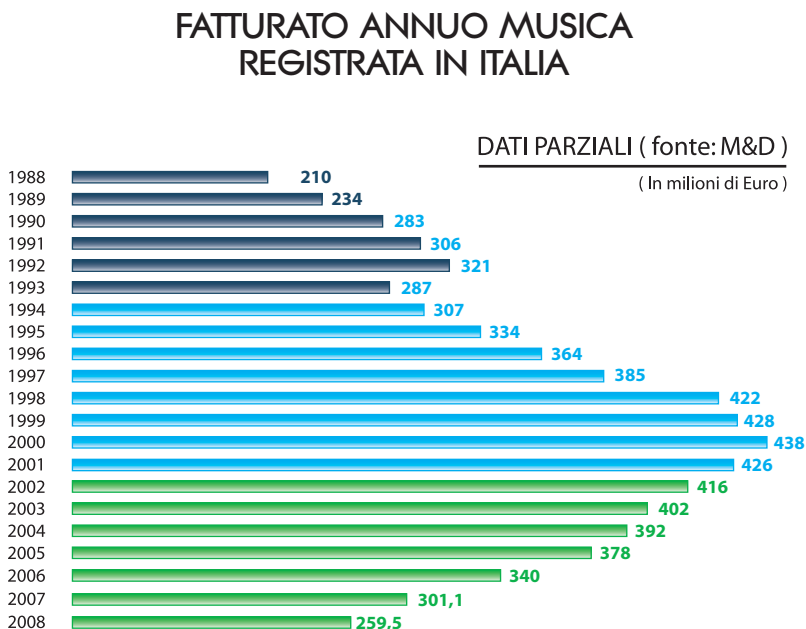


A meno 13,8% il calo del mercato in Italia nel 2008: l'opinione degli operatori

La tabella dei fatturati (comprensivi di supporti fisici e vendite digitali) del mercato fonografico in Italia dal 1988 a oggi: cifre elaborate in base alle dichiarazioni delle aziende distributrici. (fonte: M&D)



Nuova doccia fredda per l'industria musicale italiana, all'appuntamento di febbraio con il rapporto sulle vendite 2008: se lo scorso anno la flessione era stata dell'11,5%, questa volta scende ulteriormente (a -13,8% sui dati 2007) registrando un fatturato di 259,5 milioni di Euro contro i 301,1 dell'anno precedente. Le cifre che pubblichiamo in queste pagine sono il frutto di un nostro monitoraggio presso i distributori – majors e indipendenti – e do-

nales (68% contro il 62% dello scorso anno) rispetto al prodotto straniero. Passando ad esaminare il dettaglio delle vendite in termini di unità vendute, da rilevare un decremento del 9,2% per ciò che concerne i Cd Album, meno accentuato rispetto ai valori 2007 (che vedevano un -16,3% in tale ambito), ma un crollo particolarmente pesante riguardo sia i Cd Singoli, ridotti a 400 mila unità (-68,0%), sia i Dvd musicali, complessivamente 1,9 milioni di pezzi contro i 3,5

Dvd; una via che intendiamo seguire e potenziare". "Che le vendite del singolo in versione fisica siano in pratica inesistenti è innegabile – aggiunge Giuseppe Dominici, Executive Director Commercial **Sony Music** – tanto che, paradossalmente, si potrebbe dire che stanno per essere superate dalle vendite del vinile: le prospettive del digitale, sia nel campo dei singoli sia in quello degli album, sono invece molto più interessanti".

"D'altra parte, per ora, la crescita del digitale non compensa ancora la flessione del fisico – commenta Fulvio Omegna, VP Commercial **EMI Music Italy** – anche se alcune aziende, su quest'ultimo fronte, dichiarano risultati relativamente ottimistici: ma probabilmente si riferiscono ai dati di sell in, mentre è il sell out ad avere l'ultima parola". "La differenza – afferma Massimo Battaglia, direttore Commerciale/Strategic/Mew Media & Mobile **Universal Music Italia** – in realtà la fa il prodotto, perché la qualità paga: il problema è che sta cambiando il target, oggi sul pubblico adulto si può ancora fare affida- ▶

