

Il servizio pubblico aveva chiuso gli ultimi due esercizi in rosso per 25,6 e 175,8 mln di euro

Rai, 2016 con un piccolo utile

I ricavi da canone crescono del 4%, la pubblicità del 7,8%

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

Tenuto conto che nel 2016 i ricavi da canone sono cresciuti attorno al 4% a quota 1,7 miliardi di euro, e quelli da pubblicità del 7,8% a 700 milioni di euro, l'assemblea Rai del prossimo 13 aprile dovrebbe approvare un bilancio consolidato 2016 che chiuderà con un piccolo utile. Nulla di trascendentale, ma comunque un bel segnale rispetto agli ultimi due esercizi: nel 2015, infatti, il servizio pubblico segnò un rosso di 25,6 milioni di euro, e nel 2014 una perdita monstre di 175,8 milioni di euro dopo le correzioni imposte dai principi contabili (inizialmente, grazie alla quotazione di Rai way, il consolidato Rai presentava invece agli azionisti un utile netto di 47,9 milioni). E, d'altronde, quando Viale Mazzini (presieduta da **Monica Maggioni** e guidata dal d.g. **Antonio Campo Dall'Orto**) decide di andare in rosso non guarda tanto per il sottile: nel 2012 le perdite furono di 244,6 milioni, e nel



Antonio Campo Dall'Orto e Monica Maggioni

2010 di 98,2 milioni, a fronte, invece, di piccoli utili sia nel 2011 (4,1 milioni), sia nel 2013 (5,3 milioni di euro).

Archiviato il 2016, nel nuovo anno gli ascolti del complesso dei canali Rai sono in miglioramento in prima serata: nei tre mesi gennaio-marzo il prime time vale il 40% di share, con una crescita di quasi mezzo punto rispetto all'anno precedente. Bene il singolo mese di marzo, dove i canali Rai

salgono al 39,2% di share in prime time, quasi un punto in più rispetto al marzo 2016. E il balzo in avanti è da attribuirsi soprattutto a Rai 4 (sale di 0,4 punti sul 2016) e a Rai Premium (0,2 punti in più). Rai 4, in particolare, ha spinto di più sui film: le 17 pellicole del marzo 2017 in prima serata hanno avuto una media dell'1,9% di share, rispetto all'1,5% dei 10 film del marzo 2016. Inoltre le 12 prime serate dedicate alle

serie tv raddoppiano gli ascolti, all'1,4% di share rispetto allo 0,7% delle 14 prime serate del marzo 2016.

Molto bene pure Rai Play, l'over the top di Rai per vedere, gratuitamente, i programmi on demand in streaming su tablet, smartphone e smart tv: nel mese di marzo registrate 50,6 milioni di views, rispetto alle 24,6 mln del marzo 2016, con 15,2 milioni di browser unici (11,5 mln nel marzo 2016).

Quanto, infine, ai programmi più visti del mese di marzo su Rai Uno, boom per i quattro episodi de *Il Commissario Montalbano*, con due prime tv e due repliche che vanno dal record di 11,3 milioni di ascoltatori con il 44,1% di share (il 6 marzo) agli 8,1 milioni (32,1% di share) della seconda replica. C'è stata, poi, la partita di calcio Italia-Albania del 24 marzo, con 7,6 milioni di ascoltatori e il 28,6% di share, e due appuntamenti della serie *Sorelle*, con 6,5 milioni e il 27,5% di share.