

Tecnologia & Passioni

Persone, rete, consumi

4

La nuova Tv/1 Al via lo standard «terrestre»: più programmi e migliore definizione. Ma lo schermo va cambiato

Arriva il digitale. E il «Multivisore»

Film ma anche musica, videogame, Internet. Come sarà la televisione di domani

DI UMBERTO TORELLI

Parte il digitale terrestre. A fine ottobre la Sardegna ha adottato per prima il nuovo standard televisivo, decretando, dopo oltre mezzo secolo di Tv analogica, l'inizio della nuova era digitale. Per lo spegnimento (switch-off) del segnale analogico nelle altre Regioni, vale il calendario del ministero per lo Sviluppo economico (vedi tabella): da adesso fino al 2012, quando Calabria e Sicilia abbandoneranno per ultime il vecchio sistema.

Con il nuovo standard di trasmissione cambierà profondamente anche il televisore: da media a una sola direzione per utenti passivi, diventerà «multivisore», con gli spettatori che potranno interagire attraverso il telecomando e altri dispositivi elettronici. I nuovi schermi piatti a cristalli liquidi (Lcd) e al plasma verranno usati anche come terminali multimediali: grazie agli ingressi digitali, si può guardare film in alta definizione da Dvd, videogiochi con la console, ascoltare musica con lettori Mp3, collegare notebook e NetPc per navigare sul web.

Il passaggio al digitale terrestre è un cambiamento che coinvolge milioni di utenti. Con pro e contro. Parliamo prima dei vantaggi. Le emittenti televisive che trasmetteranno con il sistema Dtt (Digital Terrestrial Television) disporranno di un numero superiore di programmi. Infatti per ogni banda (analogica) di frequenza, aumenta il numero dei canali digitali trasmessi:

fino a sette-otto volte. Di conseguenza, si potranno ricevere più trasmissioni in chiaro e a pagamento. Non solo. Migliora anche la qualità del segnale, quindi la risoluzione dello schermo Tv. Nel corso degli anni si arriverà a trasmettere solo in alta definizione (Hd), per ora in fase di sperimentazione in poche zone d'Italia. Un assaggio della qualità video lo ha offerto la Rai, durante le Olimpiadi di Pechino e per alcune partite di Champions League.

Gli svantaggi, invece, sono i problemi da affrontare per impianto e apparecchio Tv. Per il primo non sono necessarie modifiche: il ricevitore, sul tetto di casa, rimane lo stesso. Al più, bisognerà calibrare i segnali, un'operazione da tecnico antenna, consigliata soprattutto per gli impianti centralizzati dei condomini. Per il televisore, invece, cambia tutto.

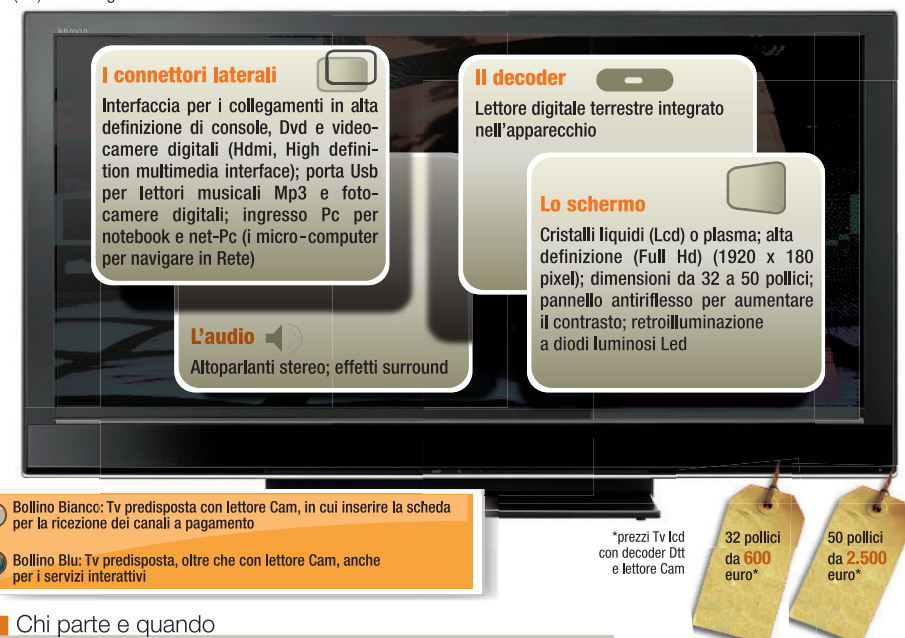
Due le possibilità. Se tenete il vecchio apparecchio e, al momento dello switch-off, non avrete provveduto ad acquistare un decoder digitale, allora non riceverete nessun programma. È presumibile,

secondo quanto già fatto per la Sardegna, che vengano attivate sovvenzioni statali, con uno sconto di circa 50 euro. Ricordate che bisogna abbinare un singolo

decoder a ogni televisore della casa. In fase di acquisto potete optare per apparecchi con la sola ricezione dei programmi in chiaro (da 60-80 euro), oppure per quelli predisposti per la Tv a pagamento (da 120 euro). In ogni caso, quando si passerà alle trasmissioni Hd, non è detto che quanto avete ac-

