

Economia & Imprese

Rai, mancati del 18% i target sugli spot: via a compensazioni dopo Sanremo

MEDIA

La crisi degli spettatori ha fatto crollare i contatti lordi attesi da Rai Pubblicità

Ascoltatori giù di 1,8 milioni, ma il ringiovanimento piace a investitori e discografici

Andrea Biondi
Francesco Prisco

Che sia in corso un cambiamento generazionale del pubblico e che, a questo, ne corrisponda uno anche sul versante della fruizione è nei fatti. I tradizionali dati di ascolto in diretta non bastano più per comprendere quello che succede intorno agli eventi tv: il paniere si è allargato e, dentro, ci sono anche le piattaforme di streaming, con le visualizzazioni non lineari. Il turnover del pubblico, con la crescita della platea giovanile e dello streaming, stride comunque con il calo di spettatori misurato dall'Auditel per il 71esimo Festival di Sanremo. E così alla fine delle prime tre serate manca all'appello il 18% dei contatti pubblicitari promessi agli investitori da Rai Pubblicità.

Il gap sulla pubblicità

Il dato, a quanto verificato dal Sole 24 Ore, circola fra le centrali media che hanno a disposizione, da una parte, la stima delle audience pubblicitarie fornite con la politica commerciale per il Festival di Sanremo da Rai Pubblicità e, dall'altra, le audience effettivamente registrate durante i break. Risultato: le tre serate hanno consegnato il 18% in meno di contatti lordi su target "Individuali", il -16% sul target commerciale 15-64 anni; il -7% sugli target più giovane 15-34 anni.

No comment di Rai Pubblicità, dando appuntamento a domenica, al termine della Kermesse che l'anno

scorso ha portato nelle casse della concessionaria Rai 37 milioni di introiti (compresi gli eventi in esterna quest'anno sacrificati per l'emergenza Covid). A ogni modo, sono contatti che la Rai dovrà restituire agli investitori, come sempre accade, una volta che sarà appurato in fase di post valutazione un gap evidentemente andato oltre le previsioni se è vero che in termini pubblicitari le stime di audience di Rai Pubblicità proiettavano un aumento del 3% circa rispetto agli ascolti registrati dalla 70esima edizione e il listino è del 9% più caro del 2020. Va detto che non tutti gli investitori possono avere avuto per i loro passaggi pubblicitari audience inferiori alle stime. Allo stesso modo la differenza fra stima e audience reale non ha la medesima portata per tutti i break. Entrando di più nel dettaglio, è infatti soprattutto negli ultimi che ci si aspettava ascolti molto maggiori (ad esempio il -38% nella fascia 15-34 anni all'ultimo break della prima serata).

Gli ascolti Tv

Nella sua terza serata, la kermesse inverte comunque il trend di ascolti delle due precedenti, ma il confronto con l'anno scorso resta penalizzante. Sono stati 10,596 milioni (42,4% di share), i telespettatori che hanno seguito giovedì sera su Rai 1 la prima parte della notte delle cover. La seconda parte ha ottenuto invece 4,369 milioni (50,6%). Secondo le elaborazioni dello Studio Frasi su dati Auditel, nella media delle prime tre serate e nel confronto con le prime tre serate del 2020 l'ascolto è diminuito di 1,8 milioni di individui. Lo share di 8,8 punti. In percentuale si parla di -20% per l'ascolto e -16% per lo share. E tutto questo con un totale delle persone davanti alla Tv in prima serata nelle prime tre serate del Festival aumentato di 669mila unità rispetto a un anno fa. Nei numeri però c'è anche tutta la portata del ringiovanimento - il target 20-24 registra aumenti d'ascolto



Sul palco. Il direttore artistico del Festival Amadeus e Fiorello, al 71esimo Festival di Sanremo

del 13% a fronte di un calo dei target più avanti con gli anni - e dell'avanzata del web: 6,2 milioni di interazioni sui social nella giornata del 4 febbraio. «Anche se nell'insieme il Festival ha perduto in parte la propria solennità, e di conseguenza ha subito un aumento dello zapping, rimane comunque un evento unico nel panorama televisivo nazionale. Ed è l'unica trasmissione in grado di produrre, come è ancora accaduto nella prima parte di tutte e tre le serate, ascolti superiori ai dieci milioni di spettatori», commenta Francesco Siliato, media analyst dello Studio Frasi.

