

---

## Mobile Television Prospettive e ambiti di approfondimento

Michele Morganti  
Siemens Communications

2° Convegno Nazionale sulla Mobile Television  
23-24 novembre 2005  
Villa Guastavillani, Bologna

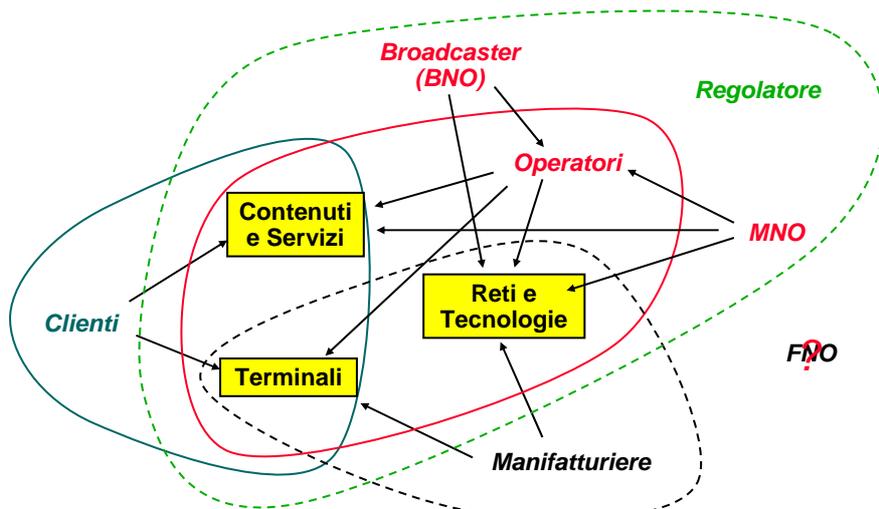
---

**SIEMENS**

Communications

### Mobile TV Quali player ?

---



**SIEMENS**

Communications

## Mobile TV

Quali (potenziali) clienti ?

- Tutti quelli che possiedono un cellulare (clienti MNO)
- Tutti quelli che guardano la televisione (clienti BNO)
- Tutti quelli che si spostano (clienti MNO e/o BNO)

- Chi sta ~~camminando~~
- Chi sta ~~guidando~~ un veicolo
- Chi staziona ed è fermo (nomadico)
- Chi staziona a bordo di un veicolo in movimento

*Anche clienti FNO ?  
(Wireless IPTV su  
WiFi/WiMAX)*

*Dove, quanto, per quanto tempo ?*

*Di che tipo, a che velocità ?*

**SIEMENS**

Communications

## Mobile TV

Quali terminali ?

- Personale - Veicolare
- Portatile - Trasportabile
- Dedicato - Ibrido

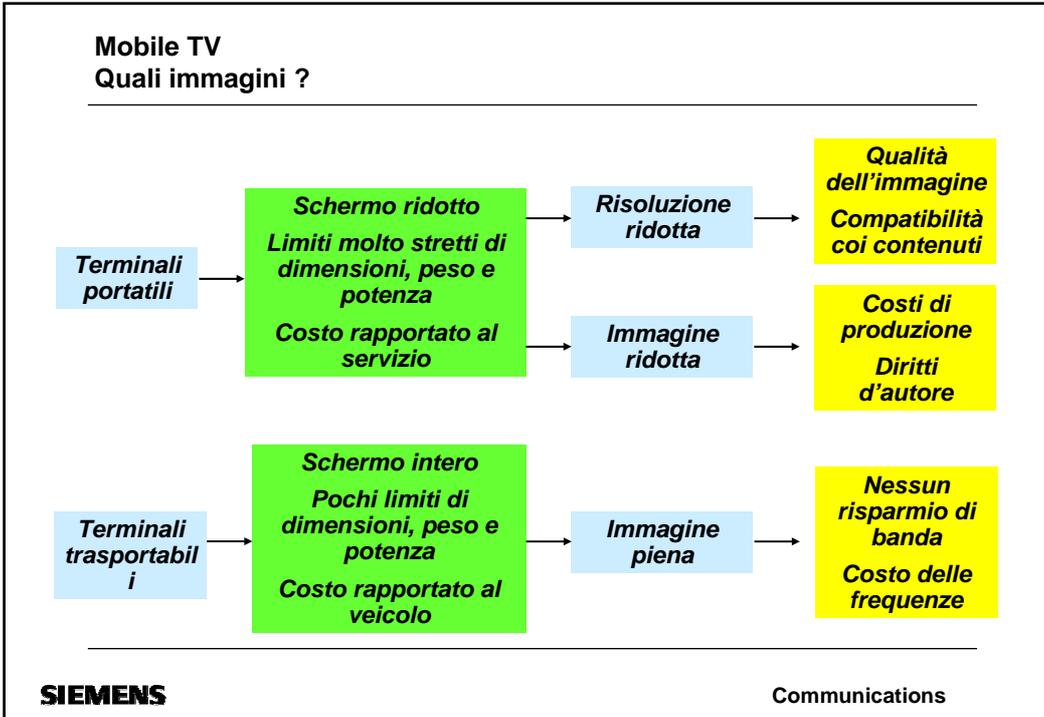
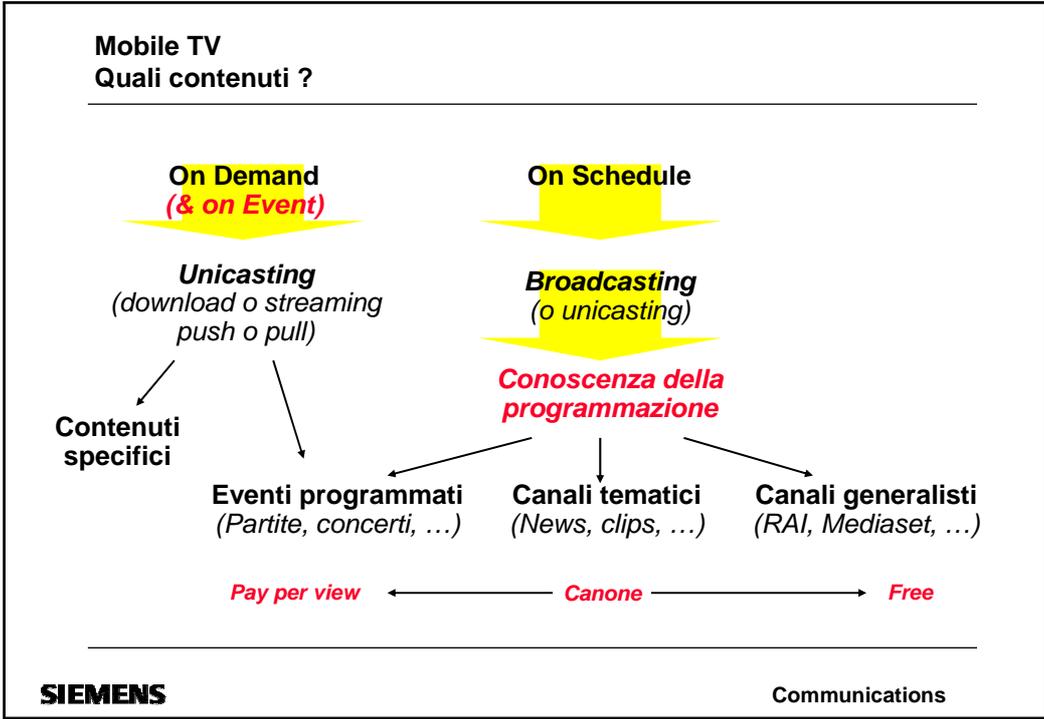
*Cellulari PDA  
Lap-top Tablet  
Navigatori*

