

LA COPERTINA: MEDIASET PREMIUM

Mediaset potenzia ulteriormente la sua offerta Premium, introducendo un nuovo ed originale concetto di Video On Demand e due nuovi canali dedicati al cinema. Ma i progetti sono davvero numerosi ed interessanti, se non, in alcuni casi, "rivoluzionari"

È l'ora dell'On Demand

di **Antonio Franco**

le rubriche

Mediaset punta a sviluppare ulteriormente la propria offerta a pagamento, che le consentirà di superare discretamente, nonostante tutto, anche un anno così difficile qual è stato questo 2009. Anzi, specifica

Piersilvio Berlusconi, "il nostro sarà l'unico media, anche sul piano internazionale, a registrare gli stessi ricavi dell'anno precedente", seppur con utili in calo.

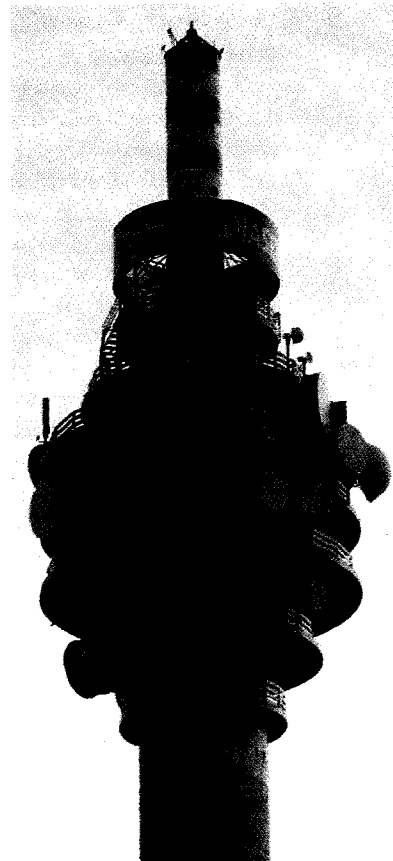
E questo risultato si deve soprattutto all'offerta Premium, appunto, che quest'anno consentirà di registrare a bilancio un fatturato di ben 520 milioni di euro. Non poco, se si pensa che nel 2004 le attività che erano legate alla Tv tradizionale (pubblicità sulle tre reti generaliste) rappresentavano il 97% del fatturato e che solo il 3% (circa 80 milioni) derivava da altre attività. Oggi, invece, le attività al di fuori della pubblicità sulle tre reti generaliste ammontano a 875 milioni e rappresentano il 27% del fatturato totale. Questi risultati consentono al gruppo di confermare, nonostante il notevole aumento degli investimenti, il break-even di Premium, sempre entro il 2010.

Credo sia quindi evidente il compito che l'operazione Premium sta svolgendo in questo particolare

momento di rallentamento della raccolta pubblicitaria, grazie anche ad una competitiva offerta, che permette di contare su un ulteriore aumento degli abbonati e delle tessere vendute; si dovrebbe arrivare nei prossimi mesi

ai 4 milioni (un dato sicuramente significativo), tenendo anche presente che a giugno erano state disattivate ben 2 milioni di schede per i preannunciati motivi di sicurezza.

E il successo di tutta l'operazione Premium va attribuito in buona parte ad un team che ha saputo lavorare con grande accanimento e fantasia, puntando con determinazione al continuo potenziamento dell'offerta, che è stata focalizzata sempre ed esclusivamente sulla qualità, sulla flessibilità e sul prezzo.



IL NUOVO VIDEO ON DEMAND

Arrivano così, oggi, due nuovi canali dedicati al cinema, Cinema Emotion e Cinema Energy, che "offrono una selezione cinematografica di elevata qualità", come ha annunciato con grande e coinvolgente entusiasmo lo stesso Federico Di Chio, ed un'innovativa proposta di fruizione che si chiama Premium On Demand e

che consente di stravolgere il modo di vedere la Tv. Si tratta di utilizzare un comune decoder che alloggia anche un hard disk; su quest'ultimo vengono registrati tutti i film previsti dal sistema di gestione di Premium, nello stesso momento in cui vengono trasmessi dai canali dedicati al cinema.

Un'offerta flessibile consente poi all'utente, senza costi aggiuntivi oltre all'acquisto del decoder, di poter vedere un'ampia scelta di film e serie televisive all'ora che vuole, potendo altresì fermare le scene, avanzare o tornare indietro, come se avesse un DVD domestico che è in grado di offrirgli ben 50 film insieme, in continuo aggiornamento. È un'idea originale, ancora una volta partorita dalla struttura di R&S della Pay Tv, diretta da Eugenio Pettazzi, che ricade sempre sotto la direzione di Franco Ricci; è una Divisione che, peraltro, sta già lavorando anche ad un nuovo sistema in Alta Definizione.