E' ANCORA FLESSIONE

vanno essere confrontate con altre fonti (Fimi, ma soprattutto Siae: che tuttavia diffonderà il proprio rapporto solo dopo l'estate), ma fin d'ora sono indicative delle tendenze del mercato italiano. Mercato che vede un sensibile calo per ciò che riguarda il fatturato dei supporti fisici (ormai identificabili solo con i Cd Album), ridottosi a 233,0 milioni di Euro contro i 276,5 milioni del 2007 – ovvero -15,8% – mentre registra una crescita dell'8,1% sul versante delle vendite digitali: queste ultime, pur rappresentando il 10,2% del totale (con un fatturato di 26,5 milioni di Euro contro i 24,6 milioni del 2007) tuttavia non sono sufficienti a compensare il bilancio negativo dell'industria.

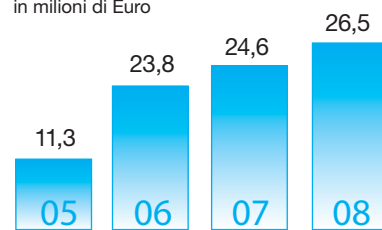
Da segnalare, sempre sul fronte digitale, il crollo del mobile – oggi sceso al 24% del totale, mentre nel 2007 costituiva il 60% nella ripartizione – rispetto alla Rete. Massiccio aumento, inoltre, del prodotto nazio-

milioni del 2007, dunque con un calo del 45,0%: motivo che ci ha indotto a non includerli più nella tabella generale dei supporti venduti riportata in questo Speciale, così come era avvenuto qualche anno fa per i mix e, prima ancora, per gli album in vinile; la débacle di singoli e Dvd ha influito evidentemente, in termini numerici, sul totale dei pezzi venduti: complessivamente 29,2 milioni contro i 34,6 del 2007, ovvero un calo del 15,4%.

I commenti delle majors sulla situazione sono concordi nell'esprimere preoccupazione, anche se si cerca di fare buon viso a cattivo gioco. "Abbiamo scelto di rinunciare a pubblicare Cd singoli – dichiara Massimo Giuliano, presidente **Warner Music Italy** – perché le quantità vendute erano diventate irrisorie e ormai i titoli si vendono solo in digitale, mentre a fronte del calo del Dvd abbiamo ottenuto buoni risultati con il supporto fisico che abbina Cd Album e

FATTURATO VENDITE DIGITALI IN ITALIA

DATI PARZIALI
(Fonte: M&D)
in milioni di Euro



LE CIFRE DI VENDITA

Riportiamo nelle tabelle i titoli degli album e dei Dvd musicali che hanno venduto il maggior numero di copie sul mercato nazionale nel corso del 2008, in base alle dichiarazioni fornite da parte delle principali case distributrici. I dati sono aggiornati al 31 dicembre 2008.

