



# SKY CINEMA INGRANA LA MARCIA

**S**i fa un gran parlare dei risultati estivi dei canali cinema di Sky. Sono performance di tutto rispetto se si considera che il record assoluto di *Benvenuti al Sud* con 1.544.916 Amr, ad agosto era stato preceduto dalle ottime prove de *L'ultimo dominatore dell'aria* (563.328), *Giustizia privata* (540.173) e *Un week end da bamboccioni* (532.619). Tant'è che nel mese in esame i canali di SkyCinema hanno raggiunto uno share medio pari al 3,5% (e oltre). Rispetto al 2010, le audience sono cresciute di circa il 15% a luglio e del 28,5% ad agosto. Non da meno si profila settembre, che nei primi cinque giorni si assesta su una media del 3,54% di share

in prime time e propone la prima assoluta di *The Social Network*, che totalizza il secondo miglior risultato: 582.000 Amr. La sensazione è che tale andamento sia qualcosa di più di un semplice exploit, dato che questi risultati fanno seguito a un trend in costante crescita già a partire dal mese di febbraio 2011. In più, con la prima del film interpretato da Claudio Bisio e Alessandro Siani,

nel prime time l'intera piattaforma Sky ha superato – raggiungendo il 12,6% – diverse reti generaliste (tra cui Canale 5), sebbene insista su una platea potenziale di solo il 20% rispetto a quella complessiva delle reti generaliste free. A chi ipotizza che si è trattato di una congiuntura favorevole imputabile alla smobilitazione dei palinsesti delle generaliste nel periodo estivo e pre-periodo di garanzia, risponde Fabrizio Salini, direttore Entertainment & Cinema di Sky Italia. «È vero che quest'estate la platea televisiva è stata superiore a quella degli anni precedenti, ma la



La miniserie Hbo "Mildred Pierce" è il campione d'ascolti "Benvenuti al Sud".



nostra è stata una crescita degli ascolti più che proporzionale. Una tendenza che è sicuramente legata al diverso approccio che stiamo applicando per valorizzare la proposta cinematografica e – grazie anche alla recente riorganizzazione dei canali con l'inserimento di Passion e Comedy – mettere a punto ogni sera un'offerta di qualità molto più ricca e variegata». Il risultato? I canali cinema registrano una permanenza del 40% da parte dei telespettatori, valore doppio rispetto a quello ravvisabile per le generaliste. Inoltre, si intende lavorare in una maggiore ottica di controprogramma-

zione: «Siamo sempre più attenti a far sì che la programmazione vada incontro alle aspettative dei nostri abbonati», continua Salini, «anche in virtù dell'offerta alternativa disponibile sulle altre reti. Ma cerchiamo anche di cogliere ogni possibile aggancio con temi di attualità, modificando rapidamente i palinsesti dei canali». Che il trend sia destinato a permanere nei

mesi a venire, lo dimostrano anche i titoli prossimi al lancio come la miniserie *Mildred Pierce*, *Tron*, *Maschi contro femmine*, *Rapunzel*, il campione di incassi *La banda dei babbi Natale* e l'atteso sequel del film di culto di Oliver Stone *Wall Street*, *il denaro non dorme mai*, tutti pronti ad assecondare i gusti e le aspettative del pubblico cinefilo.

D'altra parte, è o non è il cinema – insieme al calcio – una delle maggiori leve che spingono ad abbonarsi? E la soglia dei cinque milioni di abbonamenti si fa sempre più vicina. ◆