

## Sommario

1. LA CONVERGENZA E L'EVOLUZIONE DEL SISTEMA DEI MEDIA .....	5
1.1 Introduzione .....	5
1.2 Che cos'è la convergenza .....	7
2. LA TV VIA SATELLITE E LA TV VIA CAVO: ORIGINE ED EVOLUZIONE DEI PRIMI DUE MEZZI DI DISTRIBUZIONE TELEVISIVA ALTERNATIVI ALL'ETERE ...	19
2.1 L'orbita geostazionaria e la nascita dei satelliti artificiali .....	19
2.2 Il satellite e la televisione .....	20
2.3 La rivoluzione di Murdoch e la TV via satellite "Direct To Home" .....	22
2.4 Lo sviluppo dei canali paneuropei.....	24
2.5 La TV via satellite negli USA .....	25
2.6 La nascita della TV via cavo .....	26
2.7 La TV via cavo in Europa .....	27
3. LA RIVOLUZIONE DIGITALE .....	29
3.1 Digitalizzazione e compressione del segnale .....	29
3.2 La necessità di creare uno standard per il <i>broadcasting</i> digitale	30
3.3 L'accesso condizionato .....	31
3.4 Simulcrypt e Multicrypt: il problema del <i>decoder</i> unico.....	33
3.5 I sistemi operativi .....	36
3.6 Modelli economici della pay TV digitale .....	37
3.7 Modelli di offerta dei contenuti.....	40
3.8 La Televisione Digitale Terrestre .....	43
<i>Perché la televisione digitale terrestre.....</i>	<i>43</i>
<i>Lo sviluppo della DTT (digital terrestrial television) in Europa e gli insuccessi dei primi operatori.....</i>	<i>46</i>
<i>I motivi della crisi della prima fase della DTT.....</i>	<i>53</i>
<i>I progetti di sviluppo della DTT in Italia .....</i>	<i>55</i>
4. I NUOVI MEDIA: SCENARI PER IL FUTURO.....	63
4.1 Le tendenze in atto e gli elementi di novità.....	63
<i>Lo sviluppo di Internet e di altre piattaforme convergenti..</i>	<i>64</i>
<i>L'atteggiamento degli investitori pubblicitari.....</i>	<i>65</i>
4.2 La banda larga .....	67
<i>Le tecnologie xDSL.....</i>	<i>70</i>
<i>La fibra ottica.....</i>	<i>74</i>

	<i>Il satellite e la TV digitale terrestre</i> .....	76
4.3	Gli altri fattori di innovazione .....	79
	<i>Computer sempre più potenti</i> .....	79
	<i>Nuovi standard di compressione e di gestione dei contenuti</i> .....	80
	<i>Software di protezione digitale</i> .....	81
5.	LA TV DELL'INTERATTIVITÀ.....	83
5.1	Le diverse tipologie di servizi ed applicazioni interattivi .....	83
5.2	I modelli di <i>business</i> e di generazione del profitto .....	87
5.3	Gli “ <i>enabler</i> ” di questo modello di sviluppo e le barriere alla sua realizzazione .....	89
5.4	Gli effetti complessivi sul sistema.....	92
6.	LA TV DELLA PERSONALIZZAZIONE.....	95
6.1	Il <i>Video on Demand</i> .....	95
6.2	L'avvento dei <i>Personal Video Recorder</i> .....	99
	<i>I potenziali effetti dello scenario personalizzazione: minacce ed opportunità per il sistema televisivo</i> .....	102
	<i>Gli interessi degli altri stakeholders e le barriere alla realizzazione di questo scenario</i> .....	105
7.	IL PREDOMINIO DI INTERNET .....	109
7.1	Introduzione .....	109
7.2	<i>Internet broadcasting: TV anytime and anywhere</i> .....	111
7.3	I modelli di offerta dei contenuti e gli ostacoli per l'affermazione dello scenario.....	114
7.4	<i>Killer applications o killer package?</i> .....	119
7.5	Le strategie Internet dei principali operatori del settore.....	122
	<i>I broadcaster tradizionali</i> .....	122
	<i>Gli operatori di TLC</i> .....	124
	<i>I produttori di contenuti</i> .....	125
7.6	I modelli di consumo dei media e le differenze tra PC e TV .....	127
8.	LA TV VIA INTERNET: I MODELLI DI BUSINESS.....	133
8.1	Le caratteristiche economiche del media “Internet” e implicazioni per i <i>business model</i> . .....	133
8.2	Le fonti di finanziamento della Tv via Internet.....	135
8.3	Conclusioni.....	140
9.	ALLEGATI.....	143
9.1	Estratto dalla legge Legge 20 marzo 2001, n. 66 .....	143
	INDICE ANALITICO.....	141