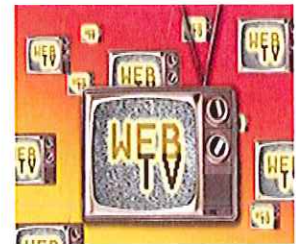


La web Tv sul televisore di casa: dalle previsioni del tempo al video on demand attraverso la reinvenzione degli application store

Pubblichiamo di seguito l'articolo 'Portare la TV via internet sul televisore di casa' i cui contenuti sono frutto di un'attività di studi e ricerche nell'ambito dell'Osservatorio ANFoV sul tema 'Home Node & ICT Systems.

In uno scenario macroeconomico tutt'altro che positivo, tra segni di ripresa economica a volte confermati a volte smentiti e indici di borse internazionali che oscillano tra il '+' e il '-' senza ben sapere dove fermarsi, l'unica notizia certa, confermata già dai primi giorni dopo il suo lancio nel mercato, è il successo dell'iPad.



Non si tratta semplicemente dell'ultimo prodotto cult dell'azienda di **Cupertino** che oramai da qualche anno domina il mercato con la propria creatività e capacità di innovazione, bensì dell'affermazione di un nuovo stile di vita tecnologico fatto sempre più di **social network** e **giochi online**, di **instant messaging** e di **YouTube**.

Fino a poco tempo fa, tutto questo avveniva tramite il PC e tutti si sono chiesti se un giorno, nel soggiorno di casa, davanti al divano, non avremmo trovato il computer al posto del nostro caro televisore. Non solo questo non è successo, ma lo stesso computer rischia di diventare un oggetto obsoleto è superato dall'oramai noto iPad.

Il fatto è che l'evoluzione tecnologica e l'ingresso nel mercato dei computer dei produttori asiatici per la componentistica, ha permesso un'abbondanza tecnologica che a sua volta ha spinto i produttori dell'elettronica di consumo ad incrementare la capacità di calcolo dei loro prodotti, ora sempre più paragonabili a quelle di un computer.

Siamo così nella piena convergenza tra l'elettronica di consumo, dei computer e degli apparati di comunicazione. Una convergenza che segue sempre più il **modello internet**, dove i servizi risiedono nella 'nuvola' mentre i dispositivi sono sempre più eleganti, di dimensioni ridotte e multifunzionali.

Un modello voluto da **Apple** sul proprio **iPhone**, oramai replicato da tutti i principali fornitori di **smartphone**, e che oggi viene replicato anche da altri fornitori, soprattutto da quelli dei televisori, davanti ai quali anche i più giovani passano più del 50% del tempo dedicato ai media digitali.

Per anni, i produttori di TV hanno rinviato la decisione di standardizzare il collegamento ethernet dal televisore, ma la disponibilità sul mercato dei nuovi TV collegati su internet è segno del fatto che finalmente i tempi sono maturi. Anche se il fenomeno passa quasi inosservato per i meno esperti e oscurato dalla notizia dell'iPad, esso è destinato ad avere un impatto importante in tutta l'industria del media, delle **tlc** e dell'**IT**, e a modificare gli equilibri e i rapporti di forza tra i **player** in tutta la catena del valore.

Tutta 'colpa' di quei piccoli oggetti presenti sullo schermo dei TV collegati su internet e chiamati **'widget'**, destinati a cambiare il modo in qui oggi guardiamo la tv. Per il momento **Yahoo** ha fatto

degli accordi con **Samsung, Philips e Sony** per caricarli sul loro **application store**, ma è solo l'inizio. Si tratta di applicazioni che variano dalle previsioni del tempo, alle informazioni di finanza al **video on demand** che saranno ben presto arricchite da altre applicazioni. Già, gli application store, proprio come quelli di Apple e di **Nokia** per i cellulari, ma che al posto delle applicazioni per gli smartphone offrono contenuti televisivi. Non si tratta soltanto della strategia di alcuni fornitori bensì di un vero trend sul mercato confermato anche dalle mosse di Google in questo settore, che anzi, si è spinta molto più avanti annunciando recentemente il proprio accordo con Sony per portare la televisione via internet proprio sul televisore di casa.

