

Effetto Silvio: lo spot va a Mediaset, la Rai va in rosso

Secondo i dati di viale Mazzini in 5 anni più 586 milioni per l'azienda del premier, meno 25 per la tv pubblica

di Natalia Lombardo / Segue dalla prima

EFFETTO PREMIER Negli anni dal 2000 al 2006, quindi del governo Berlusconi, gli introiti del Biscione crescono come un soufflé, a fronte degli ascolti che, dal 2003, vedono la Rai leader anche nei periodi di garanzia in cui gli investitori valutano i palinsesti tv.

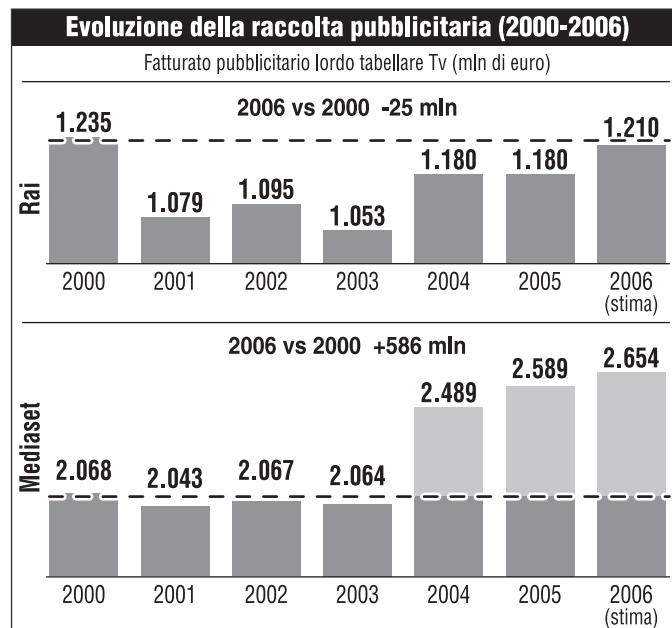
Ma lo spot va dove lo porta il soldo più sicuro per il futuro... Così le aziende e gli investitori pubblicitari hanno seguito quell'attrazione magnetica verso la sagoma (intuizione di *Rockpolitik*) del presidente del Consiglio e proprietario di Mediaset. La Rai ha un tetto di spot che non può superare, dato che vive anche di canone, ma il calo degli spot, in proporzione, è impressionante. Ecco i dati sul fatturato (lordo) della raccolta pubblicitaria dal 2000 alle previsioni del 2006. La Rai parte da 1 miliardo e 235 milioni nel 2000; scende subito di 156 milioni nel 2001 (a giugno si insedia il governo Berlusconi); l'effetto 11 settembre fa crollare anche il mercato degli spot, ma Mediaset rispetto al 2000 perde solo 25 milioni (da 2.068 a 2.043). Nel 2002 il rapporto è di 1.095 per la Rai, 2.067 per Mediaset. I vasi comunicanti sbalzano al massimo nel 2003: il colonnino della Rai scende sotto il livello del mare a 1 miliardo e 53 milioni di euro, quello Mediaset balza a 2.264. È in discussione la Legge Gasparri impietata sulla tv digitale terrestre, che solo le tv del premier useranno in modo redditizio appena possibile. Nel maggio 2004 la legge è approvata; il fatturato Mediaset aumenta di altri 200 milioni di euro (2.489). La Rai è ferma a 1 miliardo 180 milioni di euro per due anni, 2004 e 2005, mentre anche

quest'anno le tv del premier crescono a botte di 100 milioni (2.589). Su questo trend le previsioni del 2006: 2 miliardi e 654 milioni di euro per Mediaset, 1.210 per la Rai. Il digitale terrestre per il Biscione è stato un altro business, aiutato da tanti sgravi nelle varie Finanziarie: nasce Mediaset Premium per le partite in pay per view, Publitalia offre spazi per gli spot in digitale. Ci sono il canale per bambini *Boing* e il supermercato di *Media Shopping*, che televende anche i decoder a prezzi stracciati per autograntarsi l'esistenza, a parte le finestre su Rete4. E il 18 marzo 2005 da Cologno Monzese l'annuncio che la Rti ha comprato la Home Shopping Europe S.p.A. (rete nazionale di televendite). Lo scopo, nel comunicato: «acquisizione di frequenze destinate alla creazione da parte di Mediaset di una nuova rete per la trasmissione di-



