



Corte dei Conti

Determinazione e relazione della Sezione del controllo sugli enti
sul risultato del controllo eseguito sulla gestione finanziaria
della **RAI-RADIOTELEVISIONE ITALIANA S.p.A.**
per gli esercizi 2011 e 2012

Relatore: Presidente Luciano Calamaro

Ha collaborato per l'istruttoria e l'analisi gestionale la Dr.ssa Daniela Redaelli



La

Corte dei Conti

in

Sezione del controllo sugli enti

nell'adunanza del 4 febbraio 2014;

visto il testo unico delle leggi sulla Corte dei conti approvato con regio decreto 12 luglio 1934, n. 1214;

vista la legge 21 marzo 1958, n.259;

visto il decreto del Presidente della Repubblica in data 20 luglio 1961 con il quale la **RAI Radiotelevisione Italiana S.p.A.**, è stata sottoposta al controllo della Corte dei conti, ai sensi dell'art. 2 della legge 21 marzo 1958, n. 259;

visto il d.P.C.M. 10 marzo 2010 con il quale la RAI S.p.A. è stata sottoposta al controllo della Corte dei conti ai sensi dell'articolo 12 della richiamata legge n. 259 del 1958;

visti i bilanci di esercizio della Società suddetta, relativi agli anni 2011 e 2012, nonché le annesse relazioni del Consiglio di amministrazione e del Collegio sindacale, trasmessi alla Corte dei conti in adempimento dell'art. 4 della legge n.259 del 1958;

esaminati gli atti;

udito il relatore Presidente di Sezione Luciano Calamaro e, sulla sua proposta, discussa e deliberata la relazione con la quale la Corte, in base agli atti ed agli elementi acquisiti, riferisce alle Presidenze delle due Camere del Parlamento il risultato del controllo eseguito sulla gestione finanziaria della Società gli **esercizi 2011 e 2012**;

considerato che dall'analisi del bilancio e della documentazione acquisita dalla Società è emerso che:

- il conto economico della Capogruppo riferito all'esercizio 2011 registra un utile netto pari a 39,3 milioni di euro, (a fronte di una perdita di 128,5 milioni di euro consuntivata nell'esercizio 2010) mentre il 2012 chiude con una perdita di 245,7 milioni di euro a causa anche degli oneri per grandi eventi sportivi e per un accantonamento straordinario di 62 milioni di euro circa per incentivazione all'esodo del personale;

- il patrimonio netto 2011 evidenzia una crescita rispetto all'esercizio 2010 pari a + 52,7 milioni (da 374,8 milioni di euro a 427,5 milioni di euro) dovuta al positivo risultato d'esercizio; nel 2012 invece il patrimonio netto si riduce a 294 milioni a causa della riduzione delle riserve per il ripianamento delle perdite registrate nel periodo;
- il conto economico consolidato 2011 espone anch'esso un risultato positivo, in correlazione con la Capogruppo, per 4,1 milioni di euro; nel 2012 invece si registra una perdita di 244,6 milioni di euro con la medesima correlazione con il bilancio di RAI spa;
- per entrambi gli esercizi l'evasione dal pagamento del canone di abbonamento è stata elevata, seppure in lieve diminuzione nel 2012, (circa 27% per il canone ordinario), salvo che per il canone speciale (60%);
- il ricavo derivante dalla pubblicità ha evidenziato una consistente flessione rispetto agli esercizi pregressi: nel 2011 circa 59 milioni di euro in meno rispetto al 2010 mentre nel 2012 si è aggiunta una ulteriore riduzione di circa 210 milioni;
- il contenimento dei costi nel biennio in esame, seppure implementato rispetto all'esercizio pregresso, non è apparso ancora adeguato in relazione alla situazione economico-finanziaria della Società

ritenuto che, assolto così ogni prescritto incumbente, possa, a norma dell'art. 7 della citata legge n. 259 del 1958, darsi corso alla comunicazione alle dette Presidenze, oltre che dei bilanci di esercizio - corredati delle relazioni degli organi amministrativi e di revisione - della relazione come innanzi deliberata, che alla presente si unisce perché ne faccia parte integrante;

P. Q. M.

comunica, a norma dell'art. 7 della legge n.259 del 21 marzo 1958, alle Presidenze delle due Camere del Parlamento, insieme con i bilanci esercizio 2011-2012 - corredati delle relazioni degli organi amministrativi e di revisione – l'unita relazione con la quale la Corte riferisce il risultato del controllo eseguito sulla gestione finanziaria della Rai Radiotelevisione Italiana S.p.A.

