

IL BROADCASTER USA INVESTE 500 MILIONI E SALE AL 100% DELLA PIATTAFORMA PANEUROPEA

# Discovery compra tutta Eurosport

Ora può partire la grande sfida su scala internazionale con il colosso Sky di Murdoch. Ma non dovrebbero esserci divorzi sul palinsesto della pay tv. I contenuti potrebbero finire su DeeJay Tv

DI ANDREA MONTANARI

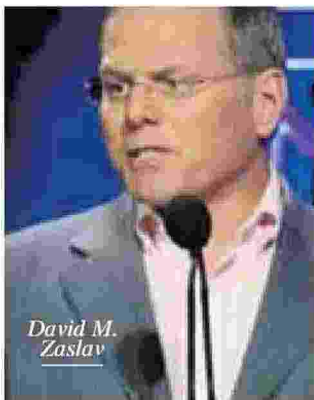
**L**e regole, nel mondo dell'informazione e dell'intrattenimento sono due. Content is king è quella più finanziaria. L'altra, più di matrice editoriale, è altrettanto consolidata: il calcio, e più in generale, lo sport sono le killer application della televisione. È seguendo questi diktat che il broadcaster americano **Discovery** ha deciso di lanciare l'affondo finale al gran rivale, la 21st Century Fox di Rupert Murdoch, proprietaria della pay Sky Tv Europe e dei canali Fox e Fox Sports, rilevando l'intero controllo di **Eurosport**, della quale deteneva già il 51%. L'operazione che si è concretizzata ieri - ma era già stata ventilata l'anno scorso - prevede che **Discovery** versi quasi mezzo miliardo di euro (491 milioni) all'altro socio di **Eu-**

**rosport**, ovvero la francese Tf1 proprietaria del restante 49% della piattaforma satellitare paneuropea che è trasmessa in 59 Paesi con un'offerta in 20 lingue. Già a inizio 2014, il colosso Usa presieduto da John S. Hendricks e guidato dall'amministratore delegato David M. Zaslav non aveva nascosto la volontà di giocare un ruolo da protagonista nell'informazione sportiva, salendo dal 20 al 51% di **Eurosport** per 260 milioni (versati sempre a Tf1) e valutando complessivamente in oltre 900 milioni il network sportivo. Ora tutto il mercato guarda alla sfida, soprattutto sui mercati europei, con l'altro big dell'etere, ovvero il gruppo Sky Europe, il nuovo polo creato da Murdoch che riunisce le pay tv satellitari di Inghilterra, Germania e Italia. E proprio sul mercato italiano, dove **Discovery** è ormai il terzo player in termini di ascolti (lo share giornaliero sfiora il 6%), si gio-

cherà una partita chiave visto che Sky è già in guerra contro la Mediaset di Berlusconi sul fronte dell'informazione e dei contenuti sportivi e in particolare modo calcistici. Anche se va detto che le due offerte (contenuti e informazioni sportive) sono complementari e hanno finalità e scopi differenti. La pay tv di Murdoch punta quasi esclusivamente sul calcio, in particolare proprio dalla stagione 2015-2016 sui campionati nazionali (Serie A e Serie B in Italia, oltre ai tornei di Spagna, Germania, Inghilterra e Olanda trasmessi da Fox Sports). Mentre la piattaforma **Eurosport** punta su tutte le altre principali discipline sportive e su eventi di ampio respiro come le Olimpiadi che hanno un pubblico globale. Per questo, almeno per quel che riguarda l'Italia, non ci saranno divorzi tra Sky e **Discovery** nonostante la concorrenza più o meno diretta. I canali di **Eurosport** conti-

nueranno a essere trasmessi sul bouquet della pay guidata dall'ad Andrea Zappia. Ma è altrettanto vero che sul mercato tricolore **Discovery**, guidata da Marinella Soldi, ha da poco rilevato il canale 9 (DeeJay Tv) e sta cambiando la programmazione puntando su contenuti originali e, appunto, sullo sport. Una mossa strategica sul mercato interno - che in Europa vanta il maggior numero di telespettatori e la più alta concentrazione di raccolta pubblicitaria proprio sul mezzo televisivo - alla quale presto potrebbe rispondere la Sky di Murdoch pronta a rilevare il canale 8, ovvero Mtv, dall'altro big dell'intrattenimento tv americano, Viacom. L'operazione è ancora sub giudice: a fine mese si pronuncerà il Consiglio di Stato. (riproduzione riservata)

Quotazioni, altre news e analisi su [www.milanofinanza.it/discovery](http://www.milanofinanza.it/discovery)



David M. Zaslav



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.