

TivùSat

TIRA LE SOMME

Tempo di bilanci per la piattaforma satellitare free che, a sette anni di distanza dal lancio, ha tagliato il traguardo di 2,7mln di smartcard attive. A dimostrazione che, in Italia, è ancora possibile fare sistema

di Francesca D'Angelo



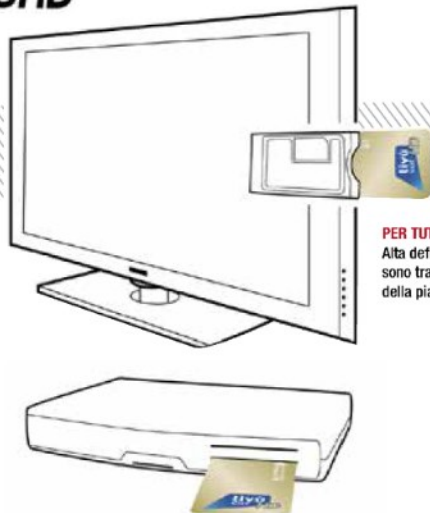
Era il 2009 quando TivùSat debuttò in Italia. Ora, a sette anni di distanza e a switch-off archiviato, la piattaforma satellitare gratuita è diventata una realtà consolidata: questo aprile il numero di smartcard attive ha tagliato il traguardo delle 2,7mln di unità. A sua volta la stessa offerta si è evoluta: oltre a replicare i canali italiani e internazionali (una settantina in tutto), TivùSat ha investito in tecnologia aprendosi prima all'Hd e poi all'Ultra Hd, con il varo del canale dedicato 4K1 alla posizione 200. Da segnalare l'esclusiva in occasione degli Europei di calcio, con le ultime sette partite (dai quarti alla finale) trasmesse in qualità Ultra Hd esclusivamente dalla piattaforma. Parallelamente, negli anni si è potenziata l'offerta di applicazioni e servizi: le principali novità introdotte sono l'app Tivùlink e Tivùon!. La prima, lanciata nel 2014, permette di accedere a tutti i servizi on demand dei broadcaster italiani: da RaiReplay a Mediaset On Demand, Infinity e RivediLa7. Tivùon! è invece la guida smart, operativa da quest'anno, volta a promuovere sia l'utilizzo della catch-up tv, sia la visione on demand dei canali ospitati sulla piattaforma tramite l'accesso diretto a tali servizi. Attualmente sono 10mln gli italiani ad aver scelto l'offerta. «TivùSat ha raggiunto il suo scopo: affermarsi come una realtà tecnica a servizio degli editori, dando un

TUTTO CIÒ CHE GUARDA ALL'INNOVAZIONE
 TECNOLOGICA RAPPRESENTA UN VALORE

Alessandro Picardi



UHD



PER TUTTI
 Alta definizione e Ultra Hd
 sono tra i plus
 della piattaforma free

reale contributo al Paese nella riduzione del digital divide e offrendo un'alternativa semplice e gratuita a tutti quegli utenti che, per ragioni orografiche, non ricevono bene il segnale del Dtt», commenta Alessandro Picardi, Presidente di Tivù (la società costituita nel 2008 dai principali broadcaster italiani, Associazione Tv Locali e Aeranti Corallo, ndr.) e direttore Relazioni istituzionali e internazionali Rai.

In Italia è ancora possibile fare sistema.

Il caso, tutto italiano, di TivùSat lo dimostra. In questi ultimi anni la transizione al digitale e la diffusione della banda larga hanno completamente trasformato il mercato radiotelevisivo. TivùSat è nata all'interno di questo quadro già di per sé fortemente competitivo, in cui si confrontano grandi multinazionali, broadcaster di servizio pubblico e piccole (ma numerose) emittenti locali. A sette anni di distanza dal lancio, possiamo affermare con serenità come anche nel nostro Paese, in determinati comparti, sia possibile fare sistema e produrre eccellenze.

Quanto è stato determinante puntare e investire sugli aspetti tecnologici?

Tutto quello che guarda all'innovazione tecnologica e al suo utilizzo rappresenta un valore e una crescita per chiunque.

A oggi TivùSat è utilizzata dall'8% circa delle famiglie italiane: quali margini di crescita stimate possa avere la piattaforma, in termini di penetrazione?

Stiamo per tagliare il traguardo del 9%: è il segno di una crescita forte e costante che, in particolare nell'ultimo anno, ha raggiunto una presenza significativa. Tre milioni di smart card attivate rappresenterebbero più che un obiettivo: sarebbe il risultato di un lavoro molto importante che consacrerrebbe TivùSat come realtà consolidata nel settore dei media, imponendo anche una riflessione sulle evoluzioni future. Il tutto, però, senza mai tradire la missione originaria, almeno fino a quando il digital divide rappresenterà un tema per il Paese. Penso all'ulteriore switch-off del digitale terrestre che si profila all'orizzonte: il passaggio dal Dvb-T al Dvb-T2.

TivùSat viene scelta sempre e solo dalle regioni scoperte dal Dtt?

La piattaforma è diffusa soprattutto in Sicilia, Calabria,

Liguria, Basilicata e Sardegna, ma è indubbio che la domanda registri segnali di crescita, pur tenui, anche in zone già coperte dal digitale terrestre. Probabilmente ad attrarre sono la possibilità per gli editori di differenziare la qualità dell'offerta in Hd, la presenza del primo 4k gratuito in Italia e l'offerta di tanti canali internazionali, assenti sul Dtt. Tuttavia si tratta ancora di un fenomeno lieve.

A proposito dell'offerta, quanti canali in Hd e Ultra Hd potrebbero essere ospitati dalla piattaforma?

Tecnicamente 999, ma in realtà non esiste un limite numerico naturale: è solo e squisitamente una questione di offerta degli editori, dettata dai loro business plan e dalle regole del mercato. Vorrei però sottolineare la crescita importante dei canali Hd fruibili tramite TivùSat: entro l'anno il loro numero dovrebbe arrivare alla ventina.

Per anni si è ragionato sugli equilibri tra tv pay e free: a suo avviso, che tipo di rapporto di forza si sta instaurando?

Non credo assisteremo a un ritorno generale all'offerta gratuita: penso che il mondo pay e il mondo free rimarranno distinti e complementari, rivolgendosi a target molto diversi. Ci saranno contenuti che avranno sempre più valore, andando a costituire un'offerta a pagamento, e contenuti destinati invece a un pubblico free. In particolare l'offerta generalista, intesa sia come programmazione lineare sia come canali gratuiti, sarà ancora per molti anni largamente amata e seguita.

Nel 2014 TivùSat, insieme a Fransat (Francia), Freesat (Uk), HDd Plus (Germania), ha dato vita a Free Tv Alliance. Quali obiettivi sono stati raggiunti un questi anni dall'associazione?

Free Tv Alliance sta lavorando con i principali organi di standardizzazione, come la HbbTv Association, e con i costruttori di tv set e set-top-box, per dare vita a un unico approccio europeo alla tecnologia, per far abbassare i costi e rendere interoperabili le tecnologie e i device a favore dell'utente. Le specifiche comuni ai quattro operatori sono già state fornite all'industry dei costruttori. ♦