

2010: L'ANNO DEI "RECORD" DIGITALI. EPPURE

20 milioni di famiglie in possesso del decoder digitale terrestre (ormai quattro famiglie italiane su cinque). 3 milioni di ricevitori venduti nel solo mese di dicembre (primato storico di sempre). Oltre il 60% di consumo televisivo attraverso il digitale terrestre (con gli spettatori "solo" analogici che sono ormai meno del 25%). E il tempo dedicato alla TV che cresce in tutte le Regioni digitalizzate proprio grazie alle nuove offerte digitali. Il consuntivo italiano digitale del 2010 è decisamente da record. Eppure...

Eppure, nonostante i risultati conseguiti e le nuove sfide strategiche che si avvicinano (si veda il mini dossier sulle prime esperienze di Over-The-Top Television), vi sono ancora alcune timidezze rispetto alla conclusione definitiva del passaggio al digitale nel nostro Paese. Timidezze che derivano da difficoltà oggettive legate allo svolgimento della gara per l'assegnazione della banda 800 agli operatori telefonici e dalla conseguente liberazione da parte delle emittenti locali delle corrispondenti frequenze in contemporanea agli ultimi switch-off. Eppure, al contrario, questa potrebbe essere un'occasione storica, nello stesso interesse delle TV locali, per dare un nuovo assetto allo stesso settore rendendolo più competitivo, più fruibile dagli spettatori e fondato, oltre che sull'irrinunciabile pluralismo, anche sulle reali dimensioni di impresa e qualità delle offerte. Eppure, il riassetto di questo settore, potrebbe essere un ulteriore elemento positivo, anziché penalizzante, che proprio l'ingresso nel mondo digitale consente.

Nella convinzione che l'impegno responsabile di tutti, istituzioni e operatori, riesca a superare anche questo impegnativo passaggio. Esattamente come gli altri, altrettanto difficili, che abbiamo affrontato finora.

SOMMARIO

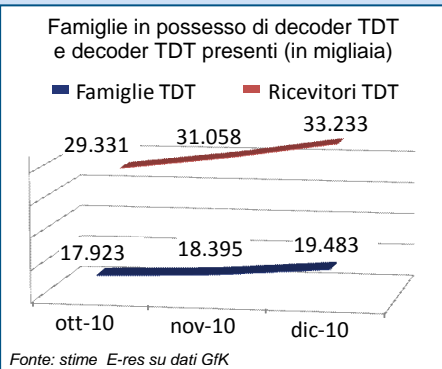
- ➔ GLI ULTIMI DATI DEL DIGITALE TERRESTRE IN ITALIA1
- ➔ GLI ASCOLTI DEL DIGITALE TERRESTRE 2
- ➔ CNID : PRESENTATO IL NUOVO CALENDARIO 2011/2012 PER IL PASSAGGIO ALLA TV DIGITALE..... 2
- ➔ ANALISI: IL PRIMO SVILUPPO DELLA OVER-THE-TOP TV3
- ➔ FRANCIA: SWITCH-OFF COMPLETATO IN TRE REGIONI.....3
- ➔ UK: OTTIMA PARTENZA PER FREEVIEW HD4

LA DIFFUSIONE

79% DI FAMIGLIE CON LA TDT

Secondo i dati E-Res, nel mese di dicembre 2010 le famiglie dotate di TDT (almeno un decoder nella residenza principale) salgono a 19.483.000, con una crescita di oltre 1 milione di unità rispetto al mese di novembre e di circa 3,8 milioni dall'inizio del 2010. A livello nazionale, la penetrazione della TDT sale così al 79,1% del totale famiglie a fine dicembre.

Nel mese di dicembre 2010 si registra una forte crescita del numero dei ricevitori TDT presenti nelle famiglie, che raggiunge il valore di 33.233.000. Oltre al picco delle vendite natalizie, la crescita di dicembre è stata trainata dal completamento degli switch-off del Nord Italia.

