

“Murdoch vince con calcio e film”

“Crescerà ancora. Il futuro? Low cost”

Intervista

PAOLO FESTUCCIA
TORINO

Emilio
Pucci

“ Per Emilio Pucci, direttore di e-media Institute di Londra, istituto di ricerca specializzato in analisi sui media, il «sorpasso» di Sky su Mediaset non rappresenta certo una sorpresa, «anche perché - spiega - dopo anni di tentativi e di approcci forse un po' troppo "sperimentali" delle pay-tv, con Sky si è arrivati decisamente ad un'offerta attraente nel mercato della televisione».

I dati presentati dall'Agcom non la sorprendono ma oggi certamente Sky si accredita come il terzo polo televisivo. Perché gli italiani sono disposti a pagare, anche molto (rispetto al canone televisivo) per vedere la tv?

«Sky è certamente ormai il terzo polo. E credo che ci siano le condizioni perché continui ad incrementare la sua fetta di mercato e di ricavi in Italia. Oggi la gente si abbona a Sky per i contenuti dell'offerta, soprattutto calcio e film, i cosiddetti pacchetti premium. Sono questi la vera risorsa e sono, soprattutto, queste offerte

che polarizzano l'attenzione dell'abbonato».

Calcio e film sono certamente un'attrazione ma tanti telespettatori guardano sulla piattaforma di Sky anche la Rai e Mediaset. Quando incide in questo senso l'offerta della tv generalista?

«Molto, certamente. Perché rendono ancora più ricca l'offerta. Ma ora con l'avvento del digitale terrestre il modo di guardare la televisione è destinato ancora a cambiare».

Un eventuale abbandono di Mediaset e Rai dalla piattaforma di Sky, quando potrà incidere?

«E' difficile stabilirlo. Di certo la principale leva che spinge gli italiani ad abbonarsi alla pay-tv di Murdoch non sono i programmi generalisti di Rai e Mediaset - che pure sono molto visti - ma il cosiddetto pacchetto premium, cioè sport, cinema, eventi... Ed, infatti, nessuno o quasi si abbona al cosiddetto pacchetto basic. Eppoi, la pay-tv si sceglie per la sua multicanalità, anche quella gratuita».

Crede che in queste condizioni di crisi il mercato della televisione possa ancora crescere? E soprattutto, ci sarà spazio anche per altri attori?

«Ci sono ancora margini di crescita. Ma credo che la vera novità in futuro possa essere

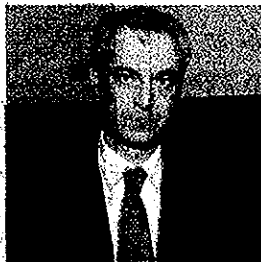
rappresentata da una sorta di pay-tv per così dire low-cost. Insomma, la nuova sfida sul mercato sarà quella della cosiddetta pay-light, e cioè una tv a pagamento con pacchetti a basso costo. E da questo punto di vista Mediaset è già da tempo sul mercato con pacchetti mirati».

Insomma, tutti potranno scegliere cosa vedere e soprattutto risparmiare guardando la tv?

«La sfida si gioca proprio su questo terreno. Oggi il pubblico è esigente, valuta le offerte ed è disposto a pagare solo contenuti attraenti».

Scusi, la televisione a pagamento cresce in ricavi, guadagna in ascolti, incrementa in pubblicità, ma come mai il pubblico che è così ben disposto nel pagare anche e oltre sessanta euro mensili non è altrettanto incline a pagare il canone per la tv pubblica, viste le grandi sacche di evasione?

«In Inghilterra tutti pagano il canone. La morosità è del solo 2-3% per cento. La ragione? Il meccanismo di riscossione è efficientissimo. In Italia c'è trascuratezza, invece, in questo senso e nessuno considera il canone come una vera «tassa» da pagare, e quindi si evade. In Inghilterra dopo 48 ore di ritardo ti cercano a casa».



da e-media
Institute

L'istituto guidato da Pucci ha sedi a Roma e Londra