

**Cinque milioni di abbonati per Sky Italia**

Traguardo storico per Sky Italia: ha raggiunto quota 5 milioni di abbonati. Più del doppio rispetto a Mediaset Premium. Dopo la frenata registrata tra il 2009 e il 2010, Sky Italia ha conquistato 130mila nuove unità dall'inizio del 2011. ▶ pagina 27

**Televisione. Sky Italia taglia il traguardo dei cinque milioni di abbonati Pag. 27**

**Televisione.** Oltre i due terzi vedono i programmi in Hd  
**Sky** taglia il traguardo dei 5 milioni di abbonati



**Festeggiamenti.** È della famiglia Fanti di Monterezeno (Bologna) il cinque milionesimo abbonamento a Sky. Nella foto, la famiglia Fanti al completo con la conduttrice di Sky Inside, Gioia Marzocchi

**I VERTICI**

James Murdoch: «Successo ottenuto grazie all'eccellenza del nostro team»

L'ad Zappia: «Possiamo continuare a crescere»

■ Un traguardo "storico" per il quale è volato a Milano da Londra addirittura James Murdoch. Con questa "scusa": festeggiare l'ex amministratore delegato di Sky Italia, Tom Mockridge, l'uomo che ha traghettato l'azienda verso un obiettivo sospirato da tempo: raggiungere nel nostro Paese quota 5 milioni di abbonati, segnando un punto importante nella guerra delle piattaforme televisive a pagamento con Mediaset. Dopo la frenata registrata tra il 2009 e il 2010, la controllata di NewsCorp ha ripreso a crescere a buon ritmo conquistando 130mila nuove unità dall'inizio del 2011. Sport come "killer application", ma anche notizie e film, visibili in alta definizione, sono i punti di forza di un'offerta che ora ha una platea di ascolti potenziali superiore

ai 15 milioni di telespettatori.

Partita nel luglio 2003 con in eredità quasi 2 milioni di abbonati di Stream e Telepiù, Sky è cresciuta portandosi dai 2 milioni e mezzo di tesserati di fine 2003 ai 4 milioni e 800mila di giugno 2009. Da allora prima un arretramento, poi una fase di stasi, in coincidenza con l'aumento dei prezzi legati al rincaro dell'Iva sulle pay tv diventato legge nel 2009. Da giugno 2010, grazie al successo dell'alta definizione e all'abbassamento della tariffa di base per il calcio, è iniziata la ripresa da quota 4 milioni e 800mila agli attuali 5 milioni. Più del doppio rispetto a Mediaset Premium, che partita nel maggio 2008 con l'offerta ad abbonamenti ha raggiunto in tre anni quota 2 milioni, protagonista a sua volta di un rally comunque notevole. Ci sono poi le schede prepagate, lanciate all'inizio dell'avventura sulla pay di Mediaset nel gennaio 2005, che sono oltre due milioni, ma che non vengono più inserite nel bilancio perché poco redditizie. Mediaset ha nel prez-

zo uno dei suoi punti di forza, con un'offerta che parte da 10 euro al mese, mentre per il calcio di Sky si parte da 29 euro.

Oltre il 67% degli abbonati a Sky vede i programmi in alta definizione e uno su tre utilizza MySky, il decoder che consente di registrare i programmi. Recentemente è stato lanciato anche il servizio SkyGo per iPad e il canale in 3D. Parlando di programmazione, il prossimo asso nella manica saranno probabilmente i Giochi Olimpici di Londra 2012, di cui l'emittente che fa capo a Rupert Murdoch ha acquistato i diritti. Il tutto per un indotto - sottolinea Sky - che impiega direttamente e indirettamente oltre 15mila persone e genera nell'economia italiana un valore superiore a 15,9 miliardi di euro.

«Essere scelti da più di 5 milioni di famiglie italiane è un grande successo - ha commentato il presidente di Sky Italia, James Murdoch - è grazie all'eccellenza del team manageriale di Sky». Così invece il nuovo ad Andrea Zappia: «Il

contesto economico, pur complesso, ci consente di guardare ai prossimi mesi e anni con ottimismo e siamo convinti che, investendo in innovazione e creatività, Sky possa continuare a crescere».

A livello di scenario presto potrebbe aprirsi un nuovo terreno di battaglia tra Sky e Mediaset. Se l'emittente satellitare dovesse conquistare uno dei multiplex in palio con il beauty contest, lancerebbe un'offerta anche sul digitale terrestre, a partire dall'attuale presidio del mercato free, che è Cielo. Mentre la sfida più tecnologica è quella su internet, con i palinsesti pronti a migrare in rete, per una visione sempre più on demand.

**D. Le.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

