

Conferenza GARR 2007 - Roma, 29-31 ottobre 2007 - Teatro Palladium

Network Humanitatis

un filo di luce che unisce il sapere



CONTENUTI DELLA TV DIGITALE E TECNOLOGIE DEI MEDIA IN RETE: UNA NUOVA FRONTIERA

Alessandro Neri, Marco Montenovò, Paolo Corsi



Communications. Media. Entertainment.



Contenuti



- Il mercato
- Accesso individuale e coda lunga
- Networked Media e 7° programma quadro
- La piattaforma tecnologica NEM
- Gestione della distribuzione dei contenuti in un modello di **multicanalità e mobilità**

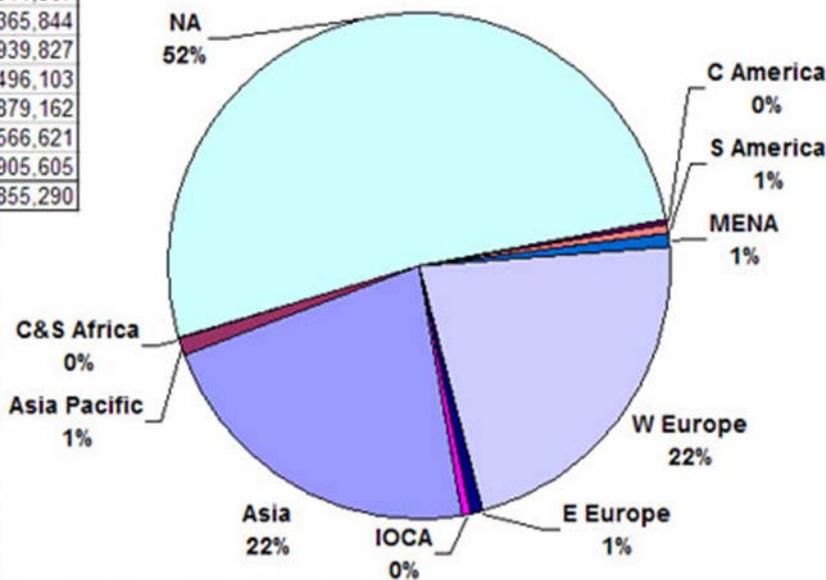
Il mercato



Anche se il numero di utenti raggiungibile con la televisione via Internet è ancora una piccolissima frazione del totale, è ragionevole ipotizzare che esso potrebbe crescere rapidamente in presenza di contenuti di elevata qualità.

	2012
Asia	23,354,619,341
Asia Pacific	1,019,198,373
C&S Africa	8,943,046
NA	55,200,941,367
C America	273,365,844
S America	740,939,827
MENA	716,496,103
W Europe	23,220,879,162
E Europe	1,089,566,621
IOCA	518,905,605
Grand Total	106,143,855,290

Global IPTV Service Provider Revenue by Subregion:
2012 Forecast



Courtesy: Dittberner Associates

Le analisi di mercato

Instat/MDR e di Tandberg: 20 milioni di utenti nel 2008.

ABI Research: 60 milioni di utenti nel 2008

120 milioni di utenti nel 2010.

