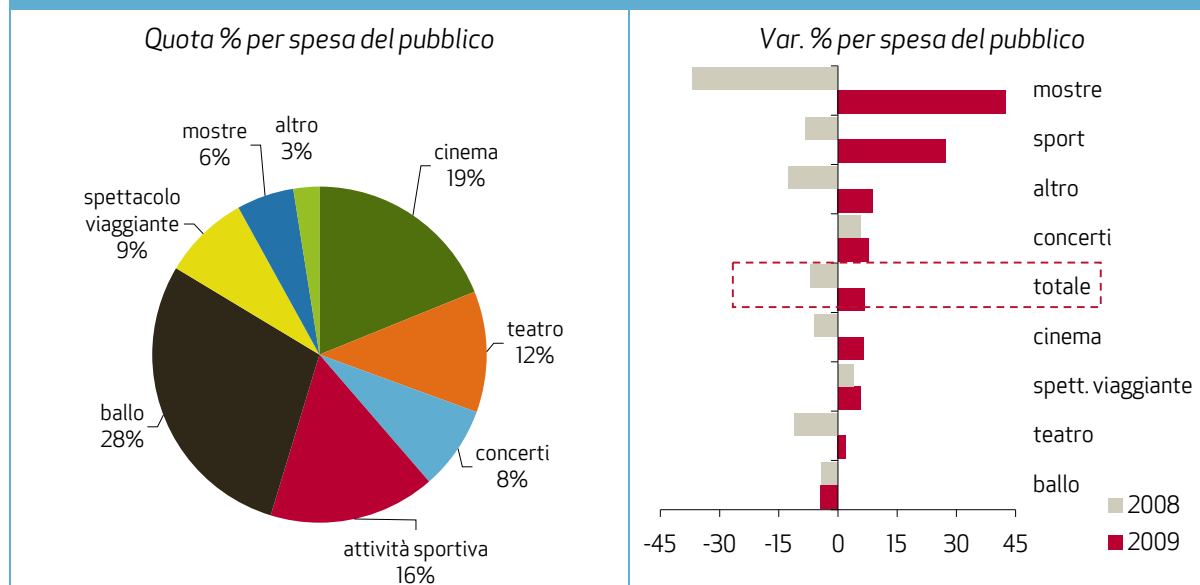
me il peggioramento delle condizioni reddituali abbia determinato la contrazione dei consumi nei comparti maggiormente voluttuari, penalizzando anche quelli legati alla fruizione del tempo libero. L'analisi dei singoli mercati di consumo dell'ambito Cultura e ricreazione mette in evidenza, tuttavia, come la flessione della domanda non sia stata trasversale a tutte le voci di spesa e conferma pertanto la forte selettività degli acquisti attuata dalle famiglie italiane (si veda sempre la fig. 7).

All'interno dell'aggregato, infatti, **una crescita importante** (prossima al 6%, a prezzi costanti) **ha interessato i prodotti di elettronica di consumo, trainata dalle vendite di televisori con schermi al plasma e cristalli liquidi.** Tale crescita ha continuato ad essere sostenuta da un favorevole andamento dei prezzi ma ha potuto anche beneficiare di due importanti fattori incentivanti quale lo *switch off* in corso della tv analogica per il passaggio al digitale terrestre ed i Mondiali di calcio. **Si è mantenuta in crescita, sebbene a ritmi inferiori agli anni**

Tab.1 Evoluzione dei consumi per macro aggregati (quote a prezzi costanti, valori concatenati anno 2000, Istat)

| | 1981 | 1991 | 2001 | 2008 | 2009 |
|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Alimentari | 19.5 | 16.4 | 14.8 | 14.5 | 14.3 |
| Abitazione e mobili | 27.8 | 28.8 | 26.5 | 26.4 | 26.6 |
| Trasporti | 12.2 | 12.4 | 13.7 | 12.9 | 13.3 |
| Beni e servizi per la persona | 24.0 | 24.4 | 25.6 | 24.7 | 24.5 |
| Cultura e ricreazione | 6.3 | 6.6 | 7.3 | 7.6 | 7.5 |
| Altri beni e servizi | 10.3 | 11.3 | 12.1 | 13.9 | 13.8 |
| <i>Totale consumi</i> | <i>100.0</i> | <i>100.0</i> | <i>100.0</i> | <i>100.0</i> | <i>100.0</i> |

Fig. 8 La spesa del pubblico per tipologia di spettacolo nel 2009
(elaborazioni Prometeia su dati SIAE, *Annuario dello spettacolo 2009*)



passati, anche la domanda di servizi ricreativi e culturali, che conferma un profilo in controtendenza rispetto all'andamento dei consumi totali, con un incremento prossimo al 3% a prezzi costanti, in base ai dati di Contabilità Nazionale dell'Istat. **A tale dinamica ha contribuito essenzialmente l'incremento della spesa per i concorsi e pronostici, ma anche di quella per la fruizione degli spettacoli. Nel 2009 – stando ai dati SIAE – la spesa del pubblico per spettacoli e sport**, comprendente tutte le somme destinate alla fruizione di spettacoli fuori casa (incluse le consumazioni e prenotazioni, oltre a biglietti e abbonamenti), **è aumentata di quasi il 7%** (si veda la figura 8). Tale dinamica ha compensato il calo registrato nell'anno precedente, riportando la spesa per gli spettacoli sugli elevati livelli raggiunti nel 2007.

La crescita del 2009 trova però origine essenzialmente in un generale aumento del prezzo medio dei biglietti e degli abbonamenti, a fronte di una sostanziale stabilità del numero di ingressi (si veda la tabella 2) e di un calo del numero degli spettacoli. Un'analisi più dettagliata fa comunque emergere dinamiche differenti fra le varie tipologie di spettacoli. In termini di spesa del pubblico nel 2009 solo il ballo ha continuato a registrare una dinamica cedente, a fronte di una riduzione del numero degli spettacoli e degli ingressi. Gli incrementi più significativi, sia in termini di spesa sia di afflusso del pubblico, invece, hanno interessato le mostre, lo sport e altri spettacoli (manifestazioni all'aperto). Per quanto riguarda l'attività sportiva, in particolare, nel 2009 si è registrato un forte incremento degli ingressi per gli sport di squadra diversi dal calcio, trainato anche dal crescente interesse verso il rugby, e di quelli per gli altri sport, dinamica influenzata soprattutto dai Campionati mondiali di nuoto di Roma. Si sono confermate positive le performance degli spettacoli viaggianti, sia in termini di spesa del pubblico sia di ingressi, per effetto esclusivamente del gradimento che continuano a riscuotere le attrazioni presso i parchi divertimento e acquatici.

L'attività cinematografica, che rappresenta quasi il 60% di tutti gli spettacoli allestiti in Italia nel 2009 e circa il 50% degli ingressi, confermando l'estrema capillarità dell'offerta cinematografica in tutte le aree del paese e delle preferenze accordate dalle famiglie italiane verso questa forma di intrattenimento, **è stata interessata dalla considerevole diffusione nelle sale dei film in 3D**. Tale fenomeno **ha determinato un incremento del costo medio di fruizione degli spettacoli cinematografici**, in quanto il costo per il noleggio degli occhialini utilizzati per la visione in 3D incide sul prezzo di ingresso agli spettacoli. **Pur in presenza di un'ulteriore riduzione del numero di ingressi e degli spettacoli (seppure ad un ritmo in attenuazione rispetto al 2008), pertanto, la spesa del pubblico per il cinema ha registrato un incremento di circa il 6.5%.**

Tab. 2 Gli ingressi per tipo di spettacolo
(elab. Prometeia su dati SIAE, Annuario dello spettacolo 2009)

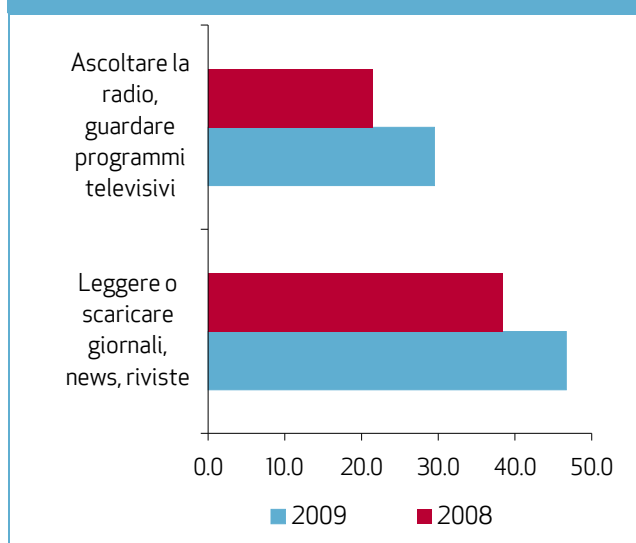
| | 2009 | | 2008 | 2009 |
|-----------------------|----------------|--------------|-------------|-------------|
| | livello in mln | quota% | var. % | |
| cinema | 109.2 | 45.6 | -4.6 | -1.6 |
| ballo | 33.6 | 14.0 | -4.9 | -2.6 |
| attività sportiva | 29.3 | 12.2 | 2.9 | 3.1 |
| teatro | 22.6 | 9.4 | -7.4 | 0.9 |
| mostre | 19.2 | 8.0 | -1.2 | 2.2 |
| spettacolo viaggiante | 12.6 | 5.3 | 8.4 | 7.4 |
| concerti | 11.6 | 4.9 | 0.7 | -1.1 |
| altro | 1.4 | 0.6 | -27.3 | 22.6 |
| totale | 239.5 | 100.0 | -3.2 | -0.1 |

Negativa, invece, è stata l'evoluzione delle altre voci di spesa dell'aggregato Cultura e Ricreazione. Nel 2009, la spesa per le vacanze ha registrato un calo, diversamente dal 2008, confermando come la programmazione di alcune spese, come appunto quelle per le vacanze, abbiano risentito con un certo ritardo gli effetti della crisi economica, anche in ragione di una dinamica occupazionale che ancora al 2008 non aveva manifestato i suoi effetti più gravi. **Si è accentuato, infine, il calo dei consumi di prodotti editoriali tradizionali**, tendenza confermata anche dai dati ADS² che, per le testate che hanno richiesto l'accertamento dei dati relativi alla diffusione ed alla tiratura³, evidenziano nel 2009 un calo delle vendite di giornali nell'ordine del 7%, a fronte di una contrazione del mercato dei periodici del 3%. **La situazione più critica riguarda pertanto il segmento dei giornali.** L'evoluzione di questo

² Accertamenti Diffusione Stampa è una libera associazione, attualmente costituita da UPA (Utenti Pubblicità Associati), Assocomunicazione (Associazione delle imprese di Comunicazione), UNICOM (Unione Nazionale delle Imprese di Comunicazione), FIEG (Federazione Italiana Editori Giornali) e FCP (Federazione Concessionarie Pubblicità), che certifica i dati di diffusione e di tiratura della stampa quotidiana e periodica di qualunque specie pubblicata in Italia.

