



Il satellite Eutelsat 36C.

L'inizio fu Hot Bird

Eutelsat Communications, diventata il pilastro dello sviluppo del broadcasting satellitare italiano ed europeo, punta con le sue tecnologie ad avere un ruolo anche nella diffusione della banda larga e della connettività via satellite

Per lo spettatore seduto davanti alla tivù ormai è del tutto normale ricevere immagini che arrivano dall'altro capo del mondo, godere di una visione sempre più potente o assistere agli acrobatici movimenti di macchina di un evento di Formula 1. Dietro tutto questo c'è un grande sforzo che vede impegnate non solo le televisioni ma anche grandi aziende tecnologiche con squadre di ingegneri e tecnici occupati a ideare sempre nuove soluzioni per servire meglio i broadcaster accrescendo la catena del valore della televisione. Uno di questi grandi marchi è Eutelsat, l'operatore satellitare che è sinonimo della tivù che si evolve e sperimenta, e lo è in modo particolare in Italia dove è il partner di Sky, a cui garantisce la banda pregiata e sicura che rende possibile la straordinaria ricchezza di canali, la magia dell'Hd e le altre raffinatezze tecnologiche con cui la pay tv continua a gratificare il suo pubblico pagante ed esigente.

Parliamo di un gruppo che è il terzo provider satellitare mondiale dopo l'a-

mericano Intelsat e l'europea Astra Es, con 1,348 miliardi di fatturato, in crescita del 5% sull'anno precedente secondo i dati di bilancio del 2014. La voce più consistente dei ricavi proviene dalle attività televisive e principalmente dalla trasmissione diretta del segnale tivù alle famiglie, che nel gergo degli addetti ai lavori si chiama Direct-to-home (Dth). Eutelsat fornisce anche i servizi di alimentazione delle torri di

trasmissione del digitale terrestre o delle reti via cavo e i cosiddetti servizi di 'contribuzione' alle emittenti tivù per l'invio di video e dati verso le redazioni. Il resto del business è rappresentato dalle trasmissioni di dati via satellite: quindi, in pratica, alimentazioni di reti per strutture governative, istituzionali e militari o per grandi soggetti privati che per avere connessioni sicure preferiscono affidarsi al satellite che copre da un capo all'altro il mondo e dispone di tanta banda e di banda molto pregiata.

A Eutelsat lavorano oltre un migliaio di dipendenti di diverse nazionalità tra ingegneri operativi, tecnici e commerciali che fanno capo al quartier generale di Parigi e alle oltre 130 filiali in Europa, Africa, Medio Oriente, Asia e America. Come tutti gli operatori satellitari dispone anche di numerose infrastrutture di terra, i cosiddetti teleporti, che ricevono e rilanciano il segnale da e verso il satellite e svolgono un'attività necessaria per la conformazione della rete. Il più prestigioso è il teleporto di Rambouil-



Michel de Rosen, chairman e ceo di Eutelsat Communications, uno dei tre maggiori operatori satellitari nel mondo i cui satelliti trasmettono più di 4.400 canali televisivi a più di 200 milioni di case in Europa, Medio Oriente e Africa. Il 66,8% delle attività del gruppo sono legate ad applicazioni video.

let alle porte di Parigi che sembra una vera stazione spaziale, mentre il teleporto di Torino è il centro di gestione europea del Ka-Sat, il satellite specifico per Internet di cui si occupa Eutelsat Broadband, una divisione dedicata ai servizi web.