ESTENSORE

Luciano Calamaro

PRESIDENTE

Ernesto Basile

Depositata in segreteria il 6 febbraio 2014

Relazione sul risultato del controllo eseguito sulla gestione finanziaria della **RAI-Radiotelevisione italiana S.p.A.** per gli esercizi 2011 e 2012

SOMMARIO

Premessa

1. Notazioni generali

- 1.1 L'evoluzione tecnologica del Sistema Televisivo
- 1.2 Il mercato televisivo
 - 1.2.1 L'offerta internazionale
 - 1.2.2 L'offerta per i minori
 - 1.2.3 L'offerta Web
- 1.3 Il mercato radiofonico

2. Il quadro normativo

- 2.1 I rapporti tra la RAI e lo Stato quale concedente del servizio pubblico radiotelevisivo
- 2.2 Le novità normative e regolamentari

3. La struttura e l'organizzazione della Società

- 3.1 Gli organi sociali ed i compensi
- 3.2 Il Direttore generale
- 3.3 Il Dirigente preposto alla compilazione dei documenti contabili
- 3.4 L'assetto organizzativo della società RAI e le Vice direzioni Generali
 - 3.4.1 Sedi regionali
 - 3.4.2 Sedi estere
- 3.5 Le spese di rappresentanza della società RAI e delle relative strutture
- 3.6 Costi e produzione delle testate giornalistiche televisive
- 3.7 La gestione della radio
- 3.8 L'assetto immobiliare

4. I controlli interni

- 4.1 Il Collegio sindacale e la società di revisione
- 4.2 Il Controllo previsto dal decreto legislativo n. 231/2001 e gli Organismi di vigilanza
- 4.3 Il Codice Etico
- 4.4 *L'Internal Auditing*

5. Il Gruppo RAI

- 5.1 L'assetto organizzativo del gruppo RAI
- 5.2 I rapporti tra la RAI e le società del Gruppo

6. Le consulenze

7. Le risorse umane

- 7.1 La consistenza del personale
- 7.2 Le cessazioni ed assunzioni del personale
- 7.3 Il contenzioso in materia di lavoro
- 7.4 Il costo del personale di RAI SpA
- 7.5 Il costo del personale del Gruppo RAI

8. Il contenzioso di RAI SpA

9. Il servizio pubblico radiotelevisivo ed il contratto di servizio

- 9.1 La definizione normativa del servizio pubblico radiotelevisivo
- 9.2 Il contenuto del contratto di servizio pubblico per il triennio 2010-2012
- 9.3 Sanzioni irrogate dall'AGCOM

10. Piani e Programmi

- 10.1 Il Piano industriale
- 10.2 Il Piano di produzione e il Piano di programmazione
 - 10.2.1 Festival di Sanremo
 - 10.2.2 Fiction
 - 10.2.3 Cinema

11. La contabilità separata

- 11.1 La disciplina legislativa
- 11.2 La forma e il contenuto dello schema della contabilità separata
- 11.3 Raccordo fra contabilità separata e bilancio di esercizio
- 11.4 La contabilità separata come strumento per la trasparenza nell'utilizzo del finanziamento pubblico

12. Il canone di abbonamento

- 12.1 Il canone quale strumento di finanziamento pubblico
- 12.2 L'entrata proveniente dai canoni di abbonamento
- 12.3 L'evasione dall'obbligo di abbonamento
- 12.4 La morosità degli abbonati

13. Gli altri ricavi

13.1 I ricavi commerciali

14. Gli interventi per il riequilibrio della gestione

15. Il Digitale terrestre

16. Le modalità di gestione dei rischi finanziari

17. La gestione economica, patrimoniale e finanziaria

17.1 Notazioni di sintesi

17.2 Lo stato patrimoniale

17.3 lo stato patrimoniale riclassificato

17.4 Il conto economico

17.5 Il conto economico riclassificato

17.6 Il rendiconto finanziario

17.7 Il bilancio consolidato

17.7.1 Il conto economico consolidato

17.7.2 Lo stato patrimoniale consolidato

18. Considerazioni conclusive

Allegato 1 - Principi regolatori del modello di separazione contabile

Allegato 2 - Confronto bilancio di esercizio e budget 2012

Premessa

Con la presente relazione la Corte dei conti riferisce sul controllo eseguito sulla gestione finanziaria della RAI – Radiotelevisione Italiana S.p.A. - per gli esercizi 2011 e 2012 con cenni anche sugli eventi di particolare rilevanza, verificatisi fino a data corrente.

