

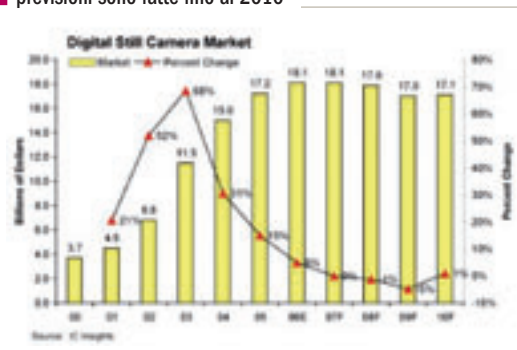
ALESSANDRO FERRARI

La crescita delle vendite dei prodotti che riguardano il trattamento e la riproduzione digitale di voce, suoni e immagini è in forte espansione, secondo GfK marketing services. Nel corso del 2007 questo settore, definibile come quello della convergenza digitale, ha rappresentato il 59% del fatturato dei beni durevoli di consumo in Italia. Settore che rappresenta un giro d'affari pari a 22,5 miliardi di euro e si conferma uno dei più dinamici: con una crescita del 4,7% rispetto all'anno precedente. Analizzando nel dettaglio i dati si scopre però che non ci sono solo note positive: il settore che mostra l'incremento di fatturato più consistente è quello comprendente il consumer e la fotografia digitale con un + 21,1% rispetto a un anno fa. Bene anche l'Information Technology (+3,9%), la telefonia, invece, segna una diminuzione del 4,7%. In realtà solo pochi prodotti sono responsabili di quasi tutta la crescita dell'intero mercato: il volume di affari legato alla Tv Lcd fa segnare un +15,3% rispetto a un anno fa, questo nonostante una decisa spinta al ribasso dei prezzi. Le vendite dei notebook e dei navigatori satellitari per automobili, invece, aumentano del 3,9%. Cresce anche il fatturato legato ai lettori Mp3 (+2,1%), agli smartphone (+0,9%) e ai Dvd recorder (+0,5%). I risultati sarebbero stati decisamente più lusinghieri se non fosse in atto un costante calo dei prezzi che sta riguardando i prodotti di tutti i settori. Rispetto al marzo del 2005, il prezzo medio dei prodotti è diminuito di circa il 10%, con punte di -31,1% per gli schermi Lcd (passati da un costo medio di 1.028 euro ai 709 attuali), - 52,2% per i navigatori (da 659 a 315 euro) e - 37,1% per i lettori mp3. Il numero di marche presenti sul mercato, al contrario, è cresciuto in maniera sostanziale: rispetto a due anni fa, i brand sono aumentati del 42,2% nel settore LCD, del 96,9% in quello mp3, mentre sono diminuiti del 12% in quello dei computer portatili. Nonostante l'ottimo andamento del mercato, il settore della convergenza digitale dimostra di avere ancora ampi margini di espansione. Secondo un'indagine recente, il 24% delle famiglie italiane non possiede neanche un prodotto digitale. Il restante 76%

ne possiede una media di 6,3 ma il dato è influenzato dal numero relativamente basso di famiglie 'hi-tech' che possiedono più di dieci dispositivi. Il 50% dei nuclei familiari possiede infatti al massimo 3 oggetti. L'unico prodotto digitale diffuso in più della metà delle famiglie italiane rimane il lettore Dvd. Da segnalare che i prodotti della convergenza digitale si sviluppano con un elevatissimo tasso di innovazione e si evolvono molto rapidamente: strumenti che fino a pochi anni fa sembravano essere all'avanguardia, come i Cd player portatili o le macchine fotografiche analogiche, oggi appaiono addirittura obsoleti. Molti strumenti con un alto contenuto in termini di integrazione tecnologica si sono

significativi per quanto riguarda le vendite online. La nascita di nuovi canali distributivi e il veloce cambiamento nei modelli di consumo e di comunicazione impongono agli operatori del settore una costante