Telco
IPTV

Cable
IPTV

Internet
IPTV

Il mercato

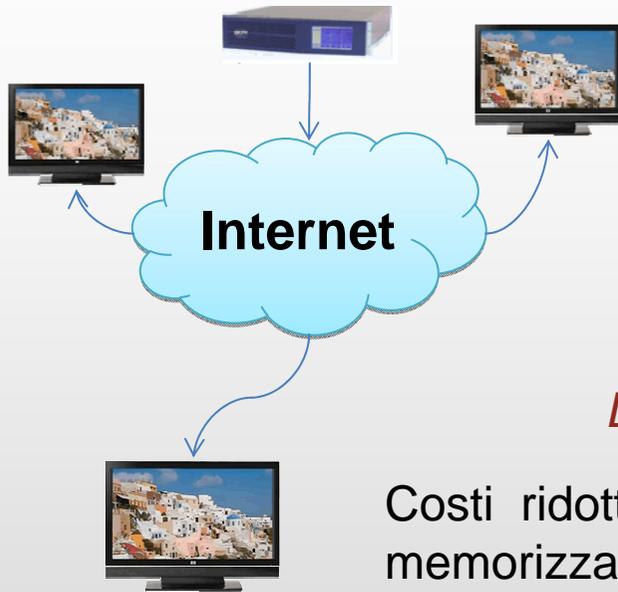


TELCO IPTV - Fonte: DITTBERNER, 1Q07

Service Provider	Utenti	Penetrazione
Francia	1,410,000	10.17%
Honk Hong	920,000	55.93%
Cina	720,625	1.29%
Spagna	427,600	6.07%
Giappone	304,000	1.14%
Taiwan	269,000	6.04%
Italia	211,700	2.46%
Olanda	167,500	3.26%
Belgio	149,491	6.39%
Svezia	145,000	6.11%

Un consistente impulso alla crescita della Internet TV proviene dagli operatori di telecomunicazione che vedono nei servizi multimediali fissi e mobili dedicati all'informazione e all'intrattenimento una possibile fonte di fatturato in grado di bilanciare la forte riduzione del fatturato medio annuale per utente relativo ai tradizionali servizi di fonia sia fissa che mobile.

Accesso individuale e "coda lunga"



Difficoltà di emulazione dei meccanismi di Broadcasting

Diffusione dell'accesso individuale ai contenuti

Democratizzazione della distribuzione

Democratizzazione degli strumenti di produzione
Costi ridotti di produzione e memorizzazione dei contenuti

Abbondanza di contenuti a disposizione dell'utente

Collegamento tra domanda e offerta

Tendenza naturale della domanda a disperdersi su un'ampia varietà di generi

Accesso individuale e "coda lunga"

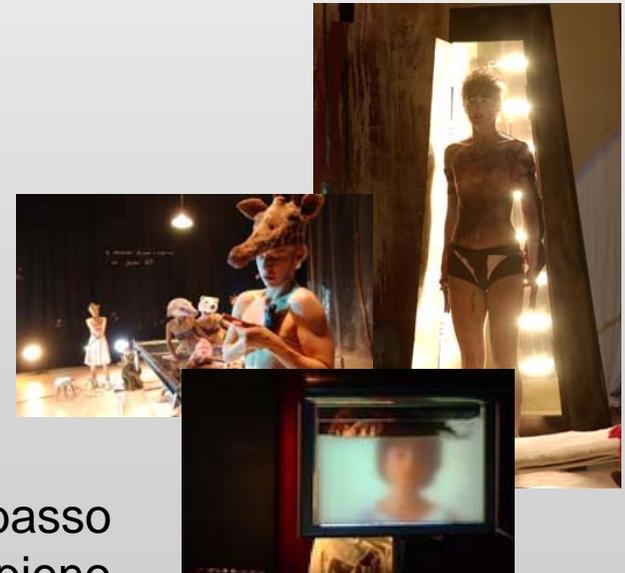


- A differenza della televisione digitale, sia terrestre che satellitare, il numero di canali selezionabili é virtualmente limitato solo dai contenuti disponibili.
- I Service Provider potrebbero essere fortemente interessati ad arricchire la propria offerta, includendo nei propri palinsesti

- Contenuti autoprodotti a livello amatoriale
- Contenuti autoprodotti a livello professionale/semiprofessionale
- Contenuti di elevata qualità, prodotti attingendo al patrimonio culturale ed artistico locale (e.g. spettacoli teatrali e concerti,

Elementi critici: (festival, mostre)

tecnologie sufficientemente semplici a basso costo e a basso impatto organizzativo, persone in grado di utilizzarne a pieno le potenzialità.



Objective ICT-2007.1.5: Networked Media



Budget: 85 M€

CP 76 M€ (>30 M€ per IP e 24 M€ per STREP)

NoE 7 M€ CSA 2 M€

- Trasparenza, Personalizzazione, Fidatezza
- Distribuzione destrutturata, condivisione, consultazione semplificata
- Supporto di una molteplicità di modalità di distribuzione
- Modalità di arricchimento progressivo dei contenuti che garantiscono Integrità e qualità dei MEDIA

- **Servizi e applicazioni multimediali**
- **Gestione degli ambienti domestici e controllo dei servizi**
- **Gestione dei contenuti multimediali per una molteplicità di ruoli e di scenari**

