



## COMUNICATO STAMPA

### **DIGITAL ENTERTAINMENT (R)EVOLUTION:**

## **TRA GLI ITALIANI CRESCE LA VOGLIA DI DIGITALE MA L'ACQUISTO DEL PRODOTTO FISICO RIMANE UN'APPREZZATA CONSUETUDINE**

*Il mercato dell'audiovisivo nel 2018, secondo i dati elaborati da GfK per conto di UNIVIDEO, sebbene in calo, continua a rappresentare la parte predominante del mercato Home Video e chiude l'anno con un fatturato pari a 193 milioni di euro. Il digitale si conferma in crescita anche a valore e raggiunge un fatturato di 95,9 milioni di euro nel 2018, arrivando a pesare un terzo del fatturato dell'intero comparto, grazie ad una crescita in valore (EST e TVoD) del +19,2% rispetto al 2017*

*Nel 2018 in Italia sono 4,5 milioni le persone che hanno acquistato almeno un prodotto Home Entertainment, generando un fatturato pari a 288,9 milioni di euro. Gli utilizzatori finali del prodotto Home Entertainment sono circa 6,7 milioni, a conferma del fatto che si tratta di un prodotto che si presta ad una fruizione condivisa e che si caratterizza per una qualità tecnologica di visione sempre più performante e su un catalogo profondo e d'autore*

Roma, 24 Giugno 2019 - L'Home Entertainment in Italia nel 2018 vale 288,9 milioni di euro, suddiviso tra 193 milioni di euro di fatturato derivanti dal prodotto fisico e 95,9 milioni di euro prodotto dalle transazioni digitali. Rispetto all'anno precedente, come ampiamente previsto, si è registrato un calo nella vendita di prodotti audiovisivi su supporti tradizionali, mentre è evidente la crescita, anche in valore (Est e TVoD), del digitale, + 19,2% rispetto al 2017.

Rispetto a questo scenario, la narrazione dell'andamento del mercato audiovisivo in Italia non può più prescindere da una forte diversificazione dei modelli di business e delle modalità di fruizione dei contenuti di intrattenimento. Al «modello» analogico si è aggiunto prima quello «digitalizzato», che consente di acquistare contenuti on-demand comodamente da casa, superando i limiti di spazio e di tempo della vendita tradizionale del fisico. Successivamente si è aperta la fase del «digitale» che ha visto il passaggio dal possesso di un prodotto all'accesso ai contenuti. Nel modello digitale la partita si gioca sulla capacità di guidare il consumatore, di consigliare la scelta più adatta, nel momento più adatto. È interessante rilevare che, ad oggi, tutti e tre i modelli convivono e mettono al centro sempre il contenuto, ricercando la qualità sia in termini di prestazioni di visione, sia dal punto di vista dell'eccellenza autorale del catalogo. Il contenuto infatti è il principale strumento con cui affrontare la vera sfida di oggi, ovvero quella di stimolare

le persone a dedicare il proprio tempo libero agli interessi culturali, all'interno dei quali il prodotto audiovisivo è sempre stato un grande catalizzatore sociale.

Nel triennio 2016-2018 l'acquisto e il noleggio di contenuti video hanno registrato un trend stabile, grazie alla crescita delle transazioni digitali (+21%) che compensa la contrazione fisiologica di quelle fisiche.

Nel 2018 in Italia sono **4,5 milioni** le persone che hanno acquistato almeno un prodotto Home Entertainment, mentre i **fruitori finali** del prodotto audiovisivo italiano sono circa 6,7 milioni, a conferma del fatto che si tratta di un prodotto che si presta ad una modalità di consumo condivisa.

In termini di preferenze dei consumatori, i dati GfK evidenziano segnali estremamente positivi del prodotto italiano. Nel 2018 le vendite delle novità, ovvero realizzate nei primi 3 mesi di vita, sono cresciute del 23,2% rispetto al 2017.

