

Lettori Dvd: l'offerta cresce e i prezzi calano

Il nuovo supporto ha superato il nastro magnetico. L'offerta è distribuita su un gran numero di marche: il livello di concentrazione è piuttosto basso

Andrea Manicardi

Nuovo standard e sempre più diffuso. È questa la peculiarità del Dvd-Digital versatile disc. Da quando la nuova tecnologia ha fatto la sua comparsa nel campo delle riproduzioni video ha rivoluzionato il mercato. E in breve tempo ha soppiantato il vecchio standard di riproduzione e registrazione video.

Merito anche dell'abbassamento dei prezzi raggiunto dagli apparecchi; non così dei supporti registrati che scontano invece un costo superiore.

Una prova evidente della diffusione raggiunta è rappresentata dalla moltiplicazione delle strutture distributive trattanti. Sono operatori di tipo generalista come gli ipermercati e specialisti di settore come le grandi superfici specializzate nell'elettronica di consumo. In entrambi

i casi gli assortimenti si sono modellati intorno al formato Dvd con la disponibilità di lettori singoli o inseriti in impianti video di alta fedeltà, oltre beninteso ai supporti registrati.

L'indagine odierna di MARK UP ha inteso quindi esplorare questo tipo di offerta con una rilevazione su 8 punti di vendita, 4 ipermercati e 4 specialisti, tutti localizzati intorno a Milano.

La ricerca riguarda esclusivamente i riproduttori Dvd, che ai fini di una loro classificazione sono stati suddivisi tra semplici lettori e riproduttori inseriti nei kit completi degli impianti home theatre. Non sono stati invece rilevati i dischi registrati e gli apparecchi tv tipo combi, corredati cioè di lettore incorporato.

Layout e display

Tutti i punti di vendita del campione presentano la categoria



nell'area dedicata ai prodotti elettronici, ma è la collocazione del comparto che è diversa, sia tra gli ipermercati sia tra gli specialisti, anche se un altro elemento abbastanza comune è la vicinanza se non la complementarietà con i televisori.

Quasi sempre i lettori Dvd sono esposti separatamente dai kit, in qualche caso anche in aree distanti tra loro, come avviene dal Gigante e da UniEuro. Le strutture espositive sono ricavate dai classici lineari da 1,33 m per gli ipermercati, da 1 m per gli specialisti. Differenti sono le altezze e la distribuzione dei piani oltre che le caratteristiche e-

steriori di forme e materiali: frequente è il ricorso a soluzioni personalizzate per valorizzare adeguatamente i prodotti. Un altro elemento abbastanza comune a entrambi i format è la dimensione delle corsie, piuttosto strette e poco agevoli da percorrere, anche se ci sono eccezioni come gli ampi spazi di UniEuro.

In termini quantitativi lo sviluppo dei lineari a terra per entrambi i gruppi, kit e lettori, ha un'ampia escursione: va da 5 a 18 metri (media = 10,5). Notevole è l'estensione espositiva fuori banco, con pallet a terra per referenze impilate negli imballi originali salvo un esemplare

NOTA METODOLOGICA

Il campione di punti di vendita selezionato da MARK UP è composto da 8 unità, di cui 4 ipermercati individuati nelle insegne di: Auchan di Cinisello Balsamo (Mi), Carrefour di Assago (Mi), Il Gigante nel centro commerciale di Cinisello Balsamo (Mi), Iper nel centro Fiordaliso di Rozzano (Mi). A completamento 4 specialisti dell'elettronica di consumo: Euronics Penati di Cesano Boscone (Mi), Media World nel centro Fiordaliso di Rozzano (Mi), Trony in via Curiel a Rozzano (Mi), UniEuro di Trezzano sul Naviglio (Mi). Le rilevazioni sono state effettuate nel mese di settembre del 2003.

esposto come campione. Media World, in particolare, fa ricorso a questo sistema per il suo assortimento che si sviluppa su un fronte complessivo di ben 28 metri, contro solamente 5 m di lineari in corsia.

Sugli scaffali gli apparecchi sono esposti in ripiani posizionati ai livelli centrali di presa, con un numero variabile da 2 a 5, che moltiplicano il fronte espositivo utile e consentono una più immediata visione dei vari modelli. Gli articoli sono esposti apparentemente senza una particolare sequenza: di fatto dalle rilevazioni effettuate da MARK UP non si notano concentrazioni del display per marche né per scale prezzi. Il facing è rappresentato da un solo pezzo esposto, talvolta con più cartellini che segnalano le varianti disponibili ma non disimballate. Le confezioni chiuse si trovano in genere nel ripiano più basso e sono disponibili per l'acquisto a libero servizio. Presso gli specialisti è diffusa la presenza di lettori in funzione, esposti qua e là nelle aree dimostrative dedicate alla riproduzione audio e video.