La Tv che verrà

Caratteristiche del televisore con piattaforma multimediale interattiva, predisposto per le trasmissioni in alta definizione (Hd) con il digitale terrestre



Chi parte e quando

Il calendario per il passaggio definitivo dell'Italia alla televisione digitale terrestre

- 2008 Valle d'Aosta, Sardegna
- 2009 Piemonte occidentale, Trentino e Alto Adige (più provincia di Belluno), Lazio, Campania
- 2010 Piemonte orientale, Lombardia, Emilia Romagna, Veneto (più province di Mantova e Pordenone), Friuli Venezia Giulia, Liguria
- 2011 Marche, Abruzzo e Molise (più provincia di Foggia), Basilicata, Puglia (più province di Cosenza e Crotona)
- 2012 Toscana, Umbria (più province di La Spezia e Viterbo), Sicilia, Calabria

Fonte: ministero dello Sviluppo economico

Ppparra

quistato ora vi consenta la completa ricezione in alta definizione.

Diverso il discorso se acquistate un nuovo apparecchio. Abbandonate le Tv a raggi catodici, il mercato offre ora televisori Lcd e al plasma. I primi dominano, visto che in Italia nel 2008 saranno venduti oltre 3,6 milioni di Lcd contro 280 mila plasma. I secondi, però, garantiscono maggiore fluidità delle immagini, specie per gli amanti dell'home theatre. Quanto alle dimensioni, i modelli più richiesti vanno dai 32 ai 56 pollici, in formato 16:9. Le offerte da parte dei costruttori sono molteplici, con prezzi da 600 a oltre

2.500 euro, per televisori con e senza decoder Dtt interno: vale la pena di orientarsi sui secondi, e meglio ancora se hanno integrato anche il lettore (modulo Cam) per la pay per view.

La coreana Samsung Electronics, guidata dall'amministratore delegato Yoon Woo Lee, offre diversi formati Lcd: «Sono già predisposti per quello che viene indicato come "bollino bianco" — dice Paolo Sandri, vicepresidente della divisione audio video di Samsung Italia —, dove basta inserire la card per i programmi a pagamento» (vedi scheda). La giapponese Panasonic propone invece Viera, televisore al pla-

ma da 50 pollici con lettore Cam (3 mila euro). Gli apparecchi digitali di Lg, Philips e Sharp sono già predisposti per il bollino bianco.

Il prossimo anno arriveranno i modelli con «bollino blu», per consentire l'interattività in diretta: una Tv bi-direzionale in cui lo spettatore assumerà un ruolo attivo. «Attraverso il doppio telefonino l'utente interagirà con i tasti del telecomando — dice Marco Tosi, amministratore delegato di IconMediaLab —. Messaggi e schermate sul video gestiranno il flusso delle informazioni».

Non resta che aspettare, ma i cambiamenti saranno ancora molti.

Pit-Spot

di Aldo Grasso

in collaborazione con Massimo Scaglioni



Citroën gioca al Grande Fratello dell'automobile



Sotto il segno di Citroën è nato il reality-advertising, la pubblicità nella forma di reality. Va nella direzione che oggi attraversa tutti i media, a cominciare, ovviamente, dalla televisione: il coinvolgimento dello spettatore, che aspira a oltrepassare il confine fra platea e palcoscenico. Il reality-advertising ruota naturalmente attorno al casting, e il «Gold Casting», online in queste settimane su Internet (al sito www.c3gold.it), mira a cercare volti nuovi per la campagna pubblicitaria Tv 2009 di «C3 Gold».

La campagna non fa che rinnovare un'operazione già iniziata qualche mese fa: su tutte le reti generaliste abbiamo visto Naomi Campbell, a Cannes, affiancarsi a volti sconosciuti, accomunati dalla manifestazione meraviglia per la C3 Gold. Per tutti, lo stesso stupito tormentone di fronte alla nuova edizione dell'automobile: «Oh my Gold!». Ora la palla passa al web, dove si sta svolgendo il casting per la futura campagna. Qui un videomessaggio dà il benvenuto alla Gold Community e spie-

ga come partecipare: occorre girare un video di 20 secondi, con telecamera o telefonino, pronunciando la faticosa frase in modo il più possibile originale, accattivante, estroso.

Come in ogni reality che si rispetti non manca un sistema di «voting»: la migliore interpretazione, quella più votata dai navigatori, consente di diventare il nuovo Gold-Boy o la nuova Gold-Girl di Citroën. I video caricati, oltre a essere visibili in Rete, possono essere pubblicati e condivisi su Facebook o Myspace. Ed ecco, già online, tanti modi differenti di pronunciare la stessa frase: c'è chi è su una sedia da dentista e chi all'apparecchio di una cabina telefonica in strada, ognuno con la speranza di saltar sul palco per trenta secondi di celebrità. Le campagne basate sui tormentoni sono le più efficaci proprio nel coinvolgere lo spettatore, ora però la parola è ai navigatori. Un'operazione analoga ha raccolto migliaia di video autoprodotti che hanno ricostruito l'immagine di Italia 1: è stata un successo inatteso.