Il precedente referto, relativo alla gestione dell'esercizio 2010, è stato pubblicato in Atti parlamentari, XVI legislatura, Doc. XV, n. 450.

Rai spa è stata sottoposta al controllo della Corte dei conti con le modalità di cui all'art 2 della legge 21 marzo 1958, n. 259, dal 1961 fino al 2009. Con d.P.C.M. 10 marzo 2010 la Società è stata sottoposta al controllo della Corte ai sensi dell'art. 12 della citata legge n. 259 del 1958 avuto riferimento alla intervenuta fusione della RAI spa nella RAI Holding e all'apporto statale al patrimonio.

A far tempo dal settembre 2010, quindi, il controllo viene esercitato tramite un magistrato che assiste alle sedute degli organi di amministrazione e controllo della società.

1. Notazioni generali

La RAI-Radio televisione italiana (RAI) SpA - in prosieguo RAI - il cui capitale sociale è in mano pubblica (il 99,56% è di proprietà del Ministero economia e Finanze, mentre la restante quota appartiene alla SIAE), ha la conduzione del servizio pubblico radiotelevisivo in regime di concessione.

La gestione della società è stata, in un primo tempo, sottoposta al controllo della Corte dei conti con il d.P.R. 20 luglio 1961, ai sensi dell'articolo 2 della legge 21 marzo 1958, n. 259, atteso che, all'epoca, la dipendenza dal finanziamento pubblico risultava assoluta, rafforzata, inoltre, dalla posizione monopolistica del servizio reso al pubblico. Il presupposto dell'apporto al patrimonio, che avrebbe consentito l'applicazione dell'articolo 12 della stessa legge, fu ritenuto recessivo rispetto a quello dell'ordinaria e ricorrente contribuzione.

Come già ricordato, ed evidenziato nella precedente relazione, il d.P.C.M. 10 marzo 2010, individuando nella modifica societaria conseguente alla fusione della RAI SpA nella RAI Holding la fattispecie tipica dell'apporto statale al patrimonio in capitale, ha sottoposto RAI SpA al controllo della Corte dei conti ai sensi dell'art. 12 della legge 259 del 1958¹.

¹Sulla vicenda si è riferito ampiamente nella relazione al Parlamento sugli esercizi dal 2002 al 2007.

1.1 Evoluzione tecnologica del Sistema Televisivo

Come illustrato nella precedente relazione, l'introduzione della modalità digitale della fine degli anni Novanta, ha radicalmente innovato il sistema televisivo.

Il prodotto audiovisivo è attualmente disponibile su internet, su smartphone, sui tablet.

All'intensificazione della capacità trasmissiva e della qualità del livello di personalizzazione della fruizione da parte dell'utente, ha fatto riscontro il calo degli ascolti per la televisione generalista.

Il nuovo scenario registra, quindi, un immediato effetto nell'incremento della capacità trasmissiva, conseguente al passaggio dal sistema analogico a quello digitale.

Parallelamente si sta completando il processo di liberalizzazione delle frequenze nella banda 800, da mettere a disposizione degli operatori telefonici per consentire una ampia diffusione delle reti di nuova generazione.

L'evoluzione tecnologica ha inciso pesantemente sulla struttura del mercato, anche televisivo. Quest'ultimo, per lungo tempo, e nella vigenza del sistema analogico, è stato caratterizzato dalla domanda delle frequenze, il cui rilevante valore economico traeva fondamento anche dal loro numero esiguo.

Attualmente la tecnica digitale, che ha sostanzialmente reso insignificante la questione della assegnazione delle frequenze tenuto conto della considerevole quantità delle stesse nel nuovo sistema, ha spostato il baricentro del mercato sulla qualità delle trasmissioni, sulla consistenza della platea degli utenti e sul tempo riservato alla visione e all'ascolto del prodotto radiotelevisivo.