Il ripetitore Mediaset di Cologno Monzese. Foto Dal Zennaro/Ansa

digitale terrestre». La Rai, invece, si blocca di colpo, il digitale del futuro è già passato. Del resto i frutti del Bilancio sono presentati anche sul sito del gruppo Mediaset: «L'esercizio 2004 registra i migliori risultati economico finanziari conseguiti dal Gruppo dal 1996, anno della quotazione in Borsa», grazie a Mediaset e Telecinco. Che il gruppo Fininvest operi «in posizione di assolu-



ta leadership» lo rileva anche l'indagine dell'Authority Antitrust conclusa a novembre 2004: «Tale gruppo raccoglie oltre il 45% della pubblicità nazionale», la concessionaria Publitalia «nel 2003, ha raggiunto una quota pari al 67% dei ricavi totali» del mercato pubblicitario, raccolto soprattutto nelle reti televisive. La crescita di fatturato del Biscione avviene nonostante sia la Rai

leader negli ascolti: secondo i dati che il direttore generale Meocci ha presentato al Cda di Viale Mazzini, nel periodo di garanzia autunnale (18 settembre-12 novembre 2005), la tv pubblica stacca Mediaset nell'intera giornata del 6,23% (45,94% contro 39,71%); 6,08 nel prime time del 6,08% (46,81% contro 40,73%). Lo stacco è netto nella settimana dal 6 al 12 novembre 2005: nell'intera giornata la Rai supera Mediaset del 7,43% (46,86% contro 39,43%), nel prime time è in testa per quasi 8 punti. Il trend positivo si vede negli ultimi due anni: il 22 settembre-22 ottobre 2003, la Rai è al 45,34%, Mediaset al 44,18. La media degli ascolti nel 2004 vede la Rai al 46,32%, la concorrenza a 41,63%. I telespettatori premiano la Rai, il mercato premia il premier.

METALMECCANICI Gentiloni «Mi impegnerò per loro»

Il presidente della Commissione di Vigilanza Rai, Paolo Gentiloni, si sta «attivando per sollecitare i vertici Rai ad assicurare maggiore spazio alla vertenza per il rinnovo del contratto dei metalmeccanici, con la diretta sulla manifestazione del 2 dicembre». Che si presume sarà garantita da RaiTre e dal Tg3, come è avvenuto recentemente per la fiaccolata di solidarietà con Israele indetta dal direttore della Rai, Alfredo Meocci. Dai quali, per ora, non è arrivata risposta pubblica. Le «tute blu» sono le *desaparecidos* del video: solo 12 minuti nei tg nell'arco di sei mesi, come ha denunciato il senatore Faloni (Uniti a sinistra) che ha posto in Vigilanza il problema della diretta. Necessità fatta presente anche dal capogruppo Ds Giulietti, sia sullo sciopero generale del 25 che su quello dei metalmeccanici il 2 dicembre: «Un milione e 700mila persone che da 11 mesi attendono un contratto e alle quali sin qui è stato dedicato un centesimo del tempo dedicato alle vicende di Al Bano o del duca d'Aosta». Giulietti, a «nome dei Ds», chiede a Gentiloni di verificare con la Rai sia l'opportunità che venga trasmessa su RaiUno in prime time l'inchiesta di RaiNews24 su Falluja. **n.l.**



Diritti tv, la difesa del premier in cerca di prescrizione

Chiesta la traduzione degli atti, l'operazione potrebbe far slittare il processo di anni

MILANO I difensori di Silvio Berlusconi, di Fedele Confalonieri e degli altri 12 imputati del processo Mediaset hanno trovato un formidabile espediente per ottenere la prescrizione del processo. Durante l'udienza preliminare di ieri è iniziato un braccio di ferro tra accusa e difesa che ha per oggetto la richiesta, avanzata dagli avvocati, di tradurre dall'inglese in italiano migliaia di pagine di atti raccolti nel corso dell'inchiesta sui presunti fondi neri creati dal gruppo con la compravendita di diritti televisivi. Il gup Fabio Paparella deciderà forse lunedì prossimo, ma se accoglie la richiesta i tempi del processo slitterebbero non di pochi giorni ma di anni e alla fine, quelle traduzioni riscritte in buon italiano potrebbero solo essere cestinata perché

