

---

## La crescita irresistibile ma graduale dell'internet Tv

*La convergenza tra televisione e internet è irreversibile ma sarà graduale e complessa e non scontata e prevedibile. Difficilmente riproporrà sul monitor della tv i normali servizi internet che utilizziamo al computer: invece l'internet tv farà probabilmente nascere servizi specifici e mirati per la tv interattiva e facilmente fruibili dai telespettatori on line con il semplice telecomando. Dal lato dell'offerta, questa convergenza tra la televisione e internet sarà molto combattuta tra i diversi attori della filiera, tra cui i grandi produttori di apparecchi e di decoder tv, come LG, Samsung e Philips, i broadcaster e le pay-tv, come BBC e Sky, i telcos, e i colossi che controllano gli standard dell'informatica, come Apple, Google e Microsoft. Non è ancora possibile sapere chi e quanti saranno i veri vincitori, cioè chi imporrà lo standard per i servizi della nuova internet tv.*

10/01/11 - Questi alcuni dei più importanti spunti di riflessione evidenziati da Roberto Azzano, vice presidente di ANFoV, l'associazione per la convergenza nei servizi di comunicazione, e responsabile dell'area New Media della società di ricerca NetConsulting nella sua relazione su "Le nuove piattaforme dell'audiovisivo". La relazione di Azzano ha aperto l'osservatorio tenuto alla fine di novembre dalla stessa ANFoV sulle "Nuove forme di distribuzione radiotelevisiva: piattaforme cross-mediali e servizi web-oriented".

La convergenza tra internet e tv non è immediata, ha esordito Azzano; esistono ancora problemi di natura tecnologica sugli standard e soprattutto diversità sostanziali di esperienza di fruizione tra i due media, la tv e il computer con cui due miliardi di persone nel mondo ormai si collegano a internet. La televisione, infatti, è ben diversa dal personal computer, costituisce un'esperienza familiare o di gruppo e non individuale, un'esperienza più passiva che attiva, più visiva che testuale, ed è comandata semplicemente da un telecomando e non da una tastiera. Non bisogna illudersi: difficilmente si riproporranno sullo schermo tv gli stessi servizi che hanno invece successo sulla rete via computer. Tuttavia non bisogna neppure sottovalutare le grandi potenzialità della televisione: in particolare la televisione digitale sta dimostrando grandi possibilità evolutive che non riguardano solo la moltiplicazione dei canali e dei contenuti a disposizione dei telespettatori. La televisione sta diventando on demand, il palinsesto diventa sempre più personale, costruito secondo gli interessi dei singoli fruitori. Grazie ai nuovi decoder – integrati o meno nel televisore – la tv diventa anche un mezzo per fruire di servizi interattivi. Del resto anche internet non è più solo web, ma anche webcasting, e video, passa per le lavagne elettroniche come l'iPad, i social network e altro ancora. E' possibile allora che l'internet tv sviluppi servizi on line mirati in particolare per il pubblico televisivo e adatti ai formati video caratteristici della televisione, come i giochi e le scommesse, o i servizi per il turismo e di prenotazione dei viaggi, o i servizi di shopping, training ed educativi e altri ancora.

Secondo Azzano lo sviluppo dell'internet Tv passerà per quattro fasi evolutive: nel 2010-11 la pay-tv digitale trainerà lo sviluppo mentre la raccolta pubblicitaria recupererà le perdite degli anni precedenti. Nei due anni successivi, 2012-13, le soluzioni di internet tv verranno offerte secondo due traiettorie competitive: da un lato i broadcaster della pay-tv offriranno soluzioni chiuse o semi-

aperte; dall'altro le televisioni pubbliche e commerciali generaliste, i Telcos e i web operator proporranno invece soluzioni aperte o semi-aperte di internet tv. Intorno alla metà di questo decennio la situazione diventerà ancora più complessa e sarà ancora scarsa la capacità di valorizzare e di monetizzare i contenuti. Come è già avvenuto nell'industria musicale e editoriale, si accentueranno lo scontro fra i proprietari dei diritti e dei contenuti da una parte e i possibili distributori dall'altra, come Google e Apple. Solo nella seconda metà del decennio si assisterà alla diffusione generalizzata di servizi e applicazioni nati sul web ma meglio fruibili sulla tv interattiva. Occorre, infatti, sottolineare che il mercato delle applicazioni per l'internet tv richiede investimenti e tempi di sviluppo consistenti e che i modelli di business si affermeranno solo gradualmente.

Dal lato dell'offerta, dal 2008 quasi tutti i broadcaster europei hanno iniziato a progettare servizi di tv on line. I player di mercato sono molti e ognuno ha strategie ancora non definite e in forte movimento, e possibilità aperte di alleanza o di competizione. E' iniziata la battaglia dei giganti per dettare gli standard della nuova televisione: i principali protagonisti sono i produttori di apparecchi tv, di decoder, di game console, i broadcaster generalisti pubblici e privati, i gestori di pay-tv, gli operatori di reti di tlc, i costruttori di apparati e sistemi di tlc, come Cisco, e Adobe. La competizione per imporre gli standard tecnologici dei servizi della internet tv è aperta e gli esiti sono imprevedibili. Quello che invece è praticamente certo è che i servizi e le applicazioni offerte percorreranno due differenti e spesso divergenti linee di sviluppo: da una parte i servizi "chiusi" o "walled garden" (giardino cintato) tendenzialmente a pagamento, dall'altro servizi aperti tendenzialmente finanziati dalla pubblicità (o dal canone, nel caso delle tv pubbliche). Da un lato si sviluppano, infatti, progetti "chiusi" nati da accordi fra detentori di diritti e produttori di contenuti e costruttori di terminali tv, come quelli sviluppati da LG, Samsung e Apple. D'altro lato i broadcaster e i gestori delle reti televisive stanno avviando iniziative - come per esempio il progetto Canvas in UK, promosso dalla BBC e da BT - per realizzare standard condivisi nati dagli accordi tra i detentori dei diritti dei contenuti e i costruttori di terminali tv o di console per videogiochi.

In conclusione: è iniziato un fenomeno importante e irresistibile che porterà internet dentro la tv del salotto di casa. Secondo le previsioni di Azzano in Italia già nel 2014 il 40% delle famiglie disporrà di una tv connettabile a internet e nel 2018 questa quota salirà al 65%. Attenzione però: le tv effettivamente connesse a internet saranno all'inizio una quota minoritaria del parco di apparecchi già predisposti per l'accesso alla Rete, anche per le difficoltà e i problemi relativi al networking domestico, cioè al collegamento tra tv, computer e modem ADSL. Il pubblico si dovrà abituare ai nuovi servizi, e anche l'offerta, come abbiamo visto, crescerà passo dopo passo. Tuttavia è molto probabile che l'internet tv sarà molto diversa dall'internet via computer che conosciamo oggi.

Ufficio Comunicazione ANFoV (Associazione per la convergenza nei servizi di comunicazione)

**TESTO PUBBLICATO DA:**

**Elisabeth Schmid**

di Youris.com - Ufficio Comunicazione ANFoV

---

Notizia stampata da **GiornaleInformatico.it**. Per l'indice delle notizie aggiornate collegati a [www.giornaleinformatico.it](http://www.giornaleinformatico.it)