Nella prospettiva di potenziare l'assetto tecnologico, la società ha avviato iniziative volte alla trasformazione da emittente radio televisiva a vera e propria *media company* e ha proseguito il proprio impegno, anche attraverso lo sviluppo di progetti complessi nell'ambito della multimedialità e della cross-medialità.

Il management ha confermato e rinnovato un profondo interesse affinché siano digitalizzati i prodotti e i processi produttivi e si attui un importante rinnovamento dei funzionamenti e delle dotazioni tecnologiche aziendali.

L'innovativo contesto, caratterizzato da un'alta penetrazione della tecnologia nella diffusione del prodotto televisivo, pone con assoluta centralità la questione dell'offerta della Rai agli utenti; il processo noto come *convergenza*, infatti, dematerializza progressivamente il prodotto stesso e ne consente l'emissione su una molteplicità di differenti sistemi di distribuzione.

Nel rispetto del proprio indirizzo strategico, la società, ha operato dapprima definendo un modello architettonico di riferimento capace di considerare ed armonizzare tutte le diverse componenti aziendali coinvolte, secondo un approccio di "sistema"; lo sviluppo tecnologico conseguente ha consentito, poi, di consolidare e di curare l'evoluzione di un'infrastruttura interoperabile, integrata, composta da piattaforme di elaborazione, soluzioni di connettività, ambienti per la memorizzazione di elevate quantità di informazioni.

Insieme, le soluzioni di connettività – che annoverano circa 2700 apparati, 100 postazioni di videoconferenza, 5900 telefoni IP, 18.000 telefoni tradizionali – garantiscono il collegamento tra i sistemi costituenti la piattaforma di elaborazione (intranet), il mondo esterno (internet), i fornitori e società terze (extranet); tramite dette soluzioni è stata implementata l'integrazione con il mondo telefonico (telefoni IP e telefoni legacy su VoIP) e la videocomunicazione su rete IP. La diffusione pervasiva delle indicate soluzioni attualmente consente la comunicazione tra 159 sedi nazionali, 15 sedi estere, 17 sedi extranet.

Con riferimento alle infrastrutture, le strategie di sviluppo, hanno interessato:

- il consolidamento della virtualizzazione, attraverso l'implementazione di un modello idoneo a razionalizzare ed ottimizzare l'utilizzo delle risorse e garantire elasticità ed efficienza nel rispondere con tempestività alle necessità di incremento della potenza elaborativa;
- l'introduzione di soluzioni cloud in grado di assicurare risorse elaborative, di storage e software, in ogni tempo e luogo;
- la garanzia della continuità operativa, mediante ridondanza su siti diversi dei servizi e delle informazioni considerati indispensabili per il funzionamento dell'azienda.

L'introduzione di nuove tecnologie e dei servizi ad esse connessi, oltre a favorire il cambiamento e a conseguire i vantaggi, rappresenta un'opportunità di razionalizzazione e ammodernamento dei processi operativi; in generale l'immissione di nuovi *asset* è condotta orientando la scelta verso soluzioni leader di mercato che integrano le diverse dimensioni operative.

