



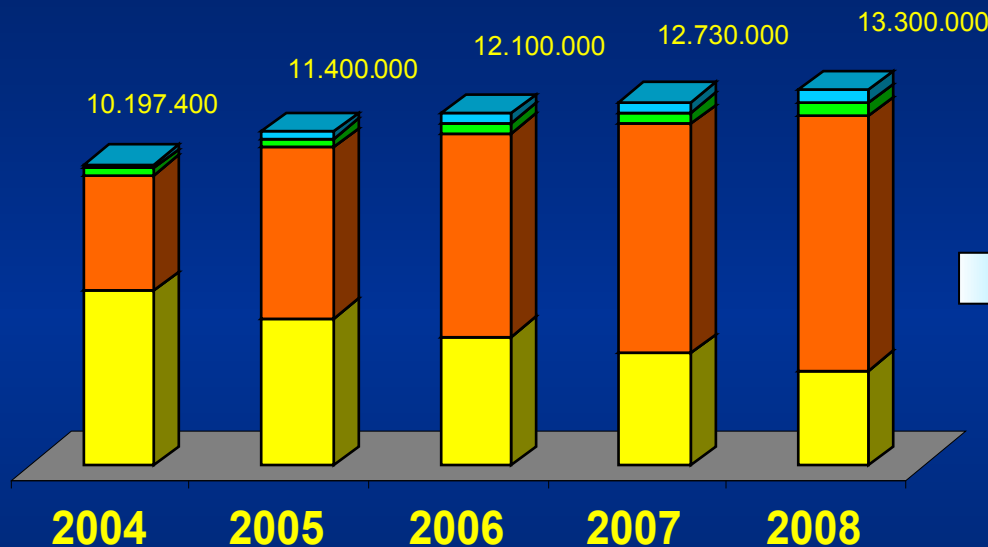
# Osservatorio IP-TV

Milano, 30 maggio 2007



# Corre la banda larga su rete fissa...

- Dal 2006 al 2008 gli abbonati a Internet su rete fissa cresceranno da 11,4 a 13,3 milioni: gli abbonati a servizi a banda larga cresceranno di oltre 1 milione di unità all'anno



■ Dial up   ■ ADSL   ■ Fibra Ottica   ■ Altri colli BB: BWA, sat., CD

## Verso il Web 2.0

Dal 2006 crescono molto più le applicazioni degli accessi

- Nel 2007 la banda larga raggiungerà
  - 7,7 milioni di famiglie (il 32% delle famiglie italiane)
  - 2,3 milioni di aziende (il 53% delle aziende italiane)