³ L'accertamento ha riguardato 65 quotidiani, 62 periodici settimanali e 131 periodici mensili.

Fig. 9 Le attività svolte con internet
(quote %, popolazione oltre 6 anni)



mercato di consumo, limitato da una strutturale modesta propensione alla lettura da parte degli italiani, sta risentendo in modo crescente anche della concorrenza di altri mezzi informativi, quali la *free press* e la fruizione digitale, e di svago (*internet in primis*), sempre più diffusi nelle case degli italiani. I dati dell'Indagine multiscopo sulle famiglie "Aspetti della vita quotidiana" dell'Istat mostrano, infatti, come nel 2009 circa un italiano su due ha dichiarato di non leggere i quotidiani o di sfogliarli solo occasionalmente; la quota di persone che possono essere considerate "lettori" (ossia leggono il giornale almeno una volta alla settimana) è pari al 56.2%, ma se si prendono in considerazione i lettori assidui, ovvero coloro che leggono il giornale almeno cinque giorni su sette, la percentuale scende al 40.5%. Oltre alla scarsa propensione degli italiani alla lettura, l'evoluzione degli acquisti di giornali è limitata dal crescente utilizzo del *web* per leggere o scaricare giornali, *news* e/o riviste (si veda la figura 9) che secondo l'Istat ha interessato quasi il 50% di quanti hanno navigato in *internet* (secondo l'Istat nel 2009 circa il 45% della popolazione con più di 6 anni).

Il comparto dei libri mostra, invece, un'evoluzione meno negativa potendo contare da un lato su un incremento della propensione alla lettura (nel 2009 i lettori sono aumentati di oltre mezzo milione rispetto al 2008, superando i 25 milioni, ossia il 45.1% della popolazione con più di 6 anni) e dall'altro sulla tenuta degli acquisti dei lettori forti (che da soli generano oltre il 40% delle vendite del settore). **Le iniziative a sostegno e promozione della lettura (fiere, festival, etc.) ed i cambiamenti distributivi e tecnologici stanno sostenendo un incremento della propensione alla lettura, soprattutto tra le donne ed i giovani.** La fotografia del lettore che emerge dai dati ufficiali dell'Istat indica come la lettura stia aumentando soprattutto tra le donne, che già strutturalmente leggono di più degli uomini, e si stia riducendo il divario territoriale, anche se la distanza tra Nord e Sud rimane ampia. **Le nuove tecnologie, inoltre, stanno cambiando il concetto di prodotto editoriale.** Accanto al prodotto tradizionale, in particolare nel segmento dei libri, vengono, infatti, sempre più frequentemente realizzate versioni in formato alternativo a quello cartaceo: *CD-Rom*, video, fino alla versione *e-book* su *Internet*. I produttori di *software* continuano a presentare nuovi prodotti per la lettura di libri in formato elettronico ed alcuni scrittori hanno già tentato la strada dell'*e-book*, destinato a diventare un veicolo di cultura, soprattutto tra i giovani e i giovanissimi, anche se i risultati di vendita finora ottenuti sono modesti. Tali fenomeni stanno portando i principali attori del settore a rivedere le proprie modalità competitive e ad affidare

le loro strategie di crescita – oltreché all'ampliamento delle modalità di offerta del prodotto editoriale in ragione delle nuove tecnologie – all'aumento del numero di libri e, soprattutto, di riviste proposte al mercato. L'ufficio studi AIE (Associazione Italiani Editori) stima per dicembre 2010 che l'*e-book* arriverà a coprire l'1.5% del catalogo titoli e circa il 9% delle novità. Il maggiore interesse verso la modalità di fruizione digitale è riscontrata tra i forti lettori (oltre 12 libri all'anno) che si sono già avvicinati al mercato, comprando quello che è disponibile nei canali dell'informatica di consumo o nelle catene di libreria.

capitolo 3

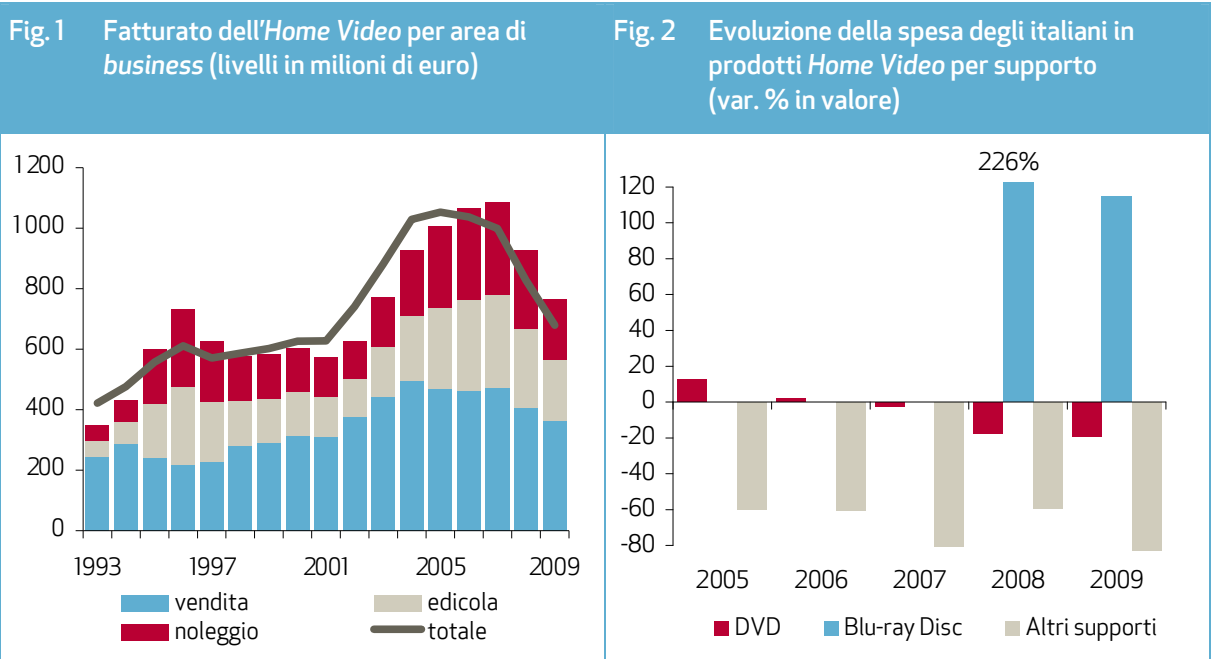
il mercato dell'editoria audiovisiva: dati e tendenze

La spesa degli italiani in prodotti audiovisivi nel 2009

Nel 2009, la spesa complessiva in prodotti *Home Video* ha accusato una contrazione del 17.8% rispetto all'anno precedente (Tab. 1). Tale caduta, che segue un triennio già difficile, ha portato la spesa complessiva delle famiglie per l'acquisto di prodotti audiovisivi a scendere su livelli prossimi ai **680 milioni di euro**.

I **vincoli di bilancio delle famiglie italiane**, unitamente all'incertezza sui tempi di uscita dalla crisi e al conseguente impatto da questa prodotta sui loro redditi, **hanno colpito in modo rilevante un mercato voluttuario e legato alla fruizione del tempo libero come quello dell'*Home Video***. In una fase di accentuata selettività nelle voci di spesa più comprimibili, il settore ha scontato la crisi sia direttamente, via minori acquisti di supporti audiovisivi, sia indirettamente, frenando il rinnovo della dotazione tecnologica.

In un quadro di crescente e accentuata debolezza sul fronte dei redditi, le difficoltà dell'*Home Video* sono state acuite dal mancato contrasto delle forme illegali di fruizione dei contenuti audiovisivi e dalla maggiore concorrenza di forme d'intrattenimento domestico alternative, legate sia all'offerta televisiva – che va arricchendosi con il progressivo passaggio al digitale terrestre per tutte le regioni italiane – sia, in particolare per le classi di età più giovani, al mondo del *game* e di *internet* (*chat, social network* come



Tab. 1a La spesa degli italiani in prodotti Home Video (valori)

| | 2009 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|-------------------------------|------------------|---------------------|--------------|--------------|--------------|
| | <i>Mln. Euro</i> | <i>variazione %</i> | | | |
| Vendita | 364.2 | -1.2 | 2.2 | -14.4 | -10.2 |
| DVD | 343.2 | 3.9 | 3.0 | -15.5 | -12.9 |
| Blu-ray Disc | 20.7 | - | - | 221.1 | 112.5 |
| Altri supporti* | 0.3 | -68.5 | -61.6 | -61.3 | -79.7 |
| Edicola | 200.7 | 12.2 | 1.8 | -15.0 | -23.0 |
| DVD | 200.7 | 14.8 | 2.0 | -15.0 | -23.0 |
| VHS | - | -85.0 | -71.0 | -56.7 | - |
| TOTALE VENDITA+EDICOLA | 564.9 | 3.7 | 2.0 | -14.6 | -15.2 |
| DVD | 544.0 | 8.0 | 2.6 | -15.3 | -16.9 |
| Blu-ray Disc | 20.7 | - | - | 221.1 | 112.5 |
| Altri supporti* | 0.3 | -71.3 | -62.5 | -60.9 | -81.2 |
| Noleggio | 114.6 | -13.5 | -19.8 | -26.5 | -28.6 |
| DVD | 114.1 | -11.8 | -16.3 | -26.5 | -28.8 |
| Blu-ray Disc | 0.5 | - | - | 20.3 | 20.3 |
| Altri supporti* | - | -39.5 | -98.0 | -30.0 | - |
| TOTALE SPESA | 679.6 | -1.5 | -3.7 | -17.2 | -17.8 |
| TOTALE DVD | 658.1 | 2.1 | -2.2 | -17.8 | -19.3 |
| TOTALE Blu-ray Disc | 21.2 | - | - | 226.1 | 114.5 |
| TOTALE Altri supporti* | 0.3 | -60.8 | -80.6 | -59.3 | -82.9 |

*Altri supporti: VHS, UMD e HD-DVD

Facebook, Twitter, etc., visione di filmati, etc.).

