

Viale Mazzini Previsto per fine anno un rosso da 200 milioni, pesa il crollo degli spot. Esclapon alle relazioni esterne e Rossotto direttore finanziario

Gubitosi ai dipendenti Rai: ecco quanto perdiamo

71

milioni di euro

Il calo del fatturato pubblicitario nel primo semestre del 2012 rispetto allo stesso periodo di un anno fa. I ricavi del Gruppo nei primi sei mesi dell'anno ammontano a 1.433 milioni di euro, 110 in meno rispetto al 2011

ROMA — La comunicazione è priva di enfasi: «La perdita per l'anno si dovrebbe attestare nell'intorno dei 200 milioni di euro». Il nuovo vertice di viale Mazzini (presidente Anna Maria Tarantola e direttore generale Luigi Gubitosi) spazza via i rasserenanti orizzonti immaginati nel bilancio di previsione 2012 votato a fine 2011 dal vecchio Consiglio su proposta dell'ex direttore generale Lorenza Lei e certifica seccamente la dura realtà: a fine 2012 il rosso arriverà a 200 milioni.

Con un'operazione trasparenza inedita, Gubitosi ha deciso di spedire una comunicazione online a tutti i 11.569 dipendenti (dato reso noto ieri) per far analizzare i dati reali da tutto il popolo della tv pubblica. La Rai ha mostrato una forte compattezza: la relazione semestrale del Gruppo presentata da Gubitosi è stata votata all'unanimità dal Consiglio. Niente più spaccature. Niente più polemiche tra consiglieri.

Sui numeri aveva dunque ragione l'ex consigliere Nino Rizzo Nervo che, a fine 2011, fu l'unico a votare contro le **dati positivi**

«Ma l'Azienda conserva la leadership del mercato tv sia in prime time sia nell'intera giornata» previsioni di Lorenza Lei valutando un «buco» di circa 170 milioni a fine 2012. Ne parlò anche in Vigilanza, ma senza alcun seguito.

La nota dell'azienda comincia con alcuni dati positivi: «Nel primo semestre del 2012 il Gruppo Rai conserva la leadership del mercato tele-

visivo sia in prime time (41,7% di share) sia nell'intera giornata (40,3% di share)». Però poi si passa ad esaminare «il deterioramento del quadro macroeconomico» con in più il calo degli investimenti pubblicitari e i costi dei diritti sportivi: il primo semestre Rai chiude con una perdita di 129 milioni «in peggioramento di circa 178 milioni rispetto al risultato consuntivato nello stesso periodo 2011». L'analisi prosegue senza censure: ricavi a 1.433 milioni di euro, cioè -110 milioni rispetto al 2011. Il fatturato pubblicitario (e qui si spiega il brusco ribaltone dei vertici Sipra, la concessionaria della pubblicità Rai) si ferma a 435 milioni, con un inequivocabile -72 milioni rispetto al primo semestre 2011. In più i Campionati europei di calcio sono costati 201,5 milioni e altri ricavi sono calati di 59 milioni. Ulteriori cifre. Il costo del lavoro «manifesta un incremento di 2,5 milioni di euro» nonostante gli esodi agevolati. I dipendenti sono, appunto, 11.569 «cui si aggiungono 1.660 risorse a tempo determinato ogni anno». Ma poi Gubitosi, nella sua relazione, sottolinea anche i dati positivi per offrire un quadro completo della situazione: la fiction Rai «costituisce un punto di forza editoriale e produttivo», Rai Cinema ha ottenuto risultati lusinghieri (L'Orso d'oro a «Cesare deve morire» dei fratelli Taviani, per esempio). La Radio «dimostra un'ottima capacità di adattamento alle mutazioni della tecnologia e dei consumi». Enzo Carra, membro Udc della commissione di Vigilanza, chiede a Tarantola e Gubitosi di chiarire per quale

ragione strategica aziendale «sia stata nominata pochi giorni fa amministratore delegato della Sipra quella stessa Lorenza Lei che, da direttore generale, aveva firmato un bilancio di previsione 2012 troppo ottimistico, sbagliato nei presupposti e nelle analisi».

Nuove nomine aziendali dall'esterno: Costanza Esclapon (ora in Alitalia ma già in Wind con Gubitosi) succederà a Guido Paglia alla guida delle Relazioni esterne e istituzionali della Rai. Camillo Rossotto sarà il nuovo direttore finanziario dell'azienda.

Paolo Conti

