

POWER MAP

I nuovi potenti in tv sono Soldi (Discovery) e Zappia (Sky)

Greguoli a pag. 20

La mappa del potere televisivo in Italia stilata dal magazine Tivù di Editoriale Duesse

Tv, salgono Soldi e Zappia Bene Andreatta (Rai Fiction). Ok i top manager Mediaset



DI IRENE GREGUOLI VENINI

Quello della tv è uno scenario vivace secondo la Power Map 2016, la mappa del potere televisivo in Italia stilata da Tivù, il magazine edito da Editoriale Duesse. Continua l'ascesa di **Discovery Italia**, con l'a.d. **Marinella Soldi**, e di **Andrea Zappia**, alla guida di Sky Italia, mentre scende **Urbano Cairo**. La Rai intanto si sta rinnovando e, per quanto riguarda la pubblicità, sono entrati i player nativi digitali.

Sono 10 le uscite e 6 le new entry nella mappa arrivata quest'anno alla decima edizione. «Per quanto riguarda i talent, cresce una tv nazionale popolare, perché salgono **Carlo Conti**, **Maria De Filippi** e **Barbara D'Urso**, mentre si abbassano i talk show con **Giovanni Floris** e **Massimo Giannini**», spiega **Vito Sinopoli**, presidente di Editoriale Duesse.

Nell'ambito dei manager di gruppi, piattaforme e canali, «c'è la discesa di **Urbano Cai-**

ro (presidente di La7 e Cairo Communication) che si deve confrontare con l'ingresso di **Discovery** e Sky sui tasti 8 e 9».

Di contro si segnala il successo di **Marinella Soldi** (a.d. di **Discovery Italia** e general manager Southern Europe di **Discovery Communication**): nel 2015 il network si è confermato terzo editore nazionale con il 6,4% di share e una crescita del 9% rispetto al 2014, con **Real Time**, **Deejay Tv** (ora **Nove Deejay**), **DMax** e **Giallo** stabilmente posizionati tra i 20 canali più visti in Italia.

Salgono anche **Andrea Zappia**, a.d. di Sk Italia, con abbonati che si attestano sui 4,7 milioni, mentre la pubblicità aumenta del 16%, grazie anche alla combinazione di pay e

free tv che piace a inserzionisti e pubblico.

Continua, inoltre, la crescita importante di **Eleonora Andreatta**, direttore di Rai Fiction, che prosegue la sua strategia di ringiovanimento della proposta, puntando sull'offerta per i ragazzi e le giovani famiglie, anche se oggi gli ascolti premiano soprattutto i classici Rai, come la fiction sociale alla **Beppe Fiorello**, oltre a **Montalbano** e **Don Matteo**.

Passando ai top manager Mediaset risultano stabili **Fedele Confalonieri**, presidente, **Mar-**



Dir. Resp.: Pierluigi Magnaschi

co Giordani, cfo di Mediaset e presidente di Mediaset

Premium, e **Pier Silvio Berlusconi**, vicepresidente e a.d. di Mediaset.

Quanto alla pubblicità, nella mappa del potere televisivo entrano i player nativi digitali. «Per la prima volta abbiamo inserito **Alessandro Militi** (vice president marketing and sales di Fox International Channels Italy) e **Giuliano Cipriani** (direttore generale di Discovery Media), perché la parte

dei progetti speciali di Fox e la raccolta di

Discovery stanno diventando interessanti», osserva Sinopoli.

Per quanto riguarda **Discovery Media**, infatti, ai risultati di ascolto dei canali corri-

spondono quelli della concessionaria, forte per esempio nei contenuti branded.

Considerando invece Fox, i progetti speciali, Fox Animation e Fox Comedy, le iniziative dell'area digital e la raccolta di FoxSports hanno portato a un +8% nella raccolta del 2015.

Nel mondo dei produttori, gli 11 in crescita sono **Carlo Degli Esposti**, fondatore e presidente di Palomar (*Il commissario Montalbano* si conferma il caposaldo del catalogo della casa di produzione, cui si è aggiunto anche *Braccialetti rossi*) e **Simona Ercolani**, fondatrice di Stand by me.

In conclusione si può parlare, secondo Sinopoli, «di un settore molto vivace: fino a un anno fa i canali 8 e 9 non erano così forti, e si è aggiunto anche Paramount Channel, le produzioni si stanno incrementando di conseguenza, la Rai si sta rinnovando anche se dobbiamo ancora vedere i risultati. Insomma è un momento di grande opportunità per il mercato della tv».

— © Riproduzione riservata — ■