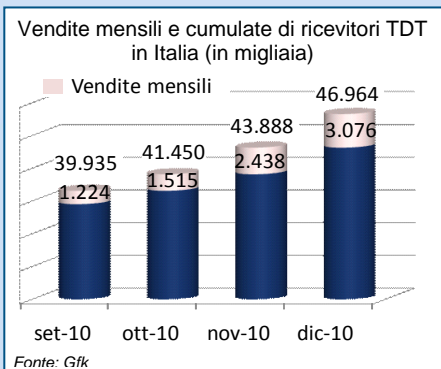


LA VENDITA DI APPARATI

3 MILIONI DI PEZZI A DICEMBRE

Nel mese di dicembre 2010, grazie al traino degli switch-off del Nord Italia, il numero dei ricevitori TDT venduti si attesta a 3.075.998, oltre 630 mila in più rispetto al dato di novembre e record assoluto di sempre. Del totale ricevitori venduti a dicembre, il 39,5% circa (1,2 milioni) sono integrati, il 55,2% circa zapper e il 5,3% STB MHP.

Il numero cumulato di ricevitori TDT venduti dal febbraio 2004 si attesta a fine dicembre 2010 a quota 46.964.332. Di questi, 19,9 milioni sono integrati (42,4% del totale) e i restanti 27,1 milioni (57,6%) esterni. Nel 2010 sono stati venduti circa 18 milioni di ricevitori TDT.

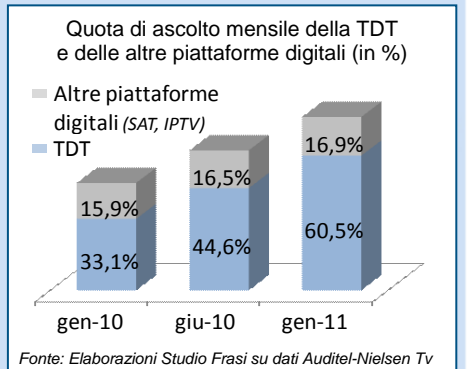


GLI ASCOLTI

IL DIGITALE TERRESTRE OLTRE IL 60%

Il nuovo anno porta la piattaforma digitale terrestre a superare il 60% del tempo complessivo dedicato alla visione di trasmissioni TV da parte della popolazione italiana. La TDT sale anche nei mesi che non prevedono transizioni dall'analogico: tra dicembre 2010 e gennaio 2011 cresce del 3%, mentre è dell'82% l'incremento registrato su base annua. La spinta terrestre lancia in alto anche la piattaforma satellitare che - tra Pay e Free - sale dell'8% e arriva ad occupare il 16,4% di quota d'ascolto, segnando una crescita costante negli ultimi quattro mesi.

L'insieme delle piattaforme digitali raggiunge così il nuovo record: italiane e italiani dedicano alla visione digitale il 77,4% del tempo da loro dedicato all'offerta televisiva.



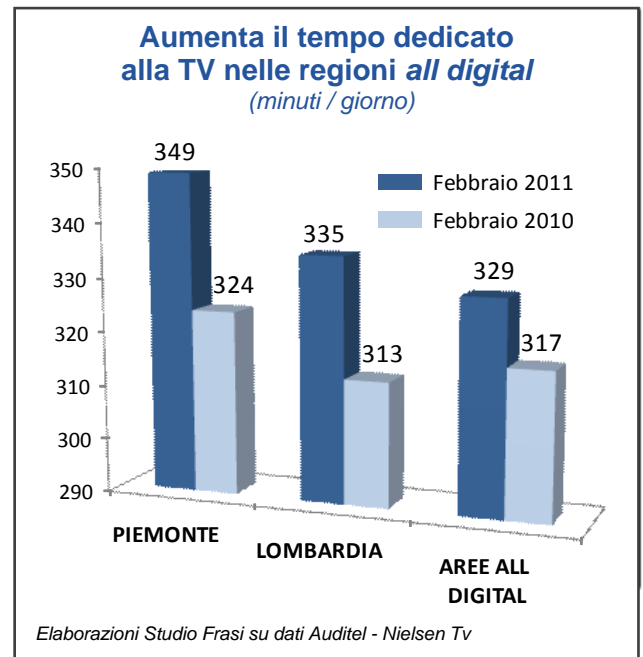
GLI ASCOLTI DEL DIGITALE TERRESTRE

(a cura di Studio Frasi)