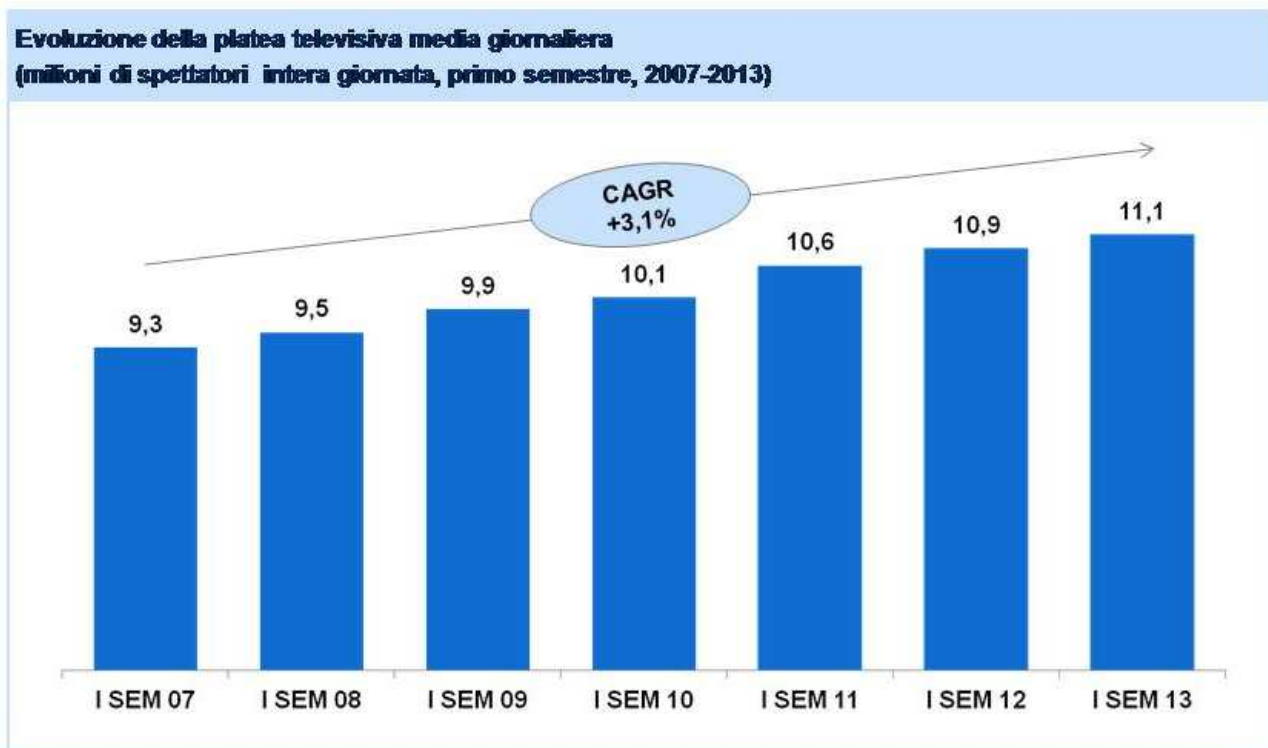
1.2 Il mercato televisivo

L'evoluzione registrata negli ultimi sei anni ha ormai consolidato una diversa composizione del mercato televisivo ed una diversa configurazione e peso delle singole emittenti.

Le principali tendenze nel mercato italiano evidenziano una crescita del consumo televisivo, l'erosione degli ascolti delle reti generaliste e la netta contrazione dei ricavi derivanti dalla pubblicità.

Il primo dei descritti eventi e, cioè, il progressivo incremento della platea televisiva media giornaliera, configura un fatto comprovato dall'esame dei dati rilevati sin dal 2007.

A fronte dei 9,3 milioni di spettatori registrati nel primo semestre del 2007, il 2012 ne ha annotati 10,9, con prospettive di ulteriore crescita, già rilevata alla fine del primo semestre 2013.

