

Il mercato dei cd-rom

Sul mercato mondiale sarebbero disponibili (fine 1993) 3.597 titoli di cd-rom. Se teniamo presente che erano solo 48 nel 1986 (Fonte: Tfpl) vediamo quale crescita ha presentato nell'arco di 6-8 anni questo settore dell'editoria elettronica. Uno sviluppo da imputare ad almeno tre fattori:

— segmentazione dell'offerta verso prodotti in grado di coprire una maggiore varietà di bisogni informativi in campi professionali specifici; ad esempio alla fine del 1993 erano disponibili 194 prodotti bibliografici o relativi all'information science, 297 legislativi, 424 educativi, ecc.;

— lo sviluppo delle piattaforme tecnologiche e loro penetrazione nel mercato professionale e consumer;

— la riduzione dei costi di realizzazione: nel giro di 3-4 anni il costo medio di produzione di 1.000 copie di un cd-rom, inclusa la matrice, sarebbe passato dai 9-10 milioni di lire agli attuali 3-4.

All'agosto '92 sarebbero stati pubblicati in Europa da 453 aziende 1.177 titoli di cd-rom. Una concentrazione del settore tale da suggerire che quelli che da "editori" sono diventati "editori di cd-rom" lo hanno fatto fino ad oggi con una certa cautela: 37 editori (8,2 per cento delle aziende) hanno prodotto 372 titoli (31,6 per cento del catalogo totale), mentre le altre 416 aziende (91,8 per cento) hanno prodotto 805 titoli (68,4 per cento dell'offerta).

Gli editori fino ad ora sembrerebbero aver rinunciato a dare un forte slancio ai loro programmi di editoria elettronica (online ma anche su dischi ottici), focalizzandosi piuttosto sulla redazione e raccolta dei materiali informativi, trasferendo a terzi produzione e distribuzione del dischetto elettronico.

In Italia nel 1993 si stimava che i lettori di cd-rom installati fossero circa 85 mila, anche se alcune altre fonti elevano questa cifra a 150 mila. Un numero che colloca, a scelta, il mercato italiano al terzo o al secondo posto in Europa con previsioni di sviluppo molto promettenti; alla fine del 1994 si dovrebbero toccare i 200 mila lettori e i 500 mila tra 1995 e '96 (dunque con oltre 1-1,2 milioni di cd-rom venduti).

Il valore del mercato domestico dei cd-rom — esclusa la vendita o la cessione con le diverse formule commerciali (comodato, leasing, ecc.) dell'hardware — veniva stimato nel 1992 in 50 miliardi di lire. Ciò significa che rispetto all'anno precedente questo settore dell'editoria elettronica avrebbe fatto registrare un incremento del 19,0 per cento (era di 42 miliardi il suo giro d'affari nel 1991). Possiamo stimare che nel 1993 il fatturato si sia attestato tra i 58-64 miliardi di lire (sempre al netto di cessioni di hardware).

Per avere un dato di raffronto si può ricordare che il mercato dell'editoria elettronica on-line era nel 1991 pari a 780 miliardi, e nel 1992 di 930 (più 19,2 per cento). E che quindi in Italia la vendita di cd-rom rappresenta circa il 5-5,5 per cento del mercato dell'editoria elettronica professionale.

In Italia sarebbero attive in questo settore del mercato 38 aziende con 122 titoli. Il valore medio di 3,2 titoli per azien-

da che si ottiene indicherebbe una dimensione ancora medio-piccola delle imprese (ma in Europa è di 2,6). Gli editori di libri presenti direttamente in questo settore sono Giuffrè, Zanichelli, Ipsoa, Sole 24 ore. Altri lo sono indirettamente attraverso accordi di cessione a società di produzione e distribuzione.

Lettori di cd-rom installati in Italia, Europa, Stati Uniti, Asia: 1993

	<i>Europa</i>	<i>Altri paesi</i>
Stati Uniti		3.000.000
Regno Unito	185.000	
Germania	125.000	
Italia	85.000	
Francia	50.000	
Svezia	30.000	
Olanda	25.000	
Europa	600.000	600.000
Asia		1.400.000
Mondo		6.000.000

Fonte: InfoTech

Titoli di cd-rom disponibili: Europa

	<i>1991 Dicembre</i>	<i>1992 Agosto</i>
Regno Unito	186	394
Germania	123	169
Italia	98	122
Olanda	98	111
Francia	93	169
Altri paesi europei	100	212
Europa	698	1.177

Fonte: InfoTech

La distribuzione che fino a pochi anni addietro era limitata nel nostro paese alla sola vendita rateale (professionale), inizia a essere presente anche in punti vendita come computer shop, e alcune grandi librerie. Un cambio nelle logiche distributive — connesse a loro volta alla crescente penetrazione che hanno avuto in questi anni i personal computer anche in ambito domestico — che segnala la trasformazione in atto di questo prodotto elettronico dal mercato professionale a quello di consumo (con le sue varianti di Cd-I) ed educativo.

Giovanni Peresson