Ma le sorprese non finiscono qui. Molto attiva è anche la Direzione Tecnica di Videotime (anche questa, va ricordato, ricade sotto la Direzione di Franco Ricci), che sta sviluppando una notevole mole di progetti, tra i quali spiccano il completamento dell'M-Tube e il Digital Video Project, che consentono di operare, in sinergia, con un potenziale che già oggi sbalordisce per le sue "opportunità". Una vera "macchina da guerra", insomma, della quale è difficile riuscire ad immaginare tutti i possibili futuri progetti in fase di sviluppo.

Cominciamo ora i nostri approfondimenti con le opportune interviste.



La parola a Piersilvio Berlusconi

Secondo te, questo nuovo decoder con PVR che registra i programmi di Mediaset Premium può essere in futuro il vostro Cavallo di Troia per entrare con un certo peso anche nell'offerta di contenuti in alta definizione, superando così i limiti di capacità tipici della rete digitale terrestre, rispetto alla capacità della piattaforma satellitare?

Credo sia una grande innovazione del servizio che diamo ai nostri clienti, che ora possono decidere cosa vedere e quando vederlo, con una libertà che non si è mai vista prima, senza necessità di parabole o di connessioni ADSL. Questo decoder dà qualcosa che non c'è mai stato prima, con semplicità d'uso e flessibilità. Certo, questo è uno strumento che potrà essere utilizzato anche per potenziare l'offerta dell'alta definizione, in crescita nei prossimi mesi anche sul digitale terrestre.

Quindi sarà un elemento di alta competizione con Sky?

L'alta definizione è un elemento dell'offerta, a cui anche noi apprenderemo, ma penso, pur dando per assodato che la tecnologia è un elemento fondamentale dell'offerta, che oggi sia comunque il contenuto a vincere.

La chiavetta offerta da Sky per la ricezione digitale terrestre ha provocato le vostre reazioni ed avete presentato un esposto all'Authority...

L'offerta di Sky sul digitale terrestre limita la possibilità dell'utente di poter scegliere altri canali, non previsti da Sky, oltre a non permettere l'accesso all'offerta a pagamento ed all'interattività. Quindi, limita la scelta dell'utente e la concorrenza sul mercato.

Nel frattempo però arriva anche un'offerta di Murdoch sul digitale terrestre. Apriti Cielo...

Siamo abituati a vedere sempre più concorrenza. Il fatto che lo stesso Murdoch arrivi con un'offerta sul digitale terrestre testimonia però la bontà e la qualità della piattaforma DTT. Credo che sia significativo che un editore leader della piattaforma satellitare venga a presentare un'offerta gratuita anche sulla piattaforma terrestre. È un'importante testimonianza, che certifica, in qualche modo, la validità di questa piattaforma.

Alcuni quotidiani hanno parlato qualche settimana fa di possibili progetti di Mediaset anche per la Web Tv. Cosa avete in programma?

Stiamo lavorando a progetti per lanciare un'offerta televisiva sul Pc, stile YouTube, ma fatta con i nostri contenuti; ma stiamo anche lavorando a progetti di IPTV, che permetterebbero di fruire di contenuti televisivi sul televisore attraverso il collegamento a Internet; vogliamo esserci e vogliamo fare un'offerta anche su questa piattaforma. Detto questo, rimane prioritario per noi il digitale terrestre, che è anche la piattaforma più "universale" dell'intero sistema televisivo.

Anche perché resta la piattaforma meno aggredibile da potenziali concorrenti, vista anche la vostra potenza di fuoco...

Mah, L'Espresso intanto ha due mux e Murdoch è entrato con estrema facilità. La concorrenza, potenzialmente, è reale...

Quali sono i possibili modelli di business che immagini, per ciò che riguarda i progetti di IPTV?

I modelli che sfruttano al massimo tutte le potenzialità della piattaforma Internet, ovviamente. Oltre ai contenuti di Premium, è possibile anche un'altra offerta a pagamento, con un livello di servizio probabilmente ancora più alto di quello offerto dalla DTT. Diciamo che ci stiamo concentrando comunque su un'offerta indipendente, gestita cioè direttamente da noi, al di fuori da accordi con gli operatori 'telecom'. Ci saranno degli accordi per ciò

che riguarda l'uso della rete, ma gli abbonati puntiamo a gestirli noi, direttamente. È una piattaforma sulla quale vogliamo esserci, non vogliamo perdere il treno; allo stesso tempo, però, siamo focalizzati su strategie che puntano principalmente sulla piattaforma digitale terrestre.

