

Cambia il palinsesto dell'emittente di Sky in chiaro sul digitale terrestre. Al via 13 canali in alta definizione

Cielo sarà sempre più generalista

Con produzioni italiane, reality e il lancio di una novità al mese

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

Scommesse su programmi da tv generalista e una nuova ondata di canali in alta definizione. Il corso di Sky, quindi, viaggia su due binari: la tecnologia, che porterà, dal 1° febbraio, a 13 nuovi canali in hd, per un pacchetto totale Sky di 52; e tanto intrattenimento, soprattutto in chiaro su Cielo, con il debutto di almeno un format al mese di qui all'estate. Quanto all'hd, «più del 70% degli oltre 5 milioni di abbonati a Sky ha scelto il pacchetto alta definizione», spiegano dal gruppo televisivo di **Rupert Murdoch**, «e tra i 13 nuovi canali in hd ce ne sono due che nascono dal nulla proprio nella versione high definition: Extreme Sports channel hd e Mtv live hd». Gli altri 11 sono: Fox Life, Real Time, Eurosport2, Espn America, Discovery science, Discovery Travel&living, History, Nat geo wild, Nat geo adventure, Gambero Rosso, Disney channel.

Se il core business consolidato di Sky è il bouquet satellitare a pagamento, c'è, tuttavia, da sviluppare pure l'area in chiaro sul digitale terrestre, per ora limitata a Cielo. Il general manager **Su Wakefield** sottolinea come «stiamo spingendo su nuove produzioni originali italiane. C'è stato il successo di *Masterchef* e il lavoro

combinato con la pay su *X-Factor*. Al mattino abbiamo *Buongiorno Cielo* con **Paola Saluzzi**, è partito il docu-reality *Voglio vivere così* con **Giorgia Wurth**, realizzato in collaborazione con Casa.it, e siamo molto contenti di come stia andando *Servizio Pubblico* su Cielo. Facciamo circa 500 mila ascoltatori medi, e non ne abbiamo tolto nessuno a Sky Tg 24 eventi. Non c'è stata cannibalizzazione. C'è *Rapporto Carelli*, gli speciali del tg, il grande cinema e le grandi serie di Sky, e grazie a questa offerta», aggiunge Wakefield, «lo share medio del canale è salito allo 0,73% sulle 24 ore, e all'1% in prima serata».

Gli ascolti di Cielo, tuttavia, non sono ancora soddisfacenti per un gruppo come Sky. Ed ecco nuove formule per attingere a bacini più ampi. Per esempio, il docu-reality *Il Principiante*, «con un personaggio popolare come il principe **Emanuele Filiberto**, un taglio fresco, molto anglosassone», dice **Riccardo Chiattelli**, programming and promotion manager di Cielo, «e atmosfera rapida, con dieci puntate da 45 minuti». In aprile, poi, sarà la volta di un nuovo grande show, «un reality su cui puntiamo molto. Nella mia strategia», sottolinea Wakefield, «Cielo proporrà almeno un programma nuovo al mese, per un canale sempre più fresco». Quanto a *Il Principiante*, al via martedì

prossimo alle ore 21, il principe Emanuele si calerà nei panni di lavori comuni, quali lo spurgatore di fogne a Iesolo o il mungitore di vacche in Trentino, in un gioco di alto-basso che dovrebbe divertire il pubblico. Il programma è prodotto dalla società Mn, che ha un legame piuttosto stretto con Sky, avendo seguito, solo per ricordare gli ultimi lavori, la comunicazione di *Masterchef*, di *X-Factor 5* e avendo prodotto la serie *Sister Act-Il casting* (in onda su Sky Uno da luglio a ottobre 2011). Curioso che Mn sia posseduta, al 45%, da **Andrea Scrosati**, vice president programming & promotions di Sky Italia. In sostanza, il numero due di Sky, dietro ad **Andrea Zappia**. Piccola anomalia? «Ma no», assicura **Umberto Chiaramonte**, presidente Mn e socio di maggioranza, «perché Mn lavorava con Sky, sia in comunicazione sia come produttore, anche prima della nomina di Scrosati. Poi si sarebbe potuto congelare il 45% di Andrea in una fiduciaria. Ma poiché lavoriamo in un ambiente anglosassone, l'importante è essere trasparenti. Curiamo la comunicazione di alcuni programmi, facciamo produzioni a costo zero o a low budget, come nel caso del *Principiante*. Ma con il principe Emanuele il nostro rapporto è di lunga data, ci lavoriamo da dieci anni. Ripeto, l'importante è essere chiari e trasparenti. E poi c'è sempre Zappia che ha l'ultima parola».

