

**F**ondata nel 2005 a Milano, Active Play Italia crea e produce formati interattivi di partecipazione di massa in tempo reale che permettono agli spettatori di interagire con i programmi televisivi tramite telefoni fissi o mobili. L'azienda ha sviluppato programmi di giochi, mandati in onda da tutte le principali emittenti italiane (Rai, Mediaset, Mtv) con ottimo rendimento in termini di partecipazione e di rating. Ricordiamo ad esempio 'Quiz-Sport', il quiz sportivo interattivo in onda su Italia 1 grazie anche all'utilizzo della piattaforma di inLive Interactive, fornitore di soluzioni interattive end-to-end di partecipazione di massa in tempo reale. Un programma che ha già avuto

l'IPTV non si è ancora dimostrata una credibile minaccia per le piattaforme concorrenti. Tre anni fa si prevedevano per il 2007 quasi 7 milioni di utenti IPTV in Europa: la realtà ci parla di circa 4 milioni di abbonati che generano un giro d'affari di circa 700 milioni di euro l'anno. In Europa solo la Francia costituisce un caso di successo con oltre 2 milioni di sottoscrittori, ottenuti anche grazie alla scarsa competitività dei mercati analogici e satellitari. In Italia l'IPTV, lanciata da Fastweb nel 2001, seguita da Telecom Italia con Alice Home TV a fine 2005, ha raggiunto una penetrazione di circa l'1% sul totale famiglie, pari a circa 250.000 sottoscrittori. Le piattaforme concorrenti sono ancora molto lontane: il satellite

Garanzie nelle Comunicazioni (AGCom) riconosce l'IPTV come mezzo di trasmissione, tuttavia trattandosi di un mercato emergente e con diffusione limitata, fino al 2006 non riteneva che il mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva via cavo richiedesse particolare regolamentazione (Delibera 61/06/CONS). Tuttavia nel 2007 nasce la consapevolezza che siano necessari interventi regolamentari che consentano sia l'accesso e l'interoperabilità delle reti per facilitare la diffusione dei contenuti, sia gli in-

ri titolari di autorizzazione generale che ne facciano richiesta, l'accesso a detta infrastruttura nonché a ogni componente di rete necessario, ai fini della fornitura del servizio televisivo o comunque per la distribuzione di contenuti multimediali in modalità lineare...". Questa delibera potrebbe modificare il contesto di riferimento, aprendo il mercato a operatori non telefonici e di conseguenza aumentando l'ampiezza dell'offerta di contenuti e intervenendo al ribasso sui prezzi.

**Gianluigi Pesce,**  
Amministratore  
di Active Play  
Italia - partner di  
inLive Interactive  
in Italia



## Sei in onda

nella sua prima stagione di vita una media di 1,5 milioni di telespettatori e il 10,67% di share e che secondo Gianluigi Pesce, Amministratore di Active Play Italia - partner di inLive Interactive in Italia, attirerà ancora più partecipanti in questa sua seconda edizione. La modalità di funzionamento del gioco interattivo è sempre la stessa: il conduttore pone tre quesiti a risposta multipla, ai quali un numero illimitato di telespettatori potrà rispondere utilizzando i propri telefoni (di rete fissa e cellulari) e vedere simultaneamente sullo schermo i loro risultati e il numero di partecipanti connessi. Ed proprio con Gianluigi Pesce che abbiamo parlato di IPTV.

**D** Ci può parlare dell'andamento del mercato IPTV in Europa e in Italia?

**R** Rispetto alle attese ottimistiche di qualche tempo fa,

ha una penetrazione di circa il 23% e il DTT del 17%. Le attese di crescita si fondano su alcuni evidenti punti di forza dell'IPTV rispetto alle piattaforme concorrenti, in particolare l'interattività, la fruizione di contenuti VoD (video on demand) e le funzionalità di PVR (personal video recording). I fattori che a oggi ne hanno limitato maggiormente la penetrazione sono principalmente di natura tecnica, in particolare legati al territorio coperto dall'offerta e all'ampiezza della banda, ma anche alla scarsa distintività dell'offerta percepita dagli utenti.