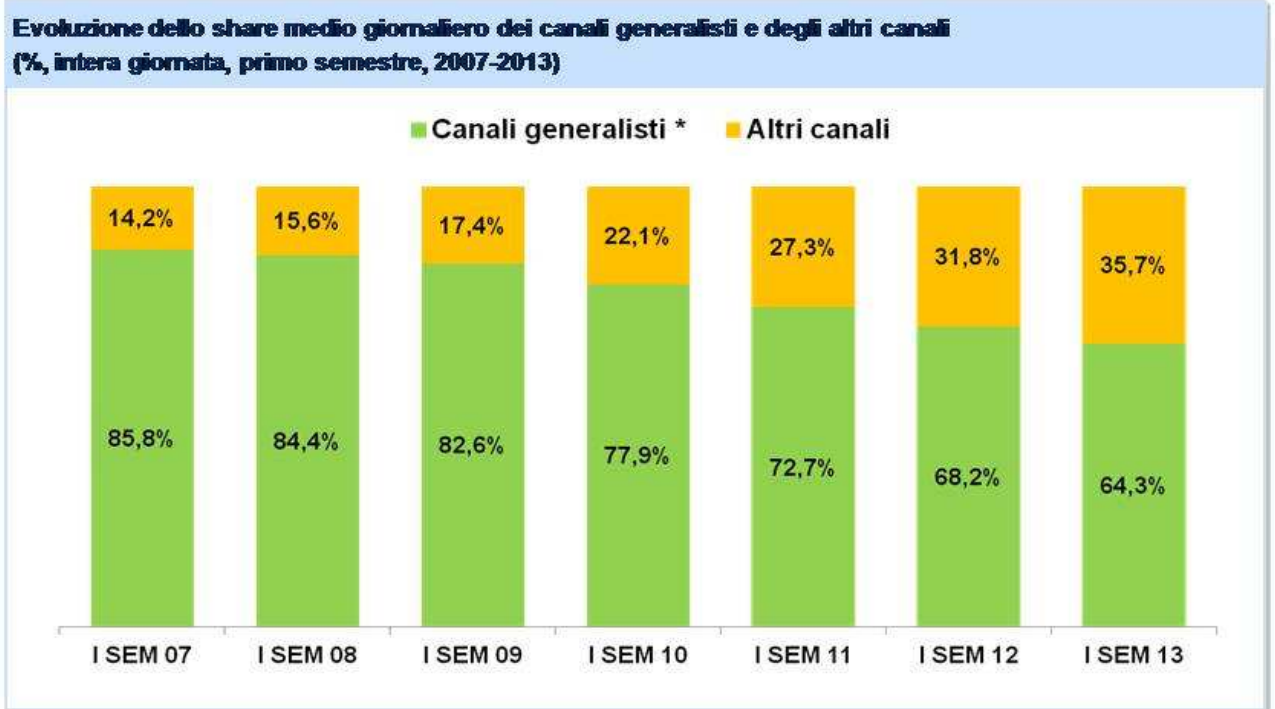


Fonte RAI S.p.A.

Nello stesso arco temporale di riferimento, come già accennato, trova collocazione la flessione degli ascolti delle reti generaliste e l'opposto fenomeno che ha connotato i canali specializzati.

Il calo delle prime si aggira intorno al - 17,6% (nel 2007 85,8%, nel 2012 68,2%), con una propensione al peggioramento rilevata nel primo semestre 2013

(-3,9%). Per i canali tematici, al contrario, affiora un consistente incremento dello share, apprezzabile, nello stesso periodo, nella misura percentuale del + 17,6% (nel 2007 14,2%, nel 2012 31,8%), ancora in aumento nel 2013 (+3,9%).



Fonte RAI S.p.A.

Il quadro completo degli ascolti delle varie emittenti, è rappresentato nella seguente tabella che riporta anche l'andamento del primo semestre 2013.

Canali	2009	2010	2011	2012	2013*
CANALI GENERALISTI	81,2%	76,6%	71,0%	65,5%	63,3%
CANALI specializzati FREE	1,9%	5,9%	12,1%	17,5%	21,1%
Canali pay Sky	7,1%	7,2%	7,5%	7,8%	7,4%
Canali pay multipiattaforma	0,8%	0,7%	0,6%	0,6%	0,5%
Canali pay DTT	0,0%	0,5%	0,6%	0,6%	0,6%
TOTALE CANALI PAY	7,9%	8,4%	8,7%	9,0%	8,4%
ALTRE	9,0%	9,1%	8,2%	8,0%	7,3%