Oggi il consumatore di prodotti audiovisivi tende a contenere la propria frequenza di acquisto puntando sulla qualità: il Blu-ray 4K, con un giro d'affari pari a 2,7 milioni di euro e con circa 123mila pezzi venduti nel 2018, conferma questo trend molto positivo (+50,3% in volume; +38,8% in valore).

In sintesi, il mercato dell'Home Entertainment Italiano anche nel 2018 è fortemente caratterizzato da una consolidata abitudine dei consumatori di acquistare i prodotti audiovisivi, sia in modalità tradizionale (DVD Blu-ray e 4 Ultra HD), sia attraverso le piattaforme digitali. Rispetto al passato si contrae il tempo "libero" dei consumatori italiani e, per rispondere a questo fenomeno, l'industria audiovisiva ha continuato ad investire su un'offerta di qualità e sull'ampiezza e la diversificazione delle modalità di fruizione.

*"Anche quest'anno l'andamento del nostro mercato - spiega **Lorenzo Ferrari Ardicini, Presidente di UNIVIDEO e di CG Entertainment** - dimostra quanto i consumatori dell'home entertainment siano attenti alle evoluzioni tecnologiche, pretendendo qualità performanti dei prodotti ma al tempo stesso ricercano qualità autoriali nel catalogo e desiderio di accesso del prodotto, fisico e digitale, con la tranquillità di poterne fruire "always-on". Un'ulteriore conferma l'abbiamo avuta in occasione del Digital Movie Days 2019, una settimana di promozione dei grandi film novità, a 5,99 euro, che ha visto una grande risposta da parte dal pubblico con un incremento degli acquisti, in soli 7 giorni, del 200%. Serve sicuramente proseguire sulla strada dell'innovazione e dell'offerta diversificata puntando sulla qualità".*

**UNIVIDEO** è l'associazione di categoria che rappresenta gli Editori Audiovisivi su media digitali (DVD, Blu-ray, 4K Ultra HD) e online (piattaforme di distribuzione digitale) [www.univideo.org](http://www.univideo.org).

**Il Rapporto UNIVIDEO 2019 sullo stato dell'editoria audiovisiva in Italia è scaricabile sul sito:**

[www.univideo.org](http://www.univideo.org)

UFFICI STAMPA

Daniela Ballarini

Tel. 02.89011980

Mail [daniela.ballarini@univideo.org](mailto:daniela.ballarini@univideo.org)

Daniele Salvaggio - Imprese di Talento

Cell. 335.6415411

Mail [daniele.salvaggio@impreseditalento.com](mailto:daniele.salvaggio@impreseditalento.com)

## Il giro d'affari



**Fatturato Home Entertainment**

**288,9 milioni**

**-15,1%** vs 2017



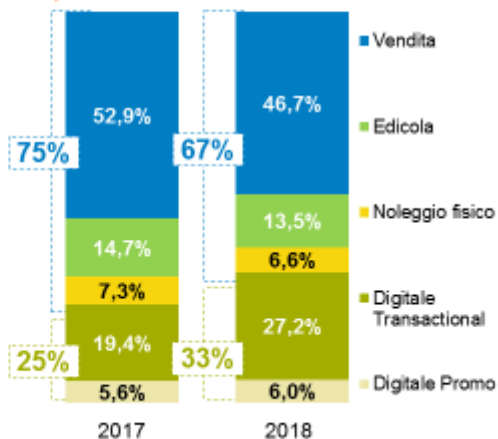
**66,8%**

**Fisico**  
**193 milioni €**



**33,2%**

**Digitale**  
**95,9 milioni €**



## L'acquirente del mercato



Numero di acquirenti nel 2018

**4,5 milioni**

Penetrazione assoluta acquirenti **8,7%**

universo individui >14 anni: 52.406.861

Numero di fruitori nel 2018

**6,7 milioni**

Penetrazione assoluta fruitori **11,0%**

universo individui: 60.589.445



Acquirenti Video Fisico  
**2.801.952**

Acquirenti Video Digitale  
**2.245.190**

Spesa media pro-capite (€)

**64,20 €**

68,40€ nel 2017