CRESCE IL TEMPO DEDICATO ALLA TV NELLE NUOVE REGIONI ALL DIGITAL

Lo scorso numero abbiamo presentato i valori del tempo dedicato alla TV nelle regioni appena transitate dall'analogico al digitale; completiamo il panorama con i dati di Lombardia, Piemonte e della media prodotta nell'insieme delle aree digitali nel mese di febbraio 2011, confrontandoli con quelli di un anno fa. I piemontesi e soprattutto le piemontesi, che in febbraio hanno dedicato almeno un minuto alla TV, hanno trascorso in media 349 minuti al giorno davanti al loro televisore acceso, 25 minuti in più rispetto al febbraio 2010. Si tratta di un incremento del 7,7%, valore rilevante, considerando che si tratta di cinque ore e quarantanove minuti, in parte dedicati all'esplorazione dei nuovi canali digitali.

Anche lombarde e lombardi incrementano il tempo di TV, che sale del 7,1% ed arriva a cinque ore e trentacinque minuti al giorno. Nel volgere di un anno il tempo dedicato alla programmazione televisiva sale nella media giornaliera dell'insieme delle aree digitali da 317 a 329 minuti.



DALL'ITALIA

CNID : PRESENTATO IL NUOVO CALENDARIO 2011/2012 PER IL PASSAGGIO ALLA TELEVISIONE DIGITALE

Il Comitato Nazionale Italia Digitale si è riunito martedì 1° marzo presieduto dal Ministro dello Sviluppo Economico, Paolo Romani.

Il Ministro ha presentato la proposta di nuovo calendario nazionale per il completamento del passaggio alla televisione digitale. La proposta prevede un anticipo di sei mesi rispetto alla data ultima oggi prevista di fine 2012, ed è così articolata:

- ✓ II° semestre 2011 – Liguria, Toscana, Umbria, Marche, Abruzzo, Molise;
- ✓ I° semestre 2012 – Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia.

L'associazione DGTvi e l'AIREs (associazione della distribuzione di elettronica di consumo) hanno espresso un giudizio favorevole all'anticipo della conclusione degli *switch-off* contenuta nella proposta di calendario.

Nel corso della riunione il Ministro ha ricordato la certezza delle risorse economiche per affrontare le attività per il passaggio alla TV digitale, 30 milioni stabiliti nel decreto Milleproroghe in via definitiva, ed il lavoro ancora in corso da parte degli uffici del Ministero in ambito internazionale per il coordinamento delle frequenze con la Slovenia e la Croazia.

L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM), rappresentata dal Commissario Roberto Napoli, ha sottolineato l'invito a concludere le attività di *switch-off* entro il 2011, al fine di permettere la piena disponibilità delle frequenze (61-69) da mettere a gara come stabilito dalla Legge di Stabilità.

In particolare, le associazioni delle TV locali (FRT ed Aeranti Corallo) hanno con forza posto l'esigenza di chiarire, preliminarmente alla decisione del Calendario, i criteri e le modalità per l'attribuzione di misure economiche di natura compensativa, previsti per l'emittenza locale dalla Legge di Stabilità.

Tenendo conto del dibattito svoltosi durante i lavori del CNID e, in particolare, rispondendo alle esigenze poste dalle associazioni delle TV locali e di alcune Regioni, il Ministro ha predisposto una serie di approfondimenti tecnici da svolgersi in breve tempo, per riconvocare il CNID tra due settimane e concordare definitivamente la proposta di calendario.

