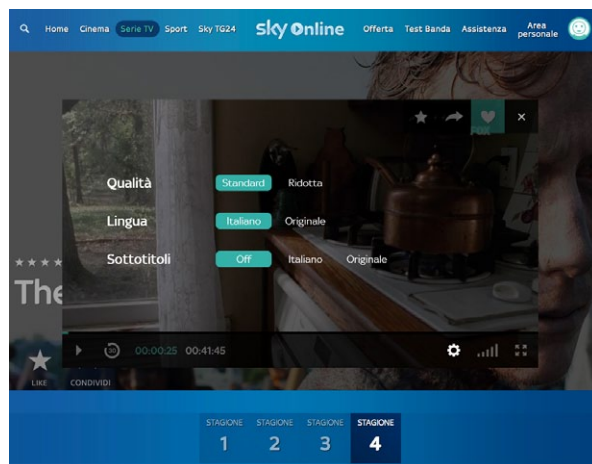


Sky Online arricchisce l'On Demand italiano

Oltre 500 film, 8 canali Cinema, 30 serie tv e 3 canali tematici, ticket per gli eventi sportivi.



Negli ultimi 15 anni abbiamo assistito a un lento e progressivo decentramento dell'entertainment dalla televisione agli schermi del Pc. A farne le spese non sono state tanto le Tv accessibili via antenna, quanto quelle basate su abbonamento: Sky e Mediaset Premium. Parliamo di un decentramento relativo vista l'importanza tutt'ora rappresentata dalla Tv tradizionale, tuttavia è verificabile una disaffezione al mezzo nelle generazioni più giovani, che sempre più spesso fanno riferimento alla Rete per reperire film e serie Tv. Nel dicembre del 2013 Mediaset ha lanciato Infinity, una piattaforma *On Demand* pensata per chi predilige lo streaming su richiesta su Pc, tablet, televisori connessi o piattaforme di gioco. L'imminente scesa in campo di Sky nello stesso ambito era già ufficiale, così oggi in Italia possiamo scegliere tra le due offerte.

Sky Online ha esordito all'inizio di aprile con una piattaforma simile a quella già proposta dall'azienda in Gran Bretagna con NOW TV. Sky ha deciso

di mantenere il proprio brand diversificando però l'offerta: chi è già cliente Sky non sentirà la necessità di passare a Sky Now e persino gli account sono differenziati.

Sky Online è pensato per i nativi digitali, per chi non ha una Tv e per chi non vuole o non può installare una parabola, ma potrebbe rappresentare anche un assaggio di quel che Sky può offrire, attirando così nuovi clienti su decoder. L'offerta è basata su tre piani: "Cinema", "Serie TV" e "Sport".

"Cinema" include otto canali, ovvero "Sky Cinema1", "Sky Hits", "Sky Family", "Sky Passion", "Sky Comedy", "Sky Max", "Sky Cult" e "Sky Classics", di cui si può seguire i film al momento in onda; è accessibile poi un archivio di circa 500 titoli *On Demand*, al quale se ne aggiungeranno altri dieci a settimana. Il piano "Cinema" costa 19,90 euro al mese. "Serie TV" offre anch'esso dei canali "live": "Fox", "Fox Crime" e "Fox Life"; la sezione *On Demand* include al momento 30 serie, alcune complete di tutte le stagioni, altre prevedono

invece la stagione in corso o l'ultima disponibile. Tra i titoli troviamo "The Walking Dead", "Grey's Anatomy" e "Agents of S.H.I.E.L.D.", ma anche serie italiane come "Romanzo Criminale" e "Boris". Il piano "Serie TV" costa 9,90 euro mensili.

In entrambi i piani, i video sono comprensivi di scelta della lingua tra l'originale e il doppiaggio italiano e dei sottotitoli. Lo streaming di SKY TG24 è compreso nelle due opzioni.

"Sport" è un'offerta dedicata all'acquisto di singoli eventi o di "eventi multi-giorno". Sono sei le discipline in lista: Calcio, Formula 1, Moto, Golf, Rugby e Tennis. Una partita di calcio della UEFA Champions League costa 10 Euro, il torneo di tennis Monte-Carlo Rolex Masters costa 15 Euro, mentre seguire l'Heineken Cup di rugby costa 19 Euro. È presente un test di velocità per la connessione e la qualità dello streaming può essere abbassata. Purtroppo non sono presenti opzioni per l'alta definizione: la qualità è standard e con una

Da 1&1 il tuo sito personale. A un euro per un anno.

Si chiama MyWebsite Lite ed è la nuova offerta di 1&1 Internet per realizzare in maniera facile e veloce il proprio sito web personale a 1 euro, Iva esclusa. Le funzionalità principali includono più di 200 layout personalizzabili, l'ottimizzazione per dispositivi mobili e tablet e la possibilità di integrare i social media.

MyWebsite Lite offre anche diversi strumenti che permettono ai visitatori di un sito di raccomandarlo e suggerirlo ad altri attraverso i social widget (Facebook e Twitter). Aggiungendo

filmati Flash, video YouTube e i feed RSS, si possono creare siti interattivi e di richiamo. Anche le foto possono essere caricate in modo semplice. Inoltre, attraverso il modulo di contatto e il guestbook si possono ottenere feedback ed interagire con i visitatori. 1&1 MyWebsite Lite include un nome di dominio, fino a 500 pagine, 10 GB di spazio web e account email che corrispondono all'indirizzo internet. È disponibile al prezzo di 1€ per il primo anno con un contratto di 12 mesi e di 6,99€/mese (Iva escl.) per i mesi a seguire.