# Livelli di utilizzo del Web 2.0 in Italia

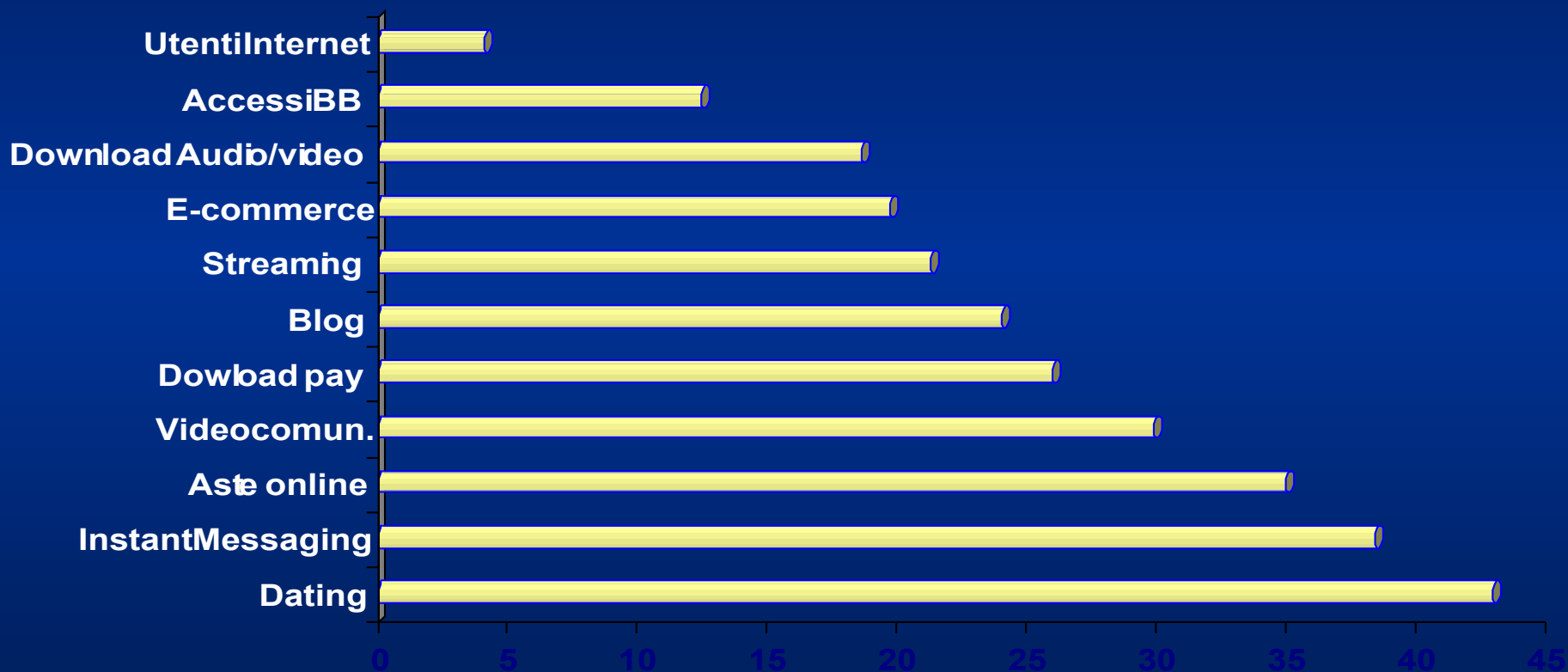
**Differenti velocità di sviluppo nell'ultimo anno (gen06-gen.07)**

<b>Numero navigatori</b>	<b>+ 4%</b>
<b>Tempo Web per persona</b>	<b>+ 36%</b>

	<b>Totale navigatori italiani</b>	<b>Navigatori Web 2.0</b>	<b>Web 2.0 vs totale navigatori</b>
<b>N. Totale navigatori (gen07)</b>	<b>20,25 Mni</b>	<b>11,37 Mni</b>	<b>56%</b>
<b>Sessioni Web per persona /mese</b>	<b>29</b>	<b>44</b>	<b>+52%</b>
<b>Tempo Web per persona/mese</b>	<b>18h 36 m</b>	<b>27h 50m</b>	<b>+51%</b>
<b>Tempo PC per persona/mese</b>	<b>38h 14 m</b>	<b>60h 30m</b>	<b>+57%</b>

# I trend della rete in Italia

Nel prossimi tre anni crescono molto più le utenze di nuove applicazioni che gli accessi alla rete

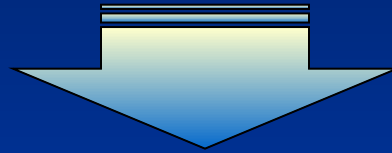


# Fattori di successo

<b>Brand</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Brand awareness</li> <li>▪ Search engine</li> <li>▪ Neutrality - Free</li> <li>▪ User friendly</li> </ul>
<b>Globalizzazione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Worldwide scale</li> <li>▪ All languages, All currencies, All countries</li> <li>▪ All paying customer (from small to big )</li> </ul>
<b>Innovazione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Delivery performance (Time to market)</li> <li>▪ Company (applications/skills) acquisition</li> <li>▪ New forms of content</li> <li>▪ Infrastructure</li> </ul>
<b>Personalizzazione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ADV tailored solution</li> <li>▪ Digital user history + Digital Desktop everywhere</li> <li>▪ Application solution</li> </ul>
<b>Partnership</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ADV partner network</li> <li>▪ Market power</li> </ul>
<b>Pervasività</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ All devices: Web, Mobile, PC, TV, Wireless device...</li> </ul>

# Lo scenario nazionale

- Il 2007 appare un anno chiave per i destini della Digital TV in Italia
- Le piattaforme digitali oggi attive ed in grado di veicolare il segnale televisivo sono molteplici sia in modalità free che pay.