«La mancanza del pubblico pesa notevolmente in un evento del genere. A ogni modo è il Festival più giovane e più social di sempre, con un record di interazioni social e di fruizione da device digitali», spiega Stefano Visintainer, research manager di Omnicom Media Group. E tutto questo, in fondo, non è un aspetto trascurato dagli investitori. «Il segnale degli ascolti significa che il Festival è vivo, al di là dell'incremento di oltre 2 punti ri-

petto alla serata precedente», ha commentato il direttore di Rai 1 Stefano Coletta ponendo l'accento sul maggiore appeal verso i giovani: «L'età media è scesa da 55 anni a 54. Abbiamo avvicinato a Rai 1 un pubblico che di solito non la guarda». Su Rai-play c'è, per esempio, un +100% sul target 15-24. E comunque anche su YouTube l'evento Festival ha portato a circa 5 milioni di visualizzazioni sul canale Rai, con introiti che sul fronte pubblicitario arrivano così anche dai

brani. Quest'anno sfioreremo il miliardo». E non solo: in classifica Spotify oggi ci sono nove brani di Sanremo nella Top 10 e l'anno scorso erano due. Gli stream delle canzoni sanremesi sono stati oltre 4 milioni, l'anno scorso furono 600mila. Le scelte di Amadeus «hanno contribuito a questo processo», secondo Claudio Ferrante, numero uno dell'etichetta indipendente Artist First. «Si è deciso di investire sull'urban e sulla scena indie. I generi dei giovani che, da sempre, determinano le tendenze nel mercato discografico». Anche le piattaforme di streaming giudicano positivamente l'annata: «Sanremo - dichiara Federica Tremolada, managing director di Spotify per il Sud e l'Est Europa - è ancora l'appuntamento musicale più importante in Italia e questo è dovuto in larga parte alla sua capacità di rinnovarsi nel tempo, avvicinandosi anche ai gusti musicali delle giovani generazioni. Spotify ha scelto di contribuire attivamente a rendere questa edizione la più digitale di sempre».

IN BREVE

RETIMPRESA E JOULE Nasce il Digital network aggregator

Si chiama "Digital Network Aggregator - DNA Registry-Joule" l'iniziativa lanciata da RetImpresa - l'Agenzia di Confindustria per le aggregazioni e le reti di imprese e Joule, la Scuola di Eni per l'Impresa, per favorire la nascita di progetti innovativi nel campo della sostenibilità e dell'economia circolare. L'iniziativa, presentata ieri in occasione del Consiglio generale di RetImpresa, con la partecipazione del Presidente nazionale dei Giovani Imprenditori di Confindustria, Riccardo Di Stefano, del vicepresidente alle Filiere e Medie Imprese, Maurizio Marchesini, e della vicepresidente per l'Ambiente, la Sostenibilità e la Cultura, Maria Cristina Piovesana, avvia un percorso congiunto di formazione e aggregazione per startup e Pmi.

AGRI TECH Piattaforma smart da Abaco Group

Il gruppo mantovano Abaco vara una piattaforma a supporto di agricoltori e imprese per la valorizzazione dei dati. Abaco Farmer, questo il nome della soluzione, è una piattaforma certificata come strumento di gestione e per accesso al credito d'imposta 4,0 per la promozione di investimenti in ricerca e sviluppo e innovazione tecnologica in agricoltura. Un altro obiettivo è la valorizzazione dei dati territoriali e agronomici, per un modello produttivo più sostenibile e digitale.

HI-TECH Egate in Engitel, parte la fusione

Engitel ed E-gate annunciano l'unione delle due società attraverso il conferimento di E-gate in Engitel, per mettere a fattore comune il patrimonio di conoscenze tecnologiche e una ventennale collaborazione sul digital. La nuova Engitel si compone quindi di circa 60 persone, mantiene le sedi di Torino e Milano e raggiunge un fatturato di quasi 6 milioni di euro

ISTAT Lavoro part time in crescita

Negli ultimi 20 anni il lavoro part time è in continua crescita «e ha anche rappresentato uno strumento di politica attiva del lavoro per il rilancio dell'occupazione». E quanto mette in evidenza l'Istat pubblicando i nuovi indicatori sulle posizioni lavorative dipendenti per tempo di lavoro dai quali emerge che in media, nel 2019, il 30% dell'occupazione dipendente è a tempo parziale quota che dal 13% nell'industria sale al 37% nei servizi di mercato, per raggiungere il 56% nei servizi personali e sociali.

GENOVA Amiu, 54 milioni in arrivo dalle banche

Un pool di banche appoggerà Amiu, l'azienda di igiene urbana di Genova, per portare avanti un piano industriale da 90 milioni. Il pool è composto da Intesa Sanpaolo, UniCredit e Banco Bpm e ha concluso un finanziamento per l'importo complessivo di 54 milioni.