ALBUM

	Copie
SAFARI - Jovanotti (Universal/Mercury)	500.000
IL MONDO CHE VORREI - Vasco Rossi (EMI)	500.000
PRIMAVERA IN ANTICIPO - Laura Pausini (Warner)	400.000
GAETANA - Giusy Ferreri (Sony Music)	350.000
NON TI SCORDAR MAI DI ME - Giusy Ferreri (Sony Music)	300.000
ALLA MIA ETÀ' - Tiziano Ferro (EMI)	280.000
IL CIELO HA UNA PORTA SOLA - Biagio Antonacci (Sony Music)	280.000
SECONDO TEMPO - Ligabue (Warner)	270.000
L'ANIMALE - Adriano Celentano (Clan) Sony Music	200.000
SPIRITO LIBERO - Giorgia (Dischi Di Cioccolata) Sony Music	190.000
PIU' DI ME - Ornella Vanoni (Sony Music)	190.000
QUESTO SONO IO - Gigi D'Alessio (GGD) Sony Music	180.000
HARD CANDY - Madonna (Warner)	170.000
VIVA LA VIDA - Coldplay (EMI)	150.000
BLACK ICE - AC/DC (Sony Music)	150.000
BEAT REGENERATION - Poooh (Warner)	140.000
FLEURS 2 - Franco Battiato (Universal)	120.000
HIGH SCHOOL MUSICAL 3 - Vari (EMI)	120.000
IL MOVIMENTO DEL DARE - Fiorella Mannoia (Sony Music)	120.000
BEST 1989-2000 - Biagio Antonacci (Universal)	110.000
CANZONI PER NATALE - Irene Grandi (Warner)	105.000
CHINESE DEMOCRACY - Guns 'N Roses (Universal)	105.000
MAMMA MIA THE MOVIE! - Vari (Universal)	105.000
BACK TO BLACK - Amy Winehouse (Universal)	100.000
INCANTO - Andrea Bocelli (Sugar) Warner	100.000
SAN SIRO LIVE - Negramaro (Sugar) Warner	100.000
SPIRIT - Leona Lewis (Sony Music)	100.000
I LOVE YOU MORE LIVE - Mario Biondi (Live Tour) Edel	90.000
MI FACCIO IN TRE - Pino Daniele (Sony Music)	90.000
EVOLUTION - Giovanni Allevi (Sony Music)	90.000
LIBERI DA SEMPRE - Sonohra (Sony Music)	85.000
EFFEDIA - Fabrizio De André (Sony Music)	80.000
FESTIVALBAR BLU 2008 - Vari (Warner)	80.000
SUPERSANREMO 2008 - Vari (Sony Music)	80.000
ZECCHINO D'ORO 51ma EDIZIONE - Vari (Sony Music)	80.000
ACCHIAPPANUVOLE - Mango (Sony Music)	70.000
ACCELERATE - R.E.M. (Warner)	70.000
ANCORA... GRAZIE A TUTTI - Gianni Morandi (Sony Music)	70.000
AMICI/TI BRUCIA - Vari (Warner)	70.000
TI RINCONTRERO' - Marco Carta (Warner)	70.000
DIG OUT YOUR SOUL - Oasis (Sony Music)	70.000
E2 - Eros Ramazzotti (Sony Music)	70.000
PER BREVITA' CHIAMATO ARTISTA - Francesco De Gregori (Sony Music)	70.000
METAMORFOSI - Raf (Sony Music)	70.000
PSICHE - Paolo Conte (Universal/Platinum)	65.000
BEST 2001-2007 - Biagio Antonacci (Universal)	65.000
JOY - Giovanni Allevi (Sony Music/Bollettino)	60.000
AND WINTER CAME... - Enya (Warner)	60.000
CAMP ROCK - Vari (EMI)	60.000
DA SOLO - Vinicio Capossela (Warner)	60.000
DEATH MAGNETIC - Metallica (Universal)	60.000
BEST 1989-2007 - Biagio Antonacci (Universal)	60.000
NEL MONDO DELLE DONNE - Anna Tatangelo (GGD) Sony Music	60.000
SAFE TRIP HOME - Dido (Sony Music)	60.000
DALLA PELLE AL CUORE - Antonello Venditti (Sony Music)	60.000

ALBUM DIGITALI

	Download
IL MONDO CHE VORREI - Vasco Rossi (EMI)	30.000
VIVA LA VIDA - Coldplay (EMI)	20.000
SAFARI - Jovanotti (Universal/Mercury)	15.000
NON TI SCORDAR MAI DI ME - Giusy Ferreri (Sony Music)	14.093
GAETANA - Giusy Ferreri (Sony Music)	11.257
BACK TO BLACK - Amy Winehouse (Universal)	7.000
HARD CANDY - Madonna (Warner)	5.774