La carenza di informazioni è purtroppo una costante delle grandi superfici generaliste: cartellini di modeste dimensioni, pochi dati evidenziati talvolta ridotti all'essenziale, in qualche caso solo il nome del modello e il prezzo.

Lodevoli eccezioni in questo panorama sono rappresentate da Euronics e Media World che provvedono a integrare l'esposizione dei prodotti con grandi cartelli - anche scritti a mano - ricchi di dati, informazioni, dettagli. Scarso il materiale illustrativo disponibile tipo cataloghi o dépliant. Il personale di reparto è comunque presente, ma con attese anche lunghe nei momenti di maggior affollamento.

Per ogni punto di vendita	Auchan	Carrefour	Il Gigante	Iper	Euronics	Media World	Trony	UniEuro	
	iper.	iper.	iper.	iper.	gss	gss	gss	gss	
Tipologia	iper.	iper.	iper.	iper.	gss	gss	gss	gss	
Superficie (mq)	6.400	12.000	11.000	11.000	1.500	1.500	2.500	4.500	
Struttura	c. comm.	propria	c. comm.	c. comm.	propria	c. comm.	propria	propria	
Sviluppo lineari a terra (m)	6	12	16	8	13	5	6	18	
Ripiani (n.)	5	2-6	2	2	2-3	3-4	4	3-4	
Esposizioni fuori banco (m)	4	6	3	6	8	28	3	10	
Referenze totali*	42	42	39	34	62	68	44	81	
Riproduttori Dvd inseriti in impianti home theatre**	22	12	20	12	14	22	20	30	
Marche di riferimento	■ Daewoo	1	1	-	-	2	-	-	2
	■ Jvc	2	1	-	-	-	-	-	4
	■ Kenwood	2	-	3	3	-	-	-	1
	■ Lg	1	2	2	-	-	2	-	2
	■ Panasonic	1	1	5	1	2	5	3	-
	■ Philips	2	2	-	-	2	2	-	4
	■ Pioneer	3	-	2	1	-	4	-	3
	■ Samsung	1	-	-	-	-	1	1	1
	■ Sharp	-	-	1	-	-	1	1	-
	■ Sony	3	3	2	2	2	3	5	3
	■ Teac	-	-	-	-	1	1	1	-
	■ Thomson	3	-	2	2	1	-	-	1
■ Yamaha	-	-	-	-	-	1	2	3	
■ Altre marche	3	2	3	3	4	2	7	6	
Prezzi	da €	145	199	199	199	199	229	249	179
	a €	749	699	1.098	599	599	1.099	2.690	1.199
Lettori Dvd*** marche (n.)	12	14	17	12	13	18	11	19	
Indice di concentrazione	1,7	2,1	1,1	1,8	3,7	2,6	2,2	2,7	
Lettori Dvd *** referenze (n.)	20	30	19	22	48	46	24	51	
Marche di riferimento	■ Aiwa	-	1	1	-	2	1	-	4
	■ Amstrad	2	2	1	1	-	-	-	-
	■ Daewoo	2	1	-	-	-	2	-	1
	■ Funai	1	2	1	1	-	1	-	-
	■ Hitachi	-	-	-	-	2	1	2	1
	■ Jvc	3	-	1	-	-	3	-	2
	■ Lg	-	1	1	-	5	3	3	4
	■ Panasonic	-	-	2	1	5	6	2	-
	■ Philips	3	4	2	6	7	5	3	10
	■ Pioneer	1	-	1	1	4	3	5	3
	■ Samsung	1	5	2	2	8	6	1	2
	■ Sharp	1	-	1	-	-	1	-	3
■ Sinudyne	-	-	-	-	1	1	1	1	
■ Sony	1	5	1	5	3	2	3	3	
■ Thomson	2	2	1	-	6	4	-	3	
■ Toshiba	-	1	-	-	2	2	-	3	
■ Altre marche	3	6	4	5	3	5	4	11	
Prezzi	da €	85	69	69	79	99	99	69	79
	a €	389	329	299	379	825	799	638	599

Note: * apparecchiature home theatre con riproduttori già inseriti più lettori Dvd; ** rilevati i brand presenti in più di 3 pdv del campione; *** rilevati i brand presenti in più di 4 pdv del campione

