

REGALI Eni, Enel, Poste: tutti preferiscono il Biscione. Un aiutino anche dal premier

Così ingrassano Mediaset con spot e soldi pubblici

■ Appena arrivato a Palazzo Chigi, Renzi ha spostato i fondi per la pubblicità verso Cologno Monzese che passa da 44 mila a 329 mila euro. Un segnale. Così i grandi gruppi controllati dal Tesoro danno milioni alle tv di B.

◉ FELTRI E TECCE A PAG. 2 - 3

VIA ETERE Dei 3 milioni spesi per la pubblicità istituzionale 1,25 sono finiti al Biscione. A Sky e La7 le briciole: 275 mila euro

Le larghe intese degli spot: al governo piace Mediaset

300 milioni

Questa somma potrebbe confluire sul mercato televisivo quando alla Rai verrà applicato un nuovo limite

CARLO TECCE

Anche in quest'epoca di restrizioni economiche e retorica sui più sofisticati dispositivi tecnologici, per la pubblicità (leggi propaganda) istituzionale, il governo predilige i canali di Mediaset. Con ancor più vigore, se l'inquilino di Palazzo Chigi è Matteo Renzi.

Le rilevazioni di Nielsen – il più autorevole istituto di ricerca del settore – sono eloquenti: il governo ha investito 3 milioni di euro nel 2015, quasi la metà – 1,25 milioni di euro – è finita al Biscione. Un obolo ai siti internet: 185.000 euro. Il paragone è superfluo. Questo è un omaggio a una tradizione degli esecutivi italiani, avviata da Silvio Berlusconi, storpiata da Enrico Letta e

ripristinata dal segretario dem. Evaprecisato che il calcolo non comprende le attività di servizio, le campagne sociali e che il governo può riempire i palinsesti del servizio pubblico Rai a costo zero. Quando vuole, quanto vuole, come vuole.

IL DATO più eclatante, però, proviene da Palazzo Chigi. Per lo scorso anno, la Presidenza del Consiglio ha stanziato 770.000 euro. Nessuna differenza di risorse con il 2014. È il modo di spesa che cambia.

Agli inizi del 2014 c'era Letta a Palazzo Chigi, poi il fiorentino l'ha defenestrato: soltanto 44.000 euro dei 770.000 sono andati a Mediaset. Il 2015 è un anno renziano in purezza: il flusso di denaro verso Cologno Monzese ritorna efficace, 329.000 euro su 770.000. Ai concorrenti, da Sky a La7, un po' di spiccioli. Poi c'è la solita mancia per Internet (117.000) che, senza scartabellare edotte analisi, raggruppa una platea più consi-

stente. Un milione e mezzo di euro non influisce sui bilanci di Mediaset, ma i versamenti di Palazzo Chigi – seppur ridotti rispetto al passato perché l'intero ammontare s'è ridotto – rappresentano una dimostrazione d'affetto. E anche una strategia: il governo comunica attraverso Mediaset, perché ritiene necessario e più prezioso il pubblico di Mediaset. Forse lo stesso criterio ha condizionato pure le scelte dei ministeri. Il dicastero di Beatrice Lorenzin (Sanità) ha acquistato pubblicità per 844.000 euro e l'ha divisa così: 420.000 per Mediaset, 40.000 per La7, 19.000 per Discovery e 9.000 per Sky. Il collega Giuliano Poletti (La-



vorò) ha utilizzato in esclusivo il Biscione: 699.000 euro in totale e dunque 416.000 a Mediaset.

Dario Franceschini (Cultura) è un politico all'antica, e preferisce i giornali, 105.000 euro su 236.000. Pier Carlo Padoan (Economia) s'è imposto una rigida austerità, circa 180.000 euro per le inserzioni sui quotidiani e in televisione, anche se Mediaset (79.000) è in testa a qualsiasi tipologia di classifica.

Il denaro per la pubblicità

istituzionale non smuove il sistema televisivo, ma ribadisce una prassi: a Mediaset va sempre la porzione più grossa, su questo fronte i rivali competono a fatica. Con il 32 per cento degli ascolti, il Biscione incassa il 58 per cento (2 miliardi di euro) della pubblicità per le televisioni.

IL CANONE Rai in bolletta offre una ghiotta occasione al gruppo di Berlusconi. Imponendo un nuovo limite agli introiti di Viale Mazzini, il

governo è intenzionato a far confluire sul mercato pubblicitario circa 300 milioni di euro. Il motivo: da subito scompare l'evasione, il guadagno con gli abbonamenti è maggiore e costante.

Il Biscione strepita contro la Rai che svolge una funzione pubblica e agisce da società privata. E il governo è d'accordo. Quale direzione prenderanno i 300 milioni di euro? Questa domanda non ha senso. Ovvio: sede di Cologno Monzese, provincia di Milano.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