DVD MUSICALI

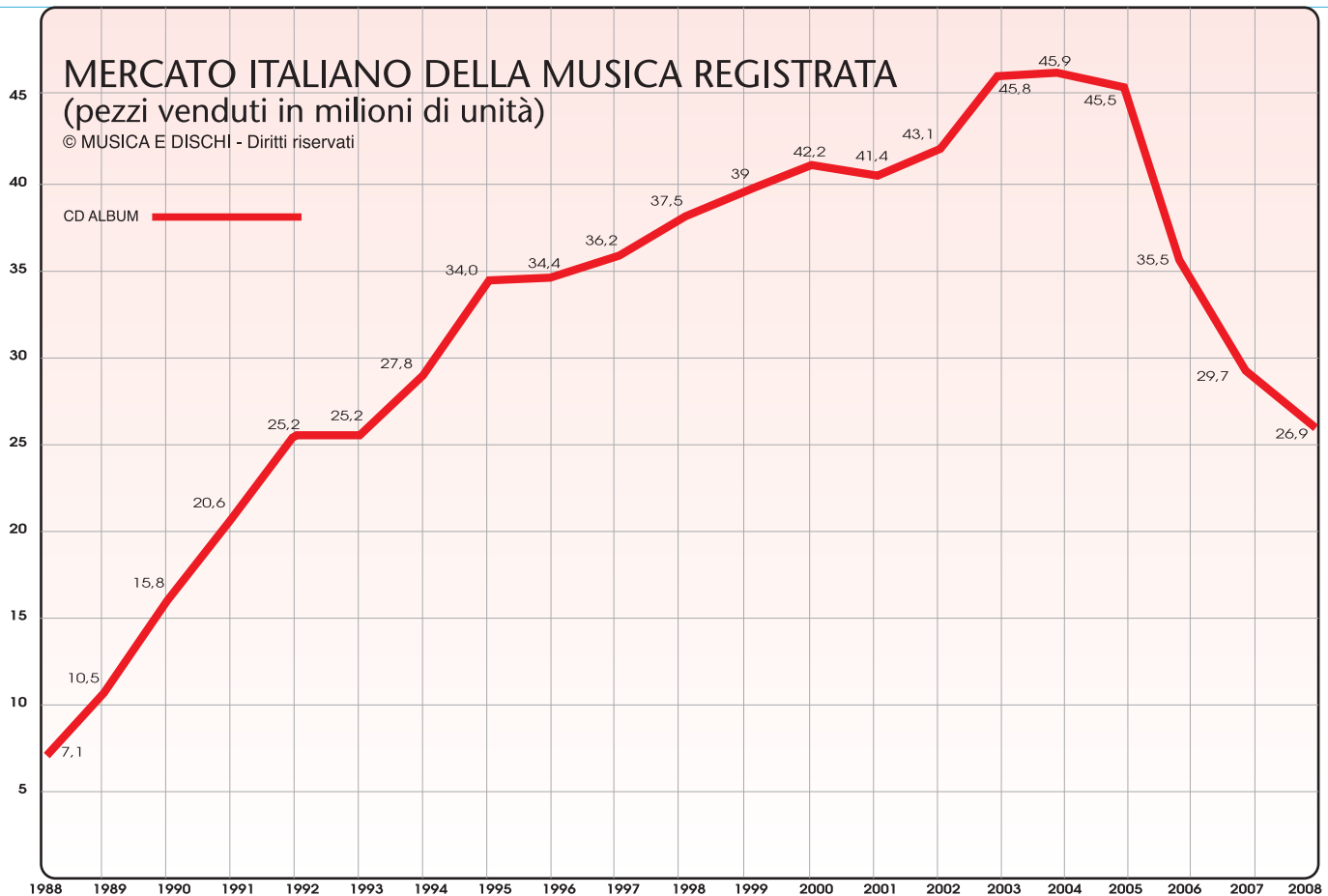
	Copie
YUPPI DU - Adriano Celentano (Clan) Sony Music	35.000
CANTO PERCHE' NON SO NUOTARE - Massimo Ranieri (Edel)	21.000
CAUGHT ON CAMERA - Tokio Hotel (Universal)	20.000
EFFEDIA - Fabrizio De André (Sony Music)	20.000
LIVE IN ROME - Genesis (EMI)	15.000
ZERO 40 LIVE - Renato Zero (Universal)	11.000
IL NOSTRO CANTO LIBERO - Lucio Battisti (Sony Music)	10.000
A L'OLYMPIA - Gigi D'Alessio (GGD) Sony Music	10.000

► mento, mentre è difficile coinvolgere i ragazzi sotto i 16 anni: le giovani generazioni non comprano”.

