

Parla **Scrosati**

## «La metamorfosi Sky Grazie a X Factor svolta sui talent show»



**Debutto**  
Arisa e  
Simona  
Ventura,  
giurate di «X  
Factor» (Sky  
Uno) insieme  
con Morgan  
e Elio



Andrea Scrosati

MILANO — Sky è partita nel 2003 con il grande sport e il grande cinema. Ora, sta puntando sull'intrattenimento. «Una pay tv che raggiunge i 5 milioni di abbonati — spiega **Andrea Scrosati**, vicepresidente programming Sky — deve dare un'offerta sempre più completa. Siamo forti sulle serie tv, i programmi per bambini, i documentari. Quel che mancava era quel segmento dell'intrattenimento legato ai talenti. Dove per talenti non intendo solo i personaggi e gli artisti, ma anche gli autori e i format classici». Il riferimento è chiaramente soprattutto a «X factor» l'ultima offerta di Sky Uno, che ha sorpreso perfino loro in termini di ascolto: la prima puntata di giovedì scorso è stata seguita da 1.450.000 telespettatori (considerando tutti i passaggi su Sky Uno e Cielo in 7 giorni), con 3.500.000 di contatti.

Come è noto il talent show ha traslocato da Rai2 a Sky Uno, e ha ritrovato la sua antica giurata Simona Ventura (pure lei in trasloco sulla pay tv di Murdoch) con Morgan, Arisa ed Elio (conduzione di Cattelan). Ieri sera è andata in onda la seconda puntata che peraltro non è ancora entrata nel vivo: stanno andando in onda le selezioni, la vera gara comincerà tra tre settimane. Un programma che funziona, desiderato da Sky. È ancora Scrosati a spiegare perché «X Factor» ha un senso nella programmazione: «È un evento collettivo, tipico della tv free. Una trasmissione di cui tutti parlano il giorno

dopo. Trasmettendo questo talent, Sky dà un valore doppio agli abbonati: regala loro una serata piacevole e un elemento di unicità. Il telespettatore si sente parte di una community, come dimostrano i dibattiti di questi giorni sui social network, facebook, twitter. "X Factor" è diventato un fenomeno collettivo nonostante una platea più ristretta». Un concetto questo che naturalmente

non vale solo per lo show. Il tentativo è proprio quello di creare una serie di programmi di intrattenimento, non solo di qualità, ma con un seguito e una eco mediatica. «Come accade per "Gli sgommati" — prosegue il vicepresidente — amati da destra, centro e sinistra. Abbiamo chiesto agli autori di non rispettare affatto la par condicio che è una totale cretinata, ma di fare battute sui politici, che facciano ridere per primi proprio coloro che li votano. E così è stato. L'anno scorso, per esempio, hanno massacrato Fini: quelle gag sono andate in onda al convegno di Fli. La Russa, la Bindi, tutti citano "Gli Sgommati"». A tenere viva la scelta di Sky Uno ci sono anche «Masterchef» ormai un vero cult della cucina; «Stalk radio», da mezzanotte all'una, telefonate in diretta senza censure. Ci saranno Corrado Guzzanti che sta lavorando per «Aniene», e i cartoni animati di Adriano Celentano. Insomma una rete che si sta davvero organizzando. Perché tutto cominciò con Fiorello che grazie al suo show accese il canale, però poi, finito quello, il canale si spense un po'. Commenta Scrosati:

«Diciamo che Fiorello forse arrivò troppo presto, attorno non c'era quasi nulla. Oggi non è più così».

**Maria Volpe**  
mvolpe@corriere.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

