

Sportitalia aumenta il fatturato e resta in utile

di Franco Polacco

A fine 2013 il fallimento per i troppi debiti con i dipendenti lasciati a casa. Oggi, a quattro anni di distanza, i numeri sono in crescita e all'ultima riga del bilancio è tornato l'utile. Questa la parabola di Sportitalia, il canale tv tematico rilanciato dal fondatore Michele Criscitiello e che da più di un anno vede coinvolto come azionista al 50% anche il finanziere Tarak Ben Ammar. Il 2017 si chiuderà, secondo le previsioni dell'emittente, con un fatturato vicino a 3,5 milioni e, per il secondo anno consecutivo, con un risultato netto positivo. Il tutto mentre l'organico della tv è incrementato a 50-60 unità tra tecnici e giornalisti e il palinsesto garantisce 15-16 ore di diretta al giorno. «Tre o quattro anni fa l'offerta di sport in tv era completamente differente, più ampia e

con brand forti. Noi eravamo i più piccoli e quelli che tutti indicavano come in difficoltà. Oggi con i numeri e il progetto industriale abbiamo dimostrato di poter giocare un ruolo importante nel mondo dell'informazione», commenta Criscitiello. Sportitalia, non potendo ambire alle immagini dei grandi eventi sportivi e calcistici, ha puntato su una tipologia d'offerta differente: lo sport minore, di nicchia. Nel palinsesto figurano la Serie C («un bacino potenziale di 7 milioni di pubblico»), la A2 di basket («con piazze storiche e di rilievo quali Siena, Treviso, Bologna, Trieste e Roma, per un totale di 16 scudetti»), il calcio a 5, la pallamano, l'hockey su ghiaccio, il rally wrd, la serie A di basket femminile e il campionato Primavera di calcio. «Ritengo che sia stata vincente la mossa di autoprodurci con mezzi di proprietà», conclude Criscitiello. (riproduzione riservata)