Pur penalizzato dal difficile contesto economico e da un rinnovo della dotazione tecnologica frenato dalla crisi, **è proseguito lo sviluppo del Blu-ray Disc che, grazie all'aumento considerevole dei titoli editati ed all'accelerazione registrata nella parte finale dell'anno, ha raddoppiato il proprio giro d'affari nel corso del 2009, arrivando a sviluppare un fatturato di 21 milioni di euro.** Le opportunità offerte dall'alta definizione sono state maggiormente colte dal segmento della vendita, grazie alla capacità delle catene più strutturate di attrarre i consumatori più inclini all'introduzione di innovazioni

Tab. 1b La spesa degli italiani in prodotti Home Video (volumi)

| | 2009 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|-----------------------------------|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Mln. atti/pezzi | variazione % | | | |
| Noleggino (mil. atti) | 42.9 | -8.4 | -12.5 | -26.5 | -22.6 |
| DVD | 42.8 | -5.8 | -8.0 | -26.5 | -22.6 |
| Blu-ray Disc | 0.14 | - | - | 20.3 | 283.4 |
| Altri supporti (VHS) | - | -39.5 | -96.3 | -30.0 | - |
| Vendita (mil. pezzi) | 30.5 | 3.6 | -2.1 | -14.7 | -7.8 |
| DVD | 29.5 | 10.5 | 1.4 | -13.9 | -8.6 |
| Blu-ray Disc | 0.9 | - | - | 231.0 | 135.3 |
| Altri supporti (VHS, UMD, HD-DVD) | 0.1 | -45.0 | -56.4 | -65.2 | -77.0 |
| Edicola (mil. pezzi) | 23.8 | 14.7 | 0.4 | -15.2 | -23.9 |
| DVD | 23.8 | 21.7 | 0.8 | -15.0 | -23.7 |
| Altri supporti (VHS) | - | -85.0 | -52.4 | -56.7 | - |

tecnologiche in ambito domestico. Nelle restanti aree di *business*, la penetrazione del *Blu-ray Disc* è ancora modesta, ma è comunque da rilevare come il supporto abbia mostrato una buona accoglienza nei punti di noleggio che l'hanno proposto, dove si è registrata, infatti, una significativa crescita degli atti di noleggio. In edicola le iniziative sono state invece sporadiche e concentrate nella parte finale dell'anno.

La forte crescita del *Blu-ray disc* non è riuscita a compensare la **flessione del giro d'affari del DVD (-19.3%) supporto che, pur entrato in fase di maturità, si è confermato il leader del mercato Home Video nel 2009, con un fatturato pari a 658 milioni di euro.**

L'analisi delle diverse aree di *business* evidenzia come **le difficoltà** si siano confermate **maggiori per il noleggio – il cui giro d'affari è risultato in calo del 28.6% nel 2009 – accentuando ulteriormente il percorso di ripiegamento degli ultimi anni (Fig. 3)**, che ha portato questa area a ridimensionare la sua quota sul mercato totale dell'*Home Video* dal 30% del 2005 all'attuale 17%.

Il noleggio si conferma il più esposto alla pirateria digitale e fisica, oltreché alle forme alternative di video-intrattenimento. Le classi di età più giovani – quelle più attratte dalle opportunità d'intrattenimento, lecite ed illecite, offerte dalla rete – risultavano infatti quelle più attive nel noleggio di *DVD*¹. L'allontanamento del pubblico giovanile e la chiusura

¹ Si veda la Monografia "La propensione all'intrattenimento audiovisivo: un focus sul profilo del consumatore di DVD"

Fig. 3 Evoluzione della spesa degli italiani in prodotti *Home Video* nelle diverse aree di *business* (var. % in valore)

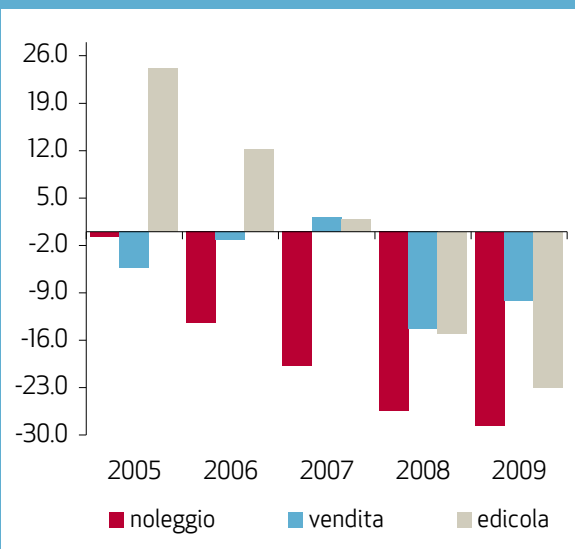
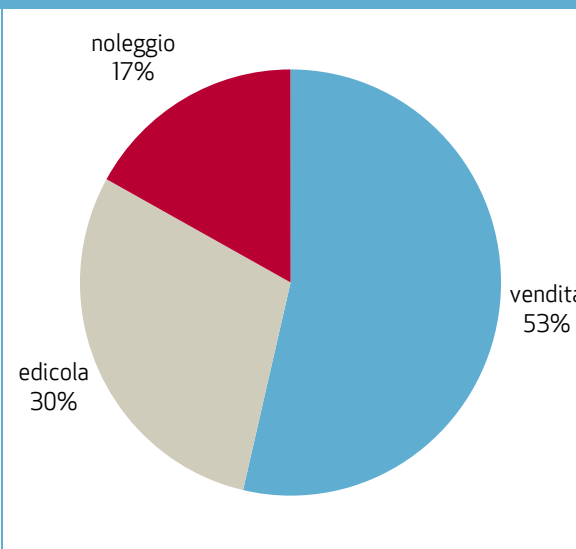


Fig. 4 L'incidenza della spesa degli italiani in prodotti *Home Video* per area di *business* (valori %, nel 2009)



di molti punti di videonoleggio – rendendo sprovviste alcune zone da questo servizio – stanno mettendo in forte difficoltà il canale. Sarebbero auspicabili interventi di rivitalizzazione, data anche la quota rilevante che tuttora rappresenta per il mercato italiano dell'*Home Video*.

Il 2009 si è rivelato un anno decisamente difficile anche per l'edicola, che ha sperimentato una flessione del proprio giro d'affari pari al -23%, configurando l'anno appena concluso come il più difficile dell'ultimo decennio. Il ripiegamento ha investito sia il comparto dei collaterali – penalizzati dal forte calo degli acquisti di quotidiani e periodici – che quello dei **collezionabili, segmento che ha segnato per la prima volta un arretramento della quota.**

La vendita – che si conferma l'area di *business* più importante per l'*Home Video*, con una quota del 53% sul giro d'affari complessivo (in crescita dal 49% del 2008) – è stata in grado di fronteggiare meglio la difficile situazione economica che ha caratterizzato il 2009, attenuando la flessione del proprio giro d'affari rispetto all'evoluzione del 2008. In questo comparto, la crescita del fatturato del *Blu-ray Disc* ha infatti in parte compensato il calo accusato dal *DVD* (pari a -12.9%). Anche per quest'ultimo supporto, è comunque da segnalare come le politiche di segmentazione del mercato attuate dagli editori audiovisivi abbiano permesso di contenere le perdite rispetto al 2008, favorendo, con la leva del prezzo, gli acquisti di titoli novità di minore richiamo e assecondando il clamore conseguente alla morte di *Michael Jackson* con importanti edizioni di *DVD* musicali (genere

contenuta nel *Rapporto Univideo 2007*, da cui emerge come nella fascia d'età compresa tra i 20 e i 24 anni oltre un giovane su due affitti un *DVD* rispetto ad un dato medio pari poco più di 1 su 4.

che ha recuperato i livelli di mercato del 2006).

L'*Indagine Univideo-Prometeia*² evidenzia, inoltre, **l'importanza crescente che sta acquisendo l'e-commerce per l'Home Video**. Questo canale – il cui sviluppo appare frenato, rispetto ad altri paesi, sia dal *digital device* che continua a caratterizzare l'Italia sia dall'assenza di un forte *player* operante nella distribuzione elettronica – si adatta alla vendita di prodotti più difficilmente rintracciabili nei tradizionali canali di vendita (quali i cofanetti o le edizioni arricchite di contenuti speciali), ma anche ai supporti in via di affermazione (come anche il *Blu-ray Disc*, in particolare nella fase d'introduzione sul mercato).

La distribuzione digitale di contenuti audiovisivi risulta, invece, ancora un mercato di nicchia e, come messo in luce dalla *Survey Univideo-Prometeia 2009*, di difficile quantificazione³. Nel prossimo futuro, come confermato da interviste rivolte ad *opinion leader* e dai risultati dell'*Indagine Univideo-Prometeia 2010*, si attende comunque uno sviluppo anche per questo segmento, grazie alla crescente diffusione presso le famiglie italiane di televisori collegabili a *internet (Internet Enabled TV)*⁴ e all'ingresso, previsto già a partire dalla seconda metà del 2010, di importanti operatori.

² L'*Indagine*, condotta presso gli editori audiovisivi nel mese di Aprile 2010, è volta a raccogliere informazioni sull'andamento del *sell in* nel 2009.

³ Gli accordi con gli *internet service provider* prevedono infatti, nella gran parte dei casi, un minimo garantito per le *library* messe a disposizione, non sempre integrato da *royalties* sulle transazioni effettivamente realizzate., rendendone difficile una quantificazione. Si veda la monografia "*La distribuzione digitale*" contenuta nel *Rapporto Univideo 2009* per un maggior dettaglio.

⁴ Nuova generazione di televisori che consentono di vedere la *Web TV* sul televisore di casa con l'uso del solo telecomando senza *PC* o *set-top-box*. Per mezzo dei *TV Widget* gli utenti possono alternare o affiancare alla visione dei normali programmi *TV* una ricca serie di attività, tra cui guardare contenuti audiovisivi (*VOD*).

Le aree di business

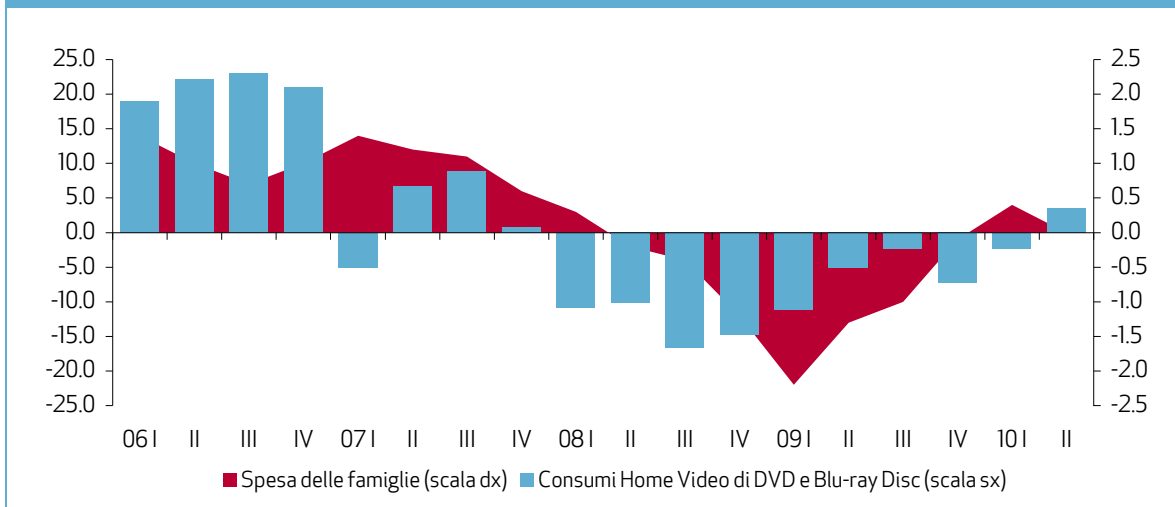
La vendita (esclusa edicola)

Nel 2009, il fatturato del comparto della vendita ha registrato un calo del 10.2% per il complesso dei supporti commercializzati, attenuando la contrazione sperimentata l'anno precedente e attestando il giro d'affari su livelli prossimi ai 365 milioni di euro, per un numero di pezzi veicolati pari a 30.5 milioni (Tab. 2).