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP

Una buona ampiezza ovunque

Insegna	Presentazione	Assortimento	Note	Sito web
Auchan	😊😊	😊😊	Più impianti home theatre	www.auchan.it
Carrefour	😊😊	😊😊	Ampia presenza di lettori Dvd	www.carrefour.it
Il Gigante	😊😊	😊😊	Offerta frazionata ma equilibrata	www.ilgigante.it
Iper	😊😊	😊😊	Assortimento contenuto	www.iper.it
Euronics	😊😊	😊😊	Limitati i kit home theatre	www.coop.it
Media World	😊😊	😊😊	Presentazione molto efficace	www.mediaworld.it
Trony	😊😊	😊😊	Un po' poco per uno specialista	www.trony.it
UniEuro	😊😊	😊😊	L'offerta più ampia e profonda	www.unieuro.it

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP

L'assortimento

L'indagine di MARK UP tiene distinti in due gruppi la categoria: da un lato i lettori Dvd, dall'altro i riproduttori incorporati in kit completi da home theatre. Tra i primi sono compresi anche gli apparecchi combinati o bivalenti atti a riprodurre sia dischi Dvd sia cassette Vhs. Non sono compresi invece i Dvd recorder.

In termini quantitativi l'assortimento presenta una media di 51 referenze, suddivise in 32 lettori e

19 kit, ma i valori estremi vanno da 34 a 81 item; alcune insegne offrono quasi lo stesso numero di lettori e kit. L'offerta è distribuita su un gran numero di brand, tanto che l'indice di concentrazione, cioè il numero medio di referenze per marca rilevato per i soli lettori Dvd, indica un valore medio piuttosto basso: 2,2. Agli estremi Il Gigante (1,1) ed Euronics (3,7). Le grandi superfici specializzate (Gss) mostrano ovviamente ampiezze e profondità di assortimen-

to superiori: i formati relativi registrano i valori più alti sia in termini assoluti sia relativi. Le differenze riguardano gli apparecchi più semplici, cioè i lettori, mentre nei kit si nota maggior equilibrio.

Le marche

Produttori e brand sono in gran parte gli stessi per i due gruppi di prodotti, ma le diverse entità complessive hanno fatto ritenere opportuno registrare quelle presenti in almeno 4 punti di vendita del campione per i lettori e solo in 3 per i kit.

Dalle tabelle risulta che solo 3 marche, Philips, Samsung e Sony, sono presenti in tutti gli 8 punti di vendita del campione: insieme totalizzano il 34,6% di copertura dell'assortimento trattato. In realtà l'offerta è piuttosto parcellizzata, il che non impedisce che si registri una certa concentrazione su alcuni brand.

Relativamente contenuto è il

numero delle case (per lo più non titolate o poco diffuse) registrate sotto la voce "altre marche". Sono presenti in meno di 4 punti di vendita del campione e sono spesso trattate in esclusiva da qualche rivenditore finale.

I prezzi

Guardando ai prezzi, si nota un certo allineamento tra quelli più bassi, che per i kit di home theatre vanno dai 145 ai 249 euro (4 insegne partono dalla stessa base: 199 euro). Più o meno lo stesso accade per i lettori, dove il prezzo più basso va da 69 a 99 euro, con una concentrazione di 3 insegne sul livello minimo di 69 euro. Ai livelli più alti la forbice è ampia: gli specialisti si spingono più in profondità e propongono prodotti di fascia decisamente più elevata sia nei lettori sia nei kit. Pur in presenza delle stesse marche, il raffronto di prezzi è quasi vano: i modelli posti in