Cosa ci puoi dire di Italia 2, del canale all news e degli altri canali tematici di cui ogni tanto si sente parlare?

Italia 2 da un punto di vista editoriale è un canale pronto. Però, oggi, siccome la banda è in buona parte occupata, perché stiamo offrendo davvero tanto per la grande proposta di Mediaset Premium, possiamo prevederlo solo nelle aree dove è già avvenuto lo switch off. Ci sono dei problemi di banda che stiamo risolvendo e potremmo anche acquistare della banda da qualche altro operatore. Diciamo che nell'arco dei primi sei mesi del 2010 il progetto di Italia 2 potrebbe partire, mentre il canale all news è un desiderio che abbiamo, come editori, e stiamo lavorando per renderlo possibile e sostenibile anche da un punto di vista economico. Arriverà dopo Italia 2, ma, comunque, entro il prossimo anno, spero.

Il target di Italia 2?

Sarà un target molto giovane, 16-22 anni, soprattutto femminile. Ci stiamo lavorando molto seriamente.

M-Tube vi apre una serie incredibile di opportunità. È come avere un'autostrada a 20 corsie, delle quali attualmente ne state utilizzando forse due, e neanche a pieno regime...

In realtà è presto e tutto è in evoluzione. Per un'infrastruttura come quella di cui parli tu, così avanzata, non abbiamo dei modelli di business già definiti, ma su qualsiasi business legato alla distribuzione dei contenuti noi vogliamo esserci.



**La parola a Franco Ricci
Direttore Operazioni e Business Pay Tv
Come è nata l'idea del decoder con il PVR
integrato?**

È un'idea nata da una precisa esigenza, quella di potenziare l'offerta, nonostante la capacità della banda lineare tipica del digitale terrestre, in confronto a quella satellitare. Ci siamo quindi spremuti le meningi per farci arrivare un'idea che potesse sopperire a questa differenza di banda.

**Quanti multiplexer avete oggi a disposizione
sulla piattaforma digitale terrestre?**

Oggi abbiamo tre multiplexer digitali e tre multiplexer analogici, che si stanno convertendo in digitale sulla base del calendario degli switch off; oltre a questo, c'è un mux in affitto, di proprietà di D-Free. Per l'offerta Premium, puntiamo ad avere, nel tempo, da quattro a sei multiplexer. Questo

anche perché vogliamo incrementare l'offerta in alta definizione, che sarà il plus del futuro, per ciò che riguarda l'offerta pay.

**Avete un'offerta di 50 film al mese per Premium
On Demand, sempre disponibili ed in continuo
aggiornamento. È un modo per controbattere ad altre
offerte presenti sul mercato?**

Sì, credo sia un'offerta appetibile. Questa è una grande innovazione. Non bisogna programmare nulla, siamo noi che aggiorniamo la library dei film. La media è di 12 film a settimana, circa due film al giorno, per un archivio di circa 50 film al mese, che continuano ad aggiornarsi quotidianamente. L'utente deve solo decidere cosa vuole vedere e quando.

E la versione HD di Premium On Demand?

Per i decoder HD è solo un problema di chipset. Appena i produttori saranno pronti, in poco tempo dovremmo essere pronti anche noi. Penso che si inizierà la prossima primavera.

**Per ciò che riguarda le tue attività, cosa comporta
l'uscita di Italia 2?**

È, in questo momento, un problema esclusivamente editoriale, soprattutto nella definizione del target e dei relativi contenuti. Dal punto di vista tecnico, non ci sono problemi. Credo però che Italia 2 sia un nome probabilmente destinato a cambiare.

Invece, per il famoso canale All News?

È un'altra iniziativa importante. Ci stiamo lavorando e ci stiamo preparando, anche tecnologicamente. È un'iniziativa che vedrà la luce, credo, nel primo semestre del 2010.

**Circa tre mesi fa è uscita una news che parlava di una
vostra presenza decisa anche nel mondo dell'IPTV.**

Come stanno realmente le cose?

È vero che stiamo lavorando anche su questo fronte. Qualcuno ha fatto un patchwork di informazioni. Noi, sostanzialmente, abbiamo mandato in giro, ad alcuni fornitori che hanno competenze in questo ambito, delle richieste per una serie di informazioni che rispondessero al "nostro pensiero sul futuro"; l'idea è quella di realizzare una piattaforma che consenta di utilizzare le reti telecom, ma anche di "alimentare i televisori". Quindi, per capirci, una piattaforma 'telco-independent', che non deve necessariamente transitare su una telco ma arrivare al televisore mediante una connessione ADSL di qualsiasi operatore. Quello cui noi stiamo pensando è come organizzare questa piattaforma di distribuzione.