- Creazione intuitiva e intelligente, professionale e amatoriale, manipolazione, immagazzinamento, gestione, ricerca e restituzione di media
- Nuove forme di media interattivi ed immersivi, di elevata qualità, e nuove forme di esperienza sia individuali che collettive

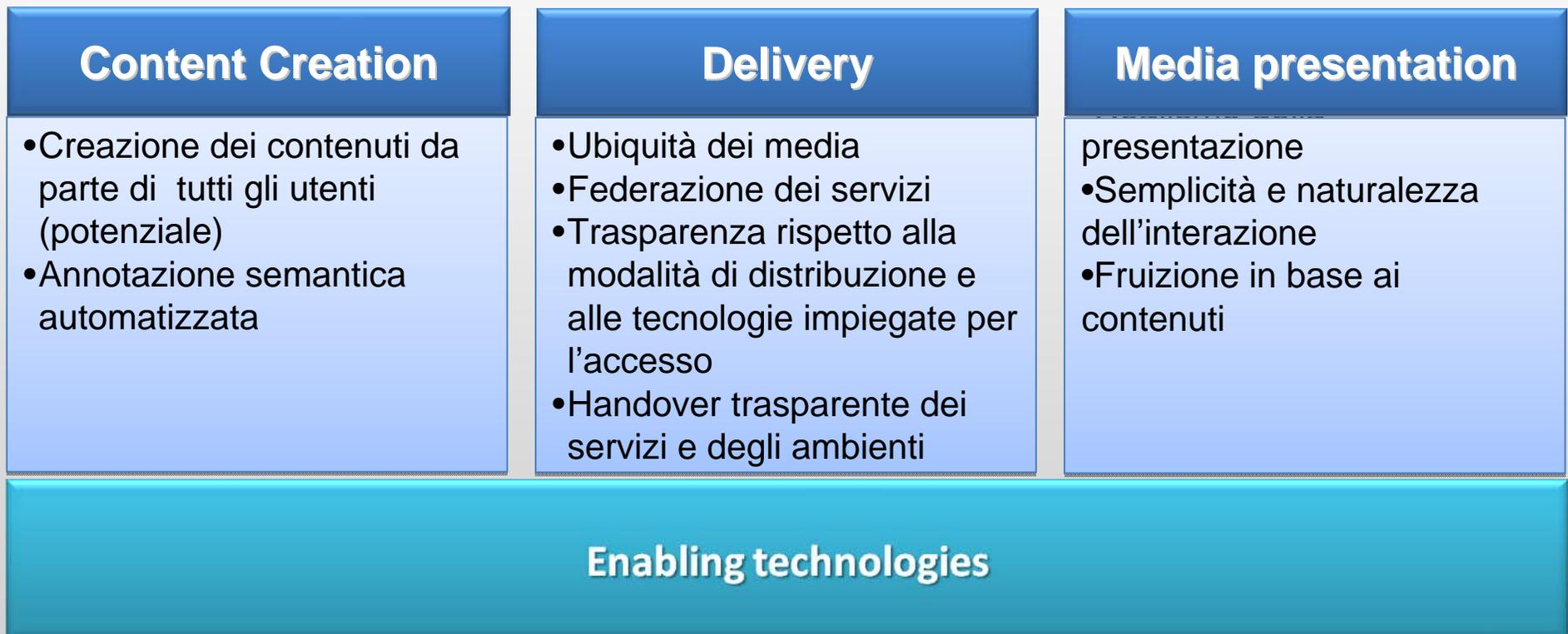
- **Sistemi End-to-End**
- **Piattaforme applicative**

Reti multimediali interoperabili e infrastrutture

The Initiative



- I nuovi Media divengono parte integrante della rete



The Initiative



Temi di ricerca

Composizione dinamica dei servizi a partire da componenti a grana fine

Handover e roaming con meccanismi di controllo basati sulla QoS

Collezione ed elaborazione di informazioni cross-layer e cross-domain

Architetture aperte che supportano la fornitura di servizi multioperatore

Personalizzazione dei servizi in base al contesto

Service middleware per ambienti altamente distribuiti

- Networking and Delivery Infrastructure



*La gestione della distribuzione dei contenuti
in un modello di **multicanalita'** e **mobilita'***

