

SatCafè @

diario di bordo di Eutelsat

DIAMO SPAZIO AL FUTURO

**LEPRINCE-RINGUET
E FARINA SUL *DECOLLO*
DELLA TV GRAZIE AL **SAT****

HABEMUS SATELLITE(M)

**LA CHIESA SEMPRE PIÙ
UNIVERSALE CON L'ELEZIONE
DEL PONTEFICE A BANDA LARGA**

L'INSOSTENIBILE LEGGEREZZA DEL **SAT**

LO **SATPEVI CHE?
VI SPIEGHIAMO COME I **SATELLITI**
SONO "*LEGATI*" AL CIELO**

SOMMARI



**DIAMO SPAZIO
AL FUTURO**



**IL SATELLITE
IN ITALIA**



**IL SATELLITE FA GRANDE
IL PICCOLO SCHERMO**



**HABEMUS
SATELLITE(M)**



LO SATPEVI CHE?



**IL SATELLITE
DÀ I NUMERI**



**I PUNTI CHIAVE
AL VATICANO**

SatCafè

Diario di bordo di Eutelsat
SATCAFÈ#5

Newsletter-magazine:


Questo pdf rappresenta la newsletter
mensile inviata da Eutelsat Italia,


Sede operativa:


Eutelsat Italia srl - via Leonida Bissolati, 54

(00187 Roma) Telefono: 06 4520 6501

Email: info@eutelsat.it - www.eutelsat.it

 /eutelsatitalia

 /eutelsatitalia

 /eutelsat-italia

 +EutelsatItalia


Muddichi


briciole di creatività

Progetto grafico e progetto editoriale

Agenzia creativa in chiave food & green.

www.muddichi.it

 /muddichi

 /muddichi

DIAMO SPAZIO AL FUTURO

INTERNET E TV
DECOLLANO INSIEME
GRAZIE AL SATELLITE

QUALITÀ DELL'IMMAGINE, UBIQUITÀ
E ABBASSAMENTO DEL PREZZO DELLA BANDA
IL SATELLITE SARÀ ANCORA PROTAGONISTA
E STA DECOLLANDO VERSO UN FUTURO SEMPRE
PIÙ CONNESSO E IN ALTA DEFINIZIONE. **JEAN-FRANCOIS
LEPRINCE-RINGUET CCÒ DI EUTELSAT**, E **RENATO
FARINA, AD EUTELSAT ITALIA**, SI CONFRONTANO
SULLO SPAZIO DI DOMANI



In foto: Jean-Francois Leprince-Ringuet
Chief Commercial Officer Eutelsat



In foto: Renato Farina
AD Eutelsat Italia



INNOVAZIONE – Stiamo migliorando la flessibilità del nostro servizio per interpretare al meglio la digitalizzazione della TV ed andare incontro alla diversificazione delle modalità di fruizione da parte del pubblico.

Il Satellite continuerà ad essere una soluzione per la trasmissione e la connettività nelle zone remote e in via di sviluppo, ma stiamo lavorando per perfezionare la qualità della contribuzione ed offrire nuovi strumenti a chi già sta utilizzando i nostri servizi.

ULTRA HD – Oggi il 16% di canali trasmessi in Europa occidentale è in HD ed entro il 2021 la percentuale salirà al 25%. Il futuro però si chiama 4K ed essere i primi a fornire un canale dimostrativo è un risultato esaltante. La speranza è che il primo grande evento possa essere l'Olimpiade del 2016, un palcoscenico spettacolare per una tecnologia che porta da 2 a 8 i Milioni di Pixel utilizzati.

I produttori dovranno trovare accordi comuni per la codifica, ma utilizzando la HEVC (High Efficiency Video Coding) saremo in grado di trasmettere quattro canali in 4K a 50 fotogrammi al secondo in un trasponder da 36MHz.

NUOVI MERCATI – Grazie all'aumento di richiesta dei paesi emergenti, entro il 2016 la televisione raggiunge-

rà 1,4 miliardi di famiglie nel mondo e il 23% di esse sarà dotato di apparato di ricezione satellitare. Per questo nei prossimi 2 anni lanceremo 4 satelliti supplementari per migliorare la copertura in Asia, Africa e Medioriente, favorendo il passaggio dall'analogico al digitale.