IL PRIMO SVILUPPO DELLA OVER-THE-TOP TV

Entrati nella fase finale di quella che può essere definita la "prima fase" di digitalizzazione della TV, si assiste oggi al primo sviluppo, embrionale e perciò ancora caotico e poco definito, di una "seconda fase" di digitalizzazione della TV. Elemento principale di questa nuova fase evolutiva è la progressiva integrazione della TV digitale tradizionale con l'ambiente Internet-Web, che a partire dal 2005-2006 (il 2005 è l'anno di lancio di YouTube) è andato progressivamente affermandosi come mezzo audiovisivo. L'integrazione broadcast-broadband, cui si fa in genere riferimento con la dizione Over-the-Top TV (OTT TV), si traduce nella possibilità di associare alle trasmissioni TV tradizionali (a palinsesto) una vasta gamma di servizi e contenuti provenienti da Internet, che possono essere fruiti direttamente su televisore grazie a dispositivi "ibridi" connettabili. Quella della OTT TV è dunque oggi una delle principali aree di lavoro non solo per gli operatori storici del mercato audiovisivo ma anche per una vasta tipologia di nuovi entranti, come i costruttori di elettronica di consumo (televisori, Set-Top-Box), gli operatori del mercato *videogame* o attori provenienti dall'ambito dell'informatica e di Internet.

Dal punto di vista della configurazione delle piattaforme e del modello di relazione tra i diversi attori, è innanzitutto possibile distinguere due principali tipologie di iniziative in questo ambito:

- ✓ **Piattaforme orizzontali, sviluppate su base consortile con il concorso dei diversi operatori**, tra cui gli stessi broadcaster, e basate su specifiche condivise e aperte sia ai costruttori di dispositivi sia ai fornitori di contenuti e servizi.
- ✓ **Piattaforme verticali, basate su specifiche proprietarie e gestite da un singolo soggetto che assume una funzione di packager**, in quanto seleziona e predispongono per l'utente finale un'offerta di contenuti e servizi *Internet-delivered* (audiovisivi, *social network*, *news* etc.). In questa seconda tipologia di iniziative rientrano tra le altre le offerte OTT TV dei costruttori di televisori, degli operatori del *videogame* e degli operatori Tlc.

Per quanto riguarda le piattaforme orizzontali "consortili", le principali iniziative in ambito europeo sono attualmente:

- ✓ **YouView**, sviluppato nel Regno Unito dalla collaborazione tra i principali broadcaster della TV gratuita (BBC, ITV, Channel 4 e Five) e gli operatori Tlc BT, Talk Talk e Arqiva. Rispetto al calendario inizialmente previsto, il progetto ha subito alcuni ritardi e con ogni probabilità i primi ricevitori YouView, che permetteranno di accedere a una vasta gamma di contenuti e applicazioni Internet (tra cui le offerte *catch-up TV* dei grandi broadcaster) accanto alle trasmissioni TDT e satellitari, saranno disponibili solo nel 2012.

- ✓ **HbbTV**, iniziativa pan-europea per la definizione di specifiche condivise per lo sviluppo di servizi *Internet-based* fruibili su TV (specifiche già approvate dall'ETSI). Alcuni tra i principali broadcaster tedeschi e francesi, che supportano l'iniziativa insieme ad una cinquantina di altri soggetti, hanno già lanciato servizi HbbTV. Ad esempio, Arte e ZDF offrono servizi *catch-up TV* (programmi degli ultimi giorni accessibili "a richiesta").
- ✓ **Bollino Gold DGTVi**, iniziativa sviluppata per la piattaforma TDT italiana, basata su una evoluzione dello standard per l'interattività MHP. Già oggi gli utenti dotati di ricevitore (STB o televisore) marchiati con il Bollino Gold, che identifica la predisposizione alla connessione Internet, possono accedere ad una serie di servizi avanzati *Internet-delivered*, tra cui le offerte *catch-up TV* di Rai, Mediaset e La7.