Sul valore reale della flessione del mercato 2008 la stima da noi indicata (- 13,8%) è ritenuta attendibile, assai più di quanto lo sia quella diffusa da Nielsen elaborata in base a indagini-campione (intorno al 22% in meno rispetto al 2007): “Probabilmente – afferma Salvatore Monteleone, Business Development Director Warner Music Italy – i loro dati sono influenzati dal panel di riferimento, che non corrisponde più all'attuale realtà del mercato: so, tuttavia, che proprio in questo periodo la società sta aggiornando la composizione del campione, e spero che si possano avere per il futuro delle cifre al riparo da ogni contestazione”. “E' il sistema del mercato nel suo complesso – replica Marco Alboni, Head of A&R and Chairman EMI Music Italy – ad essere in ritardo, in Italia, rispetto agli altri paesi: basti guardare, ad esempio, le dimensioni limitate del mercato digitale, tramite stores ancora lontani dal raggiungere l'offerta, oltre che i risultati, dei mercati esteri”.

“Ma è anche in atto un profondo cambiamento – precisa Rudy Zerbi, President & Managing Director Sony Music – per ciò che riguarda i modelli: fino a ieri la Tv aveva un peso ridottissimo nel trainare successi, oggi la situazione si è ribaltata e proprio grazie ad alcuni programmi televisivi molti giovani riescono a emergere”. “Però i grandi numeri continuano a essere fatti dai grandi nomi – ribatte Alessandro Massara, direttore Divisione Domestica Universal Music Italia – e se il nostro gruppo ha potuto contare su un'annata che non esito a definire strepitosa è stato grazie all'album di Jovanotti, un album 'adulto' destinato a un pubblico adulto, che tuttavia ha incontrato un eccellente favore anche fra i giovani”. “C'è da dire – aggiunge Marco Alboni – che il repertorio italiano è comunque oggi in forte crescita, sia per numero di uscite sia per qualità, anche se il catalogo internazionale continua ad essere fondamentale come presidio nel midprice, soprattutto nelle grandi catene”. “Lo scorso anno – nota ancora Massimo Giuliano – è stata singolare, per ciò che riguarda il calo nel repertorio internazionale, la concentrazione delle vendite sui diversi singoli di un artista, anzi che sull'album: probabilmente la ragione è da cercarsi in una minore fidelizzazione del pubblico nei confronti degli artisti esteri”.

Pareri raccolti – e riportati qui in ordine sparso – nel corso della nostra panoramica sul consuntivo del 2008, a pochi giorni dalla chiusura dei bilanci (almeno secondo l'anno solare, poiché per molti gli anni fiscali hanno tempistiche differenti), dopo un Natale – il periodo in cui maggiormente si concentrano le vendite annuali – tutto sommato abbastanza soddisfa- ►



► cente per la nostra discografia, anche se probabilmente inferiore ai risultati del 2007. Attendiamo comunque di confrontare i dati che riportiamo in queste pagine con quelli forniti dalle altre fonti, per una verifica che possa dire l'ultima parola sull'esito dell'annata appena conclusa. E aggiungiamo al nostro Speciale i dati forniti dalle diverse aziende – majors e indipen-

denti – in merito alle vendite dei titoli di maggiore successo, sia in versione fisica sia in versione digitale, nel corso del 2008: tabelle che negli scorsi anni pubblicavamo in margine al riepilogo delle classifiche, nel nostro numero di gennaio, e che sono slittate in questo numero a più ricco corredo delle cifre esposte nel bilancio generale. (dl)

