

*In nove mesi del gruppo. L'utile operativo sale a 106 mln. Accordo con Hbo per coproduzioni*

# Sky Italia, ricavi in crescita del 7%

## Abbonati a quota 4,8 milioni. Ok il taglio dei costi

DI ANDREA SECCHI

**I**n nove mesi di Sky Italia si chiudono con una crescita del 7% dei ricavi, arrivati a 2,145 miliardi di euro, e con margini in netto miglioramento, nonostante ancora i numeri assoluti siano piuttosto bassi. A influenzare positivamente il fatturato italiano, ha spiegato una nota della capogruppo inglese, «la base clienti ampliata e una buona crescita nei ricavi pubblicitari, così come la vendita di programmi a terze parti», mentre sul fronte dei margini, ha giocato positivamente anche il taglio dei costi che l'azienda ha intrapreso da qualche tempo (ultimo tassello lo spostamento di SkyTg24 a Milano, che avrà impatto sui conti futuri). Il margine operativo lordo è cresciuto a 234 milioni di euro (+44%), mentre gli utili operativi sono a quota 106 milioni di euro, una settantina di euro in più rispetto ai nove mesi di un anno prima con un incremento percentuale del 237%.

La pay tv italiana guidata da **Andrea Zappia** nei nove mesi si comporta quindi bene rispetto alla cugina tedesca che ha fatturato 1,38 miliardi di sterline (circa 1,64 miliardi di euro) ed è cresciuta del 10% avendo 4 milioni di sterline di utile operativo (4,8 milioni di euro). Nel Regno Unito, invece, il bilancio è in chiaroscuro: i ricavi crescono del 4% a 6,4 miliardi di sterline (7,6 miliardi di euro) ma l'utile operativo scende del 20% (1 miliardo di sterline) oltre che a causa della raccolta debole in Uk, soprattutto per gli investimenti sui diritti della Premier League: 494 milioni di sterline (589 milioni di euro) all'anno per il nuovo contratto triennale. I costi della Premier si

riflettono ovviamente a livello di gruppo, che registra ricavi a +5% (9,6 miliardi di sterline, 11,4 miliardi di euro) ma un utile operativo in calo dell'11% a 1 miliardo di sterline, nonostante il taglio dei costi dell'1% totale, segnalato dal ceo di gruppo **Jeremy Darroch**.

Ciò che non è andato benissimo a Sky Italia è stato l'ultimo trimestre, da tradizione piuttosto

debole dopo quello delle feste. Nonostante non sia rilasciato il dettaglio, l'aumento dei ricavi dei nove mesi dipende infatti soprattutto da quanto accaduto nel semestre: il grosso della vendita di programmi a terze parti di cui si parla è infatti quella delle Olimpiadi di Rio alla Rai, che aveva fruttato una sessantina di milioni, e anche l'incremento della pubblicità è stato sostenuto fino a dicembre.

Capitolo a parte, quello degli abbonati nella Penisola: sono aumentati nei nove mesi di 68 mila unità arrivando a 4,8 milioni, ma il dato sconta la perdita di 7 mila clienti da gennaio a marzo. Oltre a un «ambiente economico incerto», da Londra si punta il dito sul declino degli abbonati portati da Telecom Italia: fra le due aziende era stato firmato nel 2014 un contratto con cui la compagnia di tlc si impegnava a garantire un minimo di clienti alla pay tv attraverso la propria offerta broadband (si parlava di 65 mila a

partire da gennaio 2015), un contratto non rispettato secondo Sky che per questo si è rivolta al tribunale. Per fare un confronto, in Uk i nuovi abbonati del trimestre sono stati 40 mila (12,7 mln in totale), mentre in Germania e Austria, dove l'ingresso di Sky è più recente e quindi la pay tv è ancora in espansione, da gennaio a marzo si sono aggiunti 73 mila abbonati, arrivando a 4,9 milioni.

Bilancio a parte, novità annunciata ieri da Darroch è stato l'accordo da 250 milioni di dollari di coproduzione con Hbo, la società creatrice di serie culto fra cui il *Trono di Spade*. I due gruppi produrranno insieme due grandi serie, o più in generale show televisivi all'anno e il primo arriverà nel 2018. Sky e Hbo avevano già firmato (insieme con Canal+) *The Young Pope*, mentre l'operatore satellitare ha tutt'ora un accordo di esclusiva per le produzioni della società americana che trasmette su Sky Atlantic.

— Riproduzione riservata —



Andrea Zappia