➤ Le dimensioni numeriche sono significative:

- 4,0 Mni di abbonati Sky a fine 2006
- 4,5 Mni di famiglie con decoder DTT (2,9 Mni carte attivate)
- 0,5 Mne di utenti di TV via cavo su 6,3 Mni di accessi BB
- 1,3 Mni di utenze di TV satellitare FTA

- L'Italia evidenzia una elevata varietà di accessi ed una copresenza di piattaforme, complementari e competitive, nelle famiglie

# TV Digitale terrestre (DTT)

- La transizione al digitale della televisione terrestre è fortemente voluta dai governi dei paesi UE e italiano in particolare per un miglior utilizzo dello spettro. Rispetto alla TV “generalista” non si tratta di una piattaforma alternativa ma di un processo di migrazione tecnologica
- I canali in ambito nazionale sono 22; 9 rappresentano il simulcast di equivalenti analogici e altri 13 canali sono trasmessi per la prima volta su reti terrestri. Su frequenze digitali stanno trasmettendo anche alcuni canali locali;
- Per facilitare la diffusione della DTT il Governo ha messo a disposizione
  - 240 Mni di euro nel biennio 2004-05 per contributo all’acquisto di STB
  - 10 Mni di euro (bandi CNIPA e FUB) per co-finanziare progetti per la sperimentazione di servizi interattivi di pubblica utilità
  - agevolazioni fiscali e finanziamenti a fondo perduto per favorire il rinnovo delle infrastrutture di trasmissione degli operatori televisivi
- In virtù degli accordi presi con le Amm. Regionali Val D’Aosta e Sardegna si avviano ad essere nel 2007 le prime due regioni all-digital;
- La migrazione stà quindi avvenendo e oggi la TV digitale terrestre italiana ha una penetrazione del 22% nelle famiglie italiane;
- La data di switch-off è stata fissata per l’Italia nel 2012;

# Pay TV satellitare (DTH)

- In Europa gli abbonati alla Pay TV, a fine 2005, erano 98 Mni (satellite e cavo) con un incremento annuo del 13%;
- In Italia, si stima che vi saranno, a fine 2006, 5,3 Mni di abitazioni in grado di ricevere la televisione digitale direttamente da satellite, grazie all'installazione di una parabola.
- Queste rappresentano il 24% delle famiglie ed includono gli abbonati all'unica piattaforma pay nazionale oltre che gli utenti abituali di piattaforme diverse da quella dominante (mercato etnico) o di soli servizi in chiaro.
- Gli utenti di pay TV satellitare hanno superato a fine 2006 i 4 Mni di abbonati, il 95% dei quali ha scelto di abbonarsi ai pacchetti premium che includono il cinema e/o lo sport.
- I nuovi abbonamenti permettono di raggiungere il break even point entro il 2006 ma è mutato il contesto competitivo che spinge verso l'alto i costi dei contenuti più preziosi (il calcio).

# IP-TV

- L'offerta di IP-TV era rappresentata fino a metà 2005 da un unico operatore ma sia l'ex monopolista, che già dispone di un'offerta di IP-TV su PC, che altri carrier nazionali hanno iniziato nel 2006/7 la vendita di soluzioni triple play. La logica di offerta è la medesima: offrire l'accesso ai canali satellitari più, in logica Vod, l'accesso a library audiovisuali.
- Nel 2007 è lecito aspettarsi il decollo di questo mercato ?
- Le motivazioni per cui i carrier Tlc si stanno velocemente posizionando sul mercato della pay TV nascono dalla crescente diminuzione delle tariffe fonia nonché dall'impatto previsto dei servizi Voip (anche di tipo peer to peer).
- L'ARPU medio dell'utenza di Pay TV (oggi 350-400 Euro/anno) e la possibilità di erogare su piattaforme TV altre tipologie di servizi (gaming, gambling, e-commerce etc) spinge a cambiare i posizionamenti di mercato inglobando nella filiera una crescente proposizione di contenuti.
- La nascita di nuovi canali digitali evidenzia la necessità di ampliare e regolare l'accesso ai contenuti che si porrà come il tema cruciale dei prossimi mesi.