**D** Visto che siamo ancora in un contesto di mercato emergente, esistono delle normative vigenti in Italia?

**R** Il contesto normativo dell'IPTV nel nostro Paese riflette quello di un mercato in evoluzione. Infatti l'Autorità per le

Il concetto di TV così come lo abbiamo inteso per anni sta cambiando per l'introduzione delle nuove piattaforme digitali. Abbiamo fatto quattro chiacchiere sulla situazione italiana ed europea dell'IPTV con Gianluigi Pesce, Amministratore di Active Play Italia

centivi adeguati e la necessaria remunerazione degli investimenti effettuati per aumentare la capacità delle reti (delibera 208/07/CONS). In particolare, l'articolo 3.10 del disegno di legge Gentiloni prevede che "i soggetti titolari delle infrastrutture a larga banda notificati come detentori di un significativo potere di mercato [...] sono tenuti a offrire a tutti gli operato-

**D** Qual è il futuro prossimo venturo dell'IPTV in Italia?

**R** A prescindere dall'intervento di AGCOM e dal contesto normativo di riferimento, la diffusione dell'IPTV in Italia è legata ad alcuni presupposti fondamentali. Innanzitutto l'ampliamento del territorio coperto da un'offerta broadband, prerequisito per l'adozione dell'IPTV. Poi l'incremento della banda minima garantita, elemento chiave per la qualità del servizio. Un'offerta commerciale e un pricing flessibili che sfruttino il potenziale del triple play e la sua attrattività per l'utente (un unico interlocutore e un'unica bolletta per telefono, internet, tv). E infine l'ampliamento delle library VoD a disposizione degli utenti, per far sì che uno dei vantaggi competitivi dell'IPTV rispetto alle altre piattaforme trovi riscontro in un'offerta di contenuti attrattiva. In generale ritengo che il successo o il fallimento in questo mercato sarà legato alla velocità con cui gli operatori telefonici sapranno adattarsi all'arena dei contenuti. Si tratta di player che tradizionalmente operano nella gestione delle reti e pertanto avranno bisogno di tempo per sviluppare competenze distintive nell'acquisizione e gestione di contenuti. In questo senso sarà chiave la capacità di svi-

luppate accordi di co-marketing e co-branding con player 'televisivi' e brand che i consumatori associano al mondo dell'entertainment.

## ■ **D** Quali sono i principali player europei e italiani

■ **R** La Francia è il Paese europeo dove si registra la maggior diffusione dell'IPTV. France Telecom in particolare ha lanciato il servizio nel 2003 (inizialmente con il brand Maligne, in seguito Orange) e oggi conta oltre 600 mila sottoscrittori. In Spagna, il secondo Paese europeo per diffusione dell'IPTV, il leader è Telefonica con il brand Imagenio, che dal lancio nel 2004 ad oggi ha raggiunto 450.000 abbonati. Il 2007 prevede l'introduzione di Digital Video Recording (DVR) e HDTV. Fastweb è stato il primo player europeo a lanciare un'offerta IPTV nel 2001 e ha posizionato la Tv come un elemento differenziante della propria offerta triple play. La tv di Fastweb offre contenuti broadcast (tv generalista e i vari pacchetti sky), multicast (pay per view) e unicast (VoD) oltre a funzionalità di DVR (ad esempio Replay tv permette di rivedere gli ultimi tre giorni del palinsesto delle tv generaliste). Al momento conta circa 200.000 sottoscrittori. Telecom Italia ha lanciato Alice Home Tv a fine 2005, raggiungendo circa 30.000 clienti nel 2006. Al momento l'offerta comprende, oltre alla tv generalista, il pacchetto Cinema di Sky, film ed eventi sportivi in pay per view e 500 titoli VoD. A breve è prevista l'introduzione dell'HD e la visualizzazione a mosaico con 16 tasselli. Nei giorni scorsi anche Infostrada ha lanciato un'offerta di IPTV e dovrebbe essere seguita a breve da Tiscali. ■