Insegna	Layout	Display	Assortimento
■ Auchan	In fondo, sul lato d'ingresso (a sinistra), nell'area elettronica e tv; un lato di corsia di 4 moduli misti tra lettori e impianti home theatre	Lineare con 5 ripiani, di cui 3 per i lettori e 2 per i kit, Vhs in modulo a parte; area centrale con promozioni a terra; cartellini essenziali	Presenti più kit che lettori: ampiezza nel complesso media e distribuita; alcune offerte speciali; il prezzo più basso nei kit
■ Carrefour	Sul lato destro rispetto all'ingresso, nell'area elettronica; un lato di corsia di 6 moduli dedicati ai kit home theatre e 3 ai soli lettori, di cui 2 per Dvd e 1 per Vhs	Kit home theatre su 2 ripiani centrali, lettori su 6 ripiani stretti con sequenza espositiva mista; larga corsia antistante con pallet e terra con lettori confezionati in promozione; cartellini con le indicazioni essenziali	Tre quarti dell'offerta sono rappresentati da lettori Dvd: ampiezza nella media con un buon indice di concentrazione; numerose referenze in promozione; prezzi allineati
■ Il Gigante	Al piano superiore; un lineare laterale con 9 moduli dedicati ai kit home theatre; lettori in 3 moduli a parete assieme ai televisori; corsie e spazi di percorrenza alquanto stretti	Home theatre e Dvd esposti su 2 ripiani insieme ad accessori e apparecchi vari; area centrale su pallet con prodotti in promozione appilati; cartellini con le indicazioni di base	Ampiezza nella media degli ipermercati con Dvd e home theatre presenti al 50%; basso indice di concentrazione; prezzi allineati con alcune referenze in promozione
■ Iper	Di fronte all'entrata principale, sul fondo del pdv nell'area elettronica e tv; kit per home theatre in corsia su 2 moduli e lettori su altri 4 a parete assieme a Vhs, decoder e apparecchi tv	2 ripiani per i kit home theatre esposti assieme agli accessori, 5 per i lettori di cui però solo 2 relativi ai Dvd; pallet a terra al centro della corsia di fondo con prodotti in promozione; cartelli essenziali	Assortimento contenuto nel complesso ma con priorità ai lettori Dvd; discreto indice di concentrazione; prezzi nella media con alcune promozioni
■ Euronics Penati	Sul lato destro del pdv, nell'area tv e hi-fi; una piccola corsia con 4 moduli da un metro sui due lati per home theatre; un'altra a lato, sempre di 4 moduli più testata, con i lettori	Kit home theatre su 2 ripiani (uno di riserva), lettori Dvd su 3 ripiani più riserva; area a terra con appilate le promozioni; sequenza varia; cartellini a mano ricchi di dati	Assortimento ampio nei lettori ma contenuto nei kit; elevato indice di concentrazione; prezzi competitivi con numerose offerte promozionali; finanziamenti a tasso zero
■ Media World	Sulla parete di fondo nell'area dedicata alla video-registrazione; 7 moduli di lineare da 1 metro e 28 pallet in corsia (5 e 14 rispettivamente per kit home theatre); spazi alquanto ristretti	Prevalenza di esposizione su pallet di cartoni chiusi con un esemplare in alto; nel lineare i ripiani sono 3 o 4 e la sequenza è varia; cartellini di grandi dimensioni; banchi di servizio in testata	Buona ampiezza con rapporto di uno a due tra kit e lettori; buono l'indice di concentrazione; prezzi non tra i più bassi anche per le limitate referenze in promozione
■ Trony	Al piano alto, subito all'entrata a destra, uno scaffale da 3 metri su 2 lati con i lettori; i kit di home theatre sono in una sala circolare a lato con tv e altri componenti; spazi in corsia un po' ridotti	Scaffali bassi con 4 ripiani di esposizione, sequenza mista per i lettori e presentazione in serie differenziate per i kit home theatre; cartellini non omogenei: esaurienti alcuni, essenziali altri; disponibile materiale illustrativo	Offerta equilibrata con leggera prevalenza di lettori Dvd: ampiezza e concentrazione contenute, simili a quelle degli ipermercati; prezzi allineati nei lettori; finanziamenti a tasso zero
■ UniEuro	Al primo piano (di 4) del pdv in due aree ben definite, una per kit home theatre su 8 moduli da un metro e un'altra per i lettori, su 10 moduli, di fronte ai tv color in una corsia molto larga	2 o 3 ripiani per i kit e 4 per i lettori, più uno di riserva; numerosi esemplari sparsi in tutto il piano sia accanto ai televisori sia in pile promozionali, sia ancora nella sala home theatre; cartellini piccoli ed essenziali	L'offerta più ampia sia nel totale dell'assortimento sia nei singoli comparti: elevato anche l'indice di concentrazione; prezzi competitivi, con numerose promozioni segnalate a scaffale e in postazioni fuori banco

vendita non sono quasi mai identici. Al momento della rilevazione erano in corso azioni promozionali in tutte le insegne sia su referenze in assortimento continuativo sia su quelle occasionali da richiamo. Detto questo, laddove si è potuto, il confronto dei prezzi su articoli omogenei ha segnalato un generale allineamento dell'offerta, ma con escursioni anche consistenti presso l'una o l'altra insegna: il che consente di affermare che non ce ne sia una che si possa definire più competitiva dell'altra. Va rimarcata la costante discesa dei prezzi dei lettori Dvd che si stanno quasi avvicinando al prezzo di qualche cassetta registrata.