# TV Mobile (DVB-H)

- La Mobile TV ha due percorsi evolutivi complementari e solo parzialmente alternativi: il mercato UMTS e l'utilizzo delle tecnologie di tipo MDTV.
- Lo standard UMTS, nato dagli operatori mobili, ha alquanto faticato ad imporsi ma sotto la spinta dei carriers e dei costruttori di apparati inizia a ritagliare quote significative di utenze.
- L'avanzata della TV mobile produrrà importanti effetti nelle strategie dei broadcaster, operatori mobili, fornitori di contenuti, detentori di diritti d'autore e, secondo le previsioni incrementerà il modo di concepire e fruire la TV;
- Gli ostacoli da superare per la mobile TV sono però molteplici: dai costi delle infrastrutture che devono coincidere con gli obiettivi di copertura delle reti mobili alla disponibilità dello spettro che potrebbe ritardarne la diffusione su larga scala fino allo switch-off della Tv analogica.
- I punti critici sono due:
  - Come reagirà l'utenza ai nuovi format
  - Il ruolo dell'ADV

# La TV ad alta definizione (HDTV)

- L'avvento dei formati digitali in alta risoluzione non interessa solo il mercato dei supporti pre-registrati, ma avrà un impatto sensibile anche nel settore TV.
- L'HDTV avrà un impatto simile a quello rappresentato dall'avvento del colore 30 anni fa e produrrà, in un decennio, il ricambio di quasi tutto il parco dei terminali TV;
- Negli USA e in Giappone l'HDTV è ormai una realtà consolidata: in America del nord tutti i maggiori network trasmettono parte del palinsesto in HDTV; oltre a questi numerose emittenti cavo/satellitari che forniscono contenuti pay. Le previsioni parlano di una diffusione di oltre 10 Mni di utenti entro il 2005;
- In UE l'HDTV è in ritardo: a oggi solo tre emittenti satellitari trasmettono in alta risoluzione;
- È solo questione di tempo ?
- Un ulteriore trampolino di lancio per l'HDTV potrebbe essere rappresentato dalle trasmissioni digitali terrestri ma per il momento non è stato annunciato alcun progetto di trasmissione DTT ad alta definizione

# La convergenza

**Il processo di convergenza tecnologica legata alla digitalizzazione ha delineato una nuova filiera che comprende telecomunicazioni, media e informatica e ha creato i presupposti per un'integrazione verticale e orizzontale di tecnologie, prodotti e servizi.**

