

L'Italia in cassetta: così è cambiato il consumo d'immagine con le nuove tecnologie

Videoregistro dunque video meglio

Sorprese: i dati più recenti, secondo il presidente di Internatrix, Enrico Finzi, dicono che i teledipendenti non posseggono videoregistratori, forse perché sono i meno ricchi. E che gli italiani, tra gli europei, preferiscono possedere la cassetta, piuttosto che noleggiarla. Ma, dietro a tutto questo, completamente sconosciuta, c'è la grande offerta del porno. E quello che tipo di mercato è?

MARIA NOVELLA OPPO

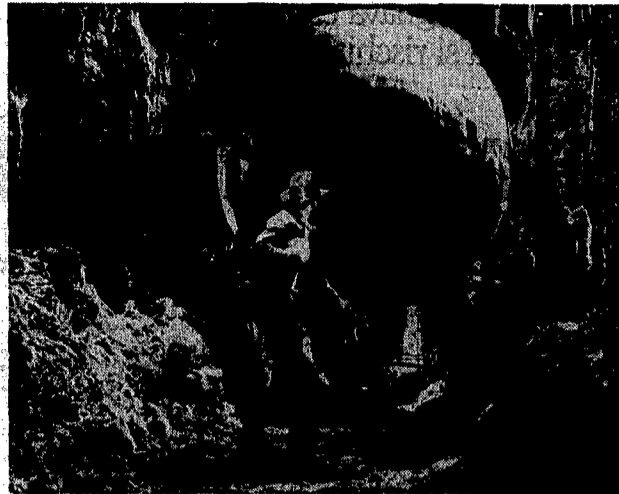
Se il «prima-della-tv» è una sorta di preistoria per la nostra cosiddetta civiltà dell'immagine, il videoregistratore rappresenta un moltiplicatore delle nostre possibilità di consumo visivo attraverso il quale ci illudiamo addirittura di sfuggire ai nostri limiti temporali e di diventare ubiqunitari. In realtà il Vcr (la sigla sta per Video Cassette Recorder) se da un lato consente di vedere anche l'inedito, dall'altro consente di accendere il teleschermo anche senza vedere tv. Insomma, il quesito è questo: il Vcr sottrae o aggiunge consumo alla tv?

Certamente negli Usa (il paese più televisivo del mondo) e quello che possiede il più grande parco di Vcr, l'acquisto dei grandi network televisivi è calato recentemente addirittura del 30%, ma questo è avvenuto in concomitanza con la diffusione della pay-tv (televisione a pagamento) e delle reti via cavo. E va anche ricordato, è avvenuto senza un calo drammatico di pubblico nelle sale cinematografiche, come invece è avvenuto da noi, che abbiamo

ancora una bassa penetrazione del videoregistratore nelle case e non abbiamo né tv a pagamento, né cavo. Ma abbiamo vissuto una straordinaria, dilagante, unica al mondo, offerta di tv e di pellicole sul piccolo schermo.

E ora? Non sono pochi i segnali di disaffezione televisiva, fra i quali il più clamoroso è la diminuzione del pubblico globale, con crolli addirittura apocalittici nei periodi festivi. Ma non sembra che i programmati, i dirigenti dei palinsesti, se ne preoccupino. Così, come non sembrano aver percepito in alcun modo la presenza del Vcr, aggettici che non essendo misurati dall'Audiet, è come se non esistessero affatto. Né come riserva aggiuntiva di tv, né come fuga dal carcere orario delle reti.

Giorgio Cori, responsabile del palinsesto delle reti di Berlusconi, ammette tranquillamente di essere nella impossibilità di commerciare, di valutare il problema. Mentre Marcello Bernasola (responsabile



Harrison Ford nella celeberrima inquadratura de «I predatori dell'arca perduta», uno dei film dai quali è possibile acquistare la cassetta a prezzi concorrenziali.

