

Televisione. Dopo un febbraio pessimo il mercato sembra invertire la rotta - Piscopo: «2016 molto forte grazie a palinsesto solido»

Rai, segni di risveglio dalla pubblicità

Gubitosi: «La gestione di questi anni è la più indipendente e autonoma di sempre»

Andrea Biondi
MILANO

«In questi anni abbiamo fatto la Rai più indipendente e autonoma di sempre». Davanti alla platea degli investitori pubblicitari invitati a Milano alla presentazione dei palinsesti per l'autunno 2015 e la primavera 2016, il direttore generale della Rai Luigi Gubitosi risponde così riferendosi al motivo di maggior orgoglio del suo mandato di dg della Rai. «La Rai ha superato le difficoltà in questi anni (chiuderà con un utile di 57,9 milioni, ndr) così come Rai pubblicità si è rafforzata. E questo - ha aggiunto Gubitosi - capisco che può non fare piacere ai competitor».

Dicertoper la concessionaria della Rai questo sembra essere un momento da incorniciare. «Il miglioramento dei dati macroeconomici ci ha spinto ad invertire la rotta e giugno è stato in overbooking dopo un marzo in pareggio, un aprile a +1% e un maggio a +9% su base annua», ha spiegato Fabrizio Piscopo, amministratore delegato di Rai Pubblicità. Risultato? Con il miglioramento macroeconomico seguito a un mercato della pubblicità che «ha toccato il fondo lo scorso febbraio con la peggiore performance del settore in generale» il primo semestre «lo abbiamo chiuso in pareggio e quanto alle previsioni per l'anno contiamo di realizzare un +4-5% al netto dei Mondiali di calcio dello scorso anno».

A conti fatti si parla di 795 milioni, collezionati grazie a un miglioramento macroeconomico, ma anche, ci tiene a dire Piscopo, «grazie a un'offerta di palinsesto solida» che permette di prevedere, a livello pubblicitario, «un 2016 molto forte» in cui si consoliderà anche un'offerta di branded content a livello pubblicitario che al momento ha portato a due produzioni: per Ferrovie dello Stato e per Yamamay.

Si tratta di palinsesti che comunque non sono stati votati all'unanimità in Cda e che vanno a disegnare

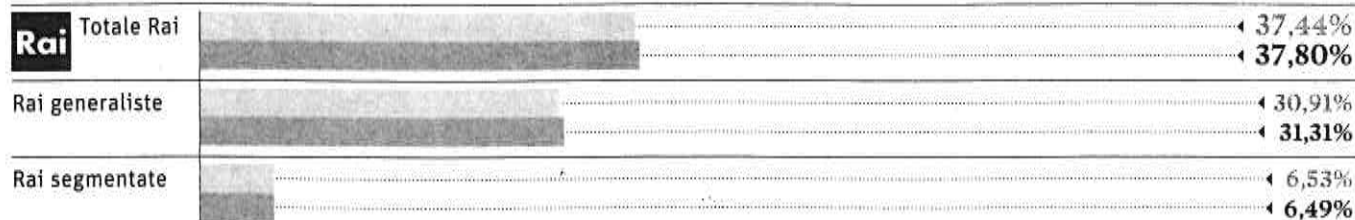
un'offerta di prodotto per l'emittente pubblica che dovrà scontrarsi con un mercato che già dalla prossima stagione promette di essere diverso visti attori entranti tout court (Netflix) o nell'arena della tv generalista (Discovery sul canale 9 e Sky attesa sul canale 8). «L'arrivo di Netflix può in teoria non essere un problema per noi che siamo anche content provider», ha replicato il vicedirettore generale Rai, Antonio Marano. Diversa la questione legata all'allargamento della concorrenza sul fronte generalista. «Può essere un problema anche se, come accaduto in precedenza, la linea che ci siamo dati è non smontare l'offerta tipicamente Rai», ha poi aggiunto Marano commentando anche l'intervista di Renzo Arbore al Sole 24 Ore di ieri in cui l'artista aveva invitato la Rai a concentrarsi di più sui contenuti e a inseguire meno l'Auditel. «Sono convinto della qualità dei prodotti che facciamo - ha replicato Marano - ma al di là di questo è necessario pensare a programmi che siano visti. Altrimenti a pagare è la stessa qualità del prodotto». Andando nel dettaglio dell'offerta, oltre a molta fiction («le prime dieci fiction più viste la scorsa stagione sono tutte Rai» ha detto Marano) gli annunci di ieri hanno tratteggiato i contorni di una Rai 1 mirata su live e grandi eventi, una Rai 2 che punta alla sperimentazione e, come detto dal suo direttore Angelo Teodoli, «arrivare a giovani la sua audience» e una Rai 3 più legata a una tradizione di rivitalizzare in chiave «2.0» (nel 2016 sarà sugli schermi Rischi tutto di bongiorniana memoria, condotto da Fabio Fazio e torna anche Il Processo del lunedì, condotto da Enrico Variante). Fra le novità annunciate ieri c'è l'arrivo della Gialappa's a Quelli che il Calcio su Rai 2 ed è anche arrivata la conferma che si attendeva sul Festival di Sanremo: Carlo Conti lo condurrà nel 2016 e sarà direttore artistico fino al 2017.

Lo share

Giorno medio (02:00 - 02:00)

■ Stagione 2013-2014

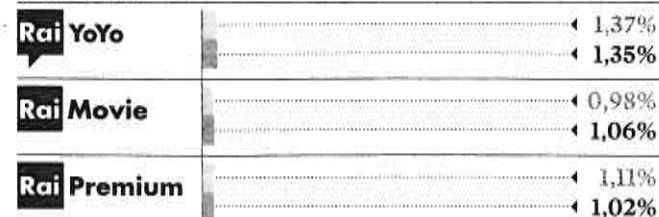
■ Stagione 2014-2015



GENERALISTE



SEGMENTATE



Fonte: elaborazione Studio Frasi su dati Auditel