L'analisi dei dati trimestrali mostra come il mercato dell'*Home Video* abbia seguito, pur con diversa intensità, un andamento analogo a quello dei consumi totali (si veda la Fig. 5).

| Tab. 2 La vendita di prodotti <i>Home Video</i> | | | | |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Milioni di pezzi | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| DVD | 37.0 | 37.5 | 32.3 | 29.5 |
| Blu-ray Disc | n.d. | 0.1 | 0.4 | 0.9 |
| Altri supporti | 2.6 | 1.1 | 0.4 | 0.1 |
| Totale | 39.6 | 38.8 | 33.1 | 30.5 |
| | variazione % | | | |
| DVD | 10.5 | 1.4 | -13.9 | -8.6 |
| Blu-ray Disc | n.d. | n.d. | 231.0 | 135.3 |
| Altri supporti | -45.0 | -56.4 | -65.2 | -77.0 |
| Totale | 3.6 | -2.1 | -14.7 | -7.8 |
| Milioni di euro | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| DVD | 452.8 | 466.5 | 394.3 | 343.2 |
| Blu-ray Disc | n.d. | 3.0 | 9.7 | 20.7 |
| Altri supporti | 10.5 | 4.0 | 1.6 | 0.3 |
| Totale | 463.4 | 473.6 | 405.5 | 364.2 |
| | variazione % | | | |
| DVD | 3.9 | 3.0 | -15.5 | -12.9 |
| Blu-ray Disc | n.d. | n.d. | 221.1 | 112.5 |
| Altri supporti | -68.5 | -61.6 | -61.3 | -79.7 |
| Totale | -1.2 | 2.2 | -14.4 | -10.2 |

Fig. 5 La spesa delle famiglie e i consumi Home Video di DVD e Blu-ray Disc (var. % volumi sul corrispondente trimestre)



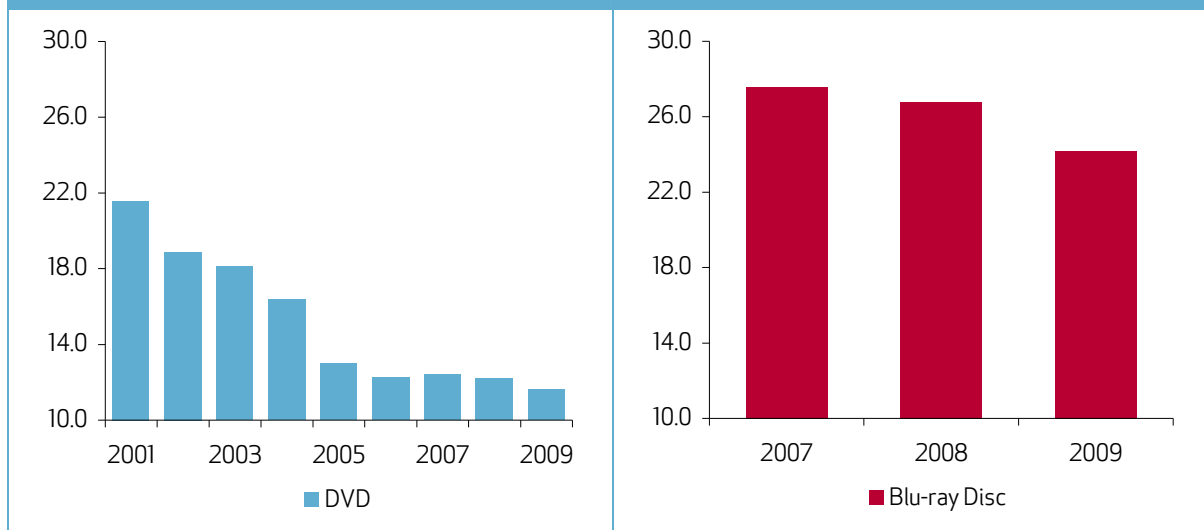
Anche questo comparto di spesa ha pertanto risentito di un contesto economico poco favorevole alla spesa delle famiglie e della crescente incertezza venutasi a creare col manifestarsi della crisi finanziaria, oltreché del drenaggio di risorse verso le spese incompressibili ed i beni incentivati, in un contesto di debolezza dei redditi. Tali fattori hanno determinato una forte caduta delle vendite di *DVD* e *Blu-ray Disc*, attenuatasi solo nell'ultima parte del 2009.

Nonostante il difficile contesto economico, nel 2009 l'alta definizione è riuscita a raddoppiare il proprio giro d'affari nel comparto della vendita, arrivando a rappresentare quasi il 6% del mercato (dal 2.4% del 2008). Lo scorso anno sono infatti stati venduti circa 855 mila pezzi per un fatturato di quasi 21 milioni di euro.

Lo sviluppo del *Blu-ray Disc* sarebbe risultato anche più intenso se il difficile contesto economico non avesse frenato il rinnovo della dotazione tecnologica e limitato la diffusione dei *player* ad alta definizione (nel 2009 sono stati venduti meno di 119 mila pezzi⁵). In presenza di risorse limitate, le famiglie italiane hanno infatti privilegiato il rinnovo dei televisori, non solo per il progredire dello *switch-off* dalla *TV* analogica al digitale terrestre, ma anche per un più favorevole andamento dei prezzi rispetto ad altri prodotti di elettronica di consumo. Grazie anche alle promozioni offerte dagli operatori delle *TV* satellitari, a fine 2009 i televisori *HD* in possesso delle famiglie hanno raggiunto quasi i 15 milioni di pezzi, registrando un'importante crescita rispetto al 2009 (+33% per i *TV HD ready* e +198% per i *TV Full HD*). E' tuttavia da segnalare come le offerte per l'acquisto di *player* in alta definizione – concentrate nella parte finale dell'anno e spesso abbinate a

⁵ In forte aumento rispetto al 2008 (+275% in quantità). Complessivamente al termine del 2009 il numero di *player Blu-ray Disc* in possesso delle famiglie italiane si attestava sotto ai 155 mila pezzi.

Fig. 6 Prezzi medi di vendita (valori in euro)

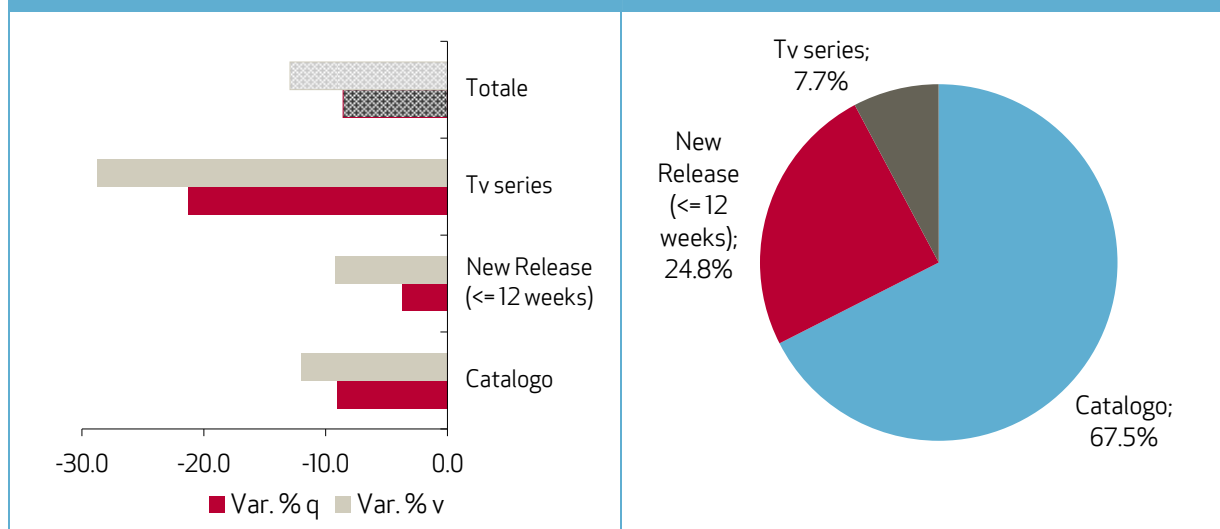


pacchetti contenenti anche promozioni sul supporto⁶ – siano risultate particolarmente apprezzate dal pubblico, confermando come l'ulteriore riduzione del prezzo dell'*hardware* possa fornire un importante sostegno allo sviluppo della domanda.

Il DVD, seppure in calo, ha registrato nel 2009 un andamento meno negativo rispetto al 2008, sia in termini di fatturato (-12.9% rispetto al -15.5% del 2008) che soprattutto in numero di pezzi (-8.6% rispetto al -13.9% del 2008). Il DVD si conferma il principale supporto del comparto, generando un fatturato al consumo di 343.2 milioni di euro.

Fig. 7 Le vendite di titoli nuovi, catalogo e TV Series nel 2009 (var. %)

Fig. 8 Le vendite di titoli nuovi, catalogo e TV Series nel 2009 (quote %)



⁶ Per tale ragione i dati di vendita sono stati depurati dai supporti contenuti nel pacchetto di offerta *Bundle Top Vision*, poiché l'abbassamento notevole del prezzo medio portava a distorsioni del mercato.

Il contributo degli altri supporti - VHS, UMD e HD DVD - appare ormai del tutto marginale, trattandosi di prodotti ormai tecnologicamente superati; lo scorso anno essi hanno generato un fatturato prossimo ai 320 mila euro, pari a 92 mila pezzi venduti.

Gli editori audiovisivi hanno cercato di contrastare la debolezza della domanda proponendo un'offerta variegata e di qualità ed utilizzando la leva del prezzo per stimolare gli acquisti, in particolare nel segmento delle *new release*, dove i titoli novità di minore richiamo sono usciti a prezzi più contenuti. In questo contesto, il prezzo medio del DVD è sceso del 6%, consentendo una riduzione delle *new release* acquistate (-3.7% in quantità) più contenuta rispetto a quella dei titoli di catalogo (-9.1%). Nel catalogo - che, pur in riduzione del 12% nel 2009, rappresenta tuttora quasi il 70% del fatturato del comparto - la domanda è stata stimolata con proposte di acquisti multipli. Un calo ulteriore dei prezzi - comunque ridimensionatisi di circa il 3% - avrebbe infatti intaccato pesantemente la marginalità delle vendite.

Alcuni segmenti hanno saputo fronteggiare meglio di altri la crisi, in particolare i prodotti musicali, l'animazione e il *direct to video*.

I DVD musicali hanno raccolto forti successi di vendita (+44.3% in quantità e +34.4% a valore nel 2009, Fig. 9), riportando il giro d'affari ai livelli del 2006. Tali risultati sono attribuibili al successo di alcune edizioni legate ai maggiori successi di *Michael Jackson* e di Vasco Rossi, che hanno intercettato le preferenze dei consumatori.

