

AGI | AGI

In Italia sono 12 milioni le famiglie connesse con una smart tv

f

Alessio Nisi

sab 6 novembre 2021, 6:34 AM · 4 minuto per la lettura

t



AGI - Che siano “naturalmente” connessi a Internet o che lo siano attraverso dispositivi esterni, la sostanza cambia ma non di molto: tra piccolo schermo e Internet il rapporto non è mai stato così stretto.

Già, ma come siamo messi in Italia? E nel mondo? A settembre 2021 **il numero dei televisori connessi alla rete in Italia ha raggiunto quota 15 milioni di pezzi**, due terzi dei quali sono appunto Smart TV, mentre negli altri casi la connessione viene fornita attraverso chiavette, dispositivi esterni e console.

Ad oggi in Italia sono **12 milioni le famiglie con Smart Tv connesse**, che diventeranno secondo le previsioni 13,5 milioni nel 2024. L'Italia oggi poi è al quarto posto in questa classifica, preceduta da Germania (32 milioni di famiglie), Gran Bretagna (17,5 milioni) e Francia (16 milioni).

I numeri sono quelli emersi nel corso di “Media del domani: tecnologia, contenuti e consumo”, conferenza annuale di HD Forum Italia, l'organismo di filiera che riunisce venticinque aziende leader nel settore dell'audiovisivo e delle telecomunicazioni.

Tema della giornata? Le nuove tecnologie che le aziende stanno sviluppando per la televisione via Internet. Non solo. Sul tavolo anche il rapporto con chi fornisce i contenuti per le tv connesse, gli Over-the-top (anche noti con l'acronimo di OTT): i giganti dello streaming, Netflix in testa.

42 milioni di tv tradizionali

Per centrare le dinamiche di crescita delle smart tv possono aiutare i numeri del terzo rapporto Auditel-CENSIS, relativo al 2020.

Secondo lo studio, le tv tradizionali in Italia sono 42 milioni e 700.000. Le smart tv nel 2020 erano 10 milioni, di cui 7 milioni e 700.000 effettivamente collegate ad internet (+61,8% rispetto al 2018).

Se alle smart tv si aggiungono i dispositivi esterni che permettono di collegarsi ad Internet, si arrivava ad un totale di 10 milioni e 400.000 apparecchi collegati al web (+61,0% rispetto al 2018), per un totale di oltre 8 milioni e 300.000 famiglie effettivamente collegate.

Intelligenza cognitiva e tv su misura

E il futuro? Dove stanno andando le smart tv? L'orizzonte sembra essere «quello dell'Intelligenza Cognitiva - ha spiegato il presidente di HD Forum Italia Manlio Benito Mari - la capacità di emulare l'essere umano nella percezione delle immagini e dell'audio per favorire l'immersività e un'esperienza sempre più personalizzata e personalizzabile».

Smart tv punto di convergenza fra tecnologie

Dunque cresce il numero delle tv intelligenti, ma perché? "La smart tv - ha aggiunto Mari - diventa il punto di convergenza". I confini tra le diverse tecnologie, il digitale terrestre, come il satellite, "sono diventati liquidi" e convergono nella smart tv "che diventano terminale e interfaccia utente", "in grado di integrare in modo trasparente le diverse esigenze dell'utente stesso": il digitale terrestre, come il satellite, come anche Internet.

L'impatto delle piattaforme di streaming

"La novità più importante nel settore televisivo dell'ultimo periodo è connessa al sempre diverso utilizzo di Internet nella distribuzione tv, dove la piattaforma OTT costituisce uno degli scenari evoluti di maggior impatto sul modello organizzativo e di business del mondo broadcast e dei manufacturer» ha detto il presidente di HD Forum Italia Manlio Benito Mari.

Integrazione

Agli italiani insomma piace la smart tv e la scelgono con sempre maggiore frequenza. «Queste tv offrono un'integrazione, anche grazie alle app, a 360 gradi» ha detto sempre Mari.

Le soluzioni innovative di Mediaset

Mediaset ha presentato nel corso della giornata in anteprima un prototipo del cosiddetto "DVB-I", il nuovo standard dell'European Telecommunications Standards Institute (ETSI) per la distribuzione di servizi audiovisivi via internet, in grado di poter essere fruiti dall'utente mediante ricevitori quali tv connessi o dispositivi mobili (tablet e smartphone) con la stessa facilità e in modo indistinguibile dai servizi tradizionali ricevuti dalle reti broadcast

Il servizio di mainstreaming

MainStreaming, provider che abilita broadcaster, media e aziende a trasmettere contenuti Live e On Demand, ha portato all'evento la sua "intelligent Media Delivery Platform" (iMDP), servizio di distribuzione in streaming progettato per fornire scalabilità, controllo e trasparenza di tutte le fasi operative, dall'acquisizione dei contenuti alla codifica, distribuendo i contenuti attraverso nodi dedicati o condivisi della rete EDGE, presenti presso Internet Exchange, Internet Service Provider e fornitori di telecomunicazioni.

Il cloud di Lutech

Lutech, azienda italiana specializzata nel settore ICT, ha mostrato inoltre come sia possibile creare nuovi canali in live streaming utilizzando il cloud e i flussi di lavoro gestiti: dall'acquisizione dei contenuti attraverso il playout e lo streaming fino al dispositivo dell'utente finale, questa nuova soluzione offre una latenza che corrisponde ai canali di trasmissione tradizionali.