LA NUOVA BUSSOLA QUOTIDIANA
Direttore Riccardo Cascioli
FATTI PER LA VERITÀ

AL COLOSSO IL CALCIO INGLESE

Calcio, tv e ecommerce: la svolta di Amazon

CINEMA E TV 15_06_2018

Orlando Falena



Non è una novità che Amazon stia spingendosi fuori dalla stretta cerchia che definisce gli *ecommerce* per sviluppare un servizio di *entertainment* a tutto tondo. Con l'arrivo di *Prime Video* ed altri piccoli/grandi accorgimenti - come la possibilità, se iscritti, di sostenere uno *streamer* sulla piattaforma video *Twich* - la direzione sembrava chiara. Ma Jeff Bezos ha fatto un ulteriore passo avanti superando i rivali in un accordo per i diritti

televisivi della Premier League - la “Serie A” inglese -, cioè uno dei campionati più seguiti dello sport più popolare al mondo.

I diritti acquisiti dal colosso dell’*ecommerce* sono diritti esclusivi. Non è infatti una novità che alcuni servizi digitali acquistino i diritti di *streaming* di alcuni eventi sportivi, di cui però solitamente fanno da “referral” sulla propria piattaforma. In questo caso, invece, Amazon si è posto come concorrente diretto di NBC e Sky. I diritti acquisiti si limitano a 20 partite minori del campionato, ma rimane comunque una spinta aggressiva del digitale verso una posizione di preponderanza contro il più “anziano” media televisivo.

In aggiunta, pare che Amazon abbia acquistato anche i diritti di trasmissione degli US Open di tennis per il prossimo anno.

In Gran Bretagna Amazon condivide i diritti di trasmissione della Premier League con Sky Sports e BT Sport, che trasmetteranno circa 180 partite in totale. Diritti parziali del campionato inglese che sarà completato appunto dall’azienda di Seattle, che però non si è esposta sull’entità economica dell’investimento. Tuttavia, per un pacchetto di 3 anni e la quasi totalità delle partite, Sky Sports avrebbe speso circa 3 miliardi e mezzo di sterline. La cifra sborsata da Amazon sarà sicuramente ridotta, ma comunque consistente.

La visione delle partite di Premier League di Amazon sarà garantita a tutti gli iscritti inglesi di Amazon Prime senza costi aggiuntivi. Questo è sicuramente un vantaggio per l’azienda, che propone un servizio capace di potenziare il ventaglio di contenuti e valorizzare l’iscrizione al servizio di spedizioni gratuite; è tuttavia un vantaggio anche per la Premier League, da sempre alla ricerca - come qualunque altro campionato - di aumentare la copertura delle partite.

Sulla stessa linea direttiva si erano già inserite le principali piattaforme di social network, sempre spinte a mantenere per il maggior tempo possibile il maggior numero di persone sui propri canali. Di conseguenza, ecco che Facebook trasmette le partite di cricket dell Premier League indiana, mentre Twitter manda in streaming partite di baseball e di hockey negli Stati Uniti. YouTube e Hulu - entrambi di Google - hanno mandato in onda le finali di NBA.

Ma non si parla solo di sport. All’interno dei servizi esclusivi riconosciuti a chiunque abbia un account Amazon Prima c’è anche Prime Video, una vera e propria televisione sullo stampo di Netflix con tantissimi contenuti video. Attualmente in tutto il mondo

sono circa 100 milioni le persone che hanno sottoscritto ad Amazon Prime, nonostante l'aumento del costo di iscrizione.

Intanto in Italia continua la querelle tra la Serie A e Mediapro per l'acquisto dei diritti esclusivi della Serie A da parte dell'azienda spagnola. Da una parte, sembra che la Serie A non si fidi della possibilità di Mediapro di pagare per intero la cifra di circa un miliardo di euro avanzata dal colosso spagnolo in fase di gara. Dall'altra, sembra che Mediapro sia sempre meno disposta a fornire garanzie a chi, sotto sotto, pare non voler lasciare che i propri diritti vengano acquistati all'esterno dei confini nazionali.

Rimane il fatto che, quando Mediapro a marzo aveva fatto il suo primo ingresso nell'alveo dei contendenti, sembrava fosse intenzionata non soltanto a rivendere i diritti televisivi a Sky e a Mediaset, ma a rivendere anche i diritti di streaming sul digitale proprio ad Amazon, che avrebbe avuto al proprio arco un bel grimaldello per entrare nelle case degli italiani attraverso i suoi servizi Prime. Sembra però che, anche su questo, l'Italia rimarrà alla porta a osservare i grandi cambiamenti che avvengono lontano dai suoi confini.