

**IN CIFRE**

Le scelte delle multinazionali pubbliche

## Anche Eni ed Enel accarezzano le televisioni dell'ex Cavaliere

**I**l risparmio ha colpito anche le multinazionali controllate dallo Stato: spendono di meno, ma spendono sempre in televisione e, soprattutto, sulle reti Mediaset.

Nel 2015, Enel ha investito oltre 17,5 milioni di euro: 13,1 con Enel Energia e 4,4 con Enel Roma spa. Il denaro per le emittenti proviene da Enel Energia. Cologno Monzese, anche se i bagordi del passato sono terminati, incassa 5,1 milioni di euro contro i 2,3 dati alla televisione pubblica. Nota bene: a differenza del governo, le aziende partecipate dal Tesoro devono pagare le inserzioni sui canali Rai.

**SPESSE** lontana dai vertici di queste classifiche, almeno con Enel, troviamo Sky che sfiora il milione di euro. Enel Roma (così la dicitura nelle tabelle di Nielsen) concentra i suoi 4,4 milioni di euro sui quotidiani a pagamento (832.000 euro) e sui siti internet (1,6 milioni). Eni ha tagliato di molto la spesa: dai 23,5 milioni del 2014, ai 16,5 del 2015. E l'ha distribuita in questa maniera: 4,5 milioni di euro al Biscione, 1,3 a Viale Mazzini. Il cane a sei zampe, da anni, non destina grosse somme al servizio pubblico tv. Nonostante la quota di mercato dei quotidiani sia sempre più ridotta, il gruppo guidato da Claudio Descalzi ha aumentato il contributo ai giornali: da 3,3 milioni di euro del 2014 ai 4,5 abbondanti del 2015. Consistente anche la presenza in radio di Eni con circa 2 milioni di euro (un po' meno di Enel) e sui portali Internet con 1,6 milioni. Non riceve niente il cinema le proiezioni in sala: zero euro da Enel e 116 mila euro da Eni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