Hewlett Packard Italiana

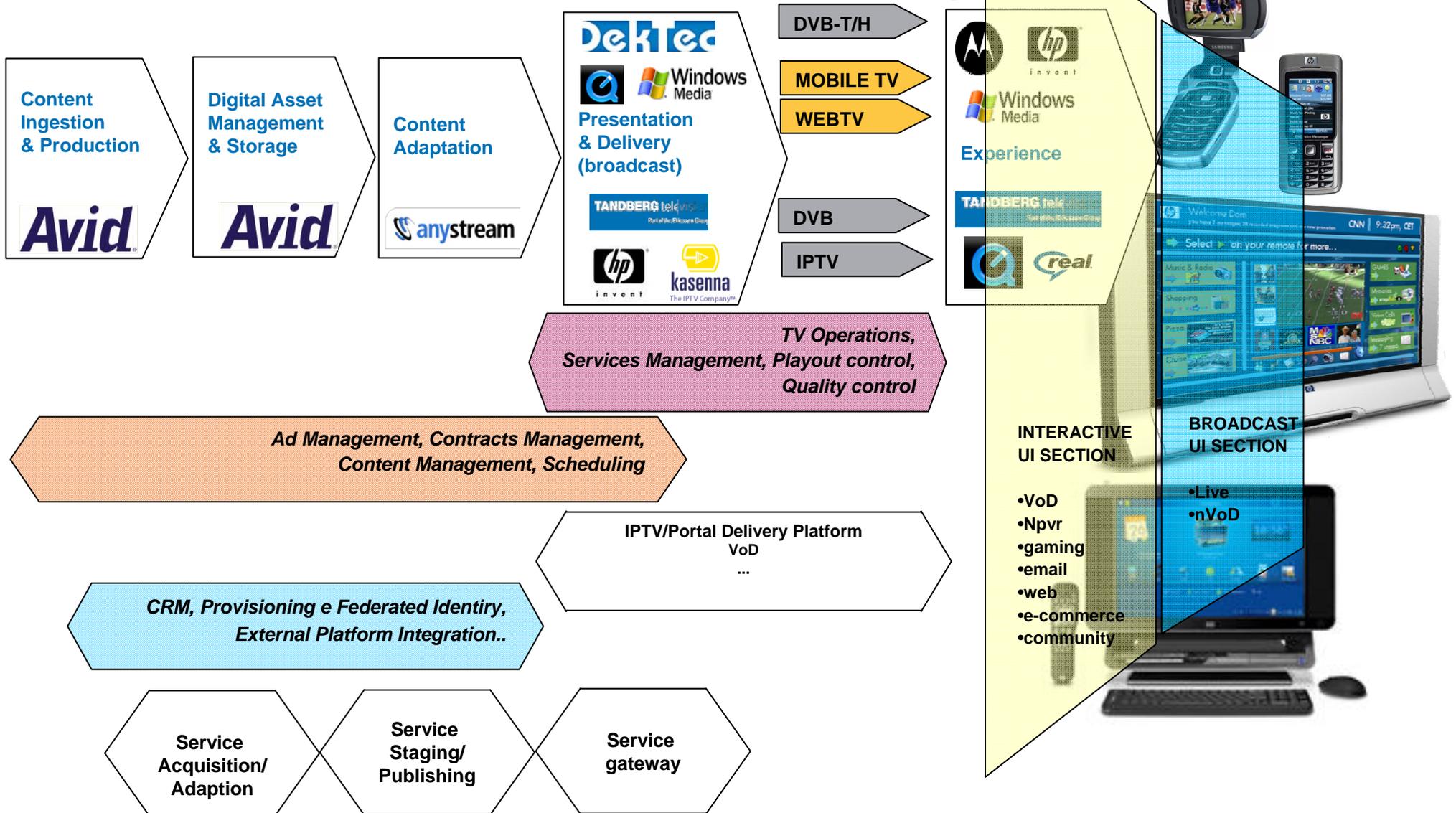
*Marco Montenovo
