

L'offerta di Sky online anche sul televisore di casa. Zappia: competiamo con Netflix e Amazon

# Sky lancia la sua tv via internet

L'Antitrust: sui diritti del calcio nessun ok ad accordi

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

Sky e Mediaset, in questi giorni, hanno programmato conferenze stampa per parlare delle loro operazioni in pay tv: gli uomini di **Rupert Murdoch**, ieri a Milano, hanno presentato la nuova Sky online tv box, ovvero una piccola scatola che, come anticipato da *ItaliaOggi* del 22 aprile scorso, consente di trasformare qualsiasi tv Hd in Smart tv e di vedere, quindi, l'offerta di Sky online (pensata, all'inizio, solo per tablet e pc) anche sul televisore di casa. E poi, in Lega Serie B, hanno celebrato l'esclusiva assoluta su tutte le partite della serie cadetta 2015-2018, inserite dalla prossima stagione nel pacchetto Calcio e non più in pay per view.

Il 9 giugno, invece, a Santa Margherita Ligure, toccherà ai vertici Mediaset illustrare tutte le novità di Premium, spingendo sulla esclusiva assoluta triennale della Champions league di calcio e sugli accordi pluriennali esclusivi con Warner Bros (fino al 2020) e NBC Universal (fino al 2018).

Tuttavia sono momenti in cui è molto difficile raccontare la normale routine di due piattaforme pay apparentemente concorrenti. Difficile perché, da un lato, c'è l'indagine di Antitrust e Guardia di finanza su ipotesi di accordi spartitori sui diritti della Serie A di calcio fra Sky e Mediaset, in danno della concorrenza; dall'altro si fa sempre più alta la voce di imminente fusione tra Sky e Premium, con la nascita di una nuova società a maggioranza Sky.

I diretti interessati, naturalmente, non

commentano le indiscrezioni.

E, in particolare, l'amministratore delegato di Sky, **Andrea Zappia**, si sottrae da qualunque dichiarazione sia sulla ventilata fusione con Premium, sia anche sulle eventuali trattative con Viacom per l'acquisto dell'Icn 8 ora occupato da Mtv.

**ANTITRUST E DIRITTI TV.** Sulla questione Antitrust, invece, il numero uno di Sky ribadisce che «c'è un'indagine e aspettiamo di vedere il convincimento dell'Autorità, evitando di interpretare noi il pensiero dell'Antitrust. Comunque dal giugno scorso la nostra posizione è chiara. Per i pacchetti A e B dei diritti tv sulla Serie A avevamo vinto noi ai sensi delle regole del bando. La Lega Serie A, consigliata dal proprio advisor Infront, ha invece adottato, con propria decisione e nonostante l'opposizione forte di Sky, un'assegnazione diversa, assai più penalizzante per il business di Sky (assegnando i pacchetti B del digitale terrestre e D, relativo alle squadre meno importanti, a Mediaset, ndr). Sky ha poi acquisito da Rti, con un re-

golare contratto di sublicenza approvato da Antitrust e Agcom, i diritti sul pacchetto D, senza partecipare ad alcuna intesa».

L'approvazione Antitrust, tuttavia, non ci sarebbe stata. La stessa Autorità, infatti, precisa di non avere mai «rilasciato alcuna autorizzazione a favore di operatori tv su possibili accordi distortivi della concorrenza in merito ai diritti di Serie A 2015-2018, né alcun contratto o accordo tra Sky e Mediaset è mai stato portato all'attenzione dell'Autorità». Ma a stemperare il clima provvede comunque il presidente dell'Antitrust, **Giovanni Pitruzzella**, il quale, a margine di una audizione al senato, sottolinea che «sul calcio c'è solo un'indagine, che per noi è ordinaria amministrazione. Non vuol dire che ci sia stato un illecito o che ci siano dei responsabili. Ma a fronte di affermazioni

anche riportate dalla stampa (una intervista a **Claudio Lotito**, presidente della Lazio, ndr) andiamo a verificare con estrema attenzione le cose».

**LE MOSSE DI SKY.** Tornando a Zappia e alle

future mosse di Sky, «dico solo, poiché in questi giorni sento parlare i competitor di esclusive pay con le major americane, che Sky ha una esclusiva pluriennale con quattro major: Disney, Sony, 20th Century Fox, Paramount. Quanto a Sky online tv box», prosegue Zappia, «con questo passo si completa la nostra strategia: da pay tv alla diversificazione nella tv free con Cielo e Sky Tg24. Poi, grazie all'accordo con Tim e la banda larga, abbiamo dato slancio alla Iptv. Un anno fa era partito Sky online per lo streaming su pc e tablet, e ora, con il box, entriamo nel mercato degli Ott rendendo disponibili i contenuti di Sky online anche sul televisore di casa, andando a competere con operatori come Amazon o Netflix in questa arena». Per attivare la nuova offerta è sufficiente connettere il box

(sta in un palmo di mano) alla rete Internet di casa, con un cavo ethernet o in wi-fi, e poi collegarlo alla porta Hdmi della tv. E dal televisore del salotto si potrà accedere a Sky online

ma pure ad altre app partner, tra cui Spotify, Facebook, Vevo, Vimeo e Red Bull tv. Non sarà però possibile collegare una tastiera (si manovra il tutto con un telecomando).

Il pubblico cui ci si rivolge è ovviamente differente da quello tipico degli abbonati Sky, si punta ai nativi digitali, a un target giovane e da prepagata, e si va a presidiare ulteriormente il territorio, difendendosi dai grandi Ott alla Netflix, Google, Apple o Amazon. Peraltro, come spiegano i manager del gruppo televisivo, questo genere di offerta è tra i principali motori di crescita di Sky nel Regno Unito, dove il box è stato lanciato già da un anno, ha allargato la base clienti e ha avuto impatto zero sugli abbonati tradizionali.

Da oggi Sky online top box è in vendita pure in Italia a 49,99 euro (in regalo un mese di cinema e un mese di intrattenimento, più un ulteriore mese a solo un euro), con tre tipologie di contenuti: il ticket cinema (14,99 euro per un mese), che offre oltre 600 film on demand e otto canali Sky cinema; il ticket intrattenimento (9,99 euro per un mese), con Sky Atlantic, Sky Uno, tre canali Fox, due canali Disney, DeaKids e una videoteca on demand con ultimi episodi e stagioni complete delle serie più seguite; infine, il ticket evento sport in pay per view, a partire da 4,99 euro. **Frank Matano**, giudice di *Italia's got talent* e attore comico con grande seguito sui social, sarà il testimonial della campagna pubblicitaria a sostegno del lancio.

© Riproduzione riservata



Andrea Zappia

Giovanni Pitruzzella