

## Sky Italia dà segnali di ripresa: abbonati a quota 4,87 milioni

■ «I risultati operativi di Sky Italia dimostrano che il business è tornato a correre, facendo registrare il maggior incremento trimestrale di abbonati degli ultimi due anni». Rupert Murdoch, proprietario e capo operativo di News Corporation, ha posto nuovamente la pay tv satellitare italiana al centro della sua galassia. E lo fatto commentando i dati semestrali dell'esercizio 2010-2011 diffusi ieri sera da New York. Dal rendiconto periodico emerge infatti che Sky Italia ha decisamente limitato le perdite, che sono scese da 30 a 12 milioni di dollari nel secondo trimestre dell'anno fiscale: su base semestrale invece l'utile netto cala da 98 milioni a 70 milioni di dollari. Il miglioramento della performance è legato al contenimento dei costi operativi, che è andato a compensare i minori introiti pubblicitari, i quali hanno inciso sul fatturato, calato nel trimestre da 1,008 miliardi a 944 milioni di dollari. A livello semestrale invece il giro d'affari consolidato è diminuito da 1,935 miliardi a 1,8 miliardi di dollari. Ma l'ottimismo espresso da Murdoch e da Tom Mockridge, amministratore delegato di Sky Italia, si spiega con la

crescita degli abbonati, il cui numero è salito per il terzo trimestre consecutivo. A fine 2010 il numero di sottoscrittori era pari a 4,87 milioni, con un saldo positivo di 71 mila contratti tra nuovi abbonati e disdette. Il risultato è particolarmente rilevante, se paragonato a quello dei trimestri precedenti e ai numeri dell'esercizio fiscale 2009-2010. Il raggiungimento di questa soglia di utenti dà nuovamente smalto ai progetti di crescita di Sky Italia e del management. L'obiettivo dichiarato da Murdoch e Mockridge è arrivare a tagliare il traguardo dei 5 milioni di abbonati. Il dato dei 4,87 milioni di sottoscrittori sarà letto con preoccupazione da Mediaset, che sta guadagnando quote di mercato, in termini di abbonati e di contratti a pagamento, grazie all'offerta Premium sul digitale terrestre. La sfida, combattuta anche in tribunale e a colpi di spot, adesso si farà sempre più calda. Anche perché nel frattempo Sky ha rafforzato la propria offerta in alta definizione e ha appena stretto un accordo commerciale con Fastweb per la vendita dei pacchetti abbinati. (riproduzione riservata)

**Andrea Montanari**