Le prospettive

Difficile dire che cosa potrà riservare di nuovo la tecnologia. Indubbiamente la riproduzione domestica assicurata dai Dvd attraverso monitor, schermi piatti e tradizionali tv color ha raggiunto livelli elevatissimi fino a ieri impensabili. Cosa riserverà dunque il futuro? Probabilmente, visto che le immagini ormai hanno raggiunto le migliori performance quanto a fedeltà e risoluzione, toccherà agli strumenti di riproduzione: apparecchi di dimensioni sempre più contenute e compatte e, magari, anche in grado di registrare.

Una cosa è certa, forse quasi scontata: un'ulteriore contrazione del livello dei prezzi di vendita, unitamente alla disponibilità di strumenti dalle prestazioni sempre più elevate e sofisticate; un ampliamento dei kit completi per impianti home theatre, magari più facili da installare e connettere, magari di tipo wireless, cioè senza la necessità di cavi di collegamento. Quindi un mercato in piena evoluzione, come del resto tutto il comparto elettronico, con la comparsa di frequenti novità e la rapida obsolescenza dei modelli già sul mercato.

INTEGRAZIONE • PER VEDERE FILM, REGISTRARE IMMAGINI, GIOCARE E ASCOLTARE

Il Dvd fa ora la parte del leone

È il protagonista dell'entertainment domestico. Con apparecchi sempre più compatti ed economici

Daniela Dalpozzo

Fa parte dell'home theatre per i più fortunati oppure si insinua accanto al televisore al posto del videoregistratore. Stiamo parlando del riproduttore di Dvd, best seller dell'anno nel settore elettronica di consumo. Nel primo semestre del 2003 sono stati venduti apparecchi Dvd per una quota del 294% in più rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. E non è detta l'ultima parola, perché nella seconda metà del 2003, soprattutto verso fine anno con gli acquisti importanti per la famiglia e i soldi delle tredicesime, l'exploit sarà forse superato. Favoriscono questo trend eccezionale il consistente abbassamento dei prezzi di vendita non solo dell'apparecchio ma anche del supporto, il film in disco che, grazie alle edicole, sta ripetendo il boom delle videocassette in Vhs di una decina di anni fa.

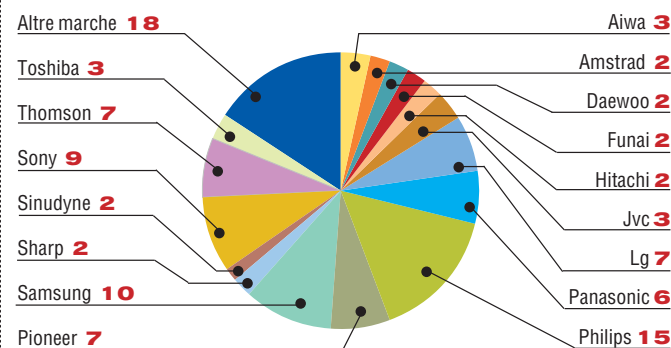
Il prodotto

Il 2003 rappresenta dunque l'anno dell'evoluzione del consumatore in termini di conoscenza del prodotto e fruizione delle possibili soluzioni d'intrattenimento offerte dal mercato.

La segmentazione oggi presente nel mercato ha seguito quelle che sono state le richieste e i desideri del consumatore. All'inizio della storia del Dvd sono apparsi i lettori che hanno segnato l'introduzione sul mercato della tecnologia, imponendosi come elemento complementare

Due soli brand superano il 10% di mercato

(la quota di distribuzione delle marche del campione - valori in %)



▲ L'indice, calcolato sul numero delle referenze rilevate, fotografa la presenza delle marche sul totale del campione. Rilevate quelle presenti in almeno 4 pdv del campione.

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP

all'elettronica già presente nell'ambiente domestico. Il nuovo formato offre fedeltà di riproduzione, qualità, velocità, tecnologia, design, apparecchi di semplice utilizzo e dimensioni sempre più ridotte. Poi sono apparsi i combi (Dvd + Vhs), lettori che consentono di leggere ambedue i formati, senza azzerare la cinepresa familiare.

Ultimo arrivato il Dvd recorder, che permette anche la registrazione digitale e che costituisce un segmento fondamentale per tipologia di utilizzo: l'apparecchio sta oggi sperimentando tassi di crescita interessanti, legati soprattutto alla diffusione estesa dei canali tv che trasmettono in digitale (via satellite) o ca-

vo e alle molteplici opzioni possibili.

