

7 marzo 2008

Pucci (e-Media Institute): "l'Iptv? Un insieme di servizi per una Tv diversa

G.Rus.

I trend di sviluppo dell'Iptv in Europa, per quanto basati su stime che non sempre riflettono poi la realtà, dicono che il fenomeno è destinato finalmente ad esplodere. Dopo anni di "apprendistato" lo scetticismo degli utenti sembra venuto meno e gli operatori hanno iniziato a muoversi con più decisione in un mercato che promette molto (almeno sulla carta) sotto il profilo dei margini di profitto. Delle potenzialità della televisione via Internet in Italia il sole24ore.com ne ha parlato con Emilio Pucci, Direttore di e-Media Institute.

Qual è lo scenario attuale e futuro dell'Iptv in Europa e in Italia?

Il mercato della televisione via Internet in Italia è certamente sottodimensionato rispetto alle sue potenzialità e si può dire che, nonostante abbia ospitato l'esperienza pionieristica di Fastweb, non è mai veramente decollato. La cosa non deve stupire, perchè fra i grandi Paesi europei solo Francia, e in parte la Spagna, possono vantare delle esperienze di successo. La Tv su banda larga è ancora ferma a poche decine di migliaia di utenti in Gran Bretagna, culla della Tv digitale multicanale. Se si guarda il rapporto con il satellite, ad esempio, si può notare che in Francia gli abbonati all'Iptv sono 2,4 milioni, il numero più alto in tutta Europa, e quasi prossimi agli utenti della Pay-Tv satellitare, che sono 3,8 milioni. Negli altri Paesi, invece, il rapporto è completamente diverso e si è ben lontani dai numeri vantati dalle piattaforme satellitari.

Vi sono modelli d'offerta "fotocopia" o ci sono sostanziali differenze a livello di offerta? E la discriminante sono solo i contenuti proposti a palinsesto?

Direi che uno dei punti essenziali, oltre naturalmente all'appetibilità dei contenuti e alle formule di prezzo, che devono essere percepiti come vantaggiosi dagli utenti è quello dei servizi aggiuntivi. Penso che l'Iptv non possa competere con le altre piattaforme sulla ricchezza dei contenuti, ma può offrire un insieme di modalità per consumare il prodotto televisione in modo diverso, non lineare e con maggiore flessibilità per gli utenti.

C'è un esempio cui riferirsi, che riassume cioè lo "spirito" di Tv digitale evoluta?

I canali possono anche essere quelli "Free-to-Air" ma magari offerti in una modalità che permetta al consumatore di fruire i programmi nei tempi che preferisce. Il modello di BT Vision, il servizio di Iptv dell'operatore di telecomunicazione britannico, sembra molto interessante: consiste infatti nell'offrire al pubblico solo programmi on demand e associarli all'offerta gratuita dei canali distribuiti via digitale terrestre.

Un consumatore abbonato alla Pay Tv satellitare può diventare anche un utente di Iptv o fa necessariamente una scelta fra l'uno e l'altro servizio?

A mio parere si va sempre più verso un'interoperabilità delle piattaforme di Tv digitale e di una sorta di maggiore flessibilità per la scelta. L'utente non è interessato alla piattaforma in quanto tale ma a poter accedere a più contenuti con formule vantaggiose e indipendentemente dal fatto che questi siano offerti sull'una o sull'altra piattaforma. Il focus sulla piattaforma è tipico di una fase iniziale del mercato, dove il mezzo trasmissivo ha una certa rilevanza sul contenuto. Ad un certo punto, tendenzialmente, diventerà veramente irrilevante sapere se si vede un programma da Internet o dal satellite o dal digitale terrestre e le differenze saranno di prestazione e di modalità di consumo.

7 marzo 2008