del palinsesto Raidue) riconoscendo anche lui di non poter calcolare quanta parte dell'ascolto possa essere differita, dice di avere l'impressione che il Vcr attualmente sia soprattutto un moltiplicatore del consumo televisivo. Enrico Ghezzi (Raitre), interrogato in materia, si lancia specificamente nella immaginazione di una tv futura senza relazione tra emittente centralizzata e pubblico sparso: «un discorso che - riflette - mette in crisi l'idea stessa di palinsesto. Al quel punto però si aprono altri mercati, non si tratta assolutamente più dello stesso mercato di oggi. Stimolato a pensare a una tv fuori orario, Ghezzi pensa anche a possibilità attuali di fuoriuscita dalle gabbie orarie, come potrebbe essere, per esempio, la replica notturna della intera giornata globale, con crolli addirittura apocalittici nei periodi festivi. Ma non sembra che i programmati, i dirigenti dei palinsesti, se ne preoccupino. Così, come non sembrano aver percepito in alcun modo la presenza del Vcr, aggettici che non essendo misurati dall'Audiet, è come se non esistessero affatto. Né come riserva aggiuntiva di tv, né come fuga dal carcere orario delle reti.

subito una riflessione su un dato inedito (le ricerche escluse) sono a disposizione esclusivamente dei committenti): i forti ascoltatori di tv, cioè quelli che la sorbiscono per oltre tre ore al giorno, sono la categoria che possiede meno Vcr e viceversa. Questo sicuramente è in relazione al dato sociale che vede i teledipendenti appartenere ai gruppi sociali più depressi economicamente e culturalmente.

L'acquisto del videoregistratore corrisponde però non solo a una condizione sociale più elevata, ma anche a un atteggiamento più attivo, più autonomo nel campo dei consumi culturali. Questo atteggiamento era precedente all'acquisto del nuovo mezzo e ha dato un preciso segnale, per esempio nell'aumentato acquisto e nella consultazione dei settimanali televisivi. Il Vcr diventa lo strumento per sfuggire all'unico vincolo della offerta tv, sostiene ancora Finzi, che descrive poi la seconda fase, successiva a quella dell'innamoramento alluvionale: la costruzione della propria videoteca a immagine di una biblioteca da poter consultare a piacere.

Questa scelta modifica, anzi rivoluziona veramente, la memoria cinematografica e la stessa storia del cinema, che ormai non è più tutta affidata alla memoria mentale dei critici. Ma per poter procedere su questa strada è essenziale passare dal noleggio al possesso delle cassette, una decisione che dipende soprattutto dall'abbattimento dei prezzi, solitamente legato, come si è detto, a quel fatidico venti per cento di diffusione del Vcr.

In Italia - sostiene Enrico Finzi - l'abbattimento lo abbiamo ottenuto già intorno al quindici per cento. La soglia infatti varia da paese a paese e sembra che gli italiani (rispetto, per esempio, agli inglesi e ai tedeschi) siano più propensi al «possesso» e alla creazione del proprio catalogo casalingo.

Per rispondere alla nostra domanda iniziale, Finzi conclude che «non esistono finora dati che dimostrino se e quanto

Vcr Nel mondo sono già 200 milioni

Si calcola che, con il 1988, il parco mondiale di videoregistratori domestici abbia toccato e superato i 200 milioni di unità, corrispondenti a 170 milioni di case. Nel 1988 sono stati venduti 40 milioni di apparecchi, di cui 15 arrivarono secondi in case già attrezzate di Vcr. Già in 21 paesi del mondo la penetrazione del Vcr ha superato il 50% delle abitazioni dotate di tv color. Gli Stati Uniti, con un parco di 53 milioni di apparecchi e una penetrazione del 60%, sono in testa, seguiti dal Giappone che con 25 milioni di Vcr raggiunge però una percentuale del 70% di focolari elettronici. Al terzo posto la Gran Bretagna (con 12,5 milioni di apparecchi e una percentuale del 60%), seguita da Germania (12 milioni col 53%) e Francia (8 milioni con il 38%). L'Italia, preceduta dalla Spagna, viene al nono posto nel mondo, se si accettano le cifre di oltre 3 milioni di Vcr e del 20% di abitazioni con tv color attribuite agli ultimi mesi dell'88. Ogni paese ha però una realtà diversa e anche un diverso costume di uso del Vcr. Il Giappone, per esempio, essendo il primo produttore ed esportatore mondiale, ha raggiunto una tale diffusione nelle case che occupa oggi il tasso di crescita più basso, mentre si affacciano sul mercato del consumo alcuni nuovi paesi. L'Urss, per esempio, sembra abbia un incremento di vendite di Vcr pari addirittura al 33%, il più alto al mondo. Il 17% di loro si limita ad usare il mezzo per registrare film dalla tv, mentre il 64% si guarda film noleggiati o acquistati, il 25% programmi sportivi o musicali, il 17 programmi scientifici o didattici. È quel che è più interessante, i possessori di Vcr sono in gran parte forti consumatori di cinema anche nelle sale (73%). Il fatturato delle cassette registrate vendute ha raggiunto i 200 miliardi, per un totale di 4 milioni di unità e 4.000 titoli (cifre riferite al solo mercato legale, senza il porno).