Passando invece alle piattaforme verticali-proprietarie, è possibile stilare una tassonomia dei soggetti presenti in posizione di offerta:

- ✓ **Costruttori di dispositivi TV**, come televisori e Set-Top-Box. A partire dal 2010 tutti i principali produttori di televisori hanno integrato nei loro apparati la predisposizione alla connessione Internet e offrono una serie di contenuti e servizi, variabile da Paese a Paese, accessibili attraverso un portale proprietario. Generalmente, tali piattaforme permettono di accedere direttamente ad alcuni servizi Web audiovisivi (come YouTube, Dailymotion o in alcuni casi le offerte *catch-up TV* dei broadcaster) e a servizi Web di altra natura come Facebook, Flickr, Twitter o Yahoo!. Tra i principali attori in questo segmento rientrano tra gli altri Sony (piattaforma Sony Internet TV), Philips (Net TV), Samsung (Internet@TV) e LG.
- ✓ **Operatori del mercato dei videogame**, ovvero Sony, Nintendo e Microsoft. Le loro *console* di "nuova generazione" (PlayStation 3, Wii e Xbox rispettivamente) sono infatti predisposte alla connessione Internet e offrono, accanto a servizi interattivi strettamente afferenti all'ambito dei videogiochi (download di titoli, *multiplayer* in rete etc.) anche numerosi servizi Internet audiovisivi (es. YouTube, offerte *catch-up TV* dei broadcaster, servizi di videonoleggio come Netflix – presente negli USA su tutte e tre le *console*). Per numerose ragioni (target prevalente di utilizzatori, naturale predisposizione alla connessione e all'interattività, elevata diffusione sul mercato), le *console* per *videogame* paiono particolarmente promettenti per la OTT TV. Nel Regno Unito, ad esempio, ben il 12% del totale dei contenuti visti tramite iPlayer, l'offerta *catch-up TV* del broadcaster pubblico BBC, proviene dalle tre *game console*: in valori assoluti, si tratta di più di 8 milioni di visioni al mese (dati relativi a gennaio 2011).

→ continua pag.4

Iniziative VoD / Over-the-Top TV di alcuni dei principali broadcaster TV europei

OPERATORE	OFFERTA VIDEO WEB	PIATTAFORME / DISPOSITIVI DI TERZI	INIZIATIVE CONSORTILI	OFFERTE OTT TV PROPRIETARIE
UK	iPlayer	TDT (alcuni modelli Freeview), cavo (Virgin Media), IPTV (BT Vision), satellite (Freesat); PS3, Wii, Xbox360; iOS (Apple), Android, Symbian, Blackberry; Fetch TV, Cello, Sony, Samsung		
UK	ITV Player	Cavo (Virgin Media), IPTV (BT Vision), satellite (Freesat); PS3	YouView (lancio atteso:2012)	
UK	4oD	Cavo (Virgin Media), IPTV (BT Vision); PS3		
FR	France TVOD	IPTV (Orange, Free-Alice); iOS (Apple).		
FR	MyTF1 / TF1 Vision	MyTF1: IPTV (Orange, Bouygues, SFR). TF1 Vision: cavo (Numericable), IPTV (Orange, Bouygues, SFR, Free-Alice); iOS (Apple), Symbian, Blackberry e Android (alcuni programmi); Samsung, Cezer	HbbTV (alcuni servizi a applicazioni già lanciate)	
ES	TVE a la carta	PS3; iOS (Apple) e Android (guida e alcuni programmi); Vodafone Internet TV (RTVE.es)		
ES	Antena3.com/ Antena3.mobi	PS3; iOS e Symbian (guida e alcuni programmi); Sony, Samsung		
IT	Rai.tv	iOS (Apple) (guida e alcuni programmi); Sony		
IT	Video Mediaset/ Premium Net TV	Video Mediaset: iOS (Apple).	Offerte catch-up su TDT (ricevitori Bollino Gold DGTVi)	Premium Net TV: TDT.
IT	La7.tv	iOS (Apple) (alcuni programmi); CuboVision, Samsung (CuboVision Connected TV)		

Fonte: e-Media Institute su fonti varie

■ Piattaforme TV digitale "tradizionali" ■ Videogame console ■ Mobile ■ Altre offerte OTT TV (Connected TV, STB etc.)