La nuova Tv/2 I progetti delle emittenti e i numeri. Venduti finora 10 milioni di apparecchi e raggiunto il 6% dell'audience. Il disimpegno di Telecom Italia Media

Il boom di Mediaset e Rai: da tre a 36 canali

Le due aziende moltiplicano per 12 la potenza di trasmissione. Ma all'estero le frequenze vanno all'asta

Cinque anni dalla nascita, la televisione digitale terrestre italiana, o Dtt, sta finalmente decollando, ma non senza problemi, soprattutto sulla gestione delle frequenze. Nuovi operatori entreranno nel mercato della Tv digitale, ma altri ne escono.

In Sardegna, prima regione coinvolta, lo switch-off (il passaggio definitivo dall'analogico al digitale) è ormai completo. «L'isola, con i suoi 1,6 milioni di abitanti, è l'area digitale più vasta d'Europa», dice Andrea Ambrogetti, presidente di DgTvi,

l'associazione che riunisce Rai, Mediaset, Telecom Italia Media, Dfree e le emittenti locali. Il governo guidato da Silvio Berlusconi (che è anche il principale azionista di Mediaset) punta decisamente sulla Tv digitale e il sottosegretario alle Comunicazioni, Paolo Romani, ha previsto che 37 milioni di italiani spengheranno la tv analogica per passare al Dtt già entro il 2010.

Finora sono stati venduti 10 milioni di apparecchi digitali (per due terzi decoder, per un terzo televisori integrati) e la nuova Tv raggiunge il 6% dell'audience. Secondo il

piano governativo di digitalizzazione per aree geografiche, entro il 2009 ci sarà lo switch-off in Valle d'Aosta, Lazio, Campania, Trentino Alto Adige e Piemonte. Il governo prevede di stanziare circa 100 milioni all'anno fino alla fine del 2012, quando avverrà lo switch-off definitivo anche nelle ultime due regioni, Sicilia e Calabria. Prevedibilmente tutto procederà secondo il modello Sardegna, dove la tecnologia digitale ha permesso un arricchimento dell'offerta: i canali sono passati dai 26 (10 nazionali e 16 locali) della vecchia Tv



Piani Fedele Confalonieri, presidente di Mediaset

analogica a ben 59 (29 nazionali e 30 locali).

Secondo le prime rilevazioni dello Studio Frasi, la nuova offerta di Tv digitale premia Rai4, il canale diretto da Carlo Freccero, che supera il 3% di audience (e La7), mentre i canali generalisti di Rai e

Mediaset perdono quota. Ma non tutti i sardi hanno acquistato il decoder Dtt: anche la Tv satellitare Sky guadagna audience.

Tuttavia sia la Rai sia la Mediaset presieduta da Fedele Confalonieri guadagneranno potenza: gestiranno ognuna non più solo tre reti di trasmissione ma il doppio, ovvero sei frequenze, o multiplex (mux). Considerando che su ogni multiplex si possono diffondere sei canali Tv, i duopolisti potranno moltiplicare per 12 (da 3 a 36 canali) la loro capacità trasmissiva. Anche Telecom Italia Media pas-

sa da due reti a quattro mux, All Music del gruppo Espresso da una rete a due mux, mentre le altre Tv guadagnano un mux (cioè la possibilità di trasmettere 6 canali).

TI Media, invece, si disimpegna dall'affollato mercato digitale, cedendo la sua Pay-Tv ad AirPlus Tv, controllata dalla famiglia svedese Wallenberg, che promette canali di calcio, film e programmi per bambini. Aumenteranno quindi la competizione e l'offerta.

Tutto bene allora? Non proprio. Il governo potrebbe essere costretto ad affrontare problemi intricati sul fronte della gestione dello spettro radio. In Sardegna, i broadcaster hanno ottenuto complessivamente 38 frequenze: le reclamano anche per trasmettere la Tv ad alta definizione, che occupa molta banda e ri-

chiederebbe la completa sostituzione degli attuali decoder.

Sono rimaste solo due frequenze da assegnare a eventuali altri operatori (e altre 17, però non concordate a livello europeo). Ma la Commissione Ue ha già accusato l'Italia di gestione chiusa e pro-broadcaster dello spettro nazionale. Gli altri governi europei puntano infatti a mettere all'asta buona parte delle frequenze liberate dalla Tv analogica, consapevoli che per i gestori mobili valgono miliardi. Nel frattempo TI Media sta trattando per cedere una quota della sua preziosa rete digitale a un fondo di private equity; e corre voce (né smentita né confermata) che anche il gruppo Espresso stia valutando la cessione della rete digitale di All Music.

ENRICO GRAZZINI