L'animazione conferma la minore ciclicità dei prodotti destinati ai più giovani in un momento di forte selettività degli acquisti, attribuibile anche ad un utilizzo più "intenso" del supporto. Tale genere - che nel 2009 ha movimentato un quarto del fatturato DVD - ha registrato una sostanziale tenuta nelle quantità acquistate (-0.7% rispetto al 2008) a

Fig. 9 Dinamica delle vendite nel 2009 dei DVD per generi (var. %)

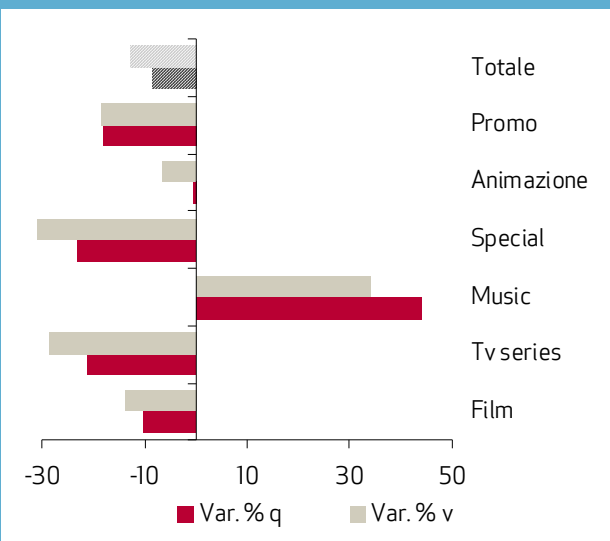


Fig. 10 Le vendite nel 2009 dei DVD per generi in valore (quote %)

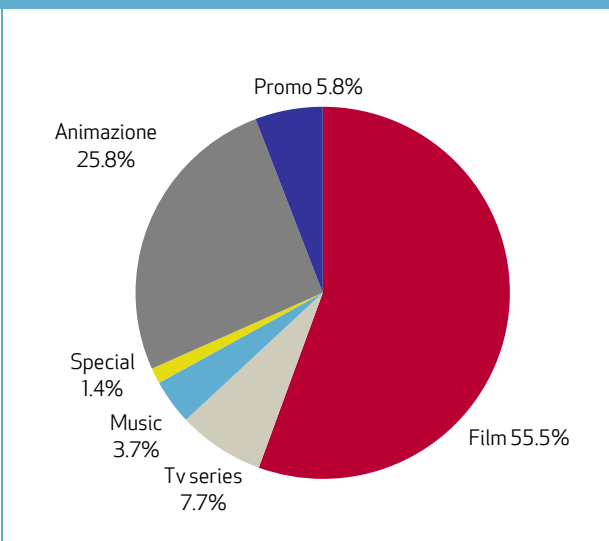


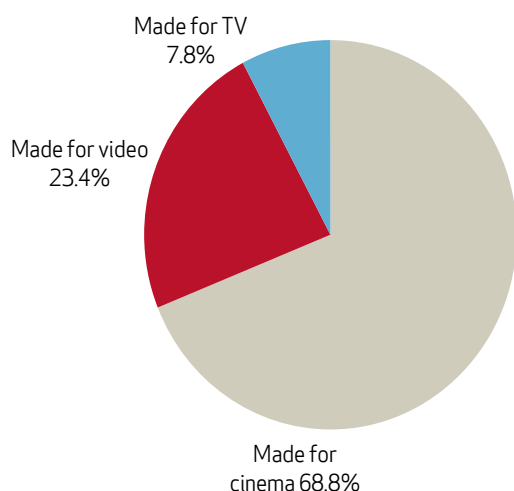
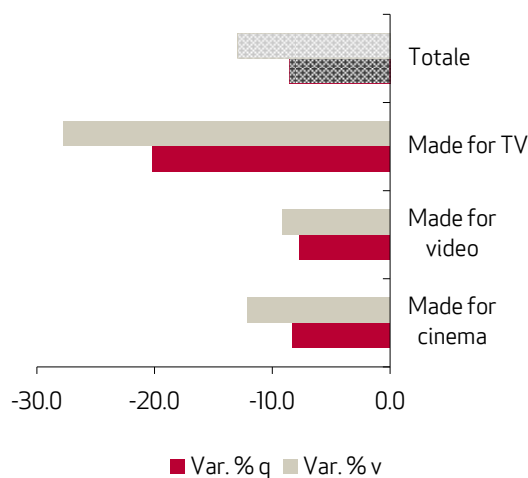
Fig. 11 Le diverse tipologie di DVD
(quote %, in valore)

Fig. 12 Dinamica delle diverse tipologie nel 2009



fronte però di una riduzione del fatturato pari al 6.7%, che evidenzia la tendenza delle famiglie a rivolgersi ad edizioni di costo più contenuto. All'interno di questo genere i migliori risultati sono stati infatti conseguiti dai prodotti *direct to video* (*spin off* di titoli importanti, con protagonisti personaggi noti), offerti a prezzi competitivi, ma anche meno esposti rispetto al altre edizioni al rischio di essere piratati, non essendo passati dalla sala.

Le vendite di film hanno accusato, anche nel 2009, un calo a doppia cifra sia in valori che in quantità (-13.8% e -10.2%). Il segmento appare fra i più penalizzati dalla pirateria on line, che opera sia attraverso il *download* illegale sia con la visione di film in *streaming*.

In flessione anche le TV series e gli special interest. Per quest'ultimo genere – che spazia dai docu-film agli eventi sportivi – il calo del mercato è stato particolarmente intenso (-32% a valore e -23% in quantità); lievemente più contenute le perdite registrate dalle *TV series* che, nonostante un calo di prezzo mediamente prossimo al 10%, hanno sperimentato una riduzione delle quantità vendute di poco superiore al 20% (-29% in termini di fatturato). Dopo la forte crescita del biennio 2006-'07, la quota di mercato delle *TV series* è andata riducendosi negli ultimi anni, scendendo al di sotto dell'8% nel 2009 (Fig. 10), penalizzata anche da un'offerta meno ricca del palinsesto televisivo. E' poi da considerare come questo genere soffra in modo rilevante della pirateria – in particolare dello *streaming on line* – e della concorrenza dei canali dedicati della *pay TV* e della *TV* digitale.

Le performance dell'offerta a catalogo hanno condizionato negativamente il "Made for cinema" (-12.1% in valori e -8.3% in quantità, si veda la Fig. 12), mentre il "Made for video" ha contenuto maggiormente la caduta, grazie al successo dei DVD musicali e allo *spin off* di titoli di forte richiamo nelle sale cinematografiche, in grado di sfruttarne il traino e di mostrarsi al contempo più al riparo dalle forme di concorrenza illegale rispetto alle edizioni "Made for cinema".

I diversi canali distributivi hanno mostrato *performance* piuttosto differenti nel corso del 2009. I migliori risultati conseguiti dai *megastore* specializzati confermano come la specializzazione resti un valore aggiunto per il *target* del mercato *Home Video*, grazie all'assortimento dell'offerta proposta (sia a livello novità che catalogo) e all'attenzione rivolta all'innovazione tecnologica, che nell'*Home Video* si traduce nella promozione del supporto in alta definizione. I punti vendita *consumer electronics* sono stati il luogo delle promozioni commerciali più aggressive, soprattutto per i prodotti in alta definizione. La grande distribuzione e gli ipermercati hanno, invece, evidenziato un arretramento pesante sul fronte *Home Video*, al quale è stato tolto spazio e visibilità, soprattutto per alcuni generi più maturi come le *TV series*. Va, tuttavia, evidenziato come questo canale abbia iniziato a trattare con maggiore sistematicità l'alta definizione nel corso del 2009 e che in prospettiva il *Blu-ray Disc* potrebbe essere un prodotto in grado di rivitalizzare l'offerta.

L'edicola

Il 2009 ha visto accentuarsi le difficoltà del canale edicola, che ha sperimentato una flessione del proprio giro d'affari del 23% (Tab. 3).

| Tab. 3 I prodotti <i>Home Video</i> in edicola | | | | |
|--|--------------|---------------------|--------------|--------------|
| Milioni di pezzi | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| DVD | 36.4 | 36.7 | 31.2 | 23.8 |
| VHS | 0.3 | 0.2 | 0.1 | - |
| Totale | 36.7 | 36.9 | 31.3 | 23.8 |
| | | <i>variazione %</i> | | |
| DVD | 21.7 | 0.8 | -15.0 | -23.7 |
| VHS | -85.0 | -52.4 | -56.7 | - |
| Totale | 14.7 | 0.4 | -15.2 | -23.9 |
| Milioni di euro | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| DVD | 300.3 | 306.4 | 260.5 | 200.7 |
| VHS | 1.0 | 0.3 | 0.1 | - |
| Totale | 301.3 | 306.7 | 260.7 | 200.7 |
| | | <i>variazione %</i> | | |
| DVD | 14.8 | 2.0 | -15.0 | -23.0 |
| VHS | -85.0 | -71.0 | -56.7 | - |
| Totale | 12.2 | 1.8 | -15.0 | -23.0 |

Fig. 13 Quota % dei DVD collezionabili venduti in edicola (nr. di pezzi)

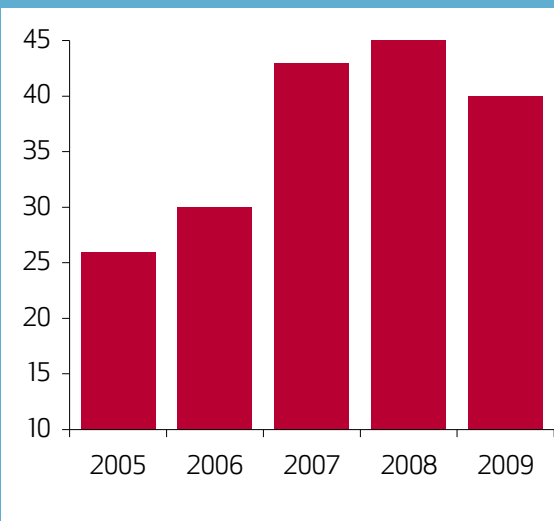
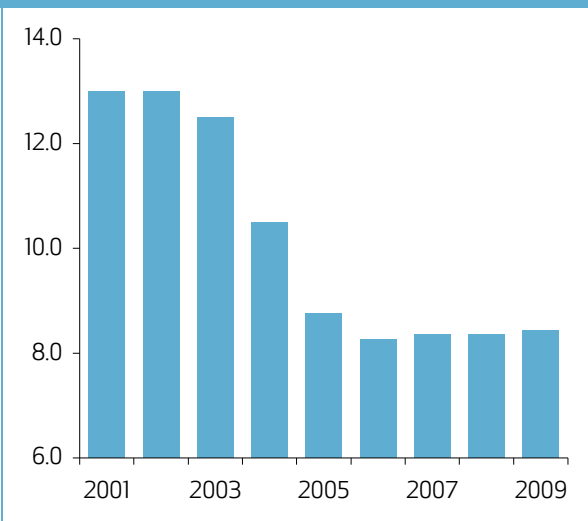


Fig. 14 Prezzi medi DVD in edicola (valori in euro)



In termini di pezzi venduti il calo è risultato prossimo al 24% ed ha interessato sia i prodotti allegati a quotidiani e periodici che, soprattutto, i collezionabili, la cui quota è arretrata (scendendo al 40%, si veda la Fig. 13) per la prima volta da diversi anni.

