

# Rai, il centrodestra all'attacco E Mediaset fiorisce in pubblicità

**S**e i fedelissimi berlusconiani mettono in riga «l'esercito» di Silvio in Rete, a Viale Mazzini il centrodestra compatta le file, dichiarando chiusa la soporifera parentesi montiana in Rai. Ieri è partito lancia in resta Antonio Verro, che per la seconda volta ha rinunciato alla poltrona di parlamentare Pdl per restare attaccato a quella di consigliere Rai - una garanzia per il Cavaliere, - che annuncia la messa in discussione dei vertici e la politica del direttore generale, Luigi Gubitosi. L'obiettivo primario è restituire potere al Cda, nel quale infatti la maggioranza sta subendo una metamorfosi: dal cinque a quattro sfavorevole al centrodestra, la mutata posizione del centrista De Laurentiis - che sembra abbia rotto con Casini - sposterebbe l'asse tutta a destra. Un banco di prova sarà il Cda di oggi, in cui si discutono i palinsesti autunnali. Non si vedono nomine in vista o cambi nei tg anche se Verro vuole reintegrare Minzolini al Tg1 e trovare un posto a Mazza (intanto Laura Di Pasquale è al politico del Tg2, fidanzata di Gasparotti, il «registra» di Berlusconi).

Verrò dice di voler riportare in Rai «la politica con la "p" maiuscola», infatti in commissione di Vigilanza il Pdl ha già schierato lo scudo berlusconiano sulle tv: Romani, Gasparri, Brunetta, Bonaiuti. La presidenza quasi certamente andrà a un Cinque Stelle (Roberto Fico) come opposizione, anche se pronti a fare fuori due reti della tv pubblica. Per non parlare degli attacchi di Grillo alla «fogna Rai» che tutti preferiscono ignorare. In queste ore il Pd sta definendo la lista dei parlamentari che entreranno in Vigilanza e da consegnare ai presidenti delle Camere, ultimo

## IL DOSSIER

NATALIA LOMBARDO  
ROMA

**Il Pdl Verro darà battaglia ai vertici montiani. Oggi nel Cda esame dei palinsesti. La tv pubblica cresce in ascolti, perde le entrate degli spot**

tassello che manca per la formazione della commissione.

Il Pdl attacca Gubitosi su due fronti: quello dei conti in rosso e quello delle «forzate rimozioni», allontanamenti di professionisti perché «anziani» vengono allontanati (come dire un discusso Comanducci? O Daniel Toaff, vice a RaiUno prepensionato in uscita dopo lo scivolone sul matrimonio di Valeria Marini). Le nomine dello staff del dg o dell'ultimo arrivato (da Sky) Alessandro Picardi. Gubitosi manda via senza troppo dolore: finora 450 dipendenti, arrivati o vicini alla pensione, sono usciti con scivoli e aiuti, ora l'obiettivo del dg è liberarsi in totale dei 600 esuberanti. Gubitosi a Panorama ha detto però di voler «stabilizzare in anticipo» i precari storici, ma l'Usigrai avverte: «La fine della barbarie del precariato non può essere oggetto di scambio: rischierebbe di creare un clima di conflitto generazionale che non aiuta nessuno», risponde il segretario Di Trapani.

Ma il buco di bilancio da 244 milioni

c'è e come sempre si verifica quel paradosso del conflitto d'interessi: la Rai migliora negli ascolti ma cala in pubblicità, il contrario per Mediaset, che perde fino ai 20 punti di ascolti. A maggio 2013, infatti, sull'intera giornata le reti Rai crescono di 11 punti, mentre le reti del Biscione ne perdono 10,4. Meglio ancora vanno i canali specializzati Rai, con un più 28,5%. E se alcune trasmissioni cult (come *Unomattina*,) perdono, in generale Rai1 cresce del 19% grazie alle fiction come il *Medico in famiglia*, *Montalbano*, *Che dio ci aiuti*. Buona salute anche per RaiDue: più 19 grazie a *The Voice*, Rai3, nonostante non siano andati bene *Celmino marito* e il programma con Neri Marcorè, recupera un più 10% grazie a *Report* e *Ballarò*.

Ma la raccolta pubblicitaria soffre: Rai tra gennaio e marzo 2013 ha un meno 5,9 rispetto all'anno prima, con 854.375 euro di incassi, mentre Mediaset è a 1.493.836, comunque un meno 5 rispetto al 2012, ma quasi il doppio della tv pubblica (dati Nielsen). Il direttore generale della Sipra (concessionaria che ora si chiama Rai Pubblicità) vanta successi personali ma *Carosello reloaded*, a parte l'exploit iniziale, non va.

E il dg venuto da Sky ha il regalo facile: già aveva detto di aver regalato spazi per attirare investitori all'avvio del nuovo Carosello, fino a 70mila euro (e sommati aumentano), ma sembra che sia un incentivo usato un po' troppo, tanto da preoccupare alcuni dirigenti per il rischio che ci sia una «evasione di Iva». E Piscopo sembra che si sia adeguato a quell'usanza di Publitalia, ovvero di dare alle agenzie intermedie (che comprano spazi pubblicitari per conto delle aziende) quei «diritti di rivendita» che sarebbe meglio non pagare, con i soldi pubblici.