Statistiche Il Nord ne compra il 50%

Si ritiene che quando la diffusione dei videoregistratori supera il 50% dei focolari televisivi, nel campo dell'home video avvengono delle vere mutazioni. Gli effetti principali sono: l'abbattimento del costo delle cassette già registrate e la crescita dell'acquisto rispetto al noleggio. Entrambi questi fenomeni sono in atto in Italia, anche se i pareri sulle percentuali di diffusione dei Vcr sono tutt'altro che unanimi. I dati ufficiali più recenti risalgono al 22° Sim Hi-Fi milanese (associazione che riunisce produttori, distributori e importatori di videocassette). Alla data del settembre scorso, secondo questi dati, la percentuale di case italiane con videoregistratore era di circa il 14%. Ma gli incrementi successivi sono stati di certo notevoli. Infatti, se tra marzo e luglio '88 gli italiani avevano acquistato 250.000 apparecchi, facendo salire di ben 4 punti la statistica, cosa sarà accaduto con gli acquisti dell'ultimo Natale? Rilevazioni Internatrix (Commissione da Univideo) ci dicono inoltre che il 52% del Vcr è stato comprato al Nord Italia (anzi al Nord-Ovest, perché le tre Venezie pare siano particolarmente restie ad attrezzarsi in questo campo). Sappiamo anche che gli acquirenti appartengono in maggioranza a fasce d'età giovanili (sotto i 34 anni). Il 17% di loro si limita ad usare il mezzo per registrare film dalla tv, mentre il 64% si guarda film noleggiati o acquistati, il 25% programmi sportivi o musicali, il 17 programmi scientifici o didattici. È quel che è più interessante, i possessori di Vcr sono in gran parte forti consumatori di cinema anche nelle sale (73%). Il fatturato delle cassette registrate vendute ha raggiunto i 200 miliardi, per un totale di 4 milioni di unità e 4.000 titoli (cifre riferite al solo mercato legale, senza il porno).

Riviste Signori il catalogo è questo

L'informazione specializzata nel nuovo sport nazionale del videoregistratore conta già, oltre a numerose pubblicazioni estemporanee, allegati, repertori, speciali, ecc., ben sei mensili. Complessivamente raggiungono una tiratura di 350.000 copie ma ne vendono solo 200.000 (cifre autodichiarate). Le testate più «antiche» (1982) sono Videomagazine (18.000 copie vendute) e Video: la prima più attuale al versante creativo e d'avanguardia, la seconda più tecnica e rivolta alle hardverre. Video star dichiara invece 35.000 copie vendute, nonostante che esca solo da pochi mesi; ma è collegata a una più anziana rivista francese, dalla quale ricava molti servizi: Videoparade, rivista romana diretta dal giornalista di Repubblica Roberto Campagnano, dichiara una diffusione di 18.000 copie mentre VR (diretta da Stefano Belli) si attribuisce 40.000 copie vendute e punta a farsi riconoscere nel campo delle rilevazioni quantitative e delle comparazioni di qualità. Dice Stefano Belli: «Le altre riviste si rivolgono ai programmi (cioè al software) perché è la scelta più facile. Noi invece puntiamo all'hardware perché è il mercato più grosso. Certo però la scelta che premia di più è il porno. E allude con spirito polemicamente concettuale a Video, unica rivista che offre una informazione anche sulle cassette a luce rossa e che si dichiara leader del mercato con 60.000 copie. Mentre Top Vcr ne tira addirittura 75.000, ma per vendite solo 40.000. È questa l'unica testata specializzata che ha alle spalle una grossa casa editrice (Universo) e che si caratterizza per il taglio più popolare, rivolto ad illustrare con tempestività le cassette fresche di uscita, con un occhio anche alla programmazione, e che si propone per chi voglia costruirsi una cassetta di rimessa».



