

Ascolti televisivi



M. D'ANGELO A PAGINA 15

A La7 qualità fa rima con ascolti

Primo trimestre con share in crescita per la Rete E i programmi diventano di tendenza sui social

di MATTIA D'ANGELO

La cura della qualità fa bene. Così la tv scopre di avere uno spazio per aumentare gli spettatori. La7 ha diffuso i dati del primo trimestre 2017, esprimendo tutta la soddisfazione per la crescita in termini di audience: è stato registrato quasi il +3% di share medio (esattamente +2,97%) e quindi un incremento del +6% in confronto allo stesso periodo del 2016. Per l'emittente guidata da **Urbano Cairo** è un importante balzo, ottenuto grazie alla precisa identità dei format. Una scelta in controtendenza rispetto alla tv del dolore e della lacrima facile, tanto in voga in questi tempi. Con queste cifre c'è una conferma: La7 sta consolidando il ruolo di punto di riferimento per un pubblico attento all'approfondimento. La fascia del mattino è uno dei punti di forza: con il 3,9% di share scavalca Rete 4 (3,01%) e Italia 1

(2,75%). I risultati positivi sono il comune denominatore con **Omnibus** al +12%, **Coffee Break** al +13% e **L'Aria che tira** al +15%. Nel quadro complessivo c'è pure il volano garantito da **Enrico Mentana**: il Tg La7 delle 20 ottiene il 5,6% di share con oltre 1,3 milioni di spettatori medi ogni giorno. **Giovanni Floris**, con **DiMartedì**, ha trovato la propria dimensione di pubblico: dall'inizio dell'anno ha una media di spettatori superiore al milione con lo share al 4,8%. Il mix tra politica e infor-

Flop Telese
Uno dei pochi risultati deludenti della programmazione è Bianco e Nero Mentre volano DiMartedì e Tagadà

mazione più leggera, legata spesso ai temi della salute, è stato promosso da pubblico. La rete conferma poi uno dei suoi capisaldi: **Otto e mezzo** di **Lilli Gruber**, che con il 5,9% di share medio e quasi 1,6 milioni di spettatori segna una crescita del +17% in confronto a 12 mesi fa.

CAMBIAMENTO

Nella fascia pomeridiana brinda invece **Tagadà** con una crescita pari al 37%: la



miglior performance della rete. Ma i numeri sono confortanti anche su un altro fronte: quelli dell'innovazione. "L'offerta digital La7 conferma buoni riscontri nel corso di questo primo trimestre con 78 milioni di visualizzazioni (+13% rispetto 2016) sulle piattaforme La7.it, TGla7.it e Youtube, e grazie alle app TGla7 e Eccezionale Veramente", sottolinea l'azienda. Il successo tracima peraltro sui social network: l'emittente di **Cairo** continua a essere l'unica a entrare stabilmente nella classifica settimanale di Nielsen dei 5 programmi più seguiti su Facebook e Twitter (per il genere talk show e news). Uno degli hashtag fissi è infatti #piazzapulita, ideato dalla trasmissione di **Corrado Formigli**. Il bilancio, tuttavia, non è solo rose e fiori: il nuovo programma di **Luca Telese** **Bianco e Nero** non riesce a sfondare, restando al di sotto del 2% di share. La forte concorrenza di **Presa Diretta** resta difficile da superare. E forse pure da avvicinare.