INFORMAZIONE PROMOZIONALE

LECCO e SONDRIO - Storie di imprese eccellenti per passione e capacità d'innovare

Occupazione sostanzialmente in tenuta sul territorio

Se l'Osservatorio di Confindustria Lecco e Sondrio sulla seconda metà del 2020 traccia, per il territorio, uno scenario fortemente eterogeneo, secondo i giudizi espressi dalle imprese per quanto attiene l'andamento occupazionale si delinea un quadro caratterizzato dalla stabilità. Tra le realtà del campione emergono tuttavia differenze che si colgono sia per quanto riguarda la categoria merceologica di appartenenza, sia dal punto di vista della dimensione aziendale. In particolare, sebbene l'indicazione prevalente sia quella di conservazione dei livelli occupazionali, le imprese di medie dimensioni hanno segnalato un maggior orientamento alla crescita rispetto alla diminuzione, mentre per le realtà fino a cinquanta occupati il quadro delineato è di segno opposto. Le ipotesi formulate riguardo l'andamento dell'occupazione nella prima metà del 2021 si confermano invece orientate alla conservazione dei livelli.



BONALDI GRUPPO EUROCAR ITALIA: il futuro della mobilità passa anche da Lecco e Sondrio

Concessionario capace di soddisfare le diverse esigenze di mobilità per privati e aziende, è il partner ideale per scelta dell'auto, formule finanziarie e post vendita, con personale qualificato e operativo anche in digitale.



Bonaldi Gruppo Eurocar Italia è un'importante realtà commerciale nel settore automobilistico italiano. Con un fatturato di oltre 400 milioni, 320 collaboratori e 15 rivenditori autorizzati, rappresenta tutti i marchi del gruppo Vw, sinonimo di affidabilità, tecnologia e design: Audi, Volkswagen, Skoda, Seat, Cupra, Vw Veicoli Commerciali, Porsche e Lamborghini.

Presente a Bergamo, Milano, Cremona, Lecco e Sondrio, ogni anno vende oltre 15.000 veicoli. Lecco e Sondrio sono le sedi su cui si sono concentrati i recenti investimenti. Rilevata nel 2015, Audi Garlate (ex Scuola) è stata

radicalmente rinnovata per offrire ai clienti un'esperienza di eccellenza. Postalesio, sede Audi e Volkswagen (ex Balgera) dal 2016 è punto di riferimento per la mobilità, anche elettrica, della Valtellina. Una concessionaria sostenibile, alimentata con energia rinnovabile. Colonnine di ricarica, officine certificate, service digitalizzato soddisfano anche la clientela più esigente. www.bonaldi.it

ZINCATURA B&C, zincatura acida e alcalina di alta qualità, in tempi rapidi

"Presto e bene" è il binomio che **Zincatura B&C** a conduzione familiare garantisce alla clientela, distinguendosi per la qualità dei rivestimenti e la velocità delle consegne con mezzi propri in un giorno dal ricevimento della merce da trattare. Elementi di fissaggio, piastrine, cerniere, molle, catenacci, ganci, maniglie, reggimensola, giunti e cardini - quasi esclusivamente in ferro e zama - vengono zincati a rotobarile con spessori dei depositi fra 5 e 12 micron.



Zincatura B & C. Claudio Gilardi, titolare con il figlio Matteo

A completamento della zincatura esegue 4 tipi di passivazioni con cromo trivalente: bianca, gialla, nera e *chromiting* e a richiesta trattamenti di sigillatura, oliatura, lavaggio inox e deidrogenazione. Si impegna a consegnare i pezzi zincati nel più breve tempo possibile, garantendo un rivestimento di alta qualità estetica che dura nel

tempo, con certificato dei micron di spessore e resistenza in nebbia salina. L'impianto di depurazione con nanofiltrazione delle acque attesta l'impegno nella tutela ambientale. dalia.sciani@tin.it

STUDIO GIORDANO Consulenza del lavoro contabile, fiscale e legale

Fondato nel 1950, fu tra i primi studi professionali in Lombardia ad offrire un servizio di consulenza del lavoro. Da allora lo Studio ha continuato a crescere, in dimensioni e competenze implementando l'offerta professionale con l'inserimento di commercialisti e avvocati in grado di tutelare i clienti anche nei contenziosi di lavoro, fiscali e commerciali. Sempre in quest'ottica, a definitivo completamento delle professionalità dello studio, è stata introdotta la consulenza nel campo dell'analisi e del controllo di gestione, del controllo dell'organizzazione amministrativo-contabile e del budgeting.