Un trend che al momento sembra essere destinato a bilanciare i tentativi dei service provider di assumere un maggiore ruolo come distributori di tutti i tipi di contenuti sia di quelli generati dall'utente che di quelli premium. Si tratta dell'ennesima sfida tra i **service providers** e l'eco sistema dei cosiddetti 'over-the-top'?

La storia degli ultimi anni ha dato ragione ai secondi, ma quest'ultimo capitolo è tutto da riscrivere. Quello che oggi sta succedendo è che, come il modello dei service providers, anche il modello dei produttori di Tv rimane un modello non del tutto aperto. Le tecnologie sono volutamente proprietarie, con lo scopo di creare delle barriere d'ingresso per nuovi produttori che vogliono replicare il modello degli application store. Di conseguenza, il vantaggio competitivo degli '**over the top**', almeno fino ad oggi, rimane relativo.

In questa sfida destinata ad essere la più importante nei prossimi anni, quello che però rimane un fatto è che i **service provider**, proprio per il loro ruolo locale che molte volte le ha messe in posizione di debolezza, sono ricchi di asset importanti. La distribuzione dei contenuti digitali, soprattutto quelli premium, ma non solo, richiedono una gestione rigorosa del cliente che parte dalla sua identificazione fino alla fatturazione. Si tratta di un processo complesso e oneroso che non tutti gli 'over -the-top' sono in grado di gestire e che molto probabilmente dovranno demandare ai service providers che da sempre hanno affrontato questi aspetti.

E' sicuramente ancora troppo presto per esprimere qualsiasi previsione su questo tema. Quello che possiamo invece sostenere con sicurezza è che i nuovi dispositivi collegati su internet, con le proprie esigenze di **banda**, stanno mettendo in evidenza i limiti della **rete broadband**, soprattutto quella mobile. Un problema non di poco conto per i service providers che in questo momento, negli USA e in Giappone, lo stanno affrontando affidandosi alle femtocelle, le piccolissime antenne collegate da una parte con la rete fissa broadband, e dall'altra parte con la rete mobile dell'operatore e che rappresentano di fatto l'estensione wireless della rete di accesso all'interno della casa.

Da un punto di vista della rete, il vantaggio delle femtocelle è quello di indirizzare il traffico voce/dati sulla rete broadband fissa, liberando così le risorse della macrocella portando a minori investimenti di upgrade della **rete mobile** da parte dei service providers. Per gli utenti si tratta non soltanto di una migliore qualità della voce e della connettività dati, ma anche della possibilità di condividere i contenuti digitali fruibili nei dispositivi mobili, con altri dispositivi all'interno della casa basandosi sui nuovi standard di comunicazione come il **DLNA** (Digital Living Network Alliance). Così si può fare il **back up** delle foto dal cellulare sul sistema di storage di casa oppure si possono guardare le stesse foto dal cellulare sulla TV di casa. Per ritornare di nuovo sul televisore, l'oggetto che forse molto più presto di quello che pensiamo sarà tecnologicamente il più evoluto all'interno della casa.

La convergenza, secondo **ANFoV**, è quella per cui direttamente sul grande schermo della Tv si possono visualizzare e scaricare le applicazioni disponibili negli store virtuali. Secondo la visione che emerge dall'osservatorio ANFoV, non è un'utopia pensare che il televisore possa diventare in futuro l'oggetto

tecnologicamente più evoluto presente all'interno della casa digitale.

© 2010 Key4biz

(08 settembre 2010, notizia 198600)

Key4biz.it ®
© 2002-2010 Pegaso Uno - Cooperativa Sociale - ONLUS
Tutti i diritti riservati.