

Pubblicità in Tv: - 25% in 5 anni Canone Rai, effetto zero sui conti

IL RAPPORTO

ROMA Un quarto dei ricavi pubblicitari volatilizzati con un effetto depressivo sul fatturato per 1,4 miliardi di euro (-13,5%) e 400 posti di lavoro persi. La crisi ha colpito duro il settore televisivo in Italia: è un bollettino di guerra il bilancio dei cinque anni che vanno dal 2011 al 2015. Un periodo difficile, difficilissimo. Che, per fortuna, sembra aver iniziato a invertire la rotta: nel 2015, infatti, i ricavi complessivi dei cinque maggiori operatori televisivi italiani (Mediaset, Sky Italia, Rai, Discovery Italia e LA7, che insieme rappresentano il 90% del comparto) sono aumentati dell'1,4% attestandosi a 8,9 miliardi di euro (0,5% del Pil). A determinare la svolta è la ripresa della raccolta pubblicitaria che ha fatto segnare complessivamente +2,4%. A tracciare il quadro del settore è uno studio di R&S Mediobanca. Un rapporto dal quale emerge anche un'altra notizia degna di nota: il canone Rai in bolletta ha sì drasticamente ridotto l'evasione (dal 30% al 5%), ma senza benefici per i conti dell'azienda televisiva pubblica. Tra riduzione della tariffa (scesa da 113,5 a 100 euro), 5% trattenuto dallo Stato e 33% di extra gettito all'Erario, Iva e tassa di concessione, alla fine nelle casse di viale Mazzini sono entrati solo 1,7 miliardi sui 2 complessivi incassati. E quest'anno andrà peggio: con la tariffa in calo di altri 10 euro, secondo l'ufficio studi di Mediobanca i ricavi da canone per la Rai scenderanno a 1,6 miliardi

di euro, in pratica allo stesso livello del 2015 ultimo anno pre-bolletta.

IL NUOVO TREND

Dal punto di vista delle quote di mercato nella tv in chiaro, nel 2015 sul podio resta stabilmente la Rai (48,3% nel 2015), davanti a Mediaset (35%), Discovery (3,7%), LA7 (2,6%) e Sky (0,9%). Nella tv a pagamento, Sky sbaraglia tutti con il 75,8% di quota di mercato nel 2015, seguita da Mediaset Premium (19,4%). L'aumento di fatturato in percentuale più consistente nel 2015 lo ha ottenuto Discovery (+17,5%), seguito dal gruppo Mediaset (+1,8%, risultante del +1,4% in Italia e +2,8% in Spagna). Miglioramenti anche per Sky e Rai, rispettivamente +0,4% e +1,4%. Diminuisce il fatturato di LA7 (-8,1%).

Alto il prezzo pagato dall'occupazione con 400 posti di lavoro persi (-1,8%) nel quinquennio. Solo Sky Italia ha aumentato la forza lavoro (+8,5% pari a 215 unità). In calo gli organici di Mediaset (-7,1%) e Rai (-1,1%). Ma anche in questo caso il 2015 segna una inversione di tendenza: +1% complessivo, con un balzo del 16% per Discovery.

Giusy Franzese

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**IL CALO DELLA RACCOLTA
HA FATTO PERDERE
AL SETTORE 1,4 MILIARDI
OPERAZIONE BOLLETTA:
A VIALE MAZZINI SOLO
UNA QUOTA DEL GETTITO**