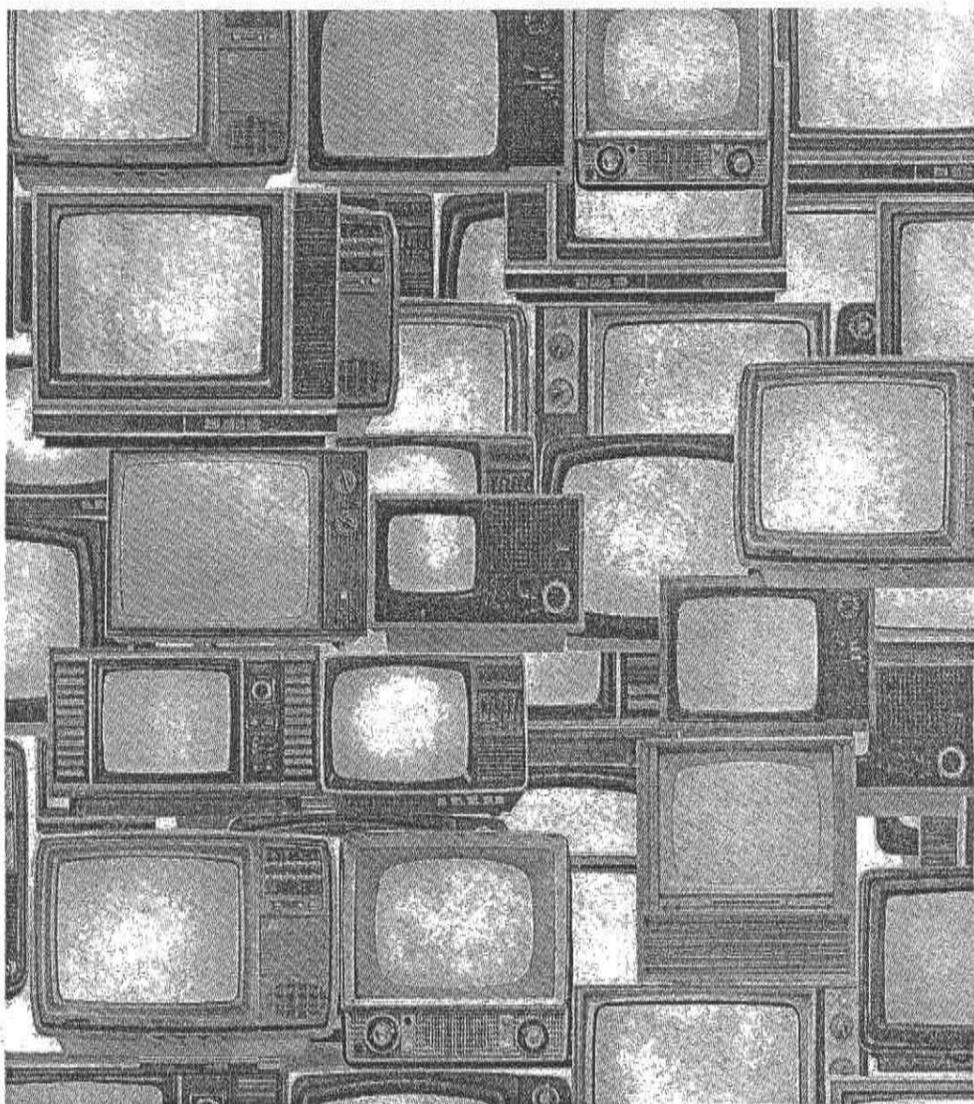




Dal 2010, anno del passaggio al digitale, gli schermi acquistati dagli italiani sono diminuiti di tre milioni. Effetto della crisi ma soprattutto dei nuovi modi di guardare film, serie e sport