Oltre all'impatto negativo della pirateria e delle forme d'intrattenimento alternative, l'edicola ha risentito anche del calo delle vendite di quotidiani e periodici e della forte concorrenza di prezzo esercitata dagli altri canali – in particolare sulle edizioni in DVD, dato il peso ancora limitato del *Blu-ray Disc* nei chioschi –, in un contesto di mercato inasprito dalla debolezza dei redditi.

La crescente complessità dello scenario ha ridotto il rendimento medio dei titoli venduti in edicola e limitato le risorse dedicate agli investimenti volti a promuovere le edizioni, imponendo agli operatori del settore un'attenta segmentazione delle proposte, su prodotti a forte contenuto editoriale/culturale – più idonei alla clientela abituale dell'edicola –, meno sensibili al fattore prezzo e non sempre facilmente reperibili negli altri canali della vendita. Le edizioni DVD inserite in collane aventi come *trait d'union* personaggi celebri e/o generi di nicchia sono infatti risultate le meglio performanti in edicola, unitamente ai prodotti destinati ai più giovani, in linea con quanto sperimentato nel canale vendita. Meno favorevole l'evoluzione delle uscite di DVD *one-shot* di catalogo recente, che sfruttano il richiamo di *film* di prima visione o *TV series*; quest'ultimo genere appare in forte difficoltà anche in edicola, risentendo del moltiplicarsi dei canali televisivi dedicati alle *serie TV* e dal mancato contrasto della pirateria, che di fatto rende possibile la visione in *streaming* con largo anticipo rispetto all'uscita nei chioschi. Pur in un contesto di volumi estremamente inferiori al passato, le *serie TV* hanno raccolto maggiori successi come prodotto collaterale, affiliate ad una testata che pubblicizza l'uscita del prodotto.

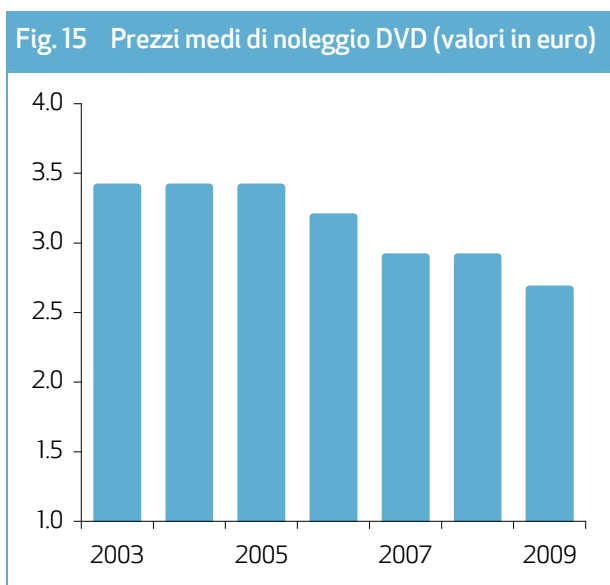
Tali dinamiche, unitamente alla prosecuzione degli accordi commerciali di *day&date* (uscite

in contemporanea), hanno portato il **prezzo medio dei DVD venduti in edicola** a mantenersi **sostanzialmente stabile nel 2009** (si veda la Fig. 14).

Il noleggio

Il noleggio si conferma anche nel 2009 il comparto più penalizzato dell'*Home Video*, con un calo del giro d'affari del **-28.6%**, imputabile ad una riduzione sia degli atti di noleggio

| Tab. 4 Il noleggio di prodotti <i>Home Video</i> | | | | | |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Milioni di atti | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| <i>DVD</i> | 86.8 | 81.8 | 75.2 | 55.3 | 42.8 |
| <i>Blu-ray Disc</i> | - | - | - | 0.04 | 0.14 |
| Totale | 97.4 | 94.2 | 86.2 | 75.4 | 55.4 |
| | variazione % | | | | |
| <i>DVD</i> | 44.1 | -5.8 | -8.0 | -26.5 | -22.6 |
| <i>Blu-ray Disc</i> | - | - | - | 20.3 | 283.4 |
| Totale | -3.3 | -8.4 | -12.5 | -26.5 | -22.6 |
| Milioni di euro | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| <i>DVD</i> | 295.1 | 260.4 | 218.1 | 160.3 | 114.1 |
| <i>Blu-ray Disc</i> | | | 0.1 | 0.2 | 0.5 |
| Totale | 317.2 | 315.0 | 272.4 | 218.4 | 160.6 |
| | variazione % | | | | |
| <i>DVD</i> | 12.0 | -11.8 | -16.3 | -26.5 | -28.8 |
| <i>Blu-ray Disc</i> | - | - | - | 20.3 | 245.1 |
| Totale | -0.7 | -13.5 | -19.8 | -26.5 | -28.6 |
| Prezzi medi | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| <i>DVD</i> | 3.4 | 3.2 | 2.9 | 2.9 | 2.7 |
| <i>Blu-ray Disc</i> | - | - | 4.0 | 4.0 | 3.6 |
| Totale | 3.3 | 3.2 | 2.9 | 2.9 | 2.7 |
| Variazioni % | | | | | |
| <i>DVD</i> | 0.0 | -6.3 | -9.0 | 0.0 | -8.0 |
| <i>Blu-ray Disc</i> | - | - | - | 0.0 | -10.0 |
| Totale | 2.7 | -5.5 | -8.3 | 0.0 | -7.8 |

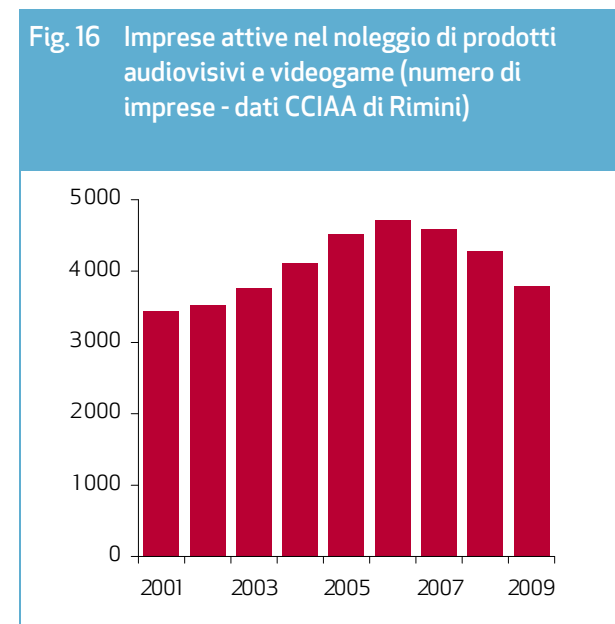


che del prezzo medio (rispettivamente del -22.6% e del -10%, si veda la Tab. 4 e la Fig. 15).

Tale flessione ha portato il fatturato sviluppato da questo comparto a più che dimezzarsi nel corso della seconda metà del decennio appena concluso, facendo scendere la quota del noleggio sul mercato italiano dell'Home Video dal 30% del 2005 al 17% del 2009. Il noleggio appare, infatti, il più esposto alla pirateria, alla concorrenza della Tv a pagamento e della pay per view, ed all'emergere di forme di

video intrattenimento alternative legate ad internet, che distolgono l'attenzione dei consumatori, in particolare dei più giovani⁷.

Le difficoltà degli ultimi anni hanno imposto alle videoteche una razionalizzazione delle politiche d'acquisto e portato ad un forte ridimensionamento delle imprese attive in questo comparto. Nel 2009 sono state quasi 500⁸ le imprese che hanno cessato l'attività (Fig. 16), accelerando il trend già pesantemente negativo del precedente biennio, che aveva visto chiudere oltre 400 imprese: rispetto al 2006 è stata chiusa un'impresa su cinque. E'



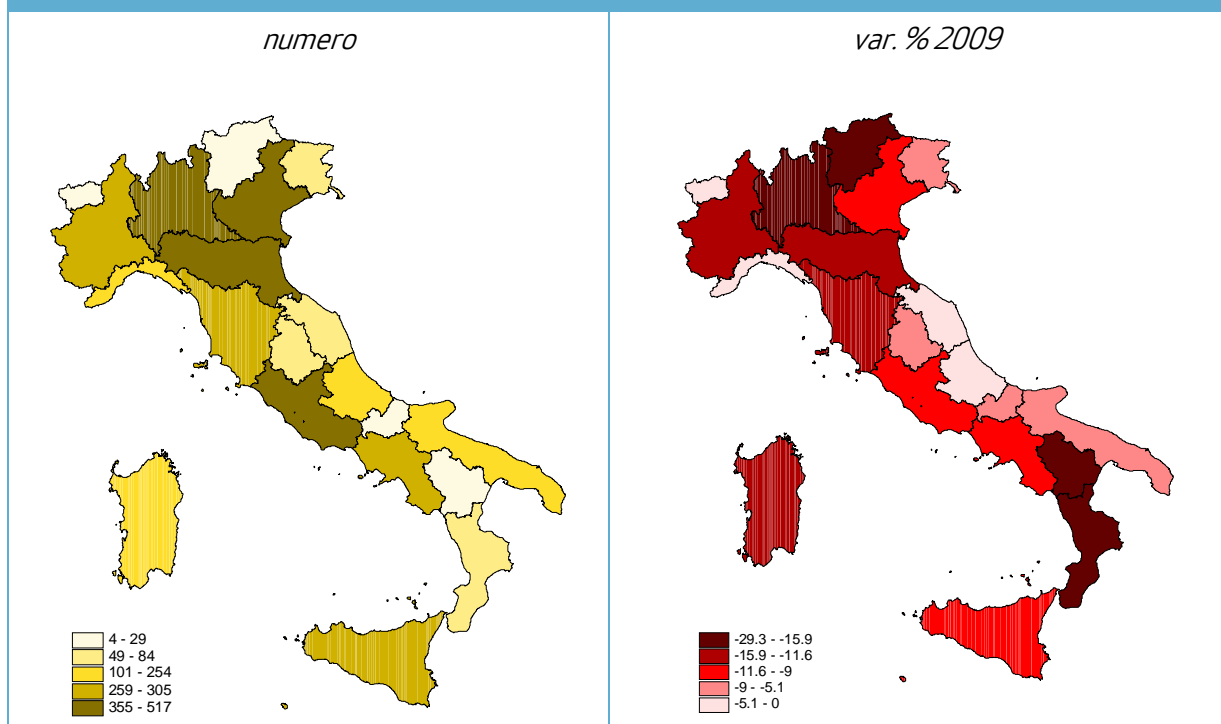
peraltro da considerare come la selezione stia colpendo non solo le videoteche singole, ma anche i gruppi, amplificando l'impatto delle chiusure in termini di punti vendita. Sono state, infatti, numerose le imprese che hanno ridotto il numero di affiliati, scegliendo in alcuni casi di concentrarsi sui negozi di proprietà, con i quali attuare politiche più mirate alle specificità del proprio bacino di utenza.

