

Quale futuro per l'IpTv?

L'IpTv è alla ricerca di una propria strada. In Europa accanto ad esperienze felici, ve ne sono altre che non riescono a decollare. Che futuro avrà questo nuovo media?

Per rispondere a questo interrogativo la terza edizione dell'IpTv Forum, organizzato il mese scorso a Milano da Business International e sponsorizzato da **PROSSIMA**, ha messo in campo il meglio dell'offerta nazionale: tre dei quattro editori esistenti, Fastweb, Tiscali, Telecom Italia, i fornitori di contenuti (**RTS** Digital, Rai, Mediaset, Class CNBC), le associazioni **ATA** Italia e Assodigitale, i massmediologi e diversi altri soggetti a vario titolo interessati.

In Europa le esperienze significative in grado di fungere da modello di riferimento sono al momento due. Prima di tutto quella francese, che in soli due anni e mezzo è riuscita a produrre 2,4 milioni di abbonati; a seguire quella spagnola, che di clienti ne ha affiliati 500.000. Dietro c'è il vuoto.

In Inghilterra, patria della Tv digitale (ha raggiunto l'86% della penetrazione) l'IpTv non arriva a 90.000 utenti, in Italia siamo a circa 250.000. «L'IpTv è in uno stato iniziale ed è alla ricerca di un proprio ruolo consolidato - ha affermato Emilio Pucci, direttore di E-Media Institute - . L'analisi dei mercati ha evidenziato che esiste poco spazio per le offerte alternative agli operatori satellitari e neanche le offerte low cost sono una leva, poiché vengono già utilizzate dalle Sat Tv e sul versante delle Telco non basta l'offerta del triple play per garantire un appeal al prodotto IpTv. Vedo invece uno spazio interessante nel segmento della Tv on demand. L'IpTv permette infatti di usufruire di forme di Tv non lineare e spaccettata».

Non sono proprio generose le stime elaborate da E-Media Institute per il nostro Paese: nel 2010 le famiglie abbonate all'IpTv in

una stima prudente saranno circa 800.000, il triplo di quelle attuali, oppure nella versione più aggressiva 1,2 milioni. Ma visto che gli operatori sono diventati quattro è difficile che questi dati vengano colti come un'opportunità. Intanto sono diventate un temibile concorrente anche le Web Tv, che al contrario delle IpTv puntano su un sistema aperto (*Mauro Scarpellini*).