L'ITALIA – Questo evento dimostra che l'Italia è un Paese dove il broadcasting è profondamente radicato e per noi conserva un'importanza strategica. Stiamo emulando in tutto il Mondo il modello Hotbird, che, proprio in Italia, si è rivelato la rampa di lancio della tv via satellite e ci ha aiutato a raggiungere il 93% del mercato satellitare.

Jean-Francois Leprince-Ringuet
Chief Commercial Officer Eutelsat



LO STUDIO – I dati che stiamo presentando sono un preziosissimo focus sul mercato italiano realizzato sulla base di interviste face-to-face raccolte tra settembre e novembre 2012.

Questa metodologia ci ha permesso di ottenere risultati estremamente precisi, trasformando il report in uno specchio dell'Italia Satellitare.

IL PASSATO – In questi decenni il Satellite ha fornito un grande contributo in termini di innovazione del linguaggio televisivo. Pensiamo all'esperienza dei canali tematici oppure all'abbattimento delle frontiere geografiche attraverso la trasmissione di eventi in diretta in tutto il mondo.

Si tratta di primati importanti che hanno accompagnato la vita di tante persone e che hanno reso preziosi i 13 gradi.

IL FUTURO – Il Satellite sta crescendo in qualità e quantità dell'offerta: se l'HD ha ormai rivoluzionato il nostro modo di guardare la televisione, grazie a TivùSat 1,8 Milioni di Famiglie ricevono il segnale televisivo altrimenti assente o disturbato.

Recentemente, poi, abbiamo partecipato ai dibattiti sulle frequenze occupate dell'LTE e possiamo confermare che il Satellite rimane un'opportunità concreta per superare il problema, garantendo la convivenza tra connettività e televi-

sione nei luoghi a rischio.

BROADBAND – Il mercato broadcast italiano è uno dei più attivi d'Europa, ma il mio obiettivo è di rendere competitiva anche l'offerta per la connettività, favorendo l'integrazione tra la televisione e la rete.

Firmare il protocollo d'intesa con il MIUR per la connessione delle scuole in Digital Divide e siglare l'accordo con UNIONCAMERE per portare la Banda Larga alle Imprese italiane, ci ha trasformati in una soluzione concreta per crescita del paese.

Grazie alla tecnologia satellitare il Digital Divide è superato: siamo fiduciosi quando parliamo di Agenda Digitale e siamo convinti che favorire la digitalizzazione possa dare nuove opportunità alle imprese e alle persone. Queste opportunità, però, devono essere distribuite equamente su tutto il territorio e il Satellite può farlo a costi competitivi.

Renato Farina
AD Eutelsat Italia

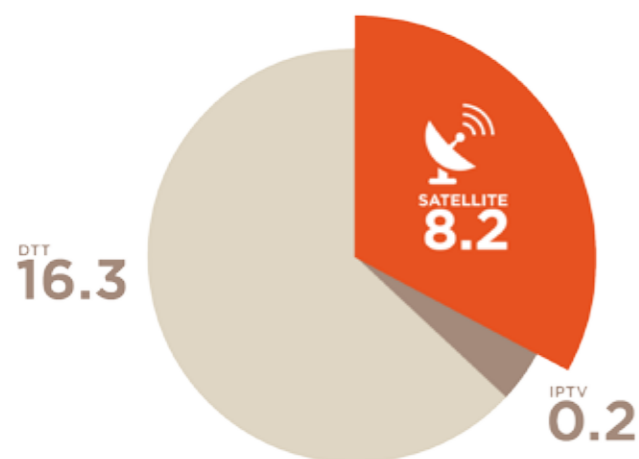
IL SATELLITE IN ITALIA

IL 18 APRILE A ROMA ABBIAMO PRESENTATO TUTTI I NUMERI DEL **BROADCASTING SATELLITARE ITALIANO**. IL REPORT È STATO REALIZZATO SULLA BASE DI INTERVISTE FACE-TO-FACE RACCOLTE TRA SETTEMBRE E NOVEMBRE 2012 IN TUTTO IL PAESE E RAPPRESENTA LO SPECCHIO FEDELE DELL'ITALIA SATELLITARE.

