

IL CALO DELLA TASSA E L'ASSENZA DI EVENTI SPORTIVI HANNO FATTO PEGGIORARE I CONTI

Senza sport la Rai torna in rosso

*Per fine anno atteso il pareggio dopo i 18 mln di utile del 2016
Mentre fino a giugno la tv di Stato dominava negli ascolti,
in autunno c'è stato un calo. Pubblicità ancora in sofferenza*

DI ANDREA MONTANARI

Quella che lo scorso anno era stata manna dal cielo per i conti della Rai quest'anno si è trasformata in un boomerang. L'inserimento del canone nella bolletta elettrica (un modo per abbattere l'evasione) ha avuto nel primo semestre un impatto negativo sui conti di viale Mazzini. Perché, come è emerso ieri nel cda che ha approvato la semestrale, il taglio dell'imposta da 100 a 90 euro, sommato alla riduzione dal 67 al 50% della quota che deve essere riconosciuta alla società presieduta da Monica Maggioni e guidata dal dg Mario Orfeo, ha provocato il ritorno al rosso. Il periodo gennaio-giugno si è chiuso con una perdita di 2,2 milioni che si confronta con l'utile di 33,4 milioni dello stesso periodo dello scorso anno.

E se i ricavi da canone sono calati del 3,8% a 35,4 milioni, gli introiti garantiti dalla pubblicità hanno registrato una performance anche peggiore: -8,2% per una raccolta di 348 milioni con una flessione di 30 milioni rispetto al primo semestre dello

scorso anno. In questo caso a incidere in maniera significativa sui dati di Rai Pubblicità è stata l'assenza di eventi sportivi di richiamo: nel 2016 c'erano stati gli Europei di calcio a garantire un incremento degli spot sulla tv di Stato. Il trend decrescente nella raccolta è confermato anche dal dato di fine agosto: 472 milioni lordi (-11,4%) con un crollo del 32% nel solo mese di agosto, anche perché lo scorso anno c'erano le Olimpiadi. Dal punto di vista patrimoniale, infine, il semestre si è chiuso con un indebitamento più che dimezzato da 128,5 a 60,3 milioni. Per fine anno i vertici di viale Mazzini prevedono un risultato di sostanziale pareggio, contro l'utile di 18,1 milioni del 2016.

Inoltre, mentre nella prima parte dell'anno la Rai ha dominato la partita degli ascolti (share del 37,2% nel day time e del 39,3% nel prime time), da settembre i canali di viale Mazzini, in particolare Rai 2 e Rai3, registrano sovente cali d'ascolto. Un grattacapo per Orfeo, che è intervenuto cambiando i direttori di Rai1 e Rai2. (riproduzione riservata)