- ✓ **Operatori di Tlc**, che puntano a integrare nuovi servizi *Internet-delivered* direttamente all'interno delle proprie piattaforme IPTV (questa è ad esempio la strategia adottata dai principali operatori francesi) oppure a sviluppare e commercializzare piattaforme / offerte OTT TV ad hoc, che possono essere accessibili o tramite STB proprietari oppure integrate in altri dispositivi connettabili. Tra i numerosi esempi è possibile citare l'offerta OTT TV di Vodafone (in Italia e Spagna), la piattaforma CuboVision di Telecom Italia (accessibile tramite STB dedicato o all'interno dei *device* Samsung, offre una selezione di titoli on-demand, applicazioni e servizi Web-TV) o l'offerta Chili di FastWeb sempre in Italia.
- ✓ **Operatori di TV a pagamento**, che negli ultimi mesi hanno lanciato offerte OTT TV direttamente integrate ai servizi TV "tradizionali" lineari. Ad esempio, l'operatore di Pay-TV satellitare BSkyB nel Regno Unito ha da pochi mesi lanciato l'offerta Sky Anytime+, con una selezione di circa 1.000 titoli accessibili "a richiesta" per gli utenti dotati del STB Sky+HD. Più recentemente, l'operatore italiano di Pay-TV su TDT Mediaset ha lanciato una nuova offerta, Premium Net TV, con oltre 1.000 ore di contenuti, anche in HD, di cui oltre 200 film.
- ✓ **Nuovi packager nativi del mercato video-broadband** come il francese Cezzer (catalogo di film on-demand).
- ✓ **Operatori provenienti dall'informatica (come Apple) o nativi di Internet (su tutti Google)**. L'offerta OTT TV di Apple, Apple TV, è stata rilanciata lo scorso ottobre 2010 dopo lo scarso successo riscontrato dalla prima versione. Come per i propri *device* portatili (iPod, iPhone e iPad), anche sul mercato OTT TV Apple punta su un sistema proprietario integrato *hardware + software* di gestione (iTunes) + *library* di contenuti pre-selezionati (iTunes Store). L'offerta di Apple TV negli USA include ad oggi un catalogo di film e TV show, l'accesso al servizio di videonoleggio Netflix e ad una selezione di servizi Internet tra i quali YouTube. Alla fine di dicembre 2010 le vendite della nuova versione di Apple TV

avevano raggiunto il milione di pezzi. L'approccio di Google TV è invece contrapposto a quello di Apple TV e degli altri operatori della OTT TV, che puntano su un modello "*walled garden*" in cui l'utente ha a disposizione un'offerta pre-selezionata e confezionata dal *packager*. Google TV si basa invece su un approccio "*open sea*" e punta a rendere accessibile dal televisore la totalità dei servizi Web. Google TV, che viene integrato all'interno di dispositivi TV come televisori e STB (sono stati sottoscritti accordi con Sony e Logitech), si configura dunque come una piattaforma tecnologica (un sistema operativo, un *browser* e un processore) che integra in un unico ambiente di fruizione i contenuti trasmessi dalle reti TV e quelli trasmessi via Internet. Dal lato utente, tutta l'offerta disponibile è accessibile attraverso un motore di ricerca. Lo sviluppo di Google TV è stato però fin qui ostacolato dalla posizione presa da alcuni dei principali *network* statunitensi, come ABC, NBC, CBS e Viacom, che hanno di fatto bloccato l'accesso alle proprie offerte video Web agli utenti che vi accedono da Google TV.