Solution Architect*



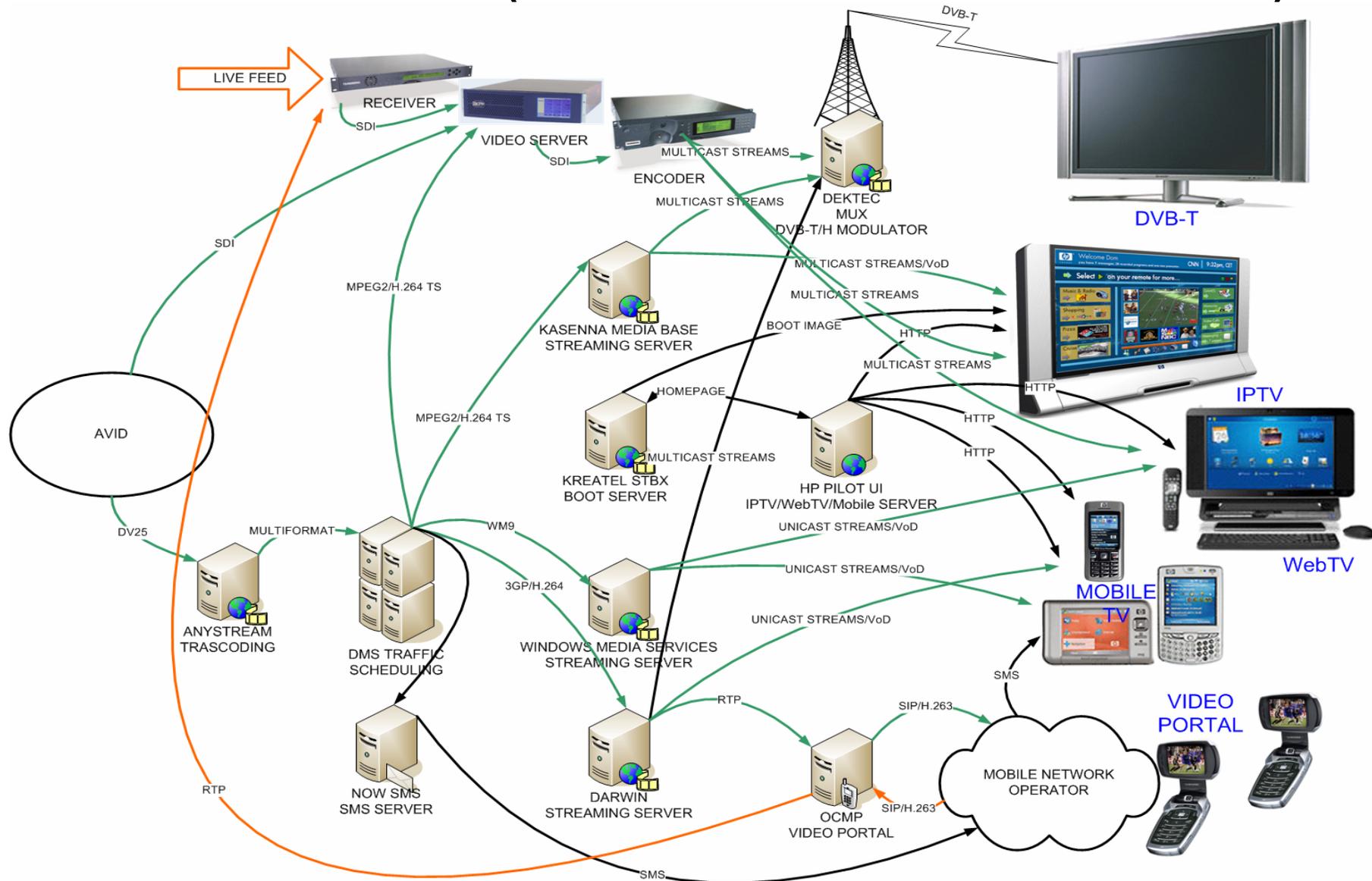
Communications. Media. Entertainment.