accorpate ad altre”, afferma Eugenio Cervi, direttore commerciale di Venus. Izzo evidenzia un difficile rapporto con i negozi tradizionali: “Noi siamo nati per recuperare quei clienti che le multinazionali non trattano più ma ci siamo pentiti perché ci chiedono condizioni impossibili da accontentare. Ora siamo bene introdotti nelle catene come Feltrinelli, Mondadori, Fnac e, tramite Giucar, Mediaworld. Intanto abbiamo tenuto una cinquantina di negozi di musica classica e gli altri li forniamo solo se acquistano direttamente titoli specifici”. Per ottenere dei risultati soddisfacenti dalla musica digitale la strada è ancora lunga: “Siamo molto contenti di avere fatto un accordo con Kiver per la gestione del nostro catalogo – dichiara Franchini – ma il digitale rappresenta ancora un aspetto molto marginale in termini di fatturato. C'è un piccolo aumento sul fronte del download attraverso iTunes, per contro diminuiscono le entrate dalle suonerie. La scelta di Apple di togliere il DRM potrà favorire lo sviluppo di questo settore ma questa iniziativa, insieme allo sforzo delle case discografiche, non possono bastare a fronteggiare la pirateria”. “Non tutti i dischi che distribuiamo su supporto fisico vengono da noi gestiti anche sulle piattaforme digitali – spiega Cervi – ma, tenendo sempre conto che stiamo parlando di numeri molto bassi, nel 2008 è raddoppiato il nostro fatturato proveniente dal digitale”. Izzo evidenzia il fatto che, se sul fronte del fisico Deltadischi non ha avuto quest'anno successi paragonabili a quelli degli scorsi anni (a parte “Madre terra” dei Tazenda che ha totalizzato più di 42 mila copie e “Parole nuove” di Matteo Branciamore che ha venduto più di 31 mila copie), i risultati non soddisfacenti ►

In attesa del recupero

Indipendenti e catene specializzate a confronto

Per i distributori indipendenti il 2008 è stato in generale un anno negativo. Come abbiamo ribadito in altre occasioni, per queste aziende sono spesso singoli titoli o singole etichette acquisite o perse a fare la differenza. “E' stato un anno difficile perché nel 2007 avevamo perso etichette internazionali importanti come Sanctuary e V2 e l'effetto sul fatturato si è fatto sentire nel 2008”. A parlare è Paolo Franchini, presidente di **Edel**, che aggiunge: “Fortunatamente abbiamo compensato in parte quella mancanza con del repertorio italiano di qualità, come il live di Mario Biondi che ha venduto 90 mila copie e il Dvd di Massimo Ranieri (21 mila copie)”. Pasquale Izzo, direttore di gestione di **Deltadischi**, parlando del fattura-

to dell'anno appena concluso dichiara: “C'è stato un incremento sul fronte della musica classica, ma i risultati provenienti dalla leggera sono stati molto negativi. Questo perché vengono confrontati con quelli relativi al 2007, anno che era andato bene grazie all'album dei Tazenda”. Mentre due anni fa era stato il settore dell'ingrosso a trainare il fatturato della **Venus**, nel 2008 i dischi in distribuzione esclusiva hanno tamponato le perdite della vendita di dischi all'ingrosso. “Abbiamo avuto titoli molto importanti come Davide van De Sfroos (35 mila copie), Bandabarò (20.000) e Max Gazzè (16.000), utili a recuperare in parte il decremento dovuto alla perdita di alcuni clienti come piccole catene di supermercati che si sono

LE CIFRE DI VENDITA

Riportiamo nelle tabelle i titoli dei singoli che hanno ottenuto maggiori vendite in formato digitale sul mercato nazionale nel corso del 2008, in base alle dichiarazioni fornite da parte delle principali case distributrici. I dati sono aggiornati al 31 dicembre 2008.