"Quella dei recorder è oggi la tendenza più marcata, visto il crescente numero di modelli e marchi presenti - puntualizza a MARK UP Gianpaolo Radrezza, trade marketing manager di Panasonic -. Per i lettori Dvd invece si avverte un deciso spostamento verso prodotti semplici ed economici, le cosiddette 'altre marche', che rappresentano il 27% del mercato in una fascia di prezzo fino a 150 euro. Esiste poi l'emergente schieramento degli utilizzatori per i quali il Dvd non è più la macchina di primo prezzo per vedere il film ma è inteso come un 'add-on product' da destinarsi alle future

In crescita e multifunzione

- **Dimensioni ed estetica saranno i nuovi must dei lettori Dvd:** spessore minimo, pochi tasti, colori classici.
- **Gli apparecchi sono sempre più duttili e multifunzione per vedere film, album di fotografie, ascoltare musica.**
- **I prezzi caleranno ulteriormente anche per la presenza di numerosi unbranded e tv color combi di primo acquisto.**

LO SCENARIO

La casa-nido richiede apparecchi user-friendly dalle molteplici funzioni per personalizzare immagini e suoni.

La tecnologia digitale offre soluzioni a esigenze visive e acustiche fino a ieri impensabili fra le mura domestiche.

L'industria del divertimento trova nel Dvd un alleato economico per il piacere di tutta la famiglia.

registrazioni domestiche". Panasonic propone vari modelli e sistemi home theatre con recorder incorporato: il Dmr-E30, che permette, mentre ancora la registrazione è in corso, di vedere già la riproduzione dall'inizio oppure di tornare indietro in qualsiasi punto e attivare una moviola personale in una finestra dello schermo; il Dmr-E50 con un'autonomia di 12 ore di registrazione continua su dischi a doppio lato e la possibilità, grazie alla funzione Playlist, di creare un ordine personale e realizzare così i propri montaggi; il Dmr-E100 che consente di registrare fino a 106 ore e riversare i filmati su disco con la semplice pressione di un tasto, così un'ora di programma tv può essere riversata in 2 minuti e 30 secondi.

Il trend di crescita

In Italia si vendono 100.000 apparecchi Dvd ogni mese (dati

GfK): ovvio che, con questi numeri, ogni azienda si dia da fare per proporre nuovi modelli.

"I dati evidenziano un forte sviluppo del Dvd sul territorio nazionale e un attento monitoraggio della distribuzione ci permette di constatare una crescente evoluzione nei pdv consumer electronics, con un aumento sia dei modelli esposti sia dei negozi trattanti - conferma Michelangelo Amoroso, marketing manager hi-fi/home video/personal audio di Sony Italia -. Analizzando le dinamiche del mercato relativo al Dvd, rileviamo un tasso di crescita del 100% a valore dell'home theatre sia nei prodotti all-in-one, che noi identifichiamo come Dav-Digital audio-video, sia nelle varie soluzioni in kit, cioè lettori Dvd e componenti separati". Le previsioni indicano a fine 2003 il probabile raggiungimento di 2 milioni di pezzi (lettori Dvd) nelle case degli italiani, con un indice di penetrazione del 17%. Il dato ribadisce come ci sia ancora tanto spazio per la diffusione del prodotto: tutto ciò accrescerà la competitività nei prossimi mesi fra i produttori di Dvd, sia in termini di prezzo sia di prestazioni.

Il consumatore italiano

Anche perché il consumatore italiano è un po' in ritardo rispetto all'Europa: la Spagna, per esempio, ha già da tempo superato la vendita di un milione di pezzi di Dvd l'anno. Il Dvd sta diventando in questi ultimi mesi prodotto da mass market: tutti i

pieghevoli con le offerte delle varie catene di ipermercati presentano sempre almeno un lettore Dvd a un prezzo oscillante dai 49 ai 99 euro. Per inciso i Dvd unbranded rappresentano il 40% di tutto il mercato. Nel contempo i prezzi dei film in formato Dvd stanno scendendo rapidamente e i titoli offerti da quotidiani e periodici diventano sempre più interessanti: *Panorama* ha offerto "Titanic" a 13 euro.

Certo che se per il disco in formato Dvd tutti i produttori nel 1996 si sono accordati per un unico standard, per i recorder le tipologie sono ancora differenti: Dvd Ram (Panasonic), Dvd Rw plus (Philips) e Dvd Rw minus.