Nell'imponente sede di Parigi all'ombra della Tour Eiffel c'è il cuore strategico e il board di comando di Eutelsat, costituito da Michel de Rosen, che è il presidente e amministratore delegato, e dal numero due Michel Azibert, che è il direttore commerciale e responsabile dello Sviluppo. De Rosen, un ingegnere francese molto istituzionale, è subentrato a Giuliano Beretta che, per un lungo periodo alla guida della società, è stato per tutti il 'signor Eutelsat'. Lasciata da quattro anni la gestione operativa per raggiunti limiti di età, ha mantenuto la carica di presidente onorario e continua a muoversi nel mondo satellitare con la nuova società Dbw Communication specializzata nelle produzioni in 4K, il formato della televisione del futuro. Beretta ha forgiato il dna del gruppo traghettandolo nella dimensione attuale. Nato nel '77 per volontà dei governi europei come consorzio di operatori telefonici pubblici e privati per sviluppare e gestire i satelliti di telecomunicazione, Eutelsat nel 2001 si è privatizzata aprendosi alle attività del settore televisivo e valorizzando gli aspetti commerciali e di marketing del business. Comincia allora la guerra con Astra per contendersi il primato europeo su posizioni orbitali e quote di mercato, una guerra che ha fatto bene a entrambi i contendenti, diventati operatori di caratura mondiale.

Nel 2005 Eutelsat si è quotata alla Borsa di Parigi. Attualmente il suo capitale è in mano per il 67,32% a fondi pubblici e privati, per il 25,62% a Bpifrance e per il 7,06% a China Investment Corporation. Per avere un'idea della potenza di fuoco di Eutelsat basta considerare che la flotta dei suoi 35 satelliti che mappano l'intero globo dall'Australia alle Americhe diffonde quasi 6mila canali. Solo sulle otto posizioni orbitali di punta di Europa, Medio Oriente e Nord Africa sono 240 milioni le famiglie che guardano la tivù grazie a Eutelsat. Nel 2010 erano 207 milioni, segnando una crescita del 32%. In pole position c'è il gruppo dei tre satelliti Hot Bird che sono arrivati a raggiungere 140 milioni di abitazioni rispetto ai 122 milioni del 2010. Tuttavia l'incremento più rapido è stato registrato per Eutelsat 9A, la cui audience, concentrata soprattutto in Europa occidentale dove è più forte la presa di Astra, è pas-

sata da 5 a 14 milioni, registrando 9 milioni di case in più dal 2010 grazie al fatto che gli operatori via cavo o del digitale terrestre usano sempre più il satellite per trasportare il segnale nelle zone che non riescono a raggiungere con le proprie reti.

Occupi un posto speciale, nella storia di Eutelsat, Hot Bird a 13 gradi Est, che è la posizione faro in Europa e in Italia,

dove diffonde Sky e TivùSat, la piattaforma satellitare del digitale terrestre. Tutto lo sviluppo di Eutelsat è partito da lì: Hot Bird è stato il primo vero canale Dth del gruppo e ha avuto la sua prima utilizzazione in Italia con i canali della Rai servendo via via tutti gli altri broadcaster fino a Sky. Il suo successo è dovuto al fatto di aver contribuito all'affermazione

di un modello originale di televisione, ovvero la televisione tematica, di cui poi si è impossessato il digitale terrestre. Hot Bird è anche il modello industriale e commerciale di maggior successo di Eutelsat, tanto che i dirigenti del gruppo ripetono come un mantra di volerlo replicare in altre posizioni geostazionarie e altri contesti geografici e televisivi.

In quale direzione Eutelsat continuerà a crescere? C'è senza dubbio il trend relativo al miglioramento della qualità dell'immagine televisiva che per l'immediato guarda all'alta definizione e alla crescita dei canali in Hd, che sono 600 sui 5.800 canali trasportati complessivamente dalla flotta Eutelsat. Un canale in Hd trasmette immagini con una ricchezza di dettagli e una nitidezza significativamente superiori all'immagine che si vede comunemente in televisione in definizione standard (Sdtv) ma deve impegnare una maggiore quantità di banda. Se 3 megabit è la porzione di flusso di informazione che consente di trasportare un canale Sd, un canale ad alta definizione ne impiega 10, arrivando a 12 megabit per gli eventi sportivi più spettacolari. A oggi la maggior parte dei canali è ancora in definizione standard, ma tutta la televisione sta lentamente evolvendo al nuovo for-

mato, una migrazione complessa che richiede investimenti e l'aggiornamento di tutta la filiera: le videocamere e gli studi televisivi, il trasporto e la compressione del segnale e non ultimo il parco dei televisori. Una partita che vede in pole position il satellite, "che è la piattaforma natu-



Renato Farina, amministratore delegato di Eutelsat Italia. A Torino ha sede Skylogic, la controllata per i servizi a banda larga satellitare con il teleporto Skypark, attrezzato con 15 antenne che utilizzano la capacità satellitare di Eutelsat e sono connesse con gli Internet provider Internazionali. Eutelsat è partner di Expo 2015.

rale per la diffusione dei contenuti ad altissima qualità perché dispone di una enorme quantità di banda e a prezzi più economici rispetto ad altre piattaforme", afferma Renato Farina, amministratore delegato del braccio italiano di Eutelsat. Farina è un ingegnere esperto in materia di spazio e di satelliti, avendo alle spalle una lunga carriera in Telespazio, un passaggio a Mediaset e l'approdo a Eutelsat passando da Skylogic, la business unit dedicata all'Internet via satellite che si è trasformata in Eutelsat Broadband.

"Tenga conto che il satellite è digitale dagli inizi del 2000", spiega Farina, "ed è la piattaforma dove fin dal 2005 sono apparsi i primi canali Hd e su cui oggi Sky trasmette in Italia una settantina di canali di questo tipo, mentre il digitale terrestre sta appena iniziando la migrazione. Rispetto al satellite, il digitale terrestre ha il vantaggio di entrare in tutte le case, ma per ragioni di pianificazione dello spettro ha scarsità di frequenze, e questo rende più complicato il passaggio al nuovo standard perché non è facile trovare slot di frequenze per far passare l'Hd dovendo contemporaneamente tenere accessi i canali normali". Per dare evidenza al suo discorso Farina fa anche qualche cifra

→

spiegando che “un operatore che voglia accendere un canale ad alta definizione da 10 megabit spenderebbe sul satellite 1-1,2 milioni all'anno. Riplicare la stessa quantità di banda sul digitale terrestre costerebbe più di 10 milioni. Lo scarto è significativo”.

E se combatte sull'alta definizione, Eutelsat sta concentrando un grosso sforzo anche sull'ultra Hd, l'avvenistico formato altrimenti detto 4K, che consente una risoluzione dell'immagine fino a quattro volte più alta dell'Hd. Con la tivù in versione 4K sarà meglio che avere il cinema in casa: immagini talmente definite e con una tale ricchezza di dettagli da aggiungere una nuova dimensione al racconto. Per il momento però il 4K, a cui guardano con grande interesse tutti i broadcaster mondiali e gli Ott come Netflix, è solo una tecnologia in sperimentazione avanzata ed è difficile prevedere quando si affermerà a livello commerciale. Tutti gli operatori satellitari – che sono in pole position, vista l'enorme ampiezza di banda necessaria a trasmettere un contenuto così pesante – lo stanno testando, ed Eutelsat ha già lanciato su Hot Bird un canale permanente che trasmette contenuti 4K al massimo della qualità a disposizione: 50 fotogrammi per secondo e 10 bit di colore.

Ma se il 4K è il futuro forse non lontano, il tema del momento è la convergenza: cadono le barriere tra il mondo broadcast e il broadband, e Internet è la nuova autostrada per trasmettere i contenuti televisivi. Lo confermano gli Ott che puntano in modo massiccio sul web con i loro servizi on demand. Nello scenario che si è aperto che ruolo avrà il satellite? “Il satellite sarà sempre più considerato come la televisione della qualità mentre, per esempio, nelle attuali condizioni della Rete è impossibile realizzare trasmissioni in ultra Hd via web di elevata e costante qualità”, dice categorico Farina. “Quando è nato si pensava che il digitale terrestre sarebbe stata una minaccia, invece noi siamo più vivi che mai e il Dtt utilizza il satellite per alimentare le sue torri e per portare il segnale sul cucuzzolo di

una montagna e in quei luoghi che solo il satellite può raggiungere. In Italia c'è l'esperienza di TivùSat, la cui penetrazione cresce in maniera esponenziale”. Quanto alla convergenza, “la considero un'opportunità. Innanzitutto penso che il futuro della televisione sarà sempre più multi-piattaforma: una televisione che va Direct-to-home, sul digitale terrestre e sul web. Il satellite sarà sempre una tecnologia importante che non sostituirà le altre ma sarà integrata in un'offerta più ampia”.

Farina è assolutamente convinto del ruolo del satellite complemen-

c'è tutto il settore delle aziende, che per essere competitive è indispensabile siano connesse, così come i cittadini, adesso che la pubblica amministrazione si sta orientando a fornire i suoi servizi via web”.

L'altra direzione di marcia di Eutelsat è consolidare la strategia di espansione mondiale la cui mossa decisiva è stata l'acquisizione l'anno scorso dell'operatore satellitare messicano Satmex – arrivata dopo l'acquisizione nel 2012 del satellite asiatico Ge-23 – che ha consentito di disporre di una solida piattaforma in grado di coprire tutti e cinque i

continenti. Il capitolo che si apre quest'anno sarà la messa in orbita di cinque nuovi satelliti – due posizionati nel continente americano, altri due su Africa e Medio Oriente e Russia, un altro sull'Europa – per un investimento complessivo di 900 milioni di euro. “Cinque lanci entro dicembre prossimo sono un fatto eccezionale nella storia di Eutelsat”, dice Farina, che spiega come il senso di un'agenda così fitta che include altri due

lanci entro il 2017 “è quello di rafforzare la copertura in aree in cui stanno nascendo nuove piattaforme satellitari e bouquet di canali come le Americhe e l'Asia, senza trascurare la presenza in altri importanti contesti che vanno dall'Europa alla Russia fino all'Africa”.

E poi sta per nascere una nuova generazione di satelliti denominati 'Eutelsat Quantum', programma che Eutelsat sta sviluppando con il sostegno dell'Esa e dell'Agenzia spaziale britannica prevedendo il lancio del primo vettore di questo tipo nel 2018. “Potremmo definirli satelliti intelligenti e interattivi che per la prima volta nella storia delle tecnologie spaziali, grazie a un innovativo software, diventano configurabili in base alle esigenze del cliente senza cambiare la posizione orbitale”, racconta il manager. “Si tratta inoltre della prima generazione di 'satelliti universali': adattandosi a tutte le frequenze di banda saranno in grado di servire qualsiasi regione del mondo, permettendo così di ottimizzare la gestione della flotta e di impiegare le risorse in maniera più efficiente”.

Anna Rotili



La flotta di Eutelsat nell'agosto 2014.

tare alle infrastrutture di terra, sia il Dtt sia ora il broadband. “Sono inoltre convinto che più si estenderà la fibra ottica tanto più diventerà fanelico il bisogno di connettività, e per offrire i servizi di base del prossimo futuro la banda sarà sempre scarsa sul broadband e il satellite contribuirà nell'offerta all'utente finale”. **Tanto che Eutelsat già nel 2011 ha lanciato un satellite specifico per la banda larga che si chiama Ka-Sat, e ha attivato il servizio Tooway gestito da Eutelsat Broadband** che consente agli utenti di connettersi ovunque e facilmente a Internet. In pratica basta installare una parabola e un modem satellitare collegato al computer per avere una connettività comparabile all'Adsl a livello di costi e di prestazioni. Un servizio che Farina sta promuovendo con molta convinzione in Italia – dove la fibra copre solo metà della popolazione e la connettività è di scarsa qualità – per superare il digital divide. “Pensavamo che la nostra offerta raccogliesse interesse nelle aree rurali, invece la maggiore concentrazione di clienti è nelle aree suburbane di Roma e Milano. E poi