New Media e multicanalita'

architettura di riferimento ed esempio



New Media e multicanalita' architettura fisica (HP Rich Media Lab Roma)



New Media e multicanalita'

Multichannel Master Control Room (AliceTV)

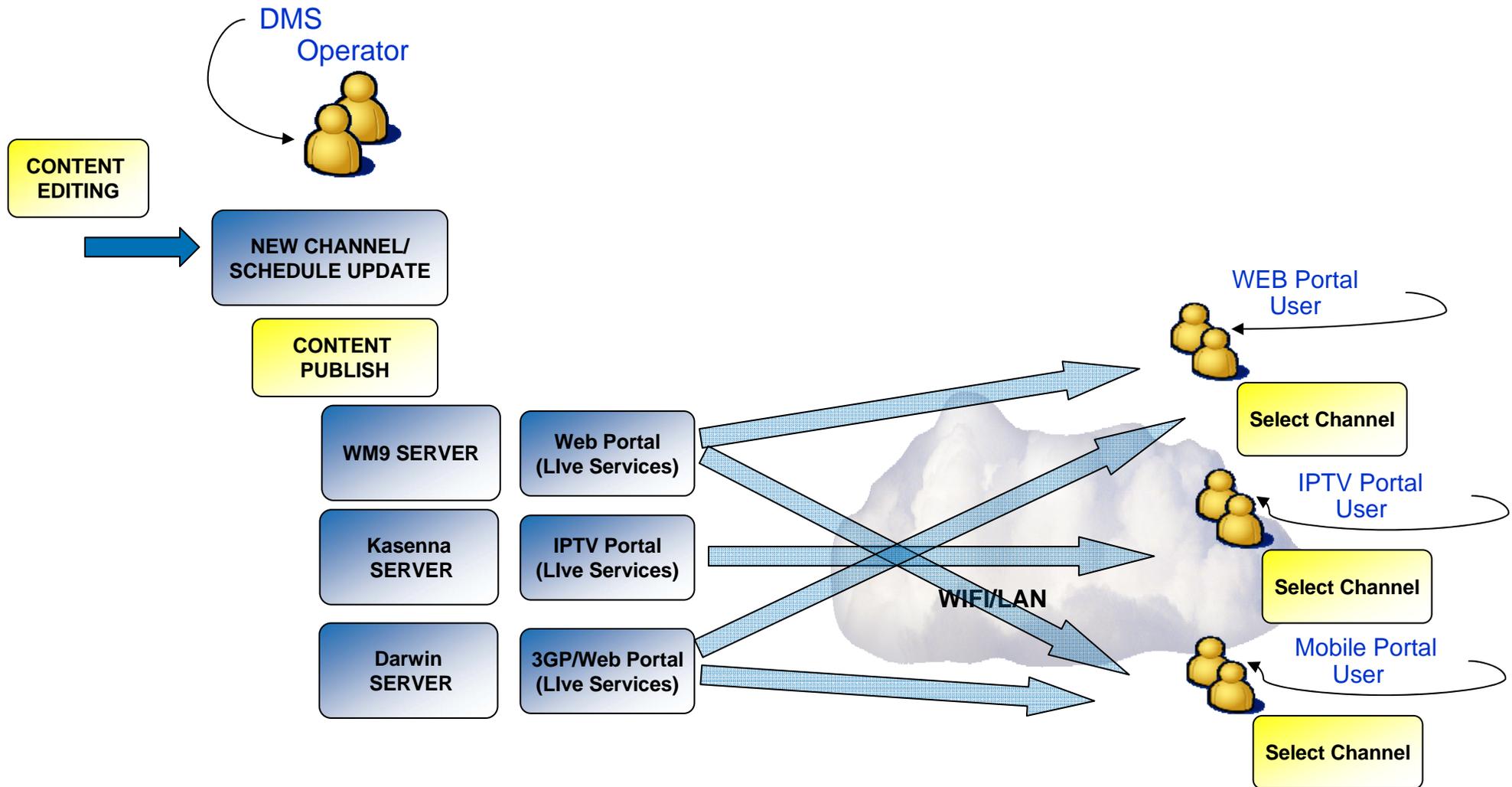
E' il luogo fisico o virtuale preposto alla gestione dei servizi, sia broadcast (dirette) che interattivi (VoD, download..).