"Rispetto all'Europa, il consumatore italiano è meno esigente e meno esperto: quello che invece colpisce maggiormente la sua sensibilità è l'estetica dell'apparecchio - conferma a MARK UP Mario Levratto, trade marketing manager divisione audio-video di Samsung -. Uno strumento, dunque, sempre più contenuto, facile da collegare e semplice da usare. Il nostro lettore Dvd Hd935 Hypervision, che ha vinto il premio Eisa 2003-04, è un player che ha operato una piccola rivoluzione: garantisce immagini ad altissima definizione ed esalta le potenzialità del digitale perché il segnale video non subisce alcuna conversione, trasmettendo e ricevendo sempre in digitale. È inoltre compatibile con

La curva di crescita dei lettori Dvd in Italia

Anni	N. di pezzi
1998	18.000
1999	65.000
2000	200.000
2001	312.000
2002	592.280

Fonte: Univideo

file Mpeg2, Mp3, Jpeg e Picture Cd, dimostrando una grande versatilità di utilizzo".

Sempre Samsung ha presentato sul mercato i modelli Dvd E235, E335 e E435 caratterizzati da un design "half mirror" che li rende eleganti e adatti a qualsiasi tipo di arredamento ma soprattutto ultraslim: 55 millimetri di spessore. Con questi apparecchi è possibile vedere sul televisore di casa le fotografie delle vacanze, con un semplice tasto adattare l'immagine al formato desiderato o zoomare su un particolare ma anche ascoltare musica. Il best seller resta però il modello Dual Vision, lettore e videoregistratore, che oggi si è arricchito nella versione Sv Dvd 55 di un sistema che consente di vedere un film e registrare una partita, nello stesso momento con un solo telecomando.

"Il consumatore italiano sta scoprendo la possibilità di una visione casalinga ma di alta qualità dei film: dimostra grande attenzione per il Dvd e cerca di conoscerne anche gli aspetti più tecnici - puntualizza a MARK UP Alberico Lissoni, marketing manager home entertainment di Philips -. Siamo nella delicata fase di passaggio dal semplice player al più sofisticato recorder, dalla semplice lettura alla registrazione di film e immagini. Il nostro nuovo sistema integrato Lx9000R è un Dvd recorder ma anche un sistema multicanale che consente di registrare film da tv, videoregistratore o videocamera e rivederli su Dvd e Cd o

Dove si acquistano gli apparecchi Dvd

(in %)

Gda	29
Gruppi d'acquisto (Trony, Expert ecc.)	31
Catene (Media World ecc.)	28
Indipendenti	12

Fonte: elaborazione su dati GfK © MARK UP

gni volta che lo si desidera. Con un plus costituito dalla semplicità di utilizzo: è infatti composto da una singola unità e si inserisce collegandola semplicemente alla tv".

Sempre Philips ha lanciato il modello DvdR77 dal design ultrasottile (è alto solo 65 millimetri), che permette di registrare fino a 8 ore di filmati in un unico disco ed è fornito di sofisticate funzioni per l'imaging.

Ancora più semplici e di prezzo abbordabile i modelli DvdR 75 e 70 che offrono la possibilità di creare i propri Dvd in modo semplice con funzionalità avanzate: sono dotati di dolby digital a due canali per una migliore qualità del suono e possono essere connessi direttamente alla videocamera.

Ma anche i lettori entry level, i semplicissimi per intenderci, stanno arricchendosi di optional. I modelli Dv-360 e Dv-464 di Pioneer rafforzano il concetto che un prodotto ben dotato tecnologicamente, dal look accattivante e compatto, non comporta necessariamente un investimento in termini economici: hanno prezzi che vanno da 189 a 229 euro, nelle versioni nera o argento, di spessore di 5,3 cm, leggono formati Mp3, Jpeg, Picture Cd, sono dotati di zoom e virtual surround.

La distribuzione

Il mercato italiano è ancora in profonda trasformazione e implementazione di nuove forme distributive: tutte contribuiscono al successo commerciale del Dvd. Se i gruppi di acquisto rappresentano più del 31% del valore del Dvd nel mercato dell'elettronica, le catene di elettronica di consumo raggiungono il 28%, superate di un punto dal canale mass market, che sta rapidamente guadagnando posizioni e si configura come un indice crescente di diffusione della tecno-

logia, con conseguente aumento della penetrazione nelle famiglie italiane e visibilità su tutto il territorio.