La selezione sta portando il noleggio ad essere assente in molte aree, limitandone il ruolo di servizio di prossimità che era stato all'origine del suo successo. I dati

⁷ Si veda sempre la Monografia "La propensione all'intrattenimento audiovisivo: un focus sul profilo del consumatore di DVD" contenuta nel Rapporto Univideo 2007.

⁸ Dati CCIAA di Rimini.

Fig. 17 Imprese di videonoleggio attive nel 2009



camerali evidenziano come nel 2009 le chiusure siano state percentualmente più elevate, al Sud, in Basilicata e Calabria e, al Nord, in Trentino Alto Adige, Lombardia, Piemonte, Emilia Romagna, seguono due regioni centrali, Toscana e Lazio (si veda la Fig. 17).

La crisi ha colpito sia i territori – quali Piemonte, Emilia Romagna, Toscana e Sardegna – ad elevata diffusione, sia quelli che mostravano un minore radicamento in termini di numero d'impresе per abitanti, quali ad esempio Basilicata e Calabria (cfr. Fig. 18).

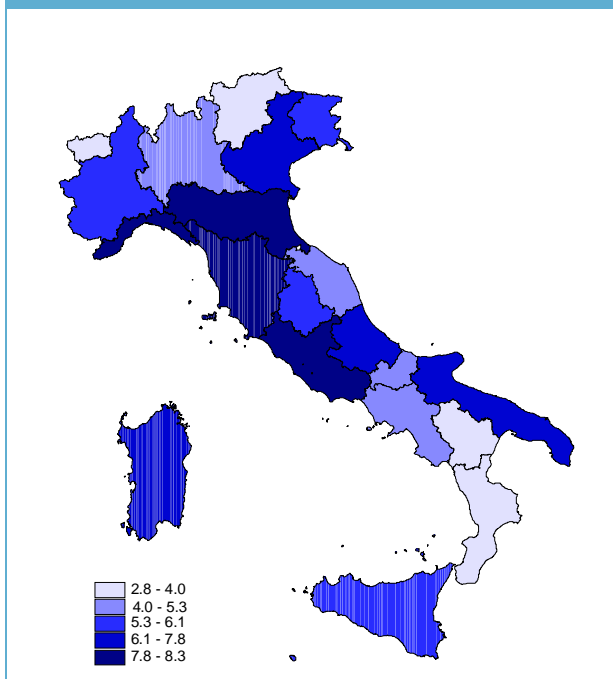
Il mercato ridimensionamento registrato dal fatturato negli ultimi anni ha accresciuto l'incidenza dei costi fissi, imponendo alle videoteche una riduzione degli investimenti, del personale⁹ e dell'assortimento disponibile sul punto vendita. La profondità di copia sui titoli secondari è stata la prima voce ad essere tagliata, ma anche sui titoli più importanti le politiche d'assortimento sono state improntate ad una forte cautela.

Dai risultati della *Survey Prometeia-Univideo* emerge come, nel 2009, gli **editori audiovisivi abbiano cercato di sostenere il noleggio offrendo alle videoteche copie a prezzi più contenuti, al fine di salvaguardare gli assortimenti sul punto vendita, puntando anche ad una razionalizzazione della filiera logistico-distributiva.**

L'impovertimento degli assortimenti è, infatti, un forte limite alla qualità del servizio di

⁹ A differenza che in passato, nel 2009 la crisi ha colpito fortemente i negozi di maggiori dimensioni, penalizzati dagli elevati costi fissi che devono sostenere per il personale e per l'approvvigionamento dei titoli, volto a garantire un'ampia scelta.

Fig. 18 Imprese di videonoleggio attive nel 2009
(imprese per 100 mila abitanti)



noleggio, che non potrebbe che aumentare la disaffezione verso questa modalità di fruizione dei contenuti audiovisive.

Pur all'interno di un contesto di forte difficoltà, è tuttavia da segnalare come **nel settore convivano performance assai differenziate e i risultati conseguiti dagli operatori che hanno saputo innovare, nonostante la crisi, lasciano intravedere spazi per una rivitalizzazione del canale, grazie anche allo sviluppo dell'alta definizione.** Nel 2009, gli atti di noleggio di *Blu-ray Disc* sono sensibilmente aumentati, portando il supporto a sviluppare un giro d'affari pari a circa 500 mila euro. Gli editori audiovisivi hanno cercato di contrastare la prudenza nelle politiche d'assortimento di molti videonoleggiatori,

sostenendo le forniture alle videoteche dei supporti in alta definizione e cercando di stimolare una domanda ancora frenata dal numero tuttora esiguo di lettori presso le famiglie e dal limitato utilizzo della *PS3* per la visione del *Blu-ray Disc* (che, qualora superato, potrebbe consentire di riavvicinare al *rental* i clienti più giovani).

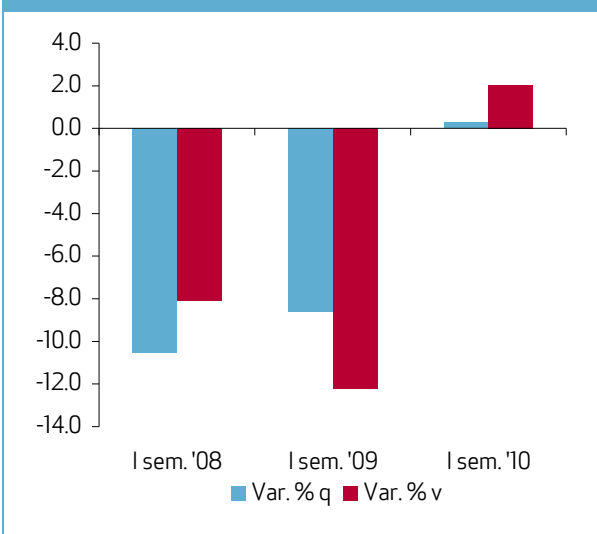
Le performance che stanno caratterizzando il noleggio sui mercati anglosassoni, Stati Uniti in primis, testimoniano come un recupero del noleggio sia possibile, grazie all'affermazione di nuovi modelli di business e all'ammodernamento dei punti vendita, in grado di riavvicinare le videoteche al pubblico. Nel nostro paese ciò potrà però avvenire solo in presenza di azioni incisive in grado di contenere la piaga della pirateria digitale e fisica.

Tendenze del mercato dell'editoria audiovisiva per il 2010

Nonostante il contesto economico ancora sfavorevole, **il mercato dell'Home Video ha recuperato un'evoluzione positiva nel primo semestre del 2010**, invertendo la tendenza negativa degli ultimi anni (+2% a valore, Fig. 19). In base ai dati *Gfk*, il comparto della vendita è stato **sostenuto dalle ottime performance del Blu-ray Disc**, supporto che nei primi sei mesi dell'anno ha raggiunto quasi l'intero fatturato del 2009, sfiorando i 18 milioni di euro per circa 868 mila unità veicolate. Tale evoluzione **ha consentito al supporto in alta definizione di arrivare a rappresentare il 10% del giro d'affari del canale vendita**.

Gli acquisti sono stati sostenuti dalle offerte promozionali messe in atto dagli editori audiovisivi – con una riduzione del prezzo medio del supporto del 15% circa rispetto al prezzo medio del 2009 – e dal forte incremento delle vendite di *player* che ha caratterizzato la prima metà dell'anno. Nei primi sei mesi del 2010 le vendite di *player Blu-ray Disc*, sostenute anche dalla discesa dei prezzi, hanno quasi raggiunto l'intero venduto del 2009, portando la base di lettori installata a 261 mila pezzi, rispetto ai quasi 155 mila di a Dicembre 2009. Il rinnovo della dotazione tecnologica prosegue anche sul fronte dei televisori *HD* le cui vendite nei primi sei mesi del 2010 hanno superato i 3.5 milioni di pezzi (portando il numero di televisori *HD* in possesso delle famiglie italiane a oltre 18 milioni), e potrà continuare, anche nel prossimo futuro, ad essere sostenuto dallo *switch off* dalla TV analogica a quella digitale, che quest'anno interesserà regioni come Lombardia, Piemonte orientale, Emilia Romagna, Veneto e Friuli Venezia Giulia. Queste regioni vantano un'ampia platea di consumatori a maggiore capacità di spesa rispetto alla media nazionale, che potrebbero optare per la sostituzione del televisore piuttosto che per l'acquisto del solo *decoder*. Le vendite di TV sono state altresì trainate dagli eventi sportivi, in *primis* i Mondiali di calcio, che hanno dominato il mese di Giugno.

Fig. 19 Le vendite di DVD e Blu-ray Disc nel primo semestre (var. % sul corrispondente periodo)



Oltre alle buone performance del supporto in alta definizione, il primo semestre del 2010 ha registrato anche un'attenuazione della caduta del DVD, la cui flessione è stata modesta (-3.6%, in valore e quantità). Le vendite di *DVD*, al pari di quelle di *Blu-ray Disc*, sono state trainate da titoli di grande richiamo, *Avatar in primis*, che nella stagione primaverile sono risultati molto graditi ai consumatori.

Nonostante un contesto economico ancora poco favorevole alla spesa delle famiglie, in futuro si attende che possa proseguire l'affermazione del *Blu-ray Disc*, trainato dal progressivo rinnovo della dotazione tecnologica delle famiglie. Gli editori audiovisivi continueranno ad investire nell'alta definizione e a Natale 2010 le edizioni in *Blu-ray Disc* supereranno abbondantemente il migliaio di titoli. L'offerta continuerà a concentrarsi su tutte le novità e vedrà un ulteriore sviluppo del catalogo, anche con un incremento dell'attività degli operatori sulle *library*, soprattutto per quei generi che più si prestano alla visione in *Blu-ray Disc*, quali i film d'azione/avventura, il *fantasy* ed anche il *family* che, diversamente da altri paesi europei, sul mercato italiano performa bene anche in alta definizione.

glossario

- DVD:** acronimo inglese di *Digital Versatile Disc*; supporto digitale per la riproduzione di suoni ed immagini mediante l'utilizzo di un apposito lettore. Il *DVD*, apparso sul mercato già dal 1997, è nato dalla ricerca congiunta di alcune fra le maggiori aziende nel campo della ricerca e dell'elettronica di consumo - riunite nel cosiddetto *DVD Forum* - ed è in grado di contenere fino a 240 minuti di materiale video in formato *MPEG-2*.
- VHS:** acronimo inglese di *Video Home System* (o anche *Video Home Service*); Il *VHS* è uno *standard* per la registrazione e la riproduzione mediante videoregistratore lanciato sul mercato nell'autunno del 1976.
- UMD:** acronimo inglese di *Universal Media Disc*; supporto ottico per la riproduzione di suoni e/o immagini mediante l'utilizzo della *consolle* portatile *PSP (Playstation Portable)*. Vagamente simile al *MiniDisc* come dimensioni, e al *DVD* come caratteristiche, può essere impiegato sia per videogiochi, sia per musica e *film*.
- Blu-ray Disc:** supporto ottico proposto dalla *Sony Corporation* agli inizi del 2002 come evoluzione del *DVD* per la visione ad alta definizione.
- HD DVD:** acronimo inglese di *High Density Digital Versatile Disc* (o *High Definition Digital Video Disc*); formato ottico digitale sviluppato da *Toshiba* con l'obiettivo di diventare uno *standard* per la visione ad alta definizione.
- HD ready¹:** sigillo che indica un televisore dotato di risoluzione verticale fisica di almeno 720 righe e di una presa analogica *YUV*, oltreché di una presa digitale protetta dal sistema *HDCP*, in grado di visualizzare contenuti con i formati *720p* e *1080i*.