Humphrey Bogart

Comi film, c'è una cassetta che l'aspetta

Più di cinquemila film in cassetta; costi di noleggio bassissimi; un supporto elettronico sempre più perfezionato, che permette una visione senza difetti: guardarsi il cinema a casa è facile, piacevole ed economico. Ma che cosa resta del cinema-cinema? Poco, sembra. Ormai può capitare che un film non venga neanche distribuito nelle sale e lo si possa trovare subito nei listini mensili dei film in cassetta...

ENRICO LIVRAQHI

Non siamo poi così lontani dai primi timidi passi del home-video nazionale, delle prime traballanti offerte dei film su cassetta. Erano materiali visivamente un po' sbavature, che esibivano tutte le spavature, i tagli, i rumori di fondo e il fastidioso «effetto pioggia» delle pellicole positive, più che altro «iperesitate» e magari salvate dal macero pescando nei residui di magazzino di qualche distributore in disarmo. Sono passati poco più di dieci anni e oggi l'home-video prospera. Se i videoregistratori sono calati intorno al 20%, dei televisori in attivo, i titoli dei film reperibili sul mercato sono ormai ben più di cinquemila. In questi anni, come è noto, la tecnologia ha fatto passi da gigante giungendo a immettere nel mercato non solo apparecchi di lettura e di ricezione sempre più sofisticati, ma anche e soprattutto cassette, in cui il supporto elettronico ha raggiunto un alto grado di perfezione. Insomma, oggi il settore dell'home-video rappresenta un solido giro di affari e al tempo stesso un fenomeno che investe intere zone del costume e della cultura, che muta le abitudini e incide sui modi di percezione del cinema stesso. Un fenomeno del quale si possono ormai individuare i contorni, le tendenze e le politiche editoriali.

Per la verità, dire «politiche editoriali» risulta un tantino ridondante. In realtà una logica c'è, e appare il più vistoso ed evidente del fenomeno, ed è: il sempre più esiguo lasso di tempo che intercorre fra l'uscita in sala di un film e la sua edizione in cassetta. È una rincorsa che coinvolge tutti gli editori e ha in genere



FABIO MALAGHINI

Ora il Super 8 è diventato una telecamera

È l'ora del camcorder, telecamera più registratore. Il peso è ormai irrilevante, la resa sempre più alta. Persino la moviola ora è a portata di tasca. Il vecchio dilettante dei filmati, quello che amava girare durante i matrimoni e i battesimi, ha finalmente un'arma perfezionata in tasca. E naturalmente, intorno al prodotto più sofisticato si è subito scatenata la guerra tra i due colossi giapponesi, Sony e Jvc.

L'altra faccia dell'home video è il suo occhio. Il camcorder - cioè camera e recorder - eccelle in maneggevolezza, leggerezza, trasportabilità ecc. ma anche in compattezza (lo si dà in mano ai bambini), impermeabilità (modello sub per fish watching), ubiquità (finezza, Venezia sono probabilmente i luoghi a più alta esposizione video del pianeta). Dove il rito sociale (matrimonio, battesimo, funerale, vacanze) richiede la presenza del fotografo-ufficiale-amico, il clou diventa portare tutto a casa, dentro all'archivio domestico, da rivedere con gli amici.

Berlinese, il camcorder resta un genere di lusso (in Italia fermo per adesso ad un 5 per cento delle famiglie), «poco incline» all'obbligatorietà stitaciale del videoregistratore, in rapida ascesa. Tanto rapida da costringere i produttori giapponesi ad anticipare piani marketing e ruolo di marcia. La guerra degli standard - infatti non è più di moda. Almeno nel video i vertici tecnologici - video-disco interattivo (Cdi) in testa - in teoria sono già stati sottoscritti da Sony e Philips nei famosi libri verdi, bianchi, ecc., a cui dovrà attenersi chiunque intenda stare nel mercato nel 2000.

