

2007 Western European Convergence Market

Marzo 6, 2008 — pe86

In questa breve analisi viene illustrato il rapporto 2007 Western European Convergence Market, presentato a Ginevra dove ha sede l'[Agenzia delle Nazioni Unite per le tlc](#). Esso racchiude i più importanti modelli, di business e tecnologici, della nuova tv digitale in tutte le sue forme: [triple-play](#), [Tv satellitare](#) e [via cavo](#), [Televisione Digitale Terrestre](#) e [Tv interattiva](#), [IPTV](#), [Video on Demand](#), [reti di prossima generazione](#). Analizziamo in breve la situazione di ogni singolo paese, provando a trarre opportune conclusioni, e cercando di delineare in maniera più approfondita come si configura l'Italia all'interno del contesto europeo.



Francia

In Francia sono stati compiuti passi da gigante per ciò che concernere la **Televisione Digitale Terrestre**: vi sono oggi circa **4,25 milioni di famiglie dotate di un Set Top Box** o di un televisore digitale integrato. Il Governo di Parigi, inoltre, in collaborazione con le Autorità competenti tedesche ha lanciato servizi di televisione digitale nelle aree al confine con la Germania. Anche *France Telecom* è molto attiva, tanto che nei prossimi cinque anni investirà **4,5 miliardi sulla propria rete di fibra**.

Germania

Il mercato tedesco del **triple play** e della **televisione digitale** è rapidamente cresciuto sulla scia di un'**eccellente infrastruttura DSL e del cavo**. La Tv digitale ha subito un processo di regolamentazione e di concessione di licenze ed il roll-out ha permesso l'estensione del servizio a un certo numero di regioni. Dal mese di agosto 2007 circa l'86% delle famiglie tedesche si è convertito al digitale e la **televisione analogica ha virtualmente cessato di esistere come piattaforma di accesso alternativa**. I servizi di televisione digitale sono stati promossi con sovvenzioni da Länder fino allo scorso ottobre, quando la Commissione Ue ha imposto la cessazione dell'utilizzo di fondi pubblici per il parziale finanziamento di emittenti commerciali che trasmettono sul network della Televisione Digitale Terrestre.

Olanda

Il mercato della televisione beneficia di una **rete via cavo che serve quasi tutte le famiglie**, questo ha rallentato in maniera significativa lo sviluppo del mercato satellitare e della Televisione Digitale Terrestre. I canali pubblici *Nederland 1*, *Nederland 2* e *Nederland 3* hanno **interrotto la trasmissione analogica** già nel dicembre 2006, ma a metà del 2007 circa 50.000 nuclei familiari facevano ancora affidamento sul terrestre analogico. Il Digitale Terrestre è stato offerto a circa il 50% delle famiglie olandesi. L'**eccellente infrastruttura a banda larga** del Paese costituisce il fondamento delle popolari offerte **triple play**. Sempre intorno a giugno 2007, il 40% delle case riceveva un pacchetto di telefonia fissa e banda larga dallo stesso fornitore.

Spagna

Nel 2007 il mercato **triple play** è cresciuto, a seguito della proliferazione delle reti ADSL2+ e dell'aumento degli investimenti per il miglioramento del network del cavo. Molti operatori spagnoli forniscono sia offerte IPTV multi canali che **Video on Demand**. Circa un terzo degli abbonati all'operatore di rete digitale via cavo *ONO*, nel 2007 erano abbonati triple play. Nel mese di novembre scorso circa l'85% di famiglie spagnole, pari a 4,2 milioni, poteva già ricevere i servizi della **Televisione Digitale Terrestre**. Nel mese di ottobre, inoltre, il Governo ha deciso di assegnare

un terzo multiplex digitale terrestre alle stazioni televisive regionali che necessitavano di estendere la copertura alle regioni limitrofe. Il Governo, infine, ha anche acconsentito alla distribuzione di servizi televisivi a pagamento attraverso il digitale terrestre, malgrado la legislazione in vigore lo vietasse.

