



# Sky Pubblicità

Intervista a Fabrizio Piscopo, Direttore advertising sales

**MK:** *Può commentare l'andamento del mercato pubblicitario, con particolare riferimento al comparto televisivo?*

**Fabrizio Piscopo:** L'andamento del mercato pubblicitario nel 2010 ha rispecchiato le previsioni di inizio anno. Gli indicatori erano positivi e infatti nei primi undici mesi il comparto televisivo ha fatto registrare una crescita del 6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, a fronte di una crescita dell'intero mercato vicina al 4%. Si tratta sicuramente di segnali incoraggianti, preludio a un 2011 che probabilmente farà registrare un risultato ancora migliore. Credo quindi che si possa guardare positivamente al futuro, ma è molto importante che le concessionarie sappiano rispondere alle reali esigenze degli inserzionisti pubblicitari. Da questo punto di vista credo che Sky Pubblicità abbia un vantaggio rispetto ai propri competitor, visto che fin dalla nascita proponiamo al mercato pianificazioni ben profilate e con la massima capacità di raggiungere il target di riferimento.

**MK:** *Come ha chiuso il 2010 Sky Pubblicità e quali sono le sue aspettative per il 2011?*

**Fabrizio Piscopo:** L'anno fiscale 2010, che per noi si è chiuso il 30 giugno scorso, è stato estremamente positivo. La raccolta ha superato per la prima volta i 300 milioni di euro, con un aumento a doppia cifra rispetto alla chiusura dell'anno precedente e una significativa crescita dei risultati ottenuti grazie alle iniziative speciali create ad hoc. Abbiamo diminuito l'affollamento e sono sempre di più i clienti che scelgono di pianificare esclusivamente sulla nostra piattaforma. Anche per il prossimo anno pensiamo di ottenere un risultato simile, con una crescita 3-4 volte superiore rispetto alla media del comparto televisivo.

**MK:** *Lo sport è stato come sempre importantissimo per voi. Quali saranno gli eventi su cui punterete quest'anno?*

**Fabrizio Piscopo:** Lo sport è sicuramente uno dei punti di forza di Sky, anche se non bisogna dimenticare che l'anno passato ha visto crescere tutte le aree della nostra offerta televisiva, a partire dal cinema e dall'intrattenimento. È chiaro che nel 2010 lo sport, anche dal punto di vista pubblicitario, ha vissuto un anno particolarmente brillante grazie alla trasmissione integrale e in alta definizione di due eventi come le Olimpiadi invernali di Vancouver e i mondiali di calcio in Sudafrica. Quest'anno,

anche se non potremo contare su queste due competizioni, stiamo comunque ottenendo risultati particolarmente positivi con la nostra offerta calcistica, che oltre alla Serie A e alla Serie B comprende la Uefa Champions League, la Premier League, la Liga e la Bundesliga. In più dal prossimo luglio trasmetteremo la Coppa America e la Coppa Libertadores.

**MK:** *Quanto stanno crescendo i fruitori della tv satellitare? Cosa vi aspettate che succederà con la diffusione del digitale terrestre?*

**Fabrizio Piscopo:** Il passaggio dal sistema analogico a quello digitale è un processo che sta coinvolgendo tutti i paesi europei. In Italia il passaggio si completerà nel 2012, ma già oggi, secondo i dati disponibili, sono oltre il 70% le famiglie che ricevono il segnale digitale nella propria abitazione. Si tratta di una trasformazione positiva, in quanto amplia il numero di canali disponibili e abitua il telespettatore a una maggior scelta nell'offerta televisiva. Il nostro canale Cielo, per esempio, sta registrando un ottimo successo dal punto di vista pubblicitario e oggi può contare su una struttura ad hoc formata da trenta agenti. Parallelamente Sky ha continuato il proprio percorso di crescita, tanto che oggi sono oltre 4,87 milioni gli abbonati alla nostra pay tv. Ovviamente l'offerta televisiva sul satellite può contare su servizi come l'alta definizione (i canali disponibili sono 36, e saranno 50 entro la fine dell'anno), il MySky HD e la Digital Key, il ricevitore digitale terrestre USB che collegato al decoder permette di vedere i canali gratuiti del Dtt.

**MK:** *Quali saranno i prossimi obiettivi da raggiungere?*

**Fabrizio Piscopo:** Per il prossimo anno fiscale, anche guardando ai risultati dei nostri primi sei mesi di esercizio, vogliamo continuare a crescere migliorando ancora i livelli di performance ottenuti lo scorso anno. Come dicevo in precedenza, stiamo ottenendo ottimi risultati sul calcio e sulle reti di news – a partire da SkyTg 24, SkySport 24 e SkyMeteo 24, che sono in costante crescita – mentre i canali Fox e il loro abituale livello di eccellenza ci consentono di proporre al mercato soluzioni molto appetibili. In più Sky continua ad arricchire i propri pacchetti con nuovi canali, grazie ai quali riusciamo a raggiungere il nostro pubblico con sempre maggior efficacia.