Promozione al pdv

All'inizio, la promozione più utilizzata dalle aziende produttrici è stata quella più immediatamente percepibile dall'acquirente: l'omaggio, cioè, a fronte dell'acquisto di un lettore Dvd di uno o più film in questo formato, spesso in operazioni di partnership con le case cinematografiche. Oggi, data la notorietà del Dvd, le attività promozionali si stanno spostando sempre più sull'home theatre, nuova frontiera dell'intrattenimento casalingo. Per il periodo natalizio Panasonic si occuperà di informare direttamente il consumatore finale sul Dvd recorder, soprattutto sulla possibilità di riversare i propri vecchi filmati da Vhs in Dvd. E nel campo degli spot è pronta una campagna, sempre di Panasonic, che andrà in onda sulla neonata rete digitale Sky che utilizza come testimonial il noto regista Oliver Stone.

I trend del Dvd

(in %)

■ Crescita dei supporti	114,20
■ Tasso di penetrazione	17
■ Crescita a valore	165

Fonte elaborazione dell'autore
© MARK UP

Dvd: avanti tutta! Il sistema Vhs è sorpassato

Cresce la penetrazione nelle famiglie grazie a prezzi più abbordabili

Mauro Chiabrando

Dal vecchio nastro al digitale il motto di oggi è: Dvd et impera. In Italia il 2003 per i lettori Dvd sarà ricordato come l'anno del sorpasso sul Vhs. Alla media di 100.000 pezzi venduti al mese, il trend di crescita dei Dvd player rispetto al 2002 è di circa il 130% con una penetrazione tra il 15% e il 17%, mentre le vendite di videoregistratori Vhs in due anni sono scese sotto il milione di pezzi contro il milione e mezzo del 2001.

Contemporaneamente è più che raddoppiata anche la vendita di supporti Dvd e il noleggio di film nel nuovo formato digitale.

Prezzi più bassi

In soli tre anni dal suo sbarco il Dvd si avvia, dunque, a farla da padrone, grazie soprattutto al crollo dei prezzi sotto la soglia dei 200 euro, specialmente nella fascia unbranded che ha raggiunto livelli estetici e di prestazioni paragonabili a quelle dei prodotti di marca. La migliore qualità audio e video insieme alle possibilità offerte dal nuovo formato digitale in termini di capienza (commenti, interviste, aggiunte, backstage,

sceita della lingua audio e dei sottotitoli ecc.) ha arricchito il mercato dell'home video, fornendo nuova linfa al noleggio.

Ma per quante siano le virtù del Dvd, ciò non significa ancora pensionamento anticipato del vecchio Vhs che - non dimentichiamolo - consente agli italiani di sfogliare l'album di famiglia degli ultimi vent'anni. Lo dimostra anche il successo degli apparecchi combinati con lettore Dvd e videoregistratore Vhs, in attesa di un unico standard internazionale che faccia abbassare i prezzi dei registratori Dvd.

Effetto moltiplicazione

Accanto al vecchio Vhs, nelle case di molti consumatori ci sono più di un lettore Dvd: c'è quello ormai quasi di serie sul personal computer, c'è quello inserito nelle console per videogiochi di nuova generazione e quello sotto l'apparecchio tv che, con la visione di alta qualità, consente anche il collegamento a sistemi audio hi-fi con effetto home theatre magari nell'ultima versione wireless, che elimina il problema dei cavi di collegamento dei diffusori surround posteriori.

Il target degli acquirenti di lettori Dvd

Esigenti

Ne fanno parte sia i cosiddetti video-audiofili (competenti e aggiornati, acquistano solo in negozi specializzati hi-fi e vogliono il meglio delle prestazioni fosse anche a scapito dell'estetica) sia chi considera l'home theatre alla stregua di un arredo di prestigio, oltre che strumento d'intrattenimento da mostrare con orgoglio agli ospiti.

Cinefili

Tutti quelli che, senza particolari differenze di età e censo, amando il cinema, comperano e/o noleggiavano frequentemente film in Dvd, ansiosi di rinnovare la propria cinetecca personale in un formato più durevole, ricco, duttile e soprattutto meno ingombrante delle vecchie videocassette. Sognano l'home theatre ma a prezzi abbordabili.

Indifferenti

Sono la maggioranza dei nuovi acquirenti: considerano il Dvd come un qualsiasi altro elettrodomestico, frutto di una tecnologia superiore e come tale da comprare solo quando il prezzo è diventato alla portata di tutti. Potendo scegliere, badano più alla qualità video che a quella sonora. Non sentono l'esigenza di aggiornarsi continuamente sulle novità.