*Terminale: dimensioni, peso, ...  
Schermo: dimensioni, risoluzione, ...  
Batterie: dimensioni, peso, durata, ...  
Antenna: dimensioni, numero, efficienza, ...  
Interattività: tipo, livello, ...*

*Numerosità, costo ?*

**SIEMENS**

Communications



**Mobile TV**  
Quali coperture di rete ?

**Stazionamento**  
(Terminali personali)

Aree urbane  
Ambienti indoor e hot spot

- **Caratteristiche del segnale**
  - Qualità e robustezza
  - Efficienza (compressione, decodifica)
  - Scalabilità

**Movimento**  
(Terminali veicolari)

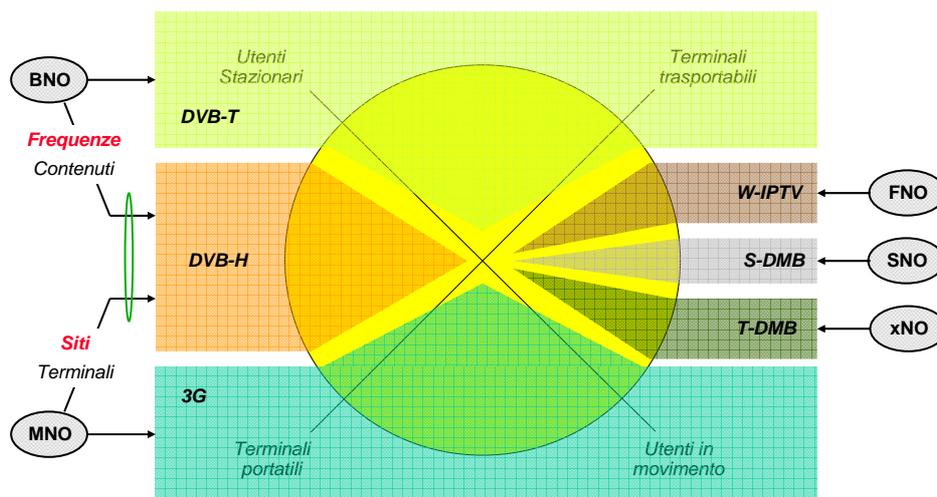
Aree extraurbane  
Ambienti outdoor e veicolari

- **Caratteristiche della copertura**
  - % popolazione / territorio
  - % domanda
  - Continuità della copertura

**SIEMENS**

Communications

**Mobile TV**  
Quali tecnologie ?



**SIEMENS**

Communications

## **Mobile TV**

### **Quali conclusioni ?**

---

- Il termine Mobile Tv è spesso usato in modo generico e con accezioni anche molto diverse
  - Il mercato della Mobile TV comprende più segmenti distinti, ciascuno con caratteristiche ed esigenze proprie
  - Alcuni di questi segmenti sono di fatto già coperti (o destinati ad esserlo) da DVB-T e 3G
  - Il progetto di alleanza di BNO e MNO sul DVB-H si potrebbe perciò anche leggere come una tregua intesa a blindare il mercato rispetto ad altri soggetti ed altre tecnologie in attesa di meglio definire le rispettive posizioni di forza
  - Il successo di tale progetto non può però ancora essere dato per scontato:
    - Vincoli regolatori (utilizzo delle frequenze, dominanza)
    - Problemi tecnici (possibilità di co-siting, disponibilità dei terminali)
    - Business model (costi di rete, risposta del mercato)
    - Concorrenza (DMB, W-IPTV, Satellite)
  - In questo contesto è importante saper mantenere un giusto bilanciamento tra entusiasmo e prudenza
-