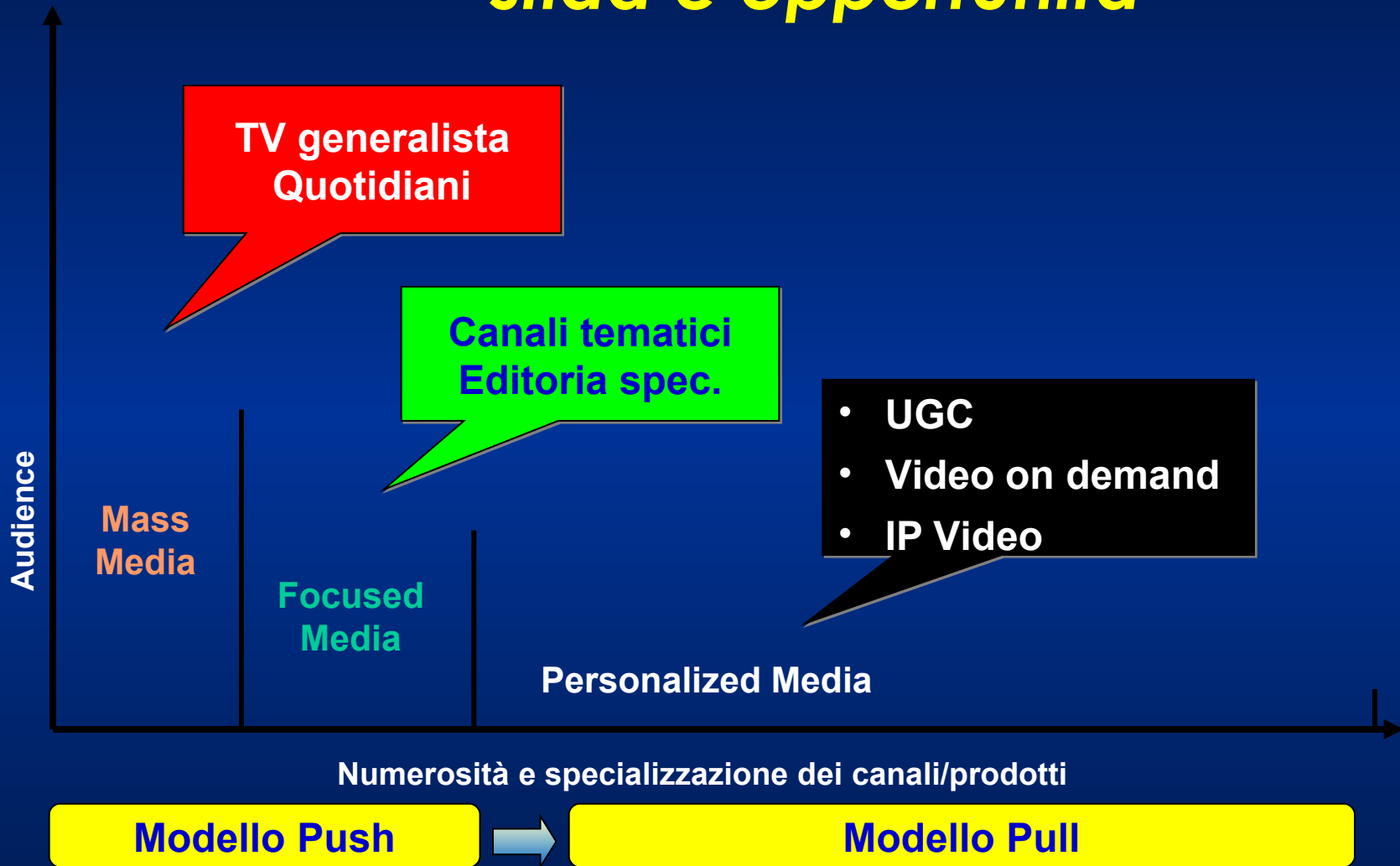


**Esistono tre diversi tipi di convergenza:**

- Tecnologica**
- Di Mercato,**
- Dei Modelli di Impresa**

**La prima è alquanto avanzata, mentre le altre due progrediscono molto lentamente ed in modo discontinuo**

# La personalizzazione della domanda: sfida e opportunità



Fonte: Wired

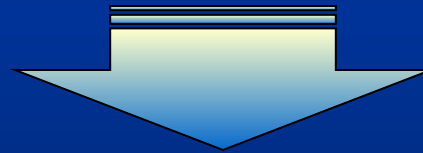
# Quali modelli di business ?

L'impatto della convergenza IP nel mettere in discussione mercati e modelli di business sarà comune a tutti i paesi europei

Portali  
(Modello di business  
basato su advertising)

Operatori di Tlc  
(Modello di business  
basato su carrying)

Broadcaster  
(Modelli di business  
basati su advertising e  
revenue sharing)



Piattaforma di servizi  
(Modello di business integrato su  
Advertising/carrying/revenue sharing)

Solo la globalizzazione dei mercati rende possibile un modello di business integrato ?