Dal lato dei broadcaster, quella della OTT TV è una sfida strategica di grande portata. L'ascesa dei nuovi soggetti che si propongono come *packager*-abilitatori, infatti, tende a spingerli in posizione arretrata nella catena del valore. A questo stadio di evoluzione del mercato, è difficile individuare linee strategiche univoche da parte dei broadcaster. Per un verso, gli operatori TV tradizionali sono tra i principali promotori delle iniziative consortili e orizzontali, come le già citate YouView, HbbTV e Bollino Gold DGTv. Tali iniziative possono essere interpretate come il tentativo, da parte dei broadcaster, di portare le proprie offerte direttamente all'utente finale senza passare attraverso un soggetto in posizione di aggregatore. Dall'altro verso si è assistito, soprattutto a partire dal 2010, ad una moltiplicazione degli accordi di distribuzione tra i nuovi *packager* della OTT TV (costruttori di terminali, operatori del *videogame* etc.) e gli stessi broadcaster, che si propongono di rendere disponibili le proprie offerte audiovisive (in particolare quelle *catch-up TV*) all'interno dei portali OTT TV gestiti dagli aggregatori (si veda tavola a pag.3).

DAGLI ALTRI PAESI EUROPEI

- ➔ **FRANCIA – Switch-off completato in tre regioni.** La Francia ha completato, tra la fine di gennaio e l'inizio di febbraio, la più estesa operazione di *switch-off* condotta fino a questo momento. Nel dettaglio, nella notte tra il 31 gennaio e il 1 febbraio, è stato completato il passaggio nelle due regioni Haute-Normandie e Nord-Pas-de-Calais, comprendenti tra le altre le città di Le Havre, Rouen, Lille e Dunkerque. La notte successiva il passaggio integrale alla TV Digitale Terrestre ha riguardato invece la regione Picardie, incluse le due città di Amiens e Reim. In totale, gli spegnimenti nelle tre aree hanno coinvolto circa 7,7 milioni di abitanti. Il prossimo passaggio previsto dal calendario nazionale è per il prossimo 8 marzo, quando a effettuare lo *switch-off* sarà la regione dell' Ile-de-France (11 milioni di individui coinvolti), che comprende la capitale Parigi.
- ➔ **REGNO UNITO – Ottima partenza per Freeview HD.** Dal lancio dell'offerta Freeview HD, avvenuto lo scorso aprile, al dicembre 2010, le vendite di ricevitori abilitanti (che supportano lo standard DVB-T2) hanno raggiunto gli 1,2 milioni di pezzi. Attualmente, l'offerta in Alta Definizione di Freeview comprende 4 canali gratuiti, ovvero BBC One HD, BBC HD, ITV1 HD e C4 HD. Tali canali sono oggi ricevibili nelle sole aree che hanno già completato lo *switch-off*; la loro copertura verrà gradualmente estesa ad altre aree parallelamente alle operazioni di passaggio. Secondo dati diffusi dalla stessa Freeview, sono attualmente 642 mila le famiglie TDT che accedono effettivamente a questi canali.

DIGITA

Numero 28 - Autorizzazione del Tribunale di Roma n° 218/2008 del 30 maggio 2008.

Editore: Associazione DGTv, con sede in Roma, Viale Regina Margherita 286, C.F. 07760701008,

email: newsletter@dgtv.it

Soci DGTv: Aeranti-Corallo, Dfree, FRT, Mediaset, Rai, Telecom Italia Media.

Direttore Responsabile: Egidio Viggiani

Hanno collaborato: Carlotta Ca' Zorzi, Teresa Damato, Vito Di Marco, Tonio Di Stefano,

Alberto Sigismondi, Elena Cappuccio, Angelo Pettazzi, e-Media Institute, Studio Frasi, E-res

Questo messaggio è inviato alla vostra e-mail in quanto utente registrato dei servizi di DGTv.

Se non vuole più ricevere questa newsletter, clicchi [qui](#).

