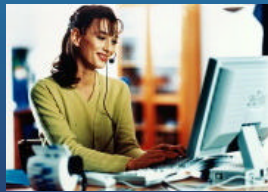




Presentazione EUTELSAT

25/05/04

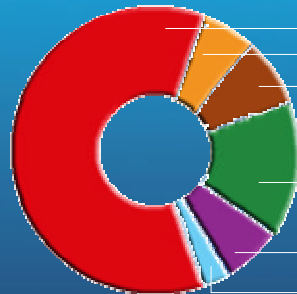
Interacting with your world



Profilo business di Eutelsat S.A.

Al 31 Dicembre 2003

70% Video Applications



54% Consumer broadcasting

7% Contribution services

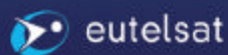
9% Professional video networks

14% Professional Data Networks

11% Multi-usage

5% Broadband Services

- Broadcasting resta il primo settore di attività di EUTELSAT



TV: L'attività principale di EUTELSAT

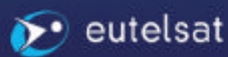
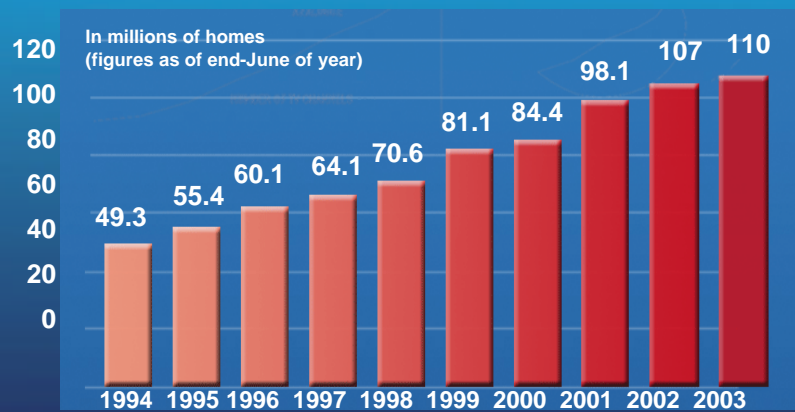


- Operatore leader in Europa

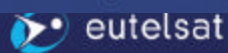
- Clienti di riferimento per free-to-air, pay-TV e servizi di contribuzione:



Video Applications: Continued audience growth



Piattaforme Pay TV via Eutelsat



Servizi dati (Vsat) e mobili



- Operatore leader in Europa
 - Nuova capacità su W5, AB1, AB3, W3A, SESAT 2 for :

VSAT networks

Point-to-multipoint
data broadcasting

Mobile messaging
& positioning

- Operatori di riferimento:



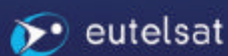
- Esempi di utilizzatori :



La situazione oggi



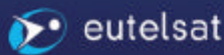
- EUTELSAT è oggi il terzo operatore mondiale e il primo europeo con una capacità in orbita di circa 500 transponders
- Il mercato sta cambiando:
 - ✍ Gli operatori satellite sono passati da una situazione di mancanza di capacità a una situazione di eccesso di capacità
- EUTELSAT, nonostante i risultati globalmente positivi, ha oggi un filling factor del 75%, contro un valore medio del 95% di qualche anno fa, cioè più di 100 transponders invenduti in orbita. La situazione è ancora più difficile per altri operatori



Di cosa soffre il mercato



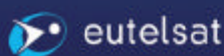
- ▣ Periodo di stasi nella crescita della domanda TV (traino dell'ultimo decennio):
 - ✍ fase di consolidamento dei bouquet pay-TV,
 - ✍ Transizione analogico verso digitale,
 - ✍ mancanza di incentivi per attrarre TV in chiaro sul satellite o per gli utenti,
 - ✍ Confusione: tendenza a presentare, anche da parte delle istituzioni, il digitale terrestre come un sostituto della TV via satellite
- ▣ difficoltà' nella crescita di prodotti di sostituzione, in particolare B/B
 - ✍ Mancanza di fiducia nelle nuove tecnologie
 - ✍ Misinformazione: Attesa del B/B terrestre anche quando non c'è e non potrà arrivare in tempi brevi o mai



Il ruolo del satellite



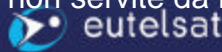
- ▣ Il satellite resta il mezzo migliore per:
 - ✍ Tutti i servizi di tipo broadcast e multicast, sia audiovisivi che dati
 - ✍ Il mezzo più rapido ed efficace per superare il digital divide in tempi brevi



Come stimolare il mercato



- Apertura di nuovi servizi TV, in particolare HDTV
- Semplificazione dei problemi di copyrights per stimolare la diffusione internazionale della TV
- Promuovere la TV come diffusione della cultura nazionale, facendo attenzione a mantenere i bacini d'utenza analogici, ancora grandi nei paesi più poveri
- Incentivare nuove applicazioni broadcast per dati e video (servizi push, business TV, personal broadcasting)
- Stanziare fondi per le infrastrutture a terra per la diffusione del B/B via satellite accelerando la soluzione del problema del digital divide
- Aiutare il mercato con campagne d'informazione a livello istituzionale sull'utilizzo del satellite, in particolare presso le comunità locali in zone non servite da B/B terrestre



Interacting with your world