IL SATELLITE
IN PERCENTUALI

PERCHÈ QUASI TUTTE LE PARABOLE SONO ORIENTATE NELLA STESSA DIREZIONE? LA RISPOSTA È CONTENUTA NEL NOSTRO STUDIO.

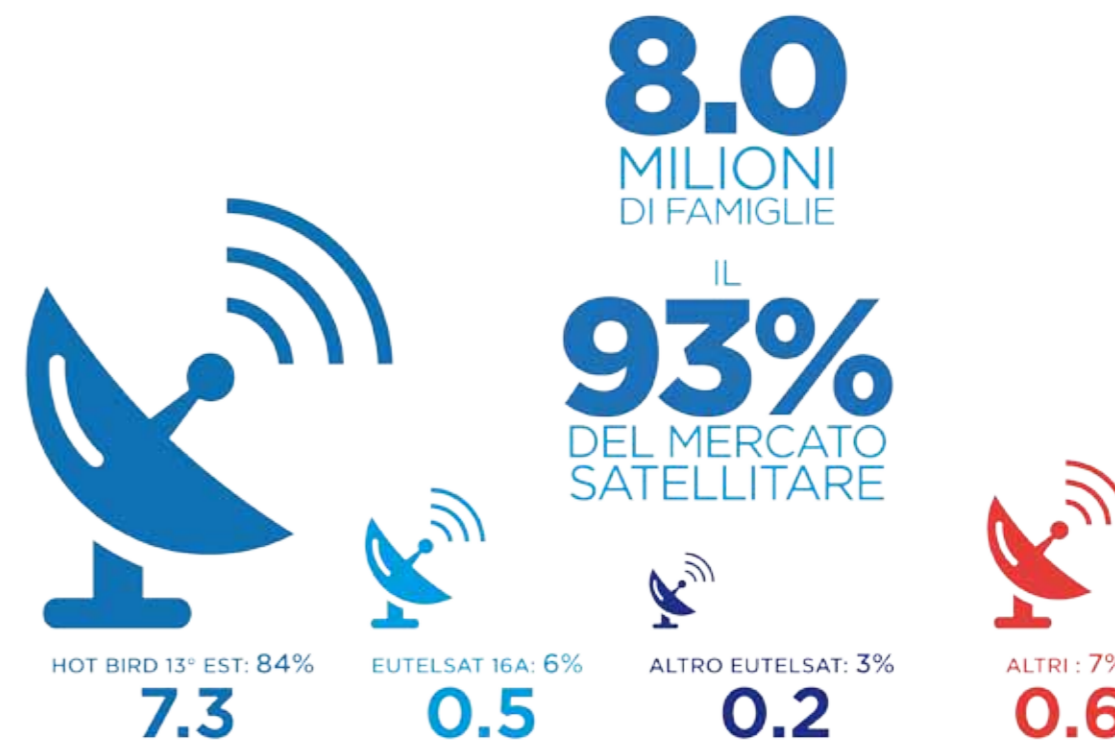
OGGI PARLARE DEI 13° EST SIGNIFICA ENTRARE NEL VISSUTO DI MILIONI DI TELESPETTATORI 'EVOLUTI'. GRAZIE ALL'AMPIA OFFERTA, ALLA VISIONE GARANTITA OVUNQUE E ALLA NUMERAZIONE EX NOVO SUL TELECOMANDO, LA TELEVISIONE SATELLITARE HA FORNITO IL MODELLO ALLA TELEVISIONE DIGITALE TERRESTRE E ORA GUIDA L'AVVENTURA SUL FRONTE DELL'ULTRA HD PROIETTANDO IL PUBBLICO NELLA NUOVA DIMENSIONE DELL'IMMAGINE.



SATELLITE

8.2
MILIONI
DI FAMIGLIE

QUOTA DI MERCATO DEL
33%



In foto: Francesco Cataldo
vice direttore Commerciale

IL SATELLITE, SCELTO DA UNA FAMIGLIA ITALIANA SU TRE, CONFERMA DI ESSERE UN'INFRASTRUTTURA SOLIDA ED ESSENZIALE PER L'INDUSTRIA AUDIOVISIVA ITALIANA. **HOT BIRD**, INOLTRE, SI CONFERMA LEADER NELLA DIFFUSIONE DELLA PAY TV E DELLA TELEVISIONE IN CHIARO, OLTRE AD ESSERE LA RAMPA DI LANCIO DELLA TV HD.