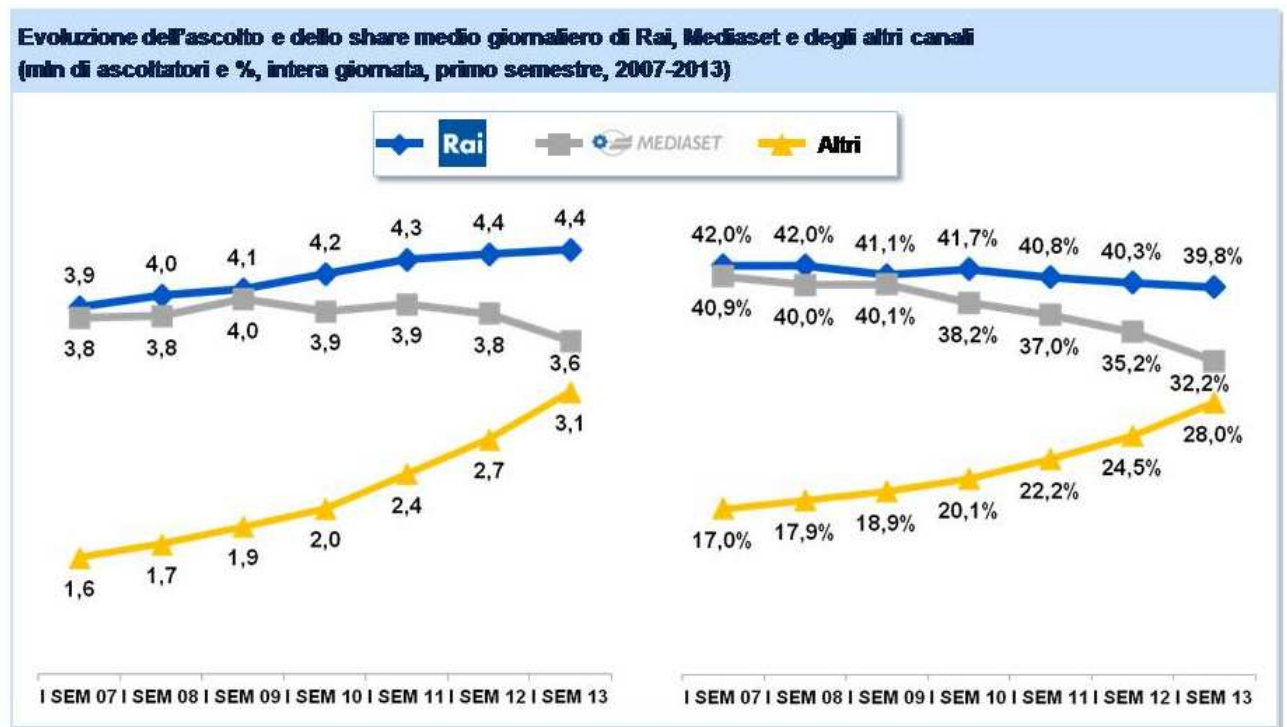
Fonte: RAI

L'introduzione del sistema digitale, e il conseguente aumento complessivo dell'offerta televisiva, ha ridisegnato il panorama degli ascolti. All'attualità si annoverano 75 canali nazionali gratuiti, tra i quali spiccano, per quantità e competitività, quelli semigeneralisti e per bambini.

Le proposte della Rai sono disponibili con la tecnologia digitale terrestre e satellitare; soltanto alcuni canali sono fruibili sulla piattaforma free tivù sat.

Si riporta un quadro di sintesi dei canali Rai diffusi sui multiplex del digitale terrestre assegnati alla società, sul satellite e tramite tivù sat.

L'andamento del mercato italiano, pone in evidenza la crescita degli ascolti medi e una lieve riduzione di quelli della Rai, che si mantengono, peraltro, intorno al 40%; sotto altro versante si assiste alla marcata ascesa degli altri canali, trainati da quelli free.



Fonte RAI S.p.A.

Nel 2012 sono state mandate in onda trasmissioni per complessive 122.976 ore, senza considerare quelle in alta definizione.

La tabella seguente evidenzia le ore di diffusione per genere e la percentuale di ciascuno di essi rispetto al totale.



Fonte RAI S.p.A.

Come già accennato, l'introduzione del digitale terrestre ha determinato un notevole impulso dell'offerta televisiva, prevalentemente proposta in chiaro o via satellite².

Quella gratuita è in continuo aumento³.

Con la tecnologia digitale si sono, inoltre, incrementate le proposte semigeneraliste di intrattenimento, serie tv e film nonché quelle dedicate ai bambini.

Si conferma, quindi, la tendenza, già emersa negli anni precedenti, alla redistribuzione degli ascolti tra reti generaliste e canali specializzati.

Per quanto riguarda Rai, il primo semestre 2013, evidenzia i seguenti approdi:

- le reti generaliste, pur complessivamente in calo, raggiungono nell'intera giornata con il 33,4% di share e in prima serata il 35,6%, ancorchè detti risultati siano inferiori a quelli conseguiti nel 2012 (-1,2% sull'intero arco giornaliero e -1,3% sul prime time);
- i canali specializzati, al contrario, si posizionano sulla soglia del 6,4% di share nell'intera giornata, con una crescita percentuale dello 0,8%. Anche gli ascolti della prima serata evidenziano un aumento percentuale rispetto al 2012 dello +0,6%, e si attestano al 5,4%.

²Alcuni canali specializzati Rai e quasi tutti quelli Mediaset sono visibili solo attraverso la piattaforma gratuita Tivù Sat, altri canali sono invece visibili solo sulla piattaforma Sky.

³Nel primo semestre 2013 sono stati lanciati Top Crime del Gruppo Mediaset e La Effe dell'editore Feltrinelli.