saremmo a un passo dalla prescrizione. Proprio con queste motivazioni il pm Fabio De Pasquale si è opposto, spiegando al giudice che le pagine da tradurre sono circa 400 mila, e che quindi il lavoro impegnerebbe almeno 100 persone per tre anni. Il pm ha sostenuto che si tratta di una richiesta fittizia, dato che tutti gli imputati conoscono l'inglese e perché gli atti principali sono già stati tradotti. Ma ovviamente è facile obiettare che il linguaggio giuridico è complesso e che la lettura di atti giudiziari richiede adeguate competenze. Insomma, si tratta di un problema di non facile soluzione e il gup Paparella dovrà valutare attentamente la giurisprudenza in materia perché la difficoltà di accedere agli atti potrebbe in futuro diventare motivo di annullamento.

Questo processo nasce sotto la spada di Damocle della prescrizione, dato che anche con gli emendamenti previsti, gli imputati beneficerebbero della ex Cirielli che salvo ulteriori modifiche si applicherà a tutti i processi che non sono ancora arrivati alla fase dibattimentale. E qui è in corso l'udienza preliminare. Ma in ogni caso, qualora il processo riuscisse a decollare, tutti gli imputati, essendo incensurati, avrebbero un dimezzamento dei tempi di prescrizione. La possibilità di arrivare a una sentenza definitiva, già così è improbabile. Se al tutto si dovesse aggiungere una lunga pausa per attendere la traduzione degli atti, si infierirebbe inutilmente sulla foresta Amazzonica, con una straordinaria produzione di carta destinata al macero.

MARCO TRAVAGLIO
BANANAS

Più stalle per tutti

Cadono i veli sulla campagna elettorale di Bellachioma. Da tempo gli esperti si domandavano con quali slogan il premier avrebbe tentato di raggiungere un'altra volta i suoi eventuali elettori, ritenendo improbabile una rivendicazione dei grandi successi (la patente a punti) mietuti in questi cinque anni e controproducente un'altra raffica di promesse modello Contratto con gli Italiani. È noto che il Cavalier Crescina intende smantellare la par condicio per fare in tutti i programmi tv quello che di solito fa a Porta a Porta: parlare solo lui. Ma per dire cosa? Un primo assaggio è arrivato con lo slogan «Più case per tutti», poi ritoccato in «Più case per gli sfrattati», che verrà presto ridimensionato in «Più

case per Marina e Piersilvio» e infine in «Più case per me». Anche se Dell'Utri avrebbe preferito «Più stalle per tutti», in onore del compianto Vittorio Mangano. Per non farsi mancare nulla, il Cavalier Boccoluto ha scelto proprio Dell'Utri come regista della campagna e selezionatore dei candidati: come li seleziona lui, non li seleziona nessuno. Possiede anche eccezionali doti persuasive, come dimostrò nel '91 quando, a riscuotere un credito in nero da un imprenditore trapanzese, gli mandò il locale boss mafioso Vincenzo Virga. Un sistema infallibile, che potrebbe essere usato anche con i candidati riottosi. Non ti vuoi candidare? Ti mando Bernardo Provenzano, così magari ci pensi un po' su. La prassi potrebbe rivelarsi utile se passerà l'ultima

trovata dello staff italo forzuto: quella di far sborsare 70mila euro alle teste di lista e 50mila euro ai candidati semplici (nel 2001 erano 10 milioni di lire, poi si sa, con l'euro di Prodi...). Per aver l'onore di un posto in Forza Italia bisognerà pagare una quota di iscrizione, che potrà eventualmente essere impiegata per convincere gli elettori a votare. La controforma elettorale stabilisce che chi indica una o più preferenze non annulla la scheda: così i voti venduti saranno facilmente individuabili da chi li ha comprati. Ma la compravendita dei voti non è una novità. Quella dei candidati invece sì. In caso di affollamento, si potrebbero mettere i posti all'asta. Testa di lista in Sicilia, vista mare, ottime possibilità, chi offre di più? Astenersi perditempo.