In foto: Claudia Vaccarone
Head of Market Research, Eutelsat

LO STUDIO CONFERMA LA STABILITÀ DEL MERCATO SATELLITARE IN ITALIA E DELINEA ANCORA UN NOTEVOLE POTENZIALE DI CRESCITA, RAPPRESENTATO DA OLTRE 200 MILA INTERVISTATI CHE INTENDONO DOTARSI DI UNA PARABOLA SATELLITARE NEI PROSSIMI 12 MESI. UNA NOVITÀ DELL'EDIZIONE DI QUEST'ANNO RIGUARDA LA SCOPERTA DELL'ALTO LIVELLO DI CONSAPEVOLEZZA DEI NUOVI MODI DI FRUIZIONE DELLA TV COME IL VIDEO ON DEMAND E CATCH-UP TV.

IL SATELLITE FA GRANDE IL PICCOLO SCHERMO

TRE GIORNALISTI SI CONFRONTANO SUL TEMA

IL PROCESSO DI CONVERGENZA INNESCATO DAL PASSAGGIO AL DIGITALE TELEVISIVO TERRESTRE APRE DIVERSI INTERROGATIVI SUL FUTURO DEL SISTEMA MEDIATICO ITALIANO. ABBIAMO POSTO QUESTI INTERROGATIVI A TRE AUTOREVOLI GIORNALISTI DELLA CARTA STAMPATA ITALIANA. ECCO IL LORO PARERE



QUALE SARÀ IL RUOLO DEL SATELLITE NEL MERCATO BROADCASTING DI DOMANI?



Marco Mele,
Il Sole 24 Ore

Il vantaggio è soprattutto la capacità trasmissiva che il Satellite può avere rispetto alla TV terrestre. Un vantaggio importantissimo sul fronte dell'HD e quindi in termini di qualità del video e dell'audio. Questo vantaggio, però, è più o meno forte a seconda che sulle frequenze terrestri il Governo e l'Agcom in Italia riescano, oppure no, a pianificare e a razionalizzare l'uso dello spettro radiotelevisivo.

Molto del futuro del satellite si gioca sul rapporto tra domanda offerta e sul prezzo della capacità trasmissiva. Per avere una domanda che sia a livello dell'offerta e degli spazi della capacità trasmissiva, occorre un sistema televisivo dove ci sia più concorrenza. Il sistema televisivo con pochi operatori che tendono solo a difendere il proprio spazio limita alla fine lo stesso accesso al sistema.



Alberto Guarnieri,
Il Messaggero

Il futuro è assolutamente nella trasmissione digitale Satellitare, perché arrivando dall'alto copre tutto il territorio. Il sistema terrestre ha mostrato tanti limiti sia per il segnale ma anche per la numerazione sul telecomando. Questi limiti il Satellite non li ha. Poi c'è un'altra questione. E' vero che il digitale ha moltiplicato le frequenze rispetto all'analogico, ma se vuoi fare le due lingue, l'HD e altri servizi servono davvero tantissime frequenze.

Il Satellite è oggi la tecnologia migliore, senza ombra di dubbio. Il problema è la mancanza di player. Mentre sul versante della tv via internet, dove c'è molta voglia di partecipazione, ci sono due criticità: l'alto costo degli schermi e la forte arretratezza della Banda Larga. Lo streaming è una cosa bellissima ma se non si supera il famoso Digital Divide, queste cose diventano lente e la gente non ha alcun bisogno di lentezza.



Paolo Conti,
Corriere della Sera

Nei prossimi 5-10 anni la televisione sarà irri-conoscibile. Assisteremo ad una proliferazione dei canali tematici che è già evidente. In questo percorso il Satellite diventerà uno strumento formidabile anche dal punto di vista pubblicitario perché più si targettizza l'offerta e maggiore è la possibilità per i pubblicitari di indirizzare la propria proposta verso un pubblico in grado di recepirlo.

Senza il Satellite non possiamo capire il futuro della tv che sarà sempre più all'insegna della parcelizzazione dei gusti e degli orari. A parte i grandi eventi, è inimmaginabile che un gruppo familiare possa trascorrere una serata davanti alla Televisione. Ed è del tutto evidente che ciascuno si ritaglia il proprio palinsesto. Questa esperienza, che è culturale e anche economica, la si può fare soltanto con un offerta satellitare.