Svezia

I recenti investimenti nelle reti ADSL2+ e della fibra hanno fornito l'infrastruttura che serviva anche per il decollo dei servizi triple play. Circa il 70% delle connessioni a banda larga sono DSL, mentre il restante 30% si divide in egual misura tra cavo e fibra. I più grandi operatori della televisione via cavo, *Com Hem, Kaelvision ed UPC Sweden*, hanno tutti migliorato i propri network per fornire almeno 10 Mb/s di larghezza di banda. La trasmissione della Tv Digitale Terrestre è partita nel 1999 ed oggi può essere fruita da oltre il 98% della popolazione, tanto che **la Svezia ha effettuato lo switch-off digitale nel mese di ottobre 2007**, in largo anticipo sulla programmazione originale che prevedeva il passaggio solo a febbraio 2008. **IPTV e Video on Demand vedono aumentare la loro popolarità**: nel 2007 TeliaSonera ha offerto ai propri utenti a banda larga un pacchetto gratuito di 8 canali IPTV paragonabile ai pacchetti a pagamento inizialmente offerti dagli operatori via cavo.

Gran Bretagna

Il mercato inglese è in prima linea in Europa sul fronte della convergenza dei media. L'eccellente infrastruttura a banda larga del Paese, servita dalla DSL universale e da una vasta rete del cavo, offre una piattaforma particolarmente veloce per la distribuzione dei servizi triple play e degli emergenti servizi quadruple play. L'industria della trasmissione digitale è ben consolidata e **il Regno Unito detiene oggi il più alto livello di penetrazione della televisione digitale** in Europa, grazie sostanzialmente a un panorama multicanale, ad un'offerta digitale via satellite ed alle piattaforme digitali via cavo e terrestri di successo. Ad ottobre scorso la prima regione è stata convertita alla trasmissione digitale, mentre le Autorità di regolamentazione si preoccupavano di studiare piani per l'allocazione dello spettro rilasciato per una vasta gamma di servizi digitali.

Italia

Tra le varie nazioni europee, **l'Italia risulta essere in prima linea nell'accesso ai dati ad alta velocità**, con il lancio dell'ADSL2+ che fornisce una piena capacità del *triple play*. Sebbene la diffusione del triple play sia relativamente bassa, la maggior parte degli italiani offre un enorme potenziale per i fornitori di contenuti, tanto che i due principali operatori, ossia *Fastweb e Telecom Italia* hanno largamente investito nel miglioramento dei network. Fastweb, in particolare, con il suo investimento di 3 miliardi di euro per l'espansione della rete **entro il 2011** prevede di raggiungere i **2,2 milioni di utenti**.

La televisione digitale, invece, ha avuto sinora una difficile gestazione in Italia, soprattutto a causa delle ingerenze di vario tipo della politica, sia a livello nazionale che a livello locale. Inizialmente programmato per il 2006, **lo switch-off è stato posticipato al 2012**, in quanto a metà 2007 solo 4,9 dei 21 milioni di apparecchi televisivi italiani erano pronti per ricevere il digitale. Soltanto due regioni, *Sardegna e Valle d'Aosta*, a inizio dell'anno scorso hanno avviato il passaggio e saranno le prime a diventare all digital. Alla luce delle sopraggiunte difficoltà il Governo Prodi ha deciso di promuovere lo switch-off [vietando la vendita di televisori analogici a partire dal mese di giugno 2009](#) e stanziando circa 60 milioni di euro per finanziare l'accesso al digitale.

Conclusione

Da quest'analisi complessiva si evince come sia molto forte lo sviluppo nell'ambito Ip, soprattutto grazie a modelli di business quali il *triple play* e il *quadruple play*. La crescita di questo settore è legata indubbiamente all'integrazione di servizi diversi (telefonia fissa, Internet, televisione e mobile) sotto l'ombrello di un unico operatore e con costi complessivamente contenuti, almeno considerando il costo che ogni servizio avrebbe singolarmente. Anche se su questo aspetto c'è ancora molto da lavorare, esso potrebbe rappresentare un vero e proprio valore aggiunto, soprattutto a livello di percezione dell'utente, creando ottime opportunità di ricavo. Il problema è che gestire

un'eterogeneità di servizi di questo tipo è un aspetto tutt'altro che semplice; questo perchè vengono a confrontarsi mondi completamente differenti (da operatori telefonici, ad editori di contenuti televisivi) in cui rapporti, forse per l'im maturità che vige oggi all'interno del mercato, stridono ancora molto. Ma il mondo va da questa parte, e quindi anche loro si adatteranno. Riguardo alle tipologie dei servizi, integrate nel *triple* o *quadruple play*, se il *Video on Demand* può considerarsi ben posizionato, è **il mercato europeo dell'IPTV**, e qui concludo, **a detenere la posizione di maggior forza** con più della metà degli abbonati di tutto il mondo.

Per la cronaca, accedere alla versione completa del rapporto costa circa 895\$. Mica male per la Società dell'informazione.