TV

Sempre meno televisori lo show è online



ERNESTO ASSANTE
CARMINE SAVIANO

ROMA

LA TELEVISIONE SI È trasformata, adeguandosi ai tempi, restando l'unico simbolo del '900 ancora in vita. Ma il suo regno traballa: il televisore, centro del salotto e delle serate familiari, perde colpi. Perché l'oggetto del desiderio di generazioni di italiani non è più così desiderato: se ne vendono sempre meno. E negli ultimi quattro anni il crollo è certificato dai dati. Basta scorrere i numeri di Anitec, la sezione di Confindustria che si occupa di elettrodomestici. Il 2010 è l'anno dello *switch-off*, il passaggio al digitale: si vendono 7,2 milio-

hanno cambiato tutto il loro "parco macchine" e ora i numeri stanno ritornando alla normalità», dice Claudio Lamperti, vicepresidente Anitec. «C'è meno interesse per i piccoli schermi», dice Paolo Locatelli, *consumer electronic director* di Lg Italia. «I consumatori si rivolgono verso le grandi tv:

grazie alle nuove tecnologie, dall'ultra Hd agli schermi Oled, l'incremento delle vendite è costante: il 50% su base annua». La tv "smart" cresce, rappresenta la soluzione per un settore in affanno ma è comunque ancora lontana dal mettere solide radici.

Il calo delle vendite è un fenomeno

meno generalizzato: anche in Inghilterra nell'ultimo anno il segno è negativo, quantificato in 500 mila dispositivi venduti in meno. Ma c'è una caratteristica tutta italiana: l'erosione dei prezzi al consumo. Nei paesi europei economicamente più forti il prezzo medio che i consumatori sono

disposti a spendere per un televisore è di 500 euro. In Spagna si arriva a 400. In Italia siamo a 350 euro. Meno guadagni per produttori e rivenditori, più possibilità che le multinazionali che dominano il mercato decidano di spostarsi e delocalizzare le filiali italiane. In ogni caso il televisore sembra pro-

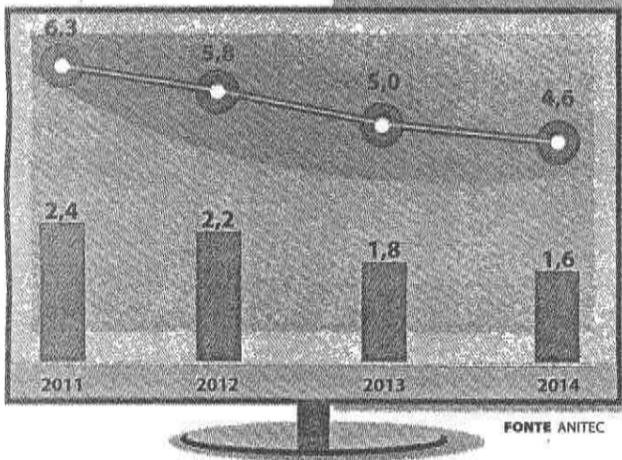
ter avere nuova vita solo se celebrerà definitivamente le nozze con la rete, spingendoci sempre più verso un consumo solitario. Addio al televisore come "caminetto" moderno davanti al quale si radunano la sera la famiglia e gli amici.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Addio al rito familiare, il consumo diventa sempre più solitario con i dispositivi elettronici

Le vendite in Italia

● Volume in milioni di pezzi
■ Valore in miliardi di euro



ni di televisori. Nel 2011 si scende a quota a 6,3 milioni. E le previsioni per il 2014 parlano di 4,6 milioni, nonostante l'effetto Mondiali di calcio. Insomma in quattro anni un crollo di 2,6 milioni di televisori su base annua. E tutto questo ha un corrispettivo in denaro: si passa dai 2,4 miliardi di spesa del 2011 all'1,6 stimato per l'anno in corso.

Il futuro è zero tv, come preannunciano gli apocalittici? Certamente no, di televisione se ne consuma tantissima, anche più che in passato, ma i modi del consumo sono cambiati, gli schermi si sono moltiplicati, Internet è diventato un canale non secondario, i contenuti viaggiano sempre più sugli schermi di pc, tablet e smartphone e l'alta definizione chiede televisori più grandi e costosi. «La diminuzione è fisiologica ed è dovuta allo *switch off*. I consumatori

Il prezzo medio di un televisore in Europa