¹ N.B.: Né *HD Ready* né *Full HD* garantiscono che l'apparecchio riceva via etere o satellite stazioni televisive in alta definizione; per questa caratteristica il sigillo deve essere *HD TV* o *Full HD TV*.

| | |
|----------------------|---|
| HDTV: | <i>l'High Definition TV</i> comprende quattro formati video, che differiscono sia per la risoluzione effettiva che per le modalità di scansione dell'immagine. Il formato comunemente chiamato Full HD è il più recente, ed è quello che presenta la migliore definizione. |
| Trade level: | vendite degli editori audiovisivi ai diversi canali per la successiva vendita/noleggio al consumatore. |
| Consumer level: | acquisti effettuati dai consumatori finali di supporti audiovisivi presso i canali tradizionali o l'edicola e noleggio presso le videoteche. |
| Noleggio: | (<i>rental</i>); i supporti audiovisivi per il noleggio sono prodotti distinti da quelli per la vendita e rappresentano pertanto un mercato differente. |
| Peer to Peer: | (<i>o P2P</i>); sistema per lo scambio di file in rete, che consente a due <i>PC</i> , di comunicare direttamente tra loro. Con questa modalità ogni utente può visionare e scaricare i file presenti sugli <i>hard disk</i> degli altri, e mettere a disposizione quelli salvati sul proprio <i>PC</i> . |
| Televisione digitale | (<i>DTV</i>) sistema di telecomunicazione per la trasmissione e la ricezione di film e suoni tramite segnali digitali. Utilizza dati che vengono compressi in digitale e necessita di decodifica da parte di un dispositivo televisivo apposito o di un normale ricevitore con un <i>set-top box</i> o di un <i>PC</i> con scheda TV. |
| IPTV | (<i>Internet Protocol Television</i>), descrive un sistema atto a utilizzare l'infrastruttura di trasporto IP per veicolare contenuti televisivi in formato digitale attraverso connessione internet a banda larga. |
| ISP | (<i>Internet Service Provider</i>), ovvero fornitore di servizio Internet. L'acronimo è utilizzato per indicare gli operatori che forniscono l'accesso a Internet. |
| Set Top Box | dispositivo che consente a un apparecchio televisivo di diventare un'interfaccia utente per Internet e di ricevere e decodificare i programmi televisivi in format digitale (<i>DTV</i>). |
| Switch off | Letteralmente spegnere: questo termine è utilizzato per indicare la fine delle trasmissioni televisive in modalità analogica. |
| Switch on | Letteralmente accendere: questo termine è utilizzato per indicare l'inizio delle trasmissioni televisive in digitale terrestre. |

| | |
|--------------------|---|
| VOD | <i>(Video On Demand)</i> , modello di acquisto di contenuti video on-line basato sulla scelta da un catalogo di contenuti. |
| DTO | <i>(Download to own)</i> servizi PC che offrono la possibilità di acquistare elettronicamente un singolo titolo (o un pacchetto di titoli). |
| DTR | <i>(Download to rent)</i> simile al DTO ma in questo caso il contenuto rimane a disponibilità del consumatore per un certo periodo di tempo, proprio come il noleggio. |
| Pay TV | canale televisivo, o una piattaforma televisiva, a pagamento. |
| Pay per View | servizio interattivo della televisione consistente nella fruizione a pagamento di un singolo programma televisivo, o un gruppo di programmi televisivi. |
| Social network | siti e comunità online con contenuti centrati sull'utente e strumenti interattivi, quali blog personali, discussioni, chat (es. Facebook, My Space). |
| DTH | trasmissioni della TV satellitare intese per una ricezione domestica. |
| DTT | <i>(TV Digitale Terrestre)</i> è la televisione terrestre rappresentata in forma digitale. |
| Internet Enable TV | sistema che consente di accedere alla web tv direttamente dal televisore di casa senza pagare abbonamenti; tali apparecchi sono dotati di un tasto "web" sul telecomando che attiva le icone dei widget channel direttamente sullo schermo. |

appendice statistica

A1 - La spesa degli italiani in DVD

| | 2007 | 2008 | 2009 | 2007 | 2008 | 2009 |
|----------------------|------|------|------|-------|-------|-------|
| Noleggio (mil. atti) | 75.2 | 55.3 | 42.8 | -8.0 | -26.5 | -22.6 |
| Vendita (mil. pezzi) | 37.5 | 32.3 | 29.5 | 1.4 | -13.9 | -8.6 |
| Edicola (mil. pezzi) | 36.7 | 31.2 | 23.8 | 0.8 | -15.0 | -23.7 |
| | 2007 | 2008 | 2009 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Noleggio | 218 | 160 | 114 | -16.3 | -26.5 | -28.8 |
| Vendita | 466 | 394 | 343 | -2.2 | -17.8 | -19.3 |
| Edicola | 306 | 261 | 201 | 2.0 | -15.0 | -23.0 |
| TOTALE SPESA | 991 | 815 | 658 | -2.2 | -17.8 | -19.3 |

A2 - La spesa degli italiani in Blu-ray Disc

| | 2007 | 2008 | 2009 | 2007 | 2008 | 2009 |
|----------------------|------|------|------|------|-------|-------|
| Noleggio (mil. atti) | n.d. | 0.04 | 0.14 | - | 20.3 | 283.4 |
| Vendita (mil. pezzi) | 0.1 | 0.4 | 0.9 | - | 231.0 | 135.3 |
| Edicola (mil. pezzi) | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. |
| | 2007 | 2008 | 2009 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Noleggio | n.d. | 0.2 | 0.5 | - | 20.3 | 245.1 |
| Vendita | 3.0 | 9.7 | 20.7 | - | 221.1 | 112.5 |
| Edicola | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. |
| TOTALE SPESA | 3.0 | 9.9 | 21.2 | - | 226.1 | 114.5 |

fonti

ADS

→ *Statistiche su diffusione e vendita di quotidiani e periodici (dati mensili)*

ANICA

→ *Statistiche sul Cinema (anni vari)*

ASSOCIAZIONE BLU-RAY DISC (<http://www.blu-raydisc.com>)

ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI

→ *Rapporto sullo Stato dell'Editoria in Italia (anni vari)*

AUTORITA' PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

→ *Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro 2009*

BANK OF JAPAN

→ *Clima di fiducia delle imprese in Giappone (dati mensili, anni vari)*

CINECITTA' HOLDING

→ *Osservatorio Italiano dell'Audiovisivo - Il Mercato Cinematografico italiano (anni vari)*

CONFERENCE BOARD

→ *Clima di Fiducia delle Famiglie Statunitensi (dati mensili)*

DATASTREAM

→ *Produzione Industriale e Bilancia Commerciale dei Paesi Emergenti (dati mensili)*

DUESSE EDITORE

→ *Trade Home Entertainment (numeri vari)*

→ *Trade Consumer Electronics (numeri vari)*

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY

→ *Film and Home Video - Yearbook, 2009*

EUROSTAT

- National Accounts – *Pil e Consumi nei Paesi Europei* (dati annuali)
- *Industry, Trade and Services – Produzione industriale e Bilancia Commerciale nei Paesi Europei* (dati mensili)

FAPAV

- *La pirateria audiovisiva in Italia, 2009*

FEDERAZIONE ITALIANA EDITORI DI GIORNALI

- *La stampa in Italia* (anni vari)

GOVERNMENT OF JAPAN

- Cabinet Office - *Pil Giapponese* (dati annuali)
- Cabinet Office - *Clima di Fiducia delle famiglie* (dati mensili)
- Ministry of Finance - *Bilancia Commerciale Giapponese* (dati mensili)
- Ministry of Trade and Industry - *Produzione Industriale Giapponese* (dati mensili)

EUROPEAN COMMISSION

- *Clima di Fiducia delle Imprese e delle Famiglie nell'Uem* (dati mensili)

FEDERAL RESERVE

- *Produzione Industriale Statunitense* (dati mensili)

GFK

- *Dati di mercato sull'Hardware ed il Software Homevideo*

INSTITUTE FOR SUPPLY MANAGEMENT

- *Clima di Fiducia delle Imprese negli Stati Uniti* (dati mensili, anni vari)

ISTAT

- *Produzione Industriale e Bilancia Commerciale Italiana* (dati mensili)
- *Contabilità Trimestrale Italiana* (dati trimestrali)
- *Contabilità Nazionale Italiana: Pil e Consumi* (dati annuali)
- *Cittadini e nuove tecnologie* (anno 2009)
- *Annuario statistico italiano 2009* (novembre 2009)

ISAE

- *Indagini sulla Fiducia dei Consumatori* (dati mensili)
- *Indagini sulla Fiducia delle Imprese* (dati mensili)

INTERNATIONAL VIDEO FEDERATION

- *The European Video Yearbook* (anni vari)

MINISTERO DEI BENI CULTURALI

- Direzione Generale per il Cinema - *Documenti vari*

OBSERVATOIRE EUROPEEN DE L'AUDIOVISUEL

- *Documenti vari*

OECD

- *Economic Outlook - Reddito Disponibile delle Famiglie Europee* (dati annuali, anni vari)

PROMETEIA

- *Club consumo* (aprile 2010)
- *Rapporto di Previsione* (aprile 2010)
- *Analisi dei Settori Industriali* (maggio 2010)

SOCIETA' ITALIANA DEGLI AUTORI ED EDITORI

- Osservatorio dello spettacolo, Rapporto 2010

SKY

- *informazioni tratte dal sito www.sky.it*

UNIVIDEO

- *Rapporto sullo Stato dell'Editoria Audiovisiva in Italia* (anni vari)

UNIVIDEO, AIE, AIDRO, CINECITTA' HOLDING, FIMI

- *Osservatorio Permanente dei Contenuti Digitali - © (2009)*

US BUREAU OF ECONOMIC ANALYSIS

- *Pil USA* (dati trimestrali)

US BUREAU OF THE CENSUS

- *Bilancia Commerciale Statunitense* (dati mensili)

note:

note:

note: