

10 anni

Swisscom Broadcast

Una storia di emozioni



Editoriale

Care lettrici e cari lettori,

sono già passati dieci anni da quando Swisscom ha scorporato i servizi di diffusione radiotelevisiva dal settore rete fissa, affidandoli a una nuova società affiliata: è nata così, il 1° gennaio 2002, Swisscom Broadcast SA.

Le evoluzioni tecnologiche dell'ultimo decennio sono state più significative che nei 70 anni che l'hanno preceduto. Tra le ragioni principali vi sono state la digitalizzazione e la diffusione della tecnologia IP, che hanno conquistato anche il settore radiotelevisivo. Quelli trascorsi sono stati anni emozionanti: ci hanno fatto conoscere novità rivoluzionarie che ormai fanno parte integrante della nostra vita quotidiana. Vogliamo dunque passare in rassegna insieme a voi questi anni tumultuosi e intensi, prima di lanciarci in un nuovo decennio che

promette di non essere da meno. Attendiamo con impazienza le prossime evoluzioni.

Desidero approfittare di questa opportunità per esprimere a nome di Swisscom Broadcast un sentito ringraziamento per la vostra fiducia e la vostra preziosa collaborazione.

Jean-Paul de Weck, CEO



Retrospektiva

La storia della radiodiffusione in Svizzera iniziò nel 1931: l'allora PTT ricevette dall'Amministrazione federale il compito di costruire e operare trasmettitori nazionali a onde medie per conto della Società svizzera di radio-televisione SRG SSR, da poco fondata. Nei due anni seguenti vennero costruiti tre trasmettitori per le tre grandi regioni linguistiche della Svizzera a Sottens, Beromünster e sul Monte Ceneri.

Lo sviluppo tecnologico fu fulmineo: nel 1940 comparve la radio a onde corte, nel 1951 la televisione analogica e nel 1952 iniziarono le trasmissioni in FM. Da allora PTT ha costantemente sviluppato la rete di trasmettitori per la SRG SSR.

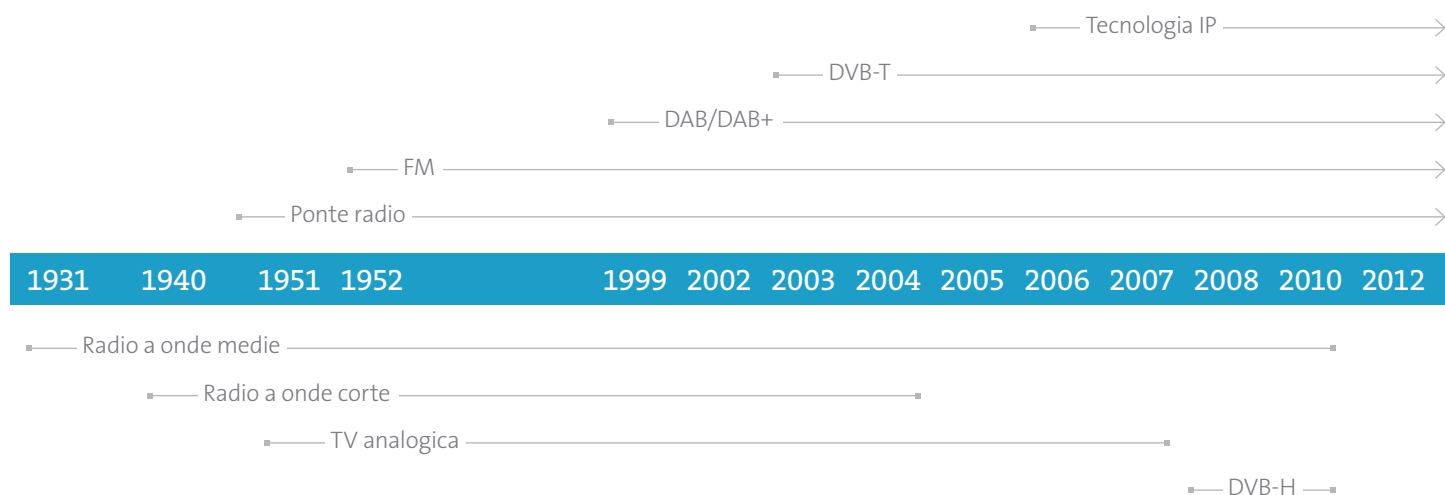
Il 1° gennaio 2002 il settore Broadcasting di Swisscom ha cambiato nome, diventando Swisscom Broadcast SA. Già al momento della fondazione era chiaro come lo sviluppo delle tecnologie digitali avrebbe portato grandi cambiamenti. Infatti, le nuove tecnologie digitali DAB (radiofonica) e DVB (televisiva) sostituirono nel 2004 le trasmissioni radiofoniche a onde corte, nel 2007 la televisione analogica e nel 2010 anche l'ultima emittente a onde medie. Oggi l'infrastruttura di Swisscom conta oltre 500 trasmettitori con le loro torri radio.

In particolare nel settore radio digitale (DAB), Swisscom Broadcast si occupa dell'ampliamento della copertura per conto di SwissMediaCast SA e Roman die Médias SA. Nel 2012 è stata completata la seconda copertura della Svizzera tedesca. Già quest'anno dovrebbe iniziare la realizzazione di una terza copertura DAB, così come di un secondo layer in Romania.

Nei Grigioni, dove la topografia rende difficile la costruzione di reti a banda larga o via cavo, Swisscom Broadcast ha rilevato nel 2004 la rete di Tele Rätia, digitalizzandola. Oggi circa 15 000 famiglie possono approfittare di questo servizio di Pay-TV basato su DVB-T.

Con l'acquisto di Antenna Hungária, nel 2005, Swisscom Broadcast si è allargata verso l'Europa orientale. Purtroppo, però, la strategia non è stata portata avanti a causa delle scarse opportunità di ulteriore espansione. Nel 2007 la francese TDF manifestò il proprio interesse all'acquisto di Antenna Hungária: la cessione di questa compagnia segnò l'abbandono definitivo della strategia internazionale di Swisscom Broadcast.

Sviluppo tecnologico del broadcasting in Svizzera



Da 10 anni in onda per voi

Broadcasting significa però molto di più che radiodiffusione terrestre. Include anche tutti i servizi di ricezione e diffusione di segnali audio e video, i cosiddetti Contribution e Distribution Services. Già al momento della fondazione l'obiettivo dichiarato di Swisscom Broadcast era di posizionarsi anche in questo segmento di mercato, oltre che nei nuovi servizi digitali di radiodiffusione.

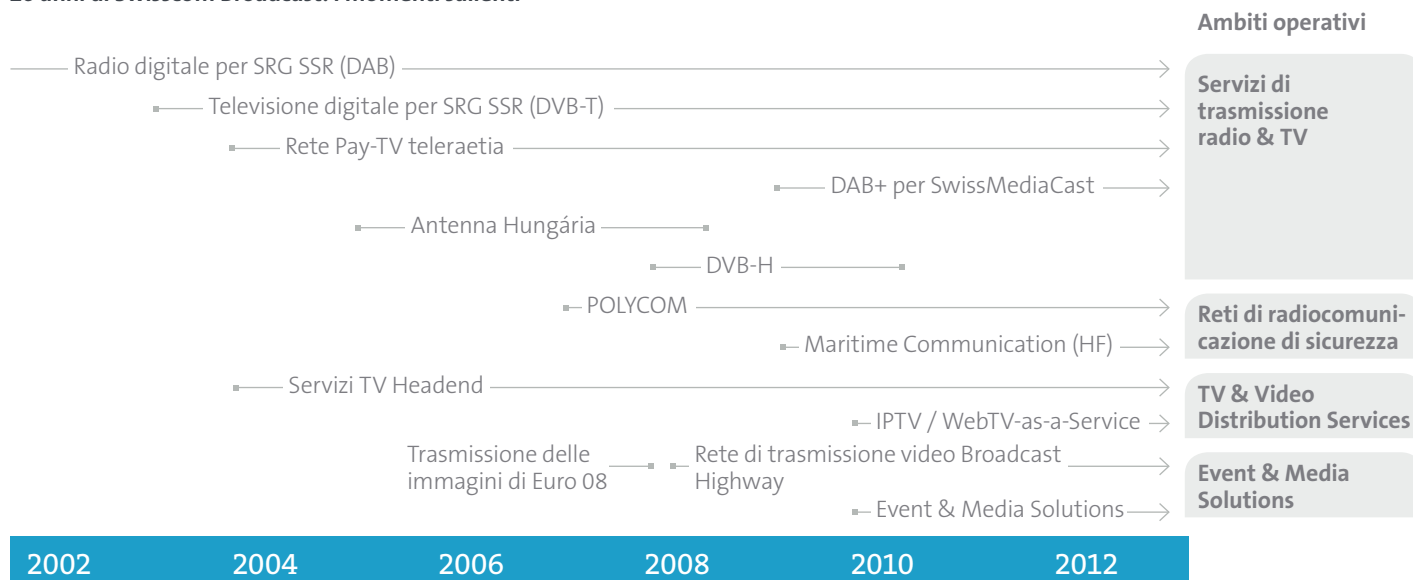
Un presupposto fondamentale in tal senso fu l'introduzione della tecnologia IP. IPTV, Web-TV e Mobile-TV, Distribution Services basati su IP, stanno gradualmente soppiantando i servizi tradizionali. Già da tempo Swisscom ha successo in questo segmento di mercato grazie ai prodotti retail Swisscom TV e Swisscom TV air: dal 2006 anche Swisscom Broadcast contribuisce a tale successo occupandosi della ricezione, cifratura e composizione dei palinsesti.

Ma Swisscom Broadcast offre anche soluzioni IPTV e Web-TV complete per provider di servizi internet e operatori di rete via cavo come «wilmaa», la principale piattaforma di TV online in Svizzera, sviluppata da Solutionpark SA per conto di Goldbach Media e oggi operata da Swisscom Broadcast.

Swisscom Broadcast, inoltre, è specializzata nella realizzazione e manutenzione di reti di radiocomunicazione di sicurezza, particolarmente le reti POLYCOM. Tra i suoi clienti figurano corpi di sicurezza come il Corpo delle guardie di confine (CGCF), la Rega e varie forze di polizia cantonali.

In occasione di Euro 2008, Swisscom Broadcast ha trasmesso all'International Broadcasting Center (IBC) di Vienna i segnali video e audio provenienti da tutti gli stadi situati in Svizzera e Austria. Contemporaneamente, Swisscom si è occupata delle tribune stampa, delle reti di comunicazione e dei centri stampa provvisori. Il portafoglio completo di servizi per il settore Events & Media che Swisscom è in grado di offrire ha così ricevuto una vetrina di primo piano. Il rilevamento di Solutionpark SA, le cui competenze si concentrano sui settori streaming e soluzioni online, ha reso completa la gamma di prodotti. Infine, l'intero pacchetto è stato integrato nel 2011 in Swisscom Event & Media Solutions, società controllata di recente fondazione.

10 anni di Swisscom Broadcast: i momenti salienti



Un decennio cruciale – una retrospettiva con i CEO



Giovanni Conti,
CEO dal 2002 al
2007 e oggi direttore
dell'Ufficio federale
dell'informatica e della
telecomunicazione
(UFIT), ricorda:

I primi passi

«Per me il passaggio a Swisscom Broadcast ha significato assumermi la piena responsabilità di un'azienda. Capii subito che questa PMI doveva porsi di fronte ad alcune sfide. Non solo era necessario soddisfare le grandi aspettative del cliente principale, la SRG SSR, ma andava anche sviluppata un'organizzazione aziendale funzionante.

La transizione da Broadcasting Services a Swisscom Broadcast SA fu un passo importante. La fondazione di un'azienda indipendente diede alle collaboratrici e ai collaboratori un senso di autonomia. Da subito rafforzammo il nostro orientamento alle esigenze dei clienti e decidemmo di prendere in mano il nostro futuro, con progetti di sviluppo e rilevamenti.

Nel 2004, il DVB-C segnò l'inizio dell'era digitale per Swisscom Broadcast. Seguirono DVB-T e DAB per la SRG SSR, e in seguito DVB-H. Il rilevamento di Tele Rätia SA segnò il passaggio a tecnologie nuove (DVB-T). Il nostro obiettivo era offrire a tutti i grigionesi una più ampia offerta di programmi. Il collegamento DVB-T dei Grigioni venne coordinato con la SRG SSR e fu un passo importante per consolidare la nostra posizione di leader nel settore radiotelevisivo svizzero.

Nel 2005 molti paesi dell'Europa orientale intendevano privatizzare le loro infrastrutture di radiodiffusione, prima fra tutte Antenna Hungária. Portare in Ungheria il vantaggio di conoscenze nel campo della radiodiffusione digitale che può avere un'azienda privata fu una scelta ovvia. Due anni dopo tale passo era stato compiuto con successo, ma il mercato europeo nel frattempo era cambiato: le privatizzazioni nei paesi vicini non procedettero come previsto. Allo stesso tempo molti attori del mercato erano desiderosi di espandersi. Fu così che si giunse alla redditizia cessione di Antenna Hungária alla francese TDF.

La digitalizzazione rivoluzionò la radiodiffusione e sta continuando ancora oggi a farlo. La radiodiffusione tradizionale si trova in un periodo di transizione; come ogni progresso tecnologico, anche quello attuale genera idee e modelli di business nuovi.»



Jean-Paul de Weck,
CEO dal 2008, ci dice:

Uno sviluppo fulmineo

«Quando divenni CEO di Swisscom Broadcast, nel gennaio 2008, lo sviluppo della rete televisiva digitale (DVB-T) e della prima copertura radiofonica digitale (DAB) era quasi terminato. La disattivazione della televisione analogica e dei trasmettitori a onde medie era già pianificata. Il core business era ormai consolidato e stava iniziando la fase di ottimizzazione, con l'importante obiettivo della riduzione dei costi.

La tecnologia DAB+ offriva ulteriore potenziale di crescita, ma da sola non era sufficiente per garantire lo sviluppo di Swisscom Broadcast sul lungo

termine. Era arrivato il momento di espandere le nostre attività a nuovi settori. Il mio predecessore mi aveva già aperto due strade che portavano in tale direzione: da un lato le reti di radiocomunicazione di sicurezza, con la realizzazione della rete POLYCOM per la polizia cantonale di Soletta, e in secondo luogo i primi tentativi di trasmissione video live in qualità da studio tramite la tecnologia IP.

Contemporaneamente, venne sviluppata la nuova brand identity di Swisscom. Questo significò ripensare radicalmente anche la nostra identità aziendale, ponendo al centro persone e servizi piuttosto che infrastrutture e apparecchi. Iniziò così la transizione dall'essere fornitori di infrastrutture all'essere fornitori di servizi, con il conseguente ingresso in nuovi settori di attività. Con la nuova brand identity ci siamo posizionati chiaramente come parte integrante di Swisscom, potendo così sfruttare sinergie e operare sul mercato al fianco di Swisscom Svizzera.

Sul calendario del 2008 spiccava un grandissimo evento: i Campionati europei di calcio. Un evento che ci portò a un'idea di business radicalmente nuova: anziché limitarci ad offrire Contribution Services ai media e agli organizzatori dell'evento, volevamo essere in grado di offrire un portafoglio completo di servizi ICT temporanei. Vide così la luce Event & Media Solutions.

Da allora sono stati lanciati sul mercato altri prodotti, come ad esempio Maintenance Reti, Maritime Communication e TV-as-a-Service. La catena di creazione del valore nel broadcasting è lunga: inizia nel luogo dove vengono creati i contenuti audio e video e termina presso i consumatori finali.»

Gli ultimi dieci anni visti dai collaboratori di Swisscom Broadcast

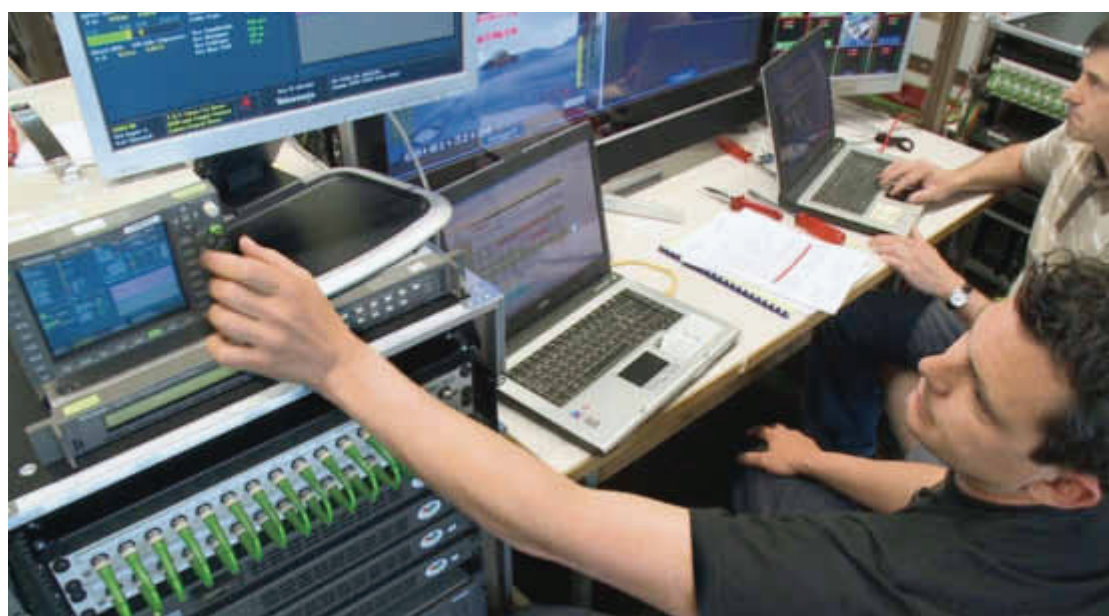


Joachim Ernst, da Swisscom dal 1994. Ha assunto nel settembre 2012 la direzione di Engineering & Platform Management.

Dall'analogico al digitale

«Prima che diventassimo una SA vi erano cambiamenti organizzativi ogni sei mesi. Nessuno sapeva con precisione quale fosse il nostro ambito di attività. Con la fondazione della società per azioni ci ponemmo un obiettivo chiaro: vendere sul mercato noi stessi e il nostro know-how nel broadcasting.

Nella nuova struttura venne creato anche il gruppo Networks, di cui sono alla guida. Già allora coprivamo vari settori: ponti radio, noleggio delle linee, reti IP e ATM con encoder e decoder. Dieci anni fa le tecnologie analogiche ricoprivano già un ruolo marginale tra le tecnologie di trasmissione e di rete, con la sola eccezione delle reti via cavo analogiche. Per ragioni di costi puntammo sulla tecnologia ATM e svilupparammo reti attivabili combinate con encoder MPEG2. Iniziammo a modulare tutto centralmente, da Berna. Collegare e scollegare i cavi sul posto divenne così acqua passata. Oggi tutto viaggia su IP e i comandi vengono gestiti principalmente tramite software. Così, a fianco del settore tradizionale della radiodiffusione, ci sviluppiamo sempre più nella direzione di un'azienda IT.»





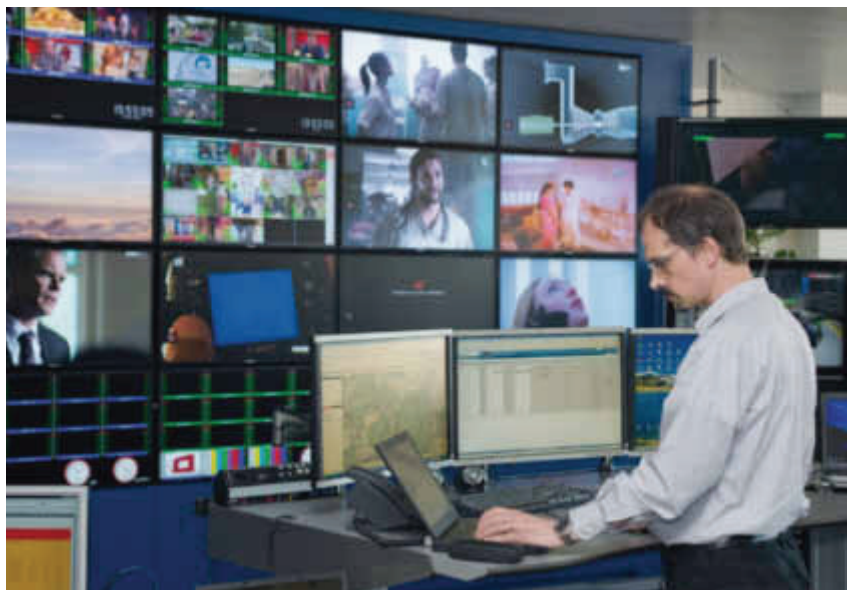
Christina Donatsch lavora da Swisscom dal 2000. Da aprile 2006 guida il settore Customer Services.

Al servizio dei clienti

«Gli odierni team di Customer Care Center (CCC) e Network Management Center (NMC) appartenevano in passato, con nomi diversi, alla divisione radio e TV di Swisscom. I collaboratori si occupavano delle attivazioni per la SRG SSR ed erano responsabili del monitoraggio della rete. Alla fondazione della SA, CCC venne fatto confluire nel settore Marketing & Sales e fuso con il backoffice. Così nacque il nuovo settore Customer Services.

Con il tempo Swisscom Broadcast sviluppò nuovi servizi: vennero quindi esplorate nuove aree di attività per operatori TV e di rete via cavo. Alle operazioni esclusivamente tecniche andarono ad aggiungersi aspetti commerciali. Gli interi processi vennero orientati ai clienti. La nuova brand identity Swisscom ci spinse a mettere ancora di più i clienti al centro delle nostre azioni nel quadro di «One Swisscom».

Il crescente portafoglio di prodotti, la digitalizzazione e lo sviluppo di tecnologie IP resero più ampio e complesso il nostro lavoro. I collaboratori del team Customer Care dispongono di un elevato know-how tecnico e lavorano in stretta collaborazione con il Network Management Center.»



Thierry Rossel, da Swisscom dal 1991, è stato collaboratore Field Force. Dal 2006 è responsabile regione Ovest.

Lavoriamo per una trasmissione ottimale

«In passato si eseguivano lavori di manutenzione preventiva su interi impianti di broadcasting. Due Field Forces lavoravano per tre o quattro giorni su un trasmettitore. In caso di guasto, i Field Forces si recavano sul posto e operavano direttamente sull'impianto per risolverlo. Oggi è possibile circoscrivere i

guasti tramite computer grazie alle verifiche a distanza. I collaboratori sanno prima di partire quali ricambi saranno necessari e quale problema deve essere risolto.

Dal 2010 gli interventi di manutenzione ed eliminazione dei guasti vengono suddivisi tra i collaboratori Field Force da un dispatching centrale sui cosiddetti Mobile Terminals (MOT). In passato, i collaboratori redigevano i loro rapporti su carta, mentre oggi raccolgono i dati nel MOT, che li trasmette via SAP al backoffice.

Grazie al progresso tecnologico e all'ottimizzazione dei processi, oggi è possibile rilevare molto più rapidamente i guasti e risolverli in maniera mirata ed efficiente.»

Swisscom Broadcast SA

Ostermundigenstrasse 99
3050 Berna
swisscom.ch/broadcast
Telefono 0800 817 620