L'andamento delle vendite delle videocamere digitali: i dati sono stati rilevati nel 2007 e le previsioni sono fatte fino al 2010



## La convergenza digitale spinge in alto le vendite



La diminuzione dei prezzi e la nascita di nuove applicazioni garantiscono ampi margini di espansione

sostituiti a oggetti di utilizzo comune: ad esempio i navigatori satellitari sempre più spesso prendono il posto delle tradizionali carte geografiche. Il forte orientamento della 'digital convergence' all'innovazione determina prezzi generalmente alti in partenza e dinamiche fortemente deflative con il tempo. Il forte tasso d'innovazione porta ad avere cicli di vita di prodotto sempre più brevi oltre a nuove modalità di distribuzione: cresce infatti l'importanza di gruppi di acquisto e catene. Forte rilevanza sta assumendo il canale Internet: elettronica di consumo e telefonia rimangono i settori più

attenzione al fine di interpretarne correttamente le nuove opportunità di mercato. La musica in formato tascabile: un mercato pronto a esplodere. Il download di brani musicali su dispositivi mobili, quali telefoni cellulari e palmari, è in continua crescita e presto costituirà un mercato dalle enormi potenzialità. Negli Stati Uniti l'unico freno che impedisce a questo settore di avere crescita esponenziale sono le tariffe ancora troppo elevate praticate dagli operatori mobili. Le cose però potrebbero cambiare presto. Il numero medio di brani scaricati tramite il negozio di musica online ad abbonamento si attesta su 375, ma alcuni utenti sembrano aver scaricato qualcosa come 70.000 file. E' facile, quindi, intuire cosa potrebbe succedere il giorno in cui le tariffe scenderan-

no a livelli più accessibili. Intanto i big del settore si stanno preparando. L'industria della musica online negli Stati Uniti costituisce attualmente il 10% di un mercato da 34 miliardi di dollari. Si prevede però che nel 2010 si attesterà al 35%, secondo solo al Giappone che nel 2010 avrà una percentuale di download 'over the air' maggiore degli Stati Uniti. Partendo da tali previsioni, Napster e altri negozi di musica online si stanno muovendo per convincere i gestori telefonici presenti negli USA a modificare il piano tariffario per quanto riguarda lo scaricamento di musica 'over-the-air' in modo da incentivare la fruizione del servizio da parte degli utenti particolarmente assetati di musica.

### BLU-RAY O HD DVD?

Nello scontro tra le due tecnologie che si contendono il primato sul mercato dei supporti ottici per i film in alta definizione, Blu-Ray e HD Dvd, il sistema Blu-Ray sembra ormai avviato verso una vittoria travolgente. Blu-Ray è sostenuto da una cordata di aziende del calibro di Sony (a cui si deve l'invenzione della tecnologia), Dell, Hitachi, Sun, HP, LG Electronics, Panasonic, Philips, TDK, Pioneer, Sharp, Samsung e di recente anche Apple. Sul versante dell'HD Dvd invece si trovano Toshiba, a cui si deve il brevetto, Sanyo e Nec. Il segnale che la vittoria è ormai a portata di mano per Blu Ray è stata la netta presa di posizione delle grandi case di produzione: ormai quasi tutte orientate verso il Blu-Ray. Di recente è stato annunciato dalla Warner che non verranno più fatti investimenti nella realizzazione di HD Dvd contenenti i film e le opere di proprietà della major. Attualmente le stime indicano che il mercato si è orientato al 90% verso il Blu-Ray, condannando irrimediabilmente l'HD Dvd a figurare presto nell'elenco delle tecnologie di valore ruscate dal mercato. Gli analisti adesso danno la vittoria di Blu Ray per scontata e l'unica incognita sembra il quando (molti sostengono anche per la fine del 2008).

readerservice.it

GfK marketing services n. 37