SINGOLI DIGITALI

A TE - Jovanotti (Universal/Mercury)	Download 300.000
NON TI SCORDAR MAI DI ME - Giusy Ferreri (Sony Music)	286.859
NOVEMBRE - Giusy Ferreri (Sony Music)	121.881
BLEEDING LOVE - Leona Lewis (Sony Music)	121.673
DON'T STOP THE MUSIC - Rihanna (Universal)	105.000
APOLOGIZE - Timbaland (Universal)	100.000
NO ONE - Alicia Keys (Sony Music)	87.109
GIVE IT 2 ME - Madonna (Warner)	78.863
4 MINUTES - Madonna (Warner)	77.561
MERCY - Duffy (Universal)	70.000
DALLA PELLE AL CUORE - Antonello Venditti (Sony Music)	69.578
BACK TO BLACK - Amy Winehouse (Universal)	65.000
IL MIO AMICO - Anna Tatangelo (Sony Music)	58.451
BETTER IN TIME - Leona Lewis (Sony Music)	56.405
FANGO - Jovanotti (Universal)	55.000
AMERICAN BOY - Estelle (Warner)	54.632
NIENTE PAURA - Ligabue (Warner)	53.483
CI PARLIAMO DA GRANDI - Eros Ramazzotti (Sony Music)	51.799
BADABUM CHA CHA - Marracash (Universal)	50.000
LOVE SONG - Sara Bareilles (Sony Music)	48.307
L'AMORE - Sonohra (Sony Music)	45.000
SWEET ABOUT ME - Gabriella Cilmi (Universal)	45.000
COLPO DI FULMINE - Giò Di Tonno & Lola Ponce (Sony Music)	42.699
TEAR DOWN THESE HOUSES - Skin (Sony Music)	41.210
IL MONDO CHE VORREI - Vasco Rossi (EMI)	40.000
DON'T BELIEVE IN LOVE - Dido (Sony Music)	36.973
NON SIAMO SOLI - Eros Ramazzotti & Ricky Martin (Sony Music)	35.258
IL SOLITO SESSO - Max Gazzé (OTR)	35.000
IL CENTRO DEL MONDO - Ligabue (Warner)	32.239
WORK - Kelly Rowland (Sony Music)	31.386
ALLA MIA ETA' - Tiziano Ferro (EMI)	30.000
WONDERFUL LIFE - Zuccherò (Universal)	30.000
IN ITALIA - Fabri Fibra (Universal)	30.000
SUICIDIO D'AMORE - Gianna Nannini (Universal)	30.000
CLOSER - Neyo (Universal)	30.000
VIVA LA VIDA - Coldplay (EMI)	30.000
I'M YOURS - Jason Mraz (Warner)	26.293
NEW SOUL - Yael Naim (Warner)	25.560
IL TEMPO TRA DI NOI - Eros Ramazzotti (Sony Music)	25.317
I KISSED A GIRL - Katy Perry (EMI)	25.000
IL CIELO HA UNA PORTA SOLA - Biagio Antonacci (Sony Music)	24.847
WE CRY - The Script (Sony Music)	24.156
SCUSA MA TI CHIAMO AMORE - Sugarfree (Warner)	23.703
GREAT DJ - The Ting Tings (Sony Music)	23.066
OSSIGENO - Raf (Sony Music)	23.061
TOUCH MY BODY - Mariah Carey (Universal)	20.000
WOW UNA STAR COSI' VERA - Luca Butera (Blu & Blu)	20.000
LO SO CHE FINIRA' - Anna Tatangelo (Sony Music)	18.516
SUPERAMORE - Gigi D'Alessio (Sony Music)	18.046
SUPERNATURAL SUPERSERIOUS - R.E.M. (Warner)	19.838
1973 - James Blunt (Warner)	19.464
SONO COME TU MI VUOI - Irene Grandi (Warner)	19.349
COME MUSICA - Jovanotti (Universal)	18.000
CAMMINA NEL SOLE - Gianluca Grignani (Universal)	18.000
SAFARI - Jovanotti (Universal)	18.000
MADRE TERRA - Tazenda (Deltadischi/Radorama)	18.000
BUONANOTTE ALL'ITALIA - Ligabue (Warner)	16.971
EPPURE MI HAI CAMBIATO LA VITA - Fabrizio Moro (Warner)	16.783
DESTINAZIONE PARADISO - Laura Pausini	15.006
BLACK AND GOLD - Sam Sparro (Universal)	15.000
WOMANIZER - Britney Spears (Sony Music)	14.875
INDIMENTICABILE - Antonello Venditti (Sony Music)	13.650
THE SIMPSON THEME - Green Day (Warner)	13.284
REMEDIOS - Giusy Ferreri (Sony Music)	12.075
CADE LA PIOGGIA - Negramarò (Sugar, Warner)	11.524
VITA TRANQUILLA - Tricarico (Sony Music)	11.081
PAZZA INTER - I Giocatori dell'Inter (Sony Music)	11.005
DORMI AMORE - Adriano Celentano (Sony Music/Clan)	11.002
PIECE OF ME - Britney Spears (Sony Music)	11.002
ALL SUMMER LONG - Kid Rock (Warner)	10.990
MERAVIGLIOSO - Negramarò (Sugar, Warner)	10.740
IL MIO PENSIERO - Ligabue (Warner)	10.045
CRY - Novecento (Nicolosi)	10.000
MAMMA MIA - Vari (Universal)	10.000

