

Internet e TV in Italia: avanti piano, tra aziende che investono e altre alla finestra

Milano, 18 dicembre 2007 - Il Salotto del MIX, dedicato ai nuovi media e alla TV che si affacciano sulla rete, ha mostrato un settore che deve ancora segmentarsi e organizzarsi, in uno scenario reso complesso dalla convergenza d'interessi di operatori molto diversi. La tavola rotonda, coordinata da Enrico Pagliarini, giornalista di Radio 24, ha permesso di confrontare i punti di vista e le strategie dei broadcaster tradizionali - RAI, Mediaset e SKY - con quelli di nuovi operatori come Babelgum. Inoltre, Fabrizio Meli di Tiscali ha illustrato le scelte tecniche e le scelte strategiche che hanno guidato l'operatore nel corso della progettazione e del lancio - recentissimo - del servizio di IPTV.

Joy Marino, Presidente del MIX, ha riportato alcuni dati sul traffico Internet sia a livello globale che italiano. In termini di metodo, ha sottolineato, è più opportuno parlare del volume del traffico scambiato sulla rete ogni mese, piuttosto che della velocità istantanea su una tratta specifica, sia essa un punto d'interscambio o la dorsale (il backbone) di un operatore. "Oggi, si stima che il traffico mondiale sia intorno a 4-5.000 Petabyte/mese (10 alla 15 byte), e in Italia di circa 40 Petabyte, di cui 5 scambiati in peering pubblico attraverso il MIX. Numeri apparentemente piccoli rispetto al totale del traffico della TV broadcast (2.000 Petabyte/mese), ma bisogna tenere conto del fatto che - con le attuali dinamiche di crescita - tra 5 o 6 anni la rete sarà in grado di veicolare senza problemi il traffico necessario per servire tutti gli utenti di TV in modalità non lineare. Uno scenario che depone a favore delle scelte di un fornitore di contenuti come RAI, che sta seguendo un approccio graduale al nuovo media e punta sull'aggiornamento delle piattaforme tecnologiche, mentre l'andamento della domanda sarà esponenziale - come spesso accade in Internet - con un'esplosione significativa tra qualche anno", ha concluso Marino.

Secondo Stefano Nicoletti di Ovum, analista del settore, nei prossimi anni il divario tra i paesi asiatici che hanno intrapreso con decisione la strada del "Fiber to the home" (FTTH) aumenterà progressivamente. Per l'Europa occidentale, il grado di copertura attraverso doppini in rame è tale che l'adozione di tecnologie DSL a media velocità sembra prevalere, mentre mancano - quasi ovunque - piani di investimento in FTTH su larga scala. In termini di servizi prevalgono quindi offerte integrate, gestite direttamente da operatori di telecomunicazione, di tipo "triple play", con l'obiettivo principale di fidelizzare il parco clienti, limitando il "churn rate" e migliorando la redditività per linea (che è in costante declino per quanto riguarda la telefonia tradizionale).

La posizione dei depositari dei diritti televisivi, sia sul fronte pubblico, RAI qui rappresentata da Enrico Mordillo, che su quello privato con Yves Confalonieri di Mediaset, è di attenzione, ma non vede ancora investimenti significativi; nel frattempo sperimentano sul fronte dei contenuti, cercando di individuare quelli più

adatti alle modalità di fruizione del nuovo mezzo. Per la televisione commerciale c'è soprattutto una preoccupazione sull'erosione del mercato della pubblicità che Internet sta provocando, specie attraverso nuove forme di fruizione dei nuovi media per quella fascia di utenti che ha il PC come principale strumento audiovisivo. I modelli di business che un soggetto come Google sta applicando, quindi, sono seguiti con molta attenzione.

Anche SKY - ha spiegato Remo Tebaldi - nel mercato italiano ha principalmente interesse a diversificare e massimizzare i canali di distribuzione, attraverso accordi con gli operatori di IPTV. In un mercato più maturo, com'è quello inglese, invece, una strategia di presenza nel mondo Internet a tutti i livelli si sta invece affermando, arrivando fino all'acquisizione di un operatore di accesso.

La Web-TV e in generale tutte le offerte di fruizione di nuovi media che vedono un rapporto diretto (via Internet) tra fornitore del contenuto e fruitore è rimasta un po' sullo sfondo. Babelgum, ha riportato Andrea Giannotti, sta lavorando alacremente per il lancio della sua proposta. Come altre iniziative che veicolano contenuti multimediali via Internet, è importante che la rete non abbia colli di bottiglia ed anche che non venga meno la caratteristica di neutralità che è alla base di Internet.

Il Milan Internet eXchange (MIX) è nato nel 2000 su iniziativa dei maggiori ISP italiani, per favorire l'intercomunicazione e l'interoperabilità tra gli operatori Internet. La società offre servizi di interconnessione a ISP italiani e stranieri con interessi sul mercato italiano; oggi il MIX veicola un traffico di circa 26 Gigabit al secondo (su una potenzialità di banda superiore a 100 Gbit/s) inserendosi tra i primi 10 Internet Exchange europei.

Per informazioni: Quorum PR - tel. 02.36504831/2 - info@quorum-pr.com