La MCR:

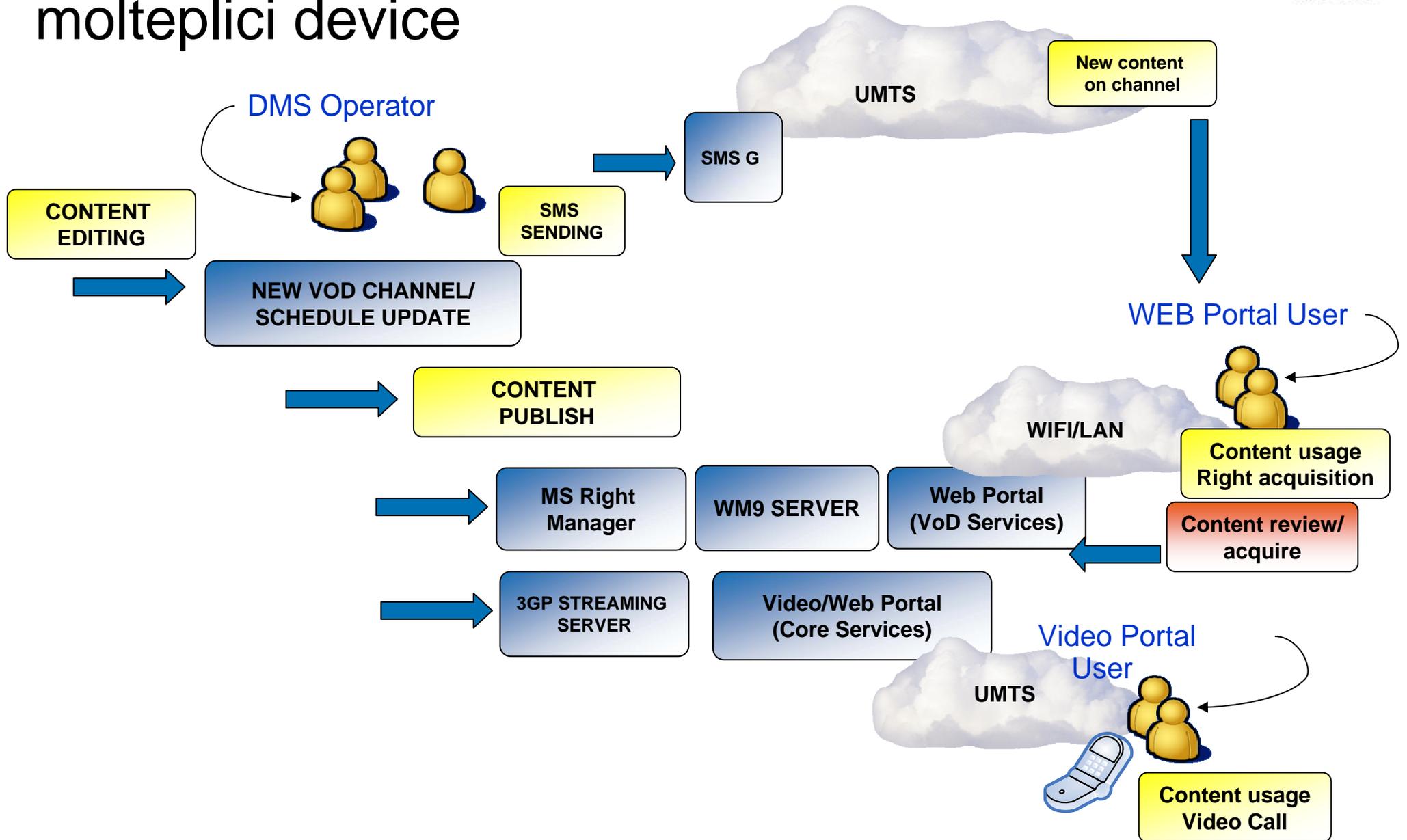
- gestisce la **qualità del servizio** (DVB-H, IPTV, WebTV) e consente di attivare **configurazioni alternative** per garantire la continuità del servizio. HP Multiplayer per il videowall
- consente la **configurazione remota** di tutti i canali di contribuzione su IP, DVB-T/S, ASI
- consente, per ciascun canale, la **programmazione di contenuti**, l'inserimento di contenuti **grafici** e la programmazione di **clip pubblicitarie**
- **registra** tutte le trasmissioni



1. Creazione di servizi multiutente/multicanale



2. Workflow di approvazione del contenuto da molteplici device



3. Contribuzione da videochiamata

