

La tv digitale: innovazione ed economia

Giuseppe Richeri
Università della Svizzera Italiana, Lugano

Il processo d'innovazione in atto

L'applicazione delle tecniche digitali ai mezzi di comunicazione oggi interessa direttamente una larga parte della popolazione sia nell'ambito del lavoro sia in quello domestico

Negli ultimi dieci anni il vettore più capillare e veloce dell'innovazione in questo campo è stato **Internet** che oggi è presente ormai in quasi tutti gli uffici e in quasi metà delle case europee. Internet, e i servizi ad esso associati, rappresenta il frutto più evidente di quel fenomeno, basato sulla "rivoluzione digitale", chiamato **convergenza** che riguarda l'intreccio progressivo di telecomunicazioni, informatica e contenuti alfanumerici, grafici e audio-visivi.

Si tratta di un processo d'innovazione che è solo all'inizio sia sul piano tecnologico sia su quello dei servizi destinati al mondo delle imprese, della pubblica amministrazione e delle famiglie. Il successo di queste innovazioni e la loro rilevanza per la crescita economica e lo sviluppo sociale dipendono sostanzialmente dal fatto che esse offrono le risorse necessarie a sostenere una profonda trasformazione in atto nel mondo contemporaneo.

In sintesi si tratta del progressivo passaggio da una società basata sulla produzione e il consumo materiale a una società in cui diventa centrale la produzione e il consumo immateriale, detta oggi "società dell'informazione" o "società della conoscenza".

Le tecnologie digitali e i prodotti/servizi di comunicazione e d'informazione non sono solo un settore centrale e molto dinamico dell'attività economica, ma sono ormai essenziali per organizzare dei processi produttivi e distributivi in tutti gli altri settori dell'economia contribuendo ad aumentare la produttività del lavoro.

Nel campo delle comunicazioni ci sono oggi due settori in cui l'innovazione digitale accelerata ha provocato un forte aumento delle capacità e un costante abbassamento dei costi: le memorie dei computer e le reti di trasmissione.

Memorie digitali sempre più potenti permettono di immagazzinare e gestire, anche in ambito domestico, grandi archivi di dati, suoni, immagini fisse e in movimento. Oggi gli archivi domestici di fotografie e di musica digitale in alcuni paesi costituiscono già un mercato di massa, ma il prossimo salto riguarda la formazione di grandi archivi domestici di film e di programmi televisivi.

Reti digitali a larga banda rendono più veloce, potente e flessibile la distribuzione di contenuti editoriali (testi alfanumerici, audiovisivi, ecc.) e l'accesso a nuove forme di comunicazione interattiva. Oggi la tv digitale porta già in oltre 30 milioni di famiglie europee una quantità e qualità di programmi e servizi impensabili con la tv tradizionale, con la prospettiva reale di sostituire a termine la tv analogica in tutti i 232 milioni di famiglie europee.

Si tratta di due settori dell'innovazione digitale (memorie e reti) che hanno un impatto rilevante sull'economia in generale, ma offrono grandi opportunità in particolare in due ambiti:

- l'economia audiovisiva e, più in generale, l'industria del copy-right
- l'economia dei servizi d'interesse collettivo e, in primis, quelli erogati dall'Amministrazione pubblica

Nel primo caso l'effetto è di moltiplicare i canali di distribuzione e di ridurre i costi unitari offrendo forme di accesso interattivo ai prodotti editoriali (musicali, audiovisivi, ecc.) che

migliorano sensibilmente le condizioni di selezione e consumo e aumentano le dimensioni del mercato. Due esempi tipici sono la tv digitale e il video on demand.

Nel secondo caso si tratta di passare dall'erogazione allo sportello all'erogazione a domicilio, tramite la rete, di un'ampia gamma di servizi della pubblica amministrazione e non: dai documenti e certificati all'assistenza sanitaria all'educazione scolastica, ecc.

Il caso della tv digitale

Le implicazioni più rilevanti della televisione digitale sono ormai note:

- da una parte un uso più efficiente dello spettro radioelettrico costituito dal fatto che la banda di frequenze necessaria a trasmettere un canale televisivo in tecnica analogica permette di trasmettere fino a 6 canali in tecnica digitale

- dall'altra offre la possibilità di interconnettere il televisore alla linea telefonica domestica sfruttando in tal modo la televisione come vettore dei servizi associati a Internet e sfruttando Internet per sviluppare servizi televisivi interattivi.

Il fatto rilevante è che quando la televisione digitale sarà accessibile in tutte le case lo sarà anche Internet che diventerà così un servizio universale.