Er. Ot.



connessione veloce risulta pulita e fluida, ma potrebbe deludere chi sperava di fruire dell'HD.

Sky OnLine, oltre che sul browser, può essere visto tramite una Smart TV Samsung o collegando il Pc alla televisione tramite cavo HDMI o VGA; gli utenti di PlayStation 3 e 4 possono scaricare l'applicazione dedicata sullo store PlayStation Network e all'inizio dell'estate dovrebbe arrivare una soluzione pensata per Xbox 360 e One. Chi possiede un tablet può sfruttare il servizio soltanto tramite un'app dedicata: per ora sono disponibili quelle per sistemi operativi Android e iOS.

Ogni utente può abilitare la fruizione dei contenuti su tre dispositivi differenti, che non potranno però essere usati contemporaneamente. Al momento dell'iscrizione, la piattaforma richiede un metodo di pagamento tra carta di credito e Paypal, tramite il quale sono addebitati 0,02 Euro al solo scopo di verificarne la validità: non è però effettivo. Mentre scriviamo, è attiva una promozione che permette di usufruire dei pacchetti "Cinema" e "Serie TV" al prezzo di 1 euro per una settimana.

Come in tutti i servizi simili, il rinnovo avviene per tacito consenso: qualora fosse attivato in automatico, bisognerà intervenire disabilitandolo 24 ore prima della scadenza, nel caso non si fosse interessati a protrarre l'abbonamento. Non manca qualche funzione legata ai social network e una serie di opzioni utili all'utente come le notifiche per gli eventi live acquistati, la lista dei preferiti, l'elenco delle visioni già iniziate che potranno essere riprese dal punto d'interruzione.

Sky Online funziona bene, ha una buona libreria di film e una discreta scelta tra le serie Tv più amate, la possibilità di usufruire dei canali live amplia le possibilità dei cinefili; l'offerta sportiva risulta poco appetitosa sia per gli appassionati di calcio visto che le partite di serie A e B continueranno a essere trasmesse solo su decoder, sia per chi segue alcuni sport meno popolari. In questo campo la piattaforma non rischia di sottrarre utenti ai canali televisivi. Tra i grandi assenti troviamo anche programmi molto popolari come *XFactor* e *Masterchef*: chi ama le trasmissioni di punta non potrà rinunciare alla più completa offerta via parabola.



Facebook guarda alla realtà virtuale



Il visore Oculus Rift pensato per i videogiocatori è ora di Zuckerberg.

A febbraio Facebook ha compiuto una delle sue mosse più importanti per diversificare il business: l'acquisizione di WhatsApp, la popolare app per smartphone che manda in pensione gli sms. Con la cifra impressionante di 19 miliardi di dollari, Zuckerberg ha assicurato all'azienda il possesso di una fondamentale tecnologia all'interno del settore più caldo del momento, ovvero quello del mobile.

A Menlo Park però sembrano guardare sempre più avanti: ieri al web e oggi al mobile, cosa ci aspetta domani?

A fine marzo è arrivato l'annuncio di una nuova acquisizione, decisamente meno importante della precedente a livello economico, ma strategicamente interessante. Con 2 miliardi di dollari, ripartiti in 400 milioni in contanti, 23,1 milioni in azioni di Facebook e il resto in opzioni variabili a seconda degli obiettivi raggiunti nel tempo, il network blu ha comprato Oculus VR. È una startup statunitense nata come nella migliore tradizione tecnologica nel garage di un giovane gamer appassionato di HDM. Gli HDM (Head-Mounted Display) sono dei visori basati su schermo e indossati sul capo che permettono un'esperienza immersiva nel campo delle simulazioni, nella sperimentazione medica e più recentemente nel gaming: in sostanza una versione moderna dei caschi per la realtà virtuale. In due anni Palmer Luckey, oggi ventunenne, ha realizzato insieme al suo team Oculus Rift, quello che viene definito da molti (tra cui John D. Carmack, il creatore

di Doom e Quake, diventato poi CTO di Oculus Rift) il più promettente HDM in circolazione.

L'obiettivo primario del progetto del Rift non è solo quello di offrire un visore di alta qualità ed ergonomico, bensì quello di offrire una tecnologia avanzata alle masse, contenendo i costi di produzione. Per la sua realizzazione è stata lanciata una raccolta fondi su Kickstarter: servivano 250.000 dollari, ne sono stati raccolti oltre 2,4 milioni. Visto il calore e l'interesse con cui è stato accolto il progetto, non sono tardate le offerte di finanziamento, che hanno permesso insieme al *crowdfunding* di raccogliere in totale una cifra pari a 91 milioni di dollari.

Oggi Oculus Rift è acquistabile solo nell'ambito dello sviluppo, non essendo ancora uscita una versione commerciale, con 350 dollari.

A questo punto ci si potrebbe domandare perché Facebook dovrebbe interessarsi a un prodotto legato a un settore specifico come quello del gaming e la risposta è semplice: Zuckerberg guarda alla realtà virtuale come l'ambiente più promettente dopo quello mobile. Oculus Rift potrebbe diventare il visore più diffuso sul quale sviluppare tecnologie per le comunicazioni e le connessioni del futuro.

L'idea può apparire futuristica, d'altra parte è stato detto lo stesso dei Google Glass, che operano nel campo della realtà aumentata.

Quel che è certo è che Facebook sta cercando di avvantaggiarsi rispetto a quello che potrebbe diventare la prossima *Big Thing*, ma dovremo aspettare almeno 5 anni perché Oculus Rift cresca tanto da andare oltre all'ambito dei videogiochi, per portarci magari in un ambiente tridimensionale e sociale che ancora non sappiamo immaginare.