In aggiunta alle tre reti generaliste, la Rai ha realizzato i dodici canali specializzati, ricevibili tramite digitale terrestre e satellitare.

Il Gruppo Rai, quindi, è presente su tutte le piattaforme consolidate ed emergenti del mercato e propone un'offerta ampia e articolata.

Il digitale terrestre è la piattaforma televisiva di riferimento per la società.

Negli ultimi anni la strategia societaria si è focalizzata sulla proposta multicanale e sullo sviluppo delle infrastrutture trasmissive, piano di azione che ha favorito l'affermazione del digitale terrestre nel corso del processo di passaggio dal sistema televisivo analogico a quello del nuovo standard.

Nella prospettiva societaria, il satellite configura un'alternativa televisiva complementare rispetto al digitale terrestre, che permette, peraltro, di raggiungere territori, e relativi utenti, non serviti, anche solo parzialmente, dalla innovativa tecnologia di diffusione.

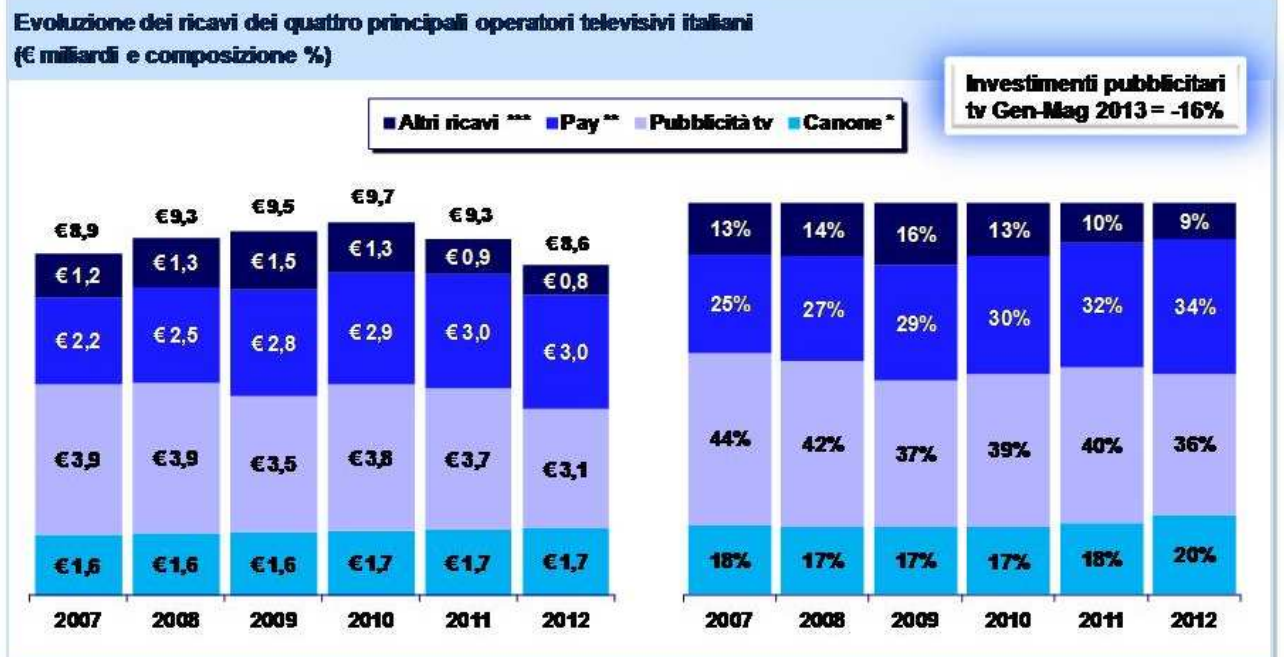
Nel delineato scenario la Rai, nel luglio 2009, insieme a Mediaset e Telecom Italia Media, ha realizzato una piattaforma gratuita, denominata 'Tivù Sat', che offre al pubblico l'opportunità di accedere via satellite all'offerta disponibile in chiaro sul digitale terrestre.

Con il completamento del passaggio alla tecnologia digitale terrestre, l'offerta televisiva Rai si è uniformata in tutto il territorio.

La società, inoltre, mette a disposizione, in aggiunta e a supporto dell'offerta televisiva lineare, applicazioni interattive e servizi video on demand via internet fruibili con specifiche tipologie di decoder e connected televisivi.