HABEMUS SATELLITE(M)

L'ELEZIONE DEL PAPA A BANDA LARGA

"GRAZIE AI MEDIA QUESTA PIAZZA HA LE DIMENSIONI DEL MONDO". SONO PAROLE DI PAPA FRANCESCO CHE CONTINUA A RIEMPIRE I CUORI DI TUTTO IL MONDO PER LA SUA SEMPLICITÀ E LA SUA CAPACITÀ COMUNICATIVA. OGNI APPARIZIONE PUBBLICA DIVENTA UN BAGNO DI FOLLA. **E LE IMMAGINI FANNO SUBITO IL GIRO DEL PIANETA ANCHE ATTRAVERSO I NOSTRI SATELLITI.** CON NOI **MONSIGNOR DARIO VIGANÒ**, DIRETTORE DEL CENTRO TELEVISIVO VATICANO.



In foto: Monsignor Dario Viganò

L'abbraccio del Mondo - "Papa Francesco porta dentro di sé la cultura latino americana dove le relazioni si giocano molto sulla prossimità. Lui è pronto ad abbracciare tutti, a parlare e a intrattenersi. E questo si riverbera anche sui media che vengono quasi convocati a questa forma di relazionalità in presenza durante l'Udienza o l'Angelus".

Chiesa Universale - "E' chiaro: il satellite permette anche a coloro che risiedono ai margini del mondo di vivere questi grandi momenti di incontro in contemporaneità con chi ha la fortuna di vivere a Roma. La dimensione della Chiesa Universale, sostenuta da sempre dalle tecnologie, oggi si sperimenta in modo ancora più marcato con un Papa che proviene da 'oltre oceano'. Il satellite diventa una conditio sine qua non del processo".

Reti unificate - "Sempre più emerge la necessità di raccontare le parole del Papa ai quattro angoli del Mondo. Una volta si mandavano le missive e in parte è ancora in uso nella diplomazia vaticana la scrittura cifrata. Però di fatto ormai il pianeta è diventato un villaggio globale: Piazza San Pietro rappresenta un abbraccio che idealmente comprende l'umanità intera. E perché questo avvenga, evidentemente, bisogna saper usufruire anche dei satelliti".

**CARLO MORELLI
MTHREE**

"Siamo stati tra i primi ad arrivare subito dopo le dimissioni di Benedetto XVI. Abbiamo servito una decina di emittenti da tutto il mondo, con richieste arrivate in tempi molto ristretti senza permettere alcuna pianificazione. Questo ci ha imposto di essere pronti a qualsiasi ora. I collegamenti effettuati sono stati di natura diversa. La richiesta tipica è la diretta di un quarto d'ora".



**ALESSANDRO ALQUATI
GLOBECAST ITALIA**

"Come al solito abbiamo operato su capacità Eutelsat, sui 7° Est e sui 10° Est, in Banda Ku. Il primo cliente da ricordare è il CTV con cui collaboriamo da tantissimi anni e con cui abbiamo cooperato alla diretta dell'arrivo di Benedetto XVI a Castelgandolfo. Avevamo due mezzi uno in banda Ku e uno in Ka di backup e a supporto per le esigenze di produzione e post produzione".



**LAURA GUGLIELMETTI
H24**

Solo banda Ku, le nostre consegne avvengono soprattutto fuori Europa. Due i casi da segnalare. La TV di Stato Cinese, CCTV, che per la prima volta ha seguito le vicende vaticane. Al Jazeera, invece, è andata in onda dalla nostra sede di Roma: in studio Barbara Serra con gli ospiti; in collegamento da piazza San Pietro una radiocamera che ha permesso un racconto in presa diretta, dalla fumata bianca all'uscita del Papa.