Le idee in merito, quali sono?

Le idee non sono ancora perfezionate, ma ti dò una chicca: è l'evoluzione dello SVOD, di nuova generazione. Magari sarà un prodotto con un disco da 500 GB, ma allo stesso

tempo, la versione futura del nostro decoder potrebbe avere anche una connessione alla rete e quindi attingere, oltre che alla library residente nel decoder, anche ad una nostra library ed aumentare così notevolmente le potenzialità dell'offerta verso l'utente.

Per M-Tube, cosa si prevede e quanto può aiutare questo progetto di IPTV?

Dovevamo, alcuni anni fa, sostituire i ponti radio; abbiamo pensato ad un progetto che utilizzasse la rete IP. Abbiamo quindi cominciato a costruire questo back-bone che collegava tutte le nostre sedi, abbiamo noleggiato da vari operatori della fibra spenta, poi abbiamo comprato ed installato le apparecchiature nei nostri centri e adesso stiamo cominciando ad accenderla. Questa è l'ossatura principale da cui partire. Questo era il pensiero strategico di qualche anno fa.

Ma è un'immensa autostrada che sfruttate relativamente...

Sì, ma non ti dimenticare che la nostra offerta, anche con Mediaset Premium, sta crescendo velocemente ed ha molti canali...

Ma c'è un'idea più profonda, credo. Una volta si parlava anche di vendere servizi...

L'idea è che questa infrastruttura possa essere l'ossatura di base di un progetto futuro, che è poi quello della televisione IP. Quello che vogliamo fare è dare all'utente una grande offerta di contenuti, senza puntare a cedere capacità. Non è il nostro lavoro, perché il nostro core-business è la Televisione, che sia free, pay o via IP... Dove c'è Televisione, noi vogliamo esserci.

Ma come potrebbe essere sfruttato invece il Digital Video Project, oltre che per le esigenze interne per le quali è stato sviluppato?

Il Digital Video Project è uno degli elementi di cui ti parlavo prima; è un altro pezzo di quella piattaforma di delivery che stiamo studiando ed implementando. Sono tutte innovazioni che sono in linea con il nostro pensiero strategico. Poi, che cosa succederà esattamente, non lo sappiamo ancora. Per ora è un servizio interno importantissimo. Il fatto di averlo costruito su piattaforma IP ci aiuterà ad integrarlo in vari modi, anche in futuro.

La parola a Eugenio Pettazzi

Direttore Divisione R&S della Business Pay Tv

Com'è nata questa innovativa soluzione on demand?

È una soluzione nata, a livello di idea, circa due anni fa ai tempi di Luigi Seccia, ma poi abbiamo meditato a lungo sulla sua reale introduzione. Nel frattempo però Mediaset Premium è cresciuta molto, sia come numero di programmi che come offerta, che come diversificazione della stessa, soprattutto per ciò che riguarda i canali dedicati al cinema. A questo punto ci siamo detti: forse i tempi sono maturi per partire anche con un servizio di video on demand.

Quali sono stati i principali problemi legati allo sviluppo della soluzione?

Abbiamo pensato molto per la scelta dei fornitori. Volevamo puntare un prezzo davvero ultra-competitivo. Per questo specifico motivo la selezione dei partner tecnologici (sia software che hardware) è stata davvero un bel match. Ecco perché abbiamo anche scelto un disco di 160 GB, capacità più che sufficiente per le nostre esigenze, ma che ci consentiva di contenere il costo. D'altronde, con questo tipo di capacità abbiamo la disponibilità di circa 50 film, lasciando la qualità identica a quella in ingresso, cioè quella della trasmissione stessa.

Quali sono stati i tempi di realizzazione del progetto?

Abbiamo preso la decisione all'inizio di luglio e per fine ottobre abbiamo avuto il prodotto finito, che è entrato in commercio a fine novembre.

Solo quattro mesi per realizzare tutto...

Sì, va detto che tutto il box è stato costruito partendo da zero, dai menù di gestione al telecomando, alle diverse interfacce, all'hardware ed al progetto stesso del box. Quattro mesi, per tutto.

A chi vanno i tuoi ringraziamenti?

A molti. Innanzitutto, vorrei ringraziare la Nagra, la BesTV e la TechnoTrend, oltre al team interno che ha lavorato a questo progetto; in particolare, un ringraziamento va a Johnny Bottinelli e a Nicola Franchi. In ogni caso, in questa occasione ha operato un gran bel gruppo di lavoro, molto affiatato.

Il prossimo passo quale sarà?

Il prossimo passo, importante, sarà un decoder in alta definizione, che dovrebbe arrivare con il nuovo anno. ☺