

BALZO DELLA PUBBLICITÀ NEI PRIMI TRE MESI DELL'ANNO FISCALE

# La battaglia tra Vivendi e Mediaset fa crescere abbonati e ricavi di Sky

Parigi rafforza la nuova offerta su Premium: Telecom partner commerciale

MILANO

Tra i due litiganti - Mediaset e Vivendi - il terzo gode, per quanto possibile in un mercato maturo e difficile come quello della pay tv. Nei conti del primo trimestre dell'anno fiscale 2016-2017, tra luglio e settembre, Sky Italia registra ricavi per 719 milioni di euro, in crescita, a cambi costanti, del 4% (contro il 5% medio di Sky in Europa, con punte del 9% in Germania e Austria). Ed è, quello del fatturato italiano, il maggior aumento registrato in un primo trimestre dal 2009. Salgono per il quarto trimestre consecutivo anche gli abbonati, che raggiungono quota 4,76 milioni: l'aumento è di 22 mila unità, la miglior performance del periodo degli ultimi 4 anni.

A incidere maggiormente sull'aumento dei ricavi è la crescita del 17% della pubblicità, miglior primo trimestre di sempre. Conta la spinta degli europei di calcio ma anche i risultati dei canali gratuiti sul digitale terrestre. In un anno Tv8, segnalano da Sky, ha quasi raddoppiato gli ascolti. Insomma, Sky diversifica i ricavi e accre-

sce la fedeltà dei clienti, trattenuti da servizi che fino a qualche anno fa sarebbero stati a pagamento e oggi sono inclusi, come l'alta definizione, i contenuti «a richiesta». A livello di strategia Sky punta a integrare i servizi al punto che, in Inghilterra, oltre a contenuti e banda ultralarga presto offrirà anche la telefonia mobile. Nel frattempo invece, Premium, la pay tv di Mediaset langue nell'«interim management» (secondo cui ogni decisione che incide sul conto economico deve avere l'ok di Parigi) cui è costretta nelle more dell'esecuzione dell'accordo con Vivendi. Gli investimenti sono bloccati, in attesa che il giudice si pronunci o che Vivendi batta un colpo.

A Parigi non avrebbero ancora abbandonato l'idea di trovare una nuova intesa sull'alleanza. Secondo Bloomberg starebbero considerando di suddividersi Premium al 44,5% ciascuno, con Telefonica (se non arriverà un fondo) che resterebbe con l'11%. Così nessuno consoliderebbe le perdite della pay tv né sarebbe previsto alcuno scambio azionario, in quanto Mediaset (che rimarrebbe azionista fino al pareggio della pay tv) sarebbe pagata in contanti. Per sostenere Premium i francesi conterebbero su un incisivo coinvolgimento commerciale di Telecom Italia, di cui Vivendi è primo azionista. [F. SP.]

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

## +4 44,5

**per cento**  
È l'aumento dei ricavi di Sky Italia sostenuto soprattutto dalla crescita della raccolta degli spot nella tv in chiaro, visto che Tv8 ha quasi raddoppiato gli ascolti

**per cento**  
È la quota che Vivendi e Mediaset avrebbero della pay tv Premium nello schema di accordo che Parigi vorrebbe presentare entro la fine del mese