IL SATELLITE DÀ I NUMERI

6.700

CIRCA 6.700 GIORNALISTI ACCREDITATI: MIGLIAIA DI TESTATE PROVENIENTI DA OLTRE 60 PAESI IN UNA VENTINA DI LINGUE

50%

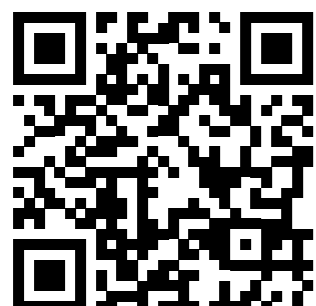
IL PAPA IN TV: 50% DI SHARE IN DIVERSE OCCASIONI, UN RECORD MAI RAGGIUNTO IN ITALIA DALLA TELEVISIONE GENERALISTA

19

19 TELECAMERE DEL CENTRO TELEVISIVO VATICANO PER RACCONTARE AL MONDO L'ELEZIONE DI PAPA FRANCESCO

700

700 ORE EXTRA DI TRASMISSIONI TV ATTRAVERSO I SATELLITI EUTELSAT, SOLO FINO AL CONCLAVE



RENATO FARINA HA RACCONTATO L'EVENTO E SNOCCIOLATO QUESTI DATI AI GIORNALISTI DI **SKYTG24**.



PUNTI CHIAVE

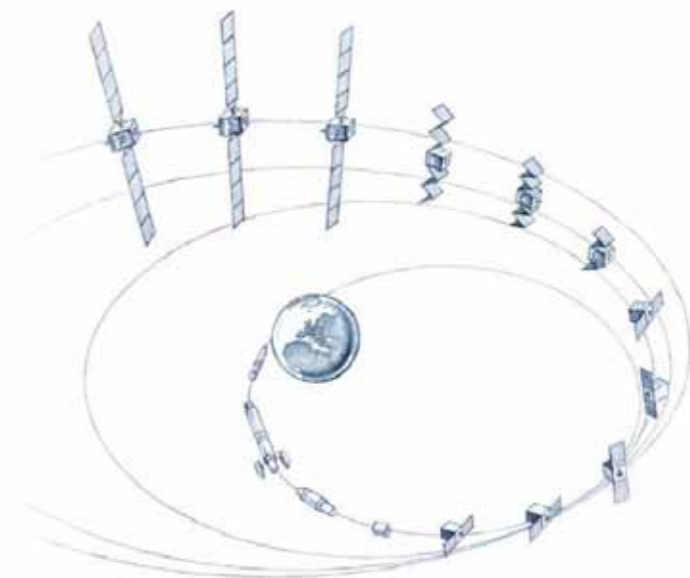
- 1 - Tribuna Stampa di Piazza Giovanni XXIII
- 2 - Sala Stampa Vaticana
- 3 - Ufficio Accrediti - Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali
- 4 - Tribuna Stampa Pio XII
- 5 - Media Center - Aula Paolo VI

“**LO SATPEVI CHE?**”

L'INSOSTENIBILE "LEGGEREZZA" DEL SAT

COME È ANCORATO IL SATELLITE AL CIELO?

DOPO IL LANCIO, UN SATELLITE IMPIEGA, IN MEDIA, **DALLE TRE ALLE QUATTRO SETTIMANE** PER RAGGIUNGERE LA POSIZIONE ORBITALE DALLA QUALE FORNIRÀ UN SERVIZIO COMMERCIALE.



Una volta lanciato nell'**orbita** di trasferimento dal razzo vettore, il **satellite** apre una parte dei propri pannelli solari che erano stati piegati per farli entrare nel razzo. Quest'apertura parziale è sufficiente ad assicurare l'alimentazione elettrica affinché il satellite avanzi verso la posizione orbitale assegnata.

La traiettoria ellittica del satellite è resa circolare grazie alle spinte successive dei motori ad ogni passaggio nell'apogeo, ossia nel punto di massima distanza dalla Terra.

Una volta posto in orbita geostazionaria, il satellite dispiega i propri pannelli solari e i riflettori delle antenne: l'apertura del satellite **raggiunge i 40 metri circa**, lunghezza equivalente ad una fila di 4 autobus. Comincia così lo spostamento del satellite fino al raggiungimento della sua posizione in orbita geostazionaria.



eutelsat
COMMUNICATIONS

www.eutelsat.it



[/eutelsatitalia](https://twitter.com/eutelsatitalia)



[/eutelsatitalia](https://facebook.com/eutelsatitalia)



[/eutelsat-italia](https://linkedin.com/company/eutelsat-italia)



[+EutelsatItalia](https://plus.google.com/+EutelsatItalia)