

## PRODOTTI CULTURALI E MEDIA: IL CONFRONTO DEI PREZZI IN EUROPA

- GRAN BRETAGNA, SPAGNA E ITALIA SONO IN GENERE I PAESI, FRA I 5-UE, IN CUI I PREZZI DEI PRODOTTI CULTURALI / EDITORIALI RISULTANO PIÙ ELEVATI. LA FRANCIA È IL PAESE IN CUI LA CULTURA COSTA MENO (-20% RISPETTO ALL'ITALIA SU VALORI CORRELATI AL PIL PRO-CAPITE).
- PER UNA DIETA CULTURALE APPENA SUFFICIENTE, LA SPESA ANNUALE DI UNA FAMIGLIA EUROPEA PUÒ OSCILLARE TRA 1.250 € E 1.700 € (A SECONDA DEL PAESE DI RESIDENZA). PER UNA DIETA MEDIALE PIÙ "RICCA", LA SPESA VARIA TRA 2.100 € E 2.800 € L'ANNO. A TALI SPESE VANNO PERÒ AGGIUNTE ANCHE QUELLE DI CONNESSIONE INTERNET E TELEFONIA (FISSA E MOBILE).

Se una famiglia residente in uno dei 5 principali Paesi europei volesse mantenere un livello di acquisizione anche solo medio-basso o appena sufficiente di prodotti medialti (cultura e intrattenimento) si troverebbe a spendere una cifra compresa fra 1.250 e 1.700 euro l'anno (a seconda del Paese di residenza).

Una dieta mediale veramente "spartana" o "misera" - composta dal canone TV, da soli quattro biglietti di cinema l'anno, da due CD-Audio e due DVD, da un quotidiano acquistato solo una volta a settimana, da un settimanale acquistato circa una volta al mese, da un mensile acquistato saltuariamente, da un videogioco e da due libri best seller - comporta un esborso variabile tra 400 e 500 euro l'anno.

Una dieta mediale più "ricca" - composta dal canone TV, da venti biglietti di cinema l'anno, da dodici CD-Audio e dodici DVD, da un quotidiano, un settimanale ed un mensile acquistati con regolarità durante l'anno, alcuni videogiochi l'anno, da otto libri best seller e dall'abbonamento alla Pay TV annuale, con pacchetto "premium" - comporta un esborso, quantificabile tra 2.100 e 2.800 euro l'anno. Tutto ciò senza contare però le altre spese culturali (musei, teatri, concerti), i libri scolastici, le spese in telefonia fissa e mobile, accesso a Internet etc.

Il confronto fra i prezzi dei singoli prodotti medialti mette in evidenza come, in genere, Gran Bretagna, Spagna e Italia siano i Paesi con i prezzi più elevati. Ci sono naturalmente eccezioni: il canone radiotelevisivo pubblico italiano ad esempio è molto basso rispetto a quello di Germania e Gran Bretagna, ed il prezzo dei quotidiani in Germania è invece tra i più alti d'Europa. Il costo della Pay TV in Francia è il più basso in Europa.

Il caro-prezzi dei prodotti medialti ha generato fra gli utenti la ricerca di soluzioni alternative agli acquisti cosiddetti "premium". Molte di queste soluzioni sono definibili "anti-editoriali" come la pirateria o il *file sharing*. Inoltre vanno definendosi nuovi modelli di business per l'offerta di prodotti a costi più contenuti o a titolo gratuito come nel caso della *free press*. Aumentano le soluzioni alternative, le offerte scontate e le promozioni ma il contenuto "premium" rimane caratterizzato da costi elevati.

Confronto tra i prezzi di alcuni prodotti culturali e medialti nei 5-UE	Unità	FR	DE	UK*	IT	ES
Canone radiotelevisivo pubblico	1	116	204	177	100	-
Biglietto per un film in prima visione (sala multiplex)**	1	9	7	16	8	6
Canone annuale Pay TV (intera offerta premium)	1	467	516	835	684	610
CD Audio (album titolo novità)	1	19	20	22	19	17
DVD (film titolo novità)	1	20	20	34	19	18
Videogioco per Playstation 2 (titolo novità)	1	62	52	58	53	60
Videogioco Game Boy Advanced (titolo novità)	1	45	43	51	45	45
Quotidiano d'informazione (con l'esclusione dei "popolari")	1	1,13	1,67	0,88	0,90	1,00
Settimanale d'attualità	1	2,90	3,40	3,83	2,80	3,00
Libro Best Seller novità (Harry Potter 6 Children Edition)	1	26	16	17	27	26
Mensile femminile	1	2,50	3,30	3,65	3,00	3,00

Fonte: E-Media Institute - Note: \* I prezzi per la Gran Bretagna sono in euro (cambio EUR/GBP= 0,6853 aggiornato al primo semestre 2005); \*\* Viene considerato il prezzo unitario non ridotto in orario serale nelle sale multiplex delle grandi città.

Per ogni informazione e per altri dati sulla ricerca, contattare e-Media Institute: 02 6269 5285 / 5331 - [press@e-mediainstitute.com](mailto:press@e-mediainstitute.com).