Ma sul breve periodo, è tutto un altro affare. Rimborba per ora l'urto di guerra delle due major giapponesi, Sony e Jvc. Dove? Non certo nel mercato Vcr - dove lo standard Vhs domina incontrastato e si consolida con la progressione tipica degli ex generi di lusso (persino Sony, scaricando definitivamente Betamax, vende oggi apparecchiature Vhs).

Piuttosto, la guerra si è spostata dall'home video al terreno ancora relativamente vergi-

CORRADO • BIM BUM BAM • QUANDO SI AMA • BIG MAN • MARISA LAURITO • QUARK • FORUM • MARCO COLUMBO • IDENTITÀ BRUCIATA • LA FAMIGLIA BRADFORD • MAURIZIO COSTANZO • LO ZECCHINO D'ORO • GLI INTOCCABILI • UN GIORNO IN PRETURA • SARANNO FAMOSI • ENRICA BONACCORTI • BIG BANG • CIAK SI GIRA • FANTASTICO • LA SIGNORA IN GIALLO • MIKE BONGIORNO • EUROPA EUROPA • IL DOTTOR KILDARE • VIA TEULADA 66 • LA DOMENICA SPORTIVA • LINEA DIRETTA • RAFFAELLA CARRÀ • IL PIANETA VIVENTE • MIXER • ARRIVA CRISTINA • EMILIO • HENRY WINKLER • SENTIERI • CONTO SU DI TE • LA TV DELLE RAGAZZE • CANDID CAMERA SHOW • LA LUNGA ESTATE CALDA • GIULIANI • RARA • FESTIVAL DI SANREMO '89 • GRAND FRIX • VA' PENSIERO • ENRICO MONTESANO • L'ISPETTORE DERRICK • BE BOP A LULA • MARIOTTO • PIERO ANGELA • DIBATTITO • 45° MINUTO • BAUDO • BIG • TELEMKE • GENERAL HOSPITAL • VIANELLO • VIDEOBOX • STRISCIA LA NOTIZIA • MUSICA È LA ROMANA • MENTI PER LA TRASMISSIONE • RENZO AFRORE • MEGASALVISHOW • PERCLASSIFICA SHOW • SERENO VARIABILE • BILICO NEL VERDE • CREDIBILE HULK • ANGELES • FOX • GIO FALETTI • GIO • BARETTA • ENZA SAMPIC • DELLA III C • ARRIGO LEVI • MONDO VIANELL • MEZZOGIORNO È '88 • JOCELYN • DOPPIO SLALOM • SIBILE • ZANZIBAR • RIO KÖSTER • HAPPY DAYS • NAL DOC CLUB • GIAS • RIFLETTO • VE • RADIO LON • LORELLA CUCCA • E UN MILJARDAR • BESTIA • WID SPEN • RE • VIETNAM ADDIO • SUPERCAR • LINDA EVANS • ALLA RICERCA DELL'ARCA • LA CORRIDA • LE INCHIESTE DEL COMMISSARIO MAIGRET • POLIZIOTTI ALLE HAWAII • PIERO CHIAMPRETTI • GASPARE • ZUZZURRO • GRANDI MAGAZZINI • IL PROCESSO DEL LUNEDÌ • AGENZIA MATRIMONIALE • RITA DALLA CHIESA • GERRY SCOTTI • TRE NIPOTI • UN MAGGIOROMO • IL PRINCIPE AZZURRO • DI CHE VIZIO SEI • JAS GAWRONSKI • PER LA STRADA • LA RUOTA DELLA FORTUNA • LA VALLE DEI PINI • UNOMATTINA • ELISABETTA GARDINI • COSÌ SCORRE • IL FIUME • IO CONFESSO • CIAO CIAO • CANTANDO CANTANDO • RIVEDIAMOLI • CUCINA GAMBAROTTA • GIORGIO BRACARDI • VIDEOBOX • IL MEDICO IN DIRETTA • CUORE E BATTICUORE • ANDREA BARBATO

Tutti gli stanno attorno. Pochi riusciranno ad afferrarlo.