Nel corso degli anni dunque lo Studio Giordano si è sviluppato allargando le sue competenze in diverse aree di consulenza così da diventare per molte realtà imprenditoriali un referente unico.



SG&A Studio Giordano & Associati commercialisti, avvocati, consulenti del lavoro

Oggi, sotto la guida dei tre soci Pierfrancesco Giordano, Massimo Giordano e Nicola Brenna, mette a frutto l'esperienza maturata nel corso di più di settant'anni di attività, con un team di professionisti capaci di offrire ai clienti un'assistenza a 360 gradi e un approccio specialistico e interdisciplinare. - www.studiogiordano.it

ELEMASTER, da oltre 40 anni leader di mercato negli apparati elettronici d'avanguardia

Distinguendosi a livello mondiale come *Mechatronics Service Provider*, **Elemaster** offre servizi di progettazione e produzione di apparati elettronici all'avanguardia, presidiandone l'intero ciclo di vita dall'ODM all'EMS. Dati i prodotti realizzati e l'importanza rivestita dalla R&D, Elemaster svolge un ruolo rilevante rispetto al progresso tecnologico e scientifico del mercato nel quale opera.



Tra i tanti studi in corso, emerge quello nel campo della sperimentazione oncologica - all'interno del progetto Europeo "ONCOSMART" e in collaborazione con un'importante start-up - per lo sviluppo di un robot per l'analisi in-vitro dell'interazione tra cellule vitali dei pazienti e farmaci. In ambito energetico, spicca il sistema IOT per

monitorare l'efficienza della distribuzione energetica attraverso il controllo delle sovratensioni, in fase di sviluppo con uno dei maggiori player del settore. www.elemaster.com

ROMPANI lavorazioni di particolari di alluminio per auto, moto, industria

Rompani Srl è una piccola azienda metalmeccanica nata nel 1963, oggi alla seconda generazione. Si occupa di lavorazioni meccaniche, con specializzazione sull'alluminio.



Rompani Srl. Saverio Rompani, Titolare

Con il titolare **Saverio Rompani**, motociclista con passione per la meccanica, ha come principi fondamentali "tenacia, fare la cosa giusta e non la più comoda, io rispetto - io vinco". Queste prerogative, unite alla voglia di innovare con soluzioni tecniche avanzate, hanno consentito all'azienda di superare le crisi occorse negli anni e di affrontare quella in corso dovuta al Covid19, mantenendo ed acquisendo clienti di elevato spessore.

Ma l'azienda non è solo "azienda", il contesto sociale in cui opera, il rapporto con collabora-

tori, clienti e fornitori sono gli aspetti più difficili da coniugare ma che danno quel valore aggiunto che fa la differenza rispetto al modello di fabbrica che si ha nell'immaginario collettivo.

VASSENA FILIERE brevetta la filiera per trafilatura VFB.4 a cono extralungo

Vassena è un nome di spicco nella produzione di filiere e attrezzature per la trafilatura e dal 1958 è sempre un passo avanti in fatto di innovazione.



Dopo molte ricerche, test e studi di fattibilità ha sviluppato un materiale completamente nuovo e dalle prestazioni notevolmente migliorate: la filiera **Vassena VFB.4 a cono extralungo**, che applicata alla trafilatura del filo apporta innumerevoli benefici in termini di qualità del prodotto, lubrificazione, resistenza all'usura. Le filiere 19.38 che sfruttano questa innovazione, sono ideali per essere impiegate su macchine trafilatrici a secco e a umido per la produzione di fili a basso e alto tenore di carbonio.

L'impiego del nuovo materiale previene la corrosione e l'usura garantendo una ridottissima lisciviazione di cobalto. Il maggiore rendimento e durata della filiera consentono di ammortizzare in breve tempo i costi iniziali. www.vassena.it

VMC, tecnologie digitali avanzate e 4.0 nei trattamenti e finiture di superficie

Sin dalla fondazione l'innovazione rappresenta una priorità per **VMC** che si occupa di finiture superficiali: dalla galvanica, alla verniciatura, ai più complessi sistemi *antifriction* e zinco lamellare.



Impresa con forte capacità di rinnovamento e adattamento, è una delle aziende leader del settore, spesso precorritrice di soluzioni ad elevata complessità tecnologica, come quella recentissima dello zinco lamellare a freddo che fonde innovazione di prodotto e di processo.

In VMC la passione per l'eccellenza e il miglioramento si traducono in ricerca e sperimentazione di tutte le novità emergenti dal settore in Europa, Giappone e America, per generare

nuove competenze distintive a crescente sensibilità ambientale e per dare servizi sempre più allineati alle aspettative del cliente. www.vmc-industries.it