Già oggi molte delle famiglie che accedono a piattaforme televisive digitali utilizzano non solo canali televisivi in chiaro o a pagamento, ma anche un'ampia gamma di servizi interattivi sia combinati con programmi televisivi (p.e. voto in programmi tipo Grande Fratello) sia indipendenti dalla programmazione televisiva come videogiochi *on-line*, scommesse *on line*, il *t-commerce* (e-commerce via tv) *t-banking*, ecc.

Lo sviluppo della tv digitale richiede grandi investimenti sia per l'aggiornamento delle reti di trasmissione sia per l'innovazione dei programmi che devono essere abbastanza attraenti da sollecitare l'interesse delle famiglie sia per la creazione di programmi e servizi interattivi. La remunerazione di questi investimenti è dislocata nel tempo sia che si basi su investimenti

pubblicitari, sai che si basi sul pagamento diretto da parte delle famiglie. In generale si prevede infatti una crescita degli utenti piuttosto lenta dal momento che per loro si tratta normalmente di sostenere spese aggiuntive per l'acquisto di appositi terminali digitali (decoder, set top box, ecc)

L'esperienza del Regno Unito in questo campo appare oggi particolarmente interessante dal momento che la tv digitale è offerta su tre distinte piattaforme in concorrenza, il cavo, il satellite e le reti terrestri, con una netta prevalenza del satellite:

- satellite con 7 milioni abbonati
- cavo con 2 milioni di abbonati (tv digitale)
- terrestre 2,2 milioni abbonati

L'impresa televisiva digitale di maggior successo in Europa, BSkyB, opera nel Regno Unito e ha chiuso l'ultimo bilancio con un fatturato pari a 6 miliardi di euro dove l'insieme dei servizi interattivi hanno rappresentato il 7%, una quota percentuale marginale che in valore assoluto incomincia ad avere una certa consistenza: 420 milioni di euro (più di quanto fatturano insieme le oltre 500 tv locali italiane)

Il fatto rilevante è che nell'agenda di tutti gli Stati europei è previsto l'abbandono entro un certo numero di anni della tv analogica e il passaggio al tutto digitale. Questo obiettivo è motivato prevalentemente da due elementi che abbiamo già citato: l'opportunità di gestire in modo più efficiente lo spettro radioelettrico (6 canali tv digitali al posto di un canale analogico) e di realizzare l'accesso universale a Internet.

Ma questo obiettivo comporta lo sviluppo, a fianco delle piattaforme satellitari digitali e, dove esistono, di quelle via cavo, della tv digitale terrestre che implica una fase di "simulscast", ovvero di trasmissione contemporanea di canali in forma sia analogica che digitale, prima del totale abbandono delle trasmissioni analogiche. Lo sviluppo della tv digitale terrestre e, a

termine, la sua adozione dalla totalità delle famiglie rappresenta il processo di innovazione più rilevante dei prossimi anni. Si tratta di un obiettivo ambizioso e difficile da realizzare, verso cui sono però orientati, come si è detto, tutti i paesi europei. Il problema è che per ora non appare del tutto evidente non solo chi intende ed è in grado di investire le risorse necessarie ad allestire un'offerta tv digitale ampia ed attraente e neppure quale sia il modello commerciale (a pagamento, finanziato dalla pubblicità, dal canone ?) più adatto a ridurre i rischi e ad accelerare il recupero degli investimenti iniziali.

Appare chiaro che la tv digitale terrestre può essere un'occasione particolarmente favorevole almeno per due elementi innovativi nell'attuale panorama delle comunicazioni dei vari paesi europei:

- a) l'ingresso nel mercato televisivo di nuovi soggetti a condizione che i soggetti dominanti nel mercato della tv analogica tradizionale siano trattenuti dall'acquisire una parte dominante anche nei nuovi mercati in fase di formazione;
- b) le nuove opportunità create dall'ingresso di Internet in tutte le case televisive digitali

Mentre il primo aspetto riguarda la possibilità di arricchire e diversificare l'offerta televisiva, il secondo aspetto apre le porte per un'innovazione radicale delle forme di erogazione dei servizi della pubblica amministrazione e in particolare il passaggio dall'erogazione "faccia a faccia" all'erogazione via rete a domicilio. Un'innovazione che in prospettiva potrà interessare non solo i vari tipi di certificati, documenti e informazioni varie che l'amministrazione rilascia ai cittadini, ma anche servizi più complessi come l'educazione e la formazione a distanza e servizi di tipo sanitario.

Su questo fronte la sfida sarà particolarmente rilevante dal momento che si tratta non solo di aggiornare e organizzare i dipendenti dell'amministrazione pubblica di mettere in forma multimediale, ipertestuale e interattiva i servizi tradizionalmente erogati faccia a faccia, ma

anche di creare le condizioni di accesso tecnico e intellettuale ai servizi in rete (tastiere, schermi, forme di navigazione in rete, ecc.) per le fasce di popolazione meno avvantaggiate.