► si sono riflessi anche in ambito digitale. Negozi e catene specializzate, circuiti di elettronica di consumo ed edicole restano i canali principali di vendita del prodotto fisico. Gli operatori interpellati sembrano abbastanza soddisfatti anche dei risultati ottenuti dall'e-commerce.

E i negozianti? Abbiamo chiesto a due delle più importanti catene di comunicarci quali risultati ha ottenuto il comparto musicale. "Nel 2008 il nostro fatturato musicale è diminuito – spiega Giovanni Chiapparini, buyer musica leggera di Feltrinelli – ma meno della perdita del mercato. Questo perché negli ultimi anni abbiamo investito nel settore dello sviluppo ristrutturando o aprendo nuovi negozi. Lo scorso dicembre abbiamo ristrutturato il megastore di Palermo e aperto per la prima volta un punto vendita a Bergamo. Nel 2009 apriremo altri grossi megastores presso le più importanti stazioni ferroviarie. Il primo sarà Napoli e poi seguirà quello di Milano. Facendo leva sulla 'multimercologia' tipica di Feltrinelli, riusciamo a tenere più alto l'interesse della clientela nei confronti dei nostri negozi e di conseguenza a ridurre le perdite nel settore musicale. Un ruolo importante ha la fidelizzazione del cliente: la nostra tessera, che offre promozioni, ha una diffusione molto elevata e contribuisce a legare i clienti al nostro marchio. Gli spazi della musica tendono a ridursi, questa è una semplice logica dell'andamento del mercato, ma deve essere chiaro che la nostra azienda sostiene con forza questo settore". Maurizio Motta, direttore commerciale di Media Market, afferma: "Il mutamento dei comportamenti in ambito musicale da parte dei consumatori non si è avvertito solo nell'ultimo anno, ma è iniziato da circa un lustro con l'introduzione sul mercato dei primi mp3. Detto questo sicuramente lo spazio dedicato ai Cd è stato ridotto. Tuttavia l'offerta del catalogo è pur sempre significativa: e nel 2008 abbiamo aperto 6 nuovi stores su tutto il territorio nazionale (4 Media World e 2 Saturn)". Da un paio di anni entrambe le società hanno introdotto uno spazio dedicato al vinile, supporto che, pur vendendo numeri bassi, è in crescita. "Da metà 2007 Media World e Saturn hanno dedicato spazi alla vendita dei vinili. Tale iniziativa ha saputo ritagliarsi un ruolo di nicchia, ma ad elevato valore aggiunto in termini di innovazione e presentazione delle novità – dichiara Motta – Inoltre, ha portato un buon livello di 'cross merchandising' con le apparecchiature come giradischi con trasferimento dati dalle chiavette USB e puntine analogiche". Chiapparini conferma: "E' un settore in crescita, importante anche a livello di immagine: ha la capacità di attirare clienti più esigenti". Media World ha recentemente rilanciato il suo sito di downloading digitale: "La libreria di titoli online è più ampia per ragioni logistiche, una occupa spazio, l'altra no. Per esempio la musica classica è poco presente nei punti vendita, mentre l'online possiede uno dei più grandi cataloghi di questo genere. La massima integrazione fra i due settore si ottiene con la vendita delle tessere 'net music' ovvero le carte prepagate acquistabili nei nostri punti di vendita utilizzabili per caricare musica. Inaugurato un anno fa, anche Feltrinelli ha un suo sito di e-commerce ma è ancora presto per fare bilanci. A proposito di vendita di musica digitale Fernando Mantovani, direttore de lafeltrinelli.it, afferma che al momento non ci sono i presupposti di business per attivare questo servizio. (kds)