

DIGITALE TERRESTRE

Il sì a Sky Italia: ci guadagna la concorrenza

di **Francesco Siliato**

Per Sky si aprono le porte del digitale terrestre. Ed è una buona notizia. Il parere favorevole del Consiglio di Stato a proposito della gara di assegnazione delle frequenze televisive per il dividendo digitale conferma infatti quanto stabilito dall'Autorità italiana per le comunicazioni e dalla Commissione europea. Ovvero Sky Italia può partecipare al "beauty contest", gara basata su progetti e competenze e non su offerte economiche. Questo perché l'Europa ritiene il mercato televisivo italiano bloccato dai due incumbent, ancora dominanti nonostante la transizione in corso al digitale terrestre. Al punto da precisare che la procedura d'infrazione della Commissione europea (n. 2005/5086) in atto nei confronti del nostro Paese verrà chiusa soltanto a gara ultimata e frequenze attribuite.

In assenza di competitori nazionali che vogliono affrontare la concorrenza con Rai e Mediaset, l'Autorità e la Commissione europea contano dunque sul soggetto che in Italia ha già investito nel mercato televisivo: è di 2,6 miliardi la spesa nell'ultimo esercizio. Al momento Sky Italia opera solo nel comparto a pagamento, con l'eccezione di Cielo.

Cielo è un canale multiplatforma distribuito sia via satellite su Sky che via digitale terrestre sul multiplex dell'Editoriale L'Espresso. E rappresenta il punto di partenza della

strategia di Murdoch per l'Italia: non appena dovesse avverarsi la possibilità di disporre di un proprio multiplex, Sky ripartirà da Cielo. Non possono che essere gratuiti infatti i canali destinati da Sky al digitale terrestre, proprio in virtù di uno dei vincoli europei. Sky sarà quindi costretta a fare concorrenza a Rai e Mediaset direttamente sul loro terreno, dovrà trasformarsi in editore commerciale a tutto campo. E non può che essere così in tempi di media company strategicamente motivate ad occupare tutti i possibili spazi dell'informazione e dell'intrattenimento.

L'editore Sky vorrà evitare il più possibile di farsi concorrenza da solo mischiando offerte pay con offerte free. Potrebbe anche differire Sky Tg24 e Sky Sport24 via terra, ma rischierebbe di impoverire il proprio bouquet più ricco, che rimarrà quello a pagamento. Si lancerà probabilmente sul segmento bambini per competere direttamente con Boing (Turner-Mediaset), Rai Gulp e RaiYoyo e progettare un canale femminile dove lasciar andare vecchi passaggi di serie di successo. Il Dr. House, ad esempio, distribuito dalla Fox, avrà sempre un passaggio su un canale gratuito, ma non è detto che debba sempre essere Canale 5 o Italia 1. Potrebbe essere un canale Sky Italia, ed avere successo lo stesso, perché la televisione sarà tutta digitale, il televisore avrà il decoder integrato, risponderà ad un telecomando dal quale partiranno i consumatori di tutti i canali gratuiti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