Manifesti 6 per 3 non ne vedremo più: «Non servono», ha confidato Bellicapelli ai suoi. Verranno sostituiti - informa il Giornale di casa - con «il modello Koizumi», perché «servono nuovi testimonial, personaggi di eccellenza nelle varie categorie, un'operazione rivelatasi vincente per il premier giapponese». Una campagna sushi, affidata a testimonial di sicuro successo: «Un comitato elettorale che inizierà a vagliare tutto lo spettro delle candidature». Ecco gli spettri: «Il capitano sarà Dell'Utri, ma ogni decisione verrà concertata con Bondi, Cicchitto e Micciché», quest'ultimo richiestissimo per il suo proverbiale futo. Volti rassicuranti, da proibire in fascia protetta. Per il resto il Cavalier Crescina ha in mente «un colpo a sorpresa, tipo la nave

azzurra»: l'indimenticabile crociera con mamma Rosa a prua che salutava col fazzoletto. Meno sorprendenti «gli slogan sull'incombente pericolo comunista» che - giura Jannuzzi - Silvio s'appresta a sfornare a 17 anni dal crollo del muro di Berlino. Slogan da sventolare in Italia, non certo a Mosca dall'amico Putin (che fra l'altro, secondo il semprelucido Paolo Guzzanti, sta organizzando un attentato contro Paolo Guzzanti). Ma qualcosa agli elettori anziani bisogna pur raccontare, oltre alle barzellette. La vera novità però sono i giovani, i più facili da prendere per i fondelli per via dell'età: nel 2001, ai tempi del Contratto con gli Italiani, avevano di meglio che vedere Porta a Porta. La rutilante Silvienjugend ha sfilato a Sorrento, passata

in rassegna da Bellachioma, Previti, Dell'Utri e Apicella. «Siete giovani ed eleganti - s'è congratolato il padrone - e ci sono tante belle ragazze. Negli altri partiti non si vede nulla del genere». E lui è per le quote rosa: «Sono favorevole a portare in Parlamento tante donne giovani e carine». È per le quote carine, ecco. Prima ancora di partire, la macchina elettorale alla giapponese già produce effetti mirabolanti. Il 10 novembre Bellachioma ammetteva che «nei sondaggi siamo 3 punti sotto l'Unione». Ora annuncia che «siamo pari al 48 per cento». Guadagna mezzo punto al giorno e alle elezioni ne mancano ancora 140. Se tiene la media, di questo passo, vince lui col 118 per cento.

TUTTI I LUNEDÌ MATTINA

PIERLUIGI DIACO
PIERO FASSINO

Conducono

"Radio anche noi"

Sul circuito radiofonico AREA in diretta ore 9,05

- BASILICATA**
Tour
- CALABRIA**
Radio Sound
Radio Energie
- CAMPANIA**
Radio C.R.C.
Radio MPA
Radio Antenna 1
Arc 101
- EMILIA ROMAGNA**
Radio Budrio
Punto radio
- LAZIO**
Radio Studio 93
Radio Città Futura
Radio Centro Mare Ladispoli
Radio Canalezero
Radio Movida

- LIGURIA**
Radio Onda Ligure
- PIEMONTE**
Radio Veronica One
RVL
- PUGLIA**
Radiolina/città futura
- SARDEGNA**
Radio Nova Sorso
- TOSCANA**
Radio Emme
- TRENTINO**
RTT La radio del Trentino
- UMBRIA**
Radio Galileo
- VENETO**
Radio Padova
- LOMBARDIA**
Radiosport Network

- Altri orari**
- ABRUZZO**
Planet ore 10.00-10.30
- CAMPANIA**
Radio Bussola 24 ore 9.40
- EMILIA ROMAGNA**
Modena Radio City ore 20.00
Modena 90 ore 11.15
- LAZIO**
Idea Radio ore 11.10
Tele Radio Stereo ore 20.30
- LIGURIA**
Radio Sanremo ore 11.00 e 17.30
- MARCHE**
L'altraradio ore 12.28
- PIEMONTE**
Radio Canelli ore 14.00
- PUGLIA**
L'Altraradio ore 9.40
Ciccio Riccio ore 13.42

- SARDEGNA**
Radio Studo one ore 10.03
- SICILIA**
Radio Amore ore 10.30
Futura Network ore 13.05
- TOSCANA**
Radio Blu ore 10.05
- TOSCANA**
Radio Flash ore 11.00 e 17.30
- TRENTINO**
Anania ore 17.30
- VALLE D'AOSTA**
Monte Rosa ore 11.00 e 17.30
- VENETO**
Radio Cortina ore 8.00 martedì
- SUL SATELLITE**
Radio Zai.net ore 11.00 e 17.30