



Andrea Maffini parla delle prospettive della convergenza dei media e degli scenari in cui esse si inseriscono: le modalità di interazione e fruizione consolidano la loro importanza in un mercato come quello dell'accesso ai contenuti audiovisivi che si sviluppa contestualmente ai device che ospitano i contenuti stessi. Approfondendo la tecnologia di Unicity Spa per la Web Television, emerge che Sharemedia, con le sue caratteristiche di interattività e flessibilità si inserisce quindi in uno scenario più articolato, e che soprattutto si posiziona come uno strumento adatto a soddisfare esigenze di comunicazione, promozione, formazione a livello corporate. Quello che sta accadendo nel mondo delle telecomunicazioni è una vera e propria rivoluzione. La vecchia Europa si sta avvicinando sempre di più all'evento che contribuirà a modificare la vita delle persone, i bilanci delle aziende e i modelli di business delle media company e degli operatori di telecomunicazioni. Nel 21esimo secolo cosa si intende per convergenza? "Innanzitutto non esiste una visione unanime sul futuro della cosiddetta "convergenza". C'è chi è sicuro che ci sarà e che sarà totale e chi al contrario è convinto che non ci sarà. Io, come mi capita molto spesso ultimamente, ho un'opinione più moderata e più articolata. Credo infatti che - se da una parte una convergenza dei media non sarà evitabile perché è già in atto ora, dall'altra non ritengo che sarà totale. Si arriverà ad un ambiente "tecnologico" comune che avrà però delle diverse modalità di interazione e soprattutto delle interfacce di fruizione diverse in funzione del device che sto utilizzando." Parliamo di Ip Tv, la quinta piattaforma di fruizione di contenuti televisivi dopo l'analogico, il satellite, il digitale terrestre e il digitale su telefonino. Per potersi distinguere, su quale profilo ideale sarà ritagliata? "L'interattività. È la sua principale arma per competere. E poi si è parlato prima di convergenza, che comunque non è da trascurare. L'IPTV ospiterà la convergenza. Ma l'altro aspetto determinante sono i contenuti. La quantità e la varietà di contenuti disponibili nelle più svariate forme. Gli altri media infatti non potranno mai ospitare la quantità di contenuti che la Rete offre, e soprattutto la Rete sarà sempre e comunque accessibile a tutti, aspetto da non trascurare." Parliamo più approfonditamente della Vostra tecnologia per la web television. "La prima cosa che mi preme sottolineare è proprio il nome: Web Television e non genericamente IPTV. Quindi la nostra piattaforma, ShareMedia Web TV, nasce per gestire e trasmettere contenuti audiovisivi su Web. È inizialmente fruibile attraverso un qualsiasi browser e non necessita né di set top box né di nessun plugin. La prima versione supporta una interfaccia per PC, mentre già ad inizio 2007 la stessa piattaforma sarà disponibile per Tv e mobile. È un sistema semplice da utilizzare e molto performante al tempo

stesso. Ma più che dell'aspetto tecnico io vorrei parlare di come è possibile utilizzarla. La nostra piattaforma consente ad aziende ed istituzioni di creare dei format di Corporate TV, dedicate alla promozione, al marketing, alla formazione, all'informazione, alla comunicazione interna ed esterna. Gli aspetti che ci contraddistinguono sono: l'interfaccia costruita attorno ai contributi video; la particolare cura che abbiamo dedicato alle compressioni video per garantire una qualità ottimale full screen; le funzioni che consentono di gestire in modo semplice e immediato video live e on demand. Citerei anche il servizio di assistenza e di supporto che accompagna il cliente in tutte le fasi del processo. "Quali sono i fattori di sviluppo del mercato e-Content?" La web tv senza contenuti non serve a nessuno. E i contenuti devono essere per forza di cose di qualità. Allo stesso tempo, la tecnologia digitale permette la realizzazione di contenuti video di qualità a costi di gran lunga inferiori a quelli del passato. Lo sviluppo di questo mercato seguirà due filoni: da una parte la richiesta di contenuti seguirà di pari passo lo sviluppo esponenziale dei media, e cresceranno sia le esigenze di contenuti di basso livello sia quelli di alto livello, perché un mercato aperto a tutti ha bisogno di entrambi. E poi molto spesso è la tecnologia che si adatta e che segue il progetto editoriale, ad esempio di una corporate Tv: i contenuti vanno progettati e realizzati per il device a cui sono destinati, quindi servono anche delle professionalità esperte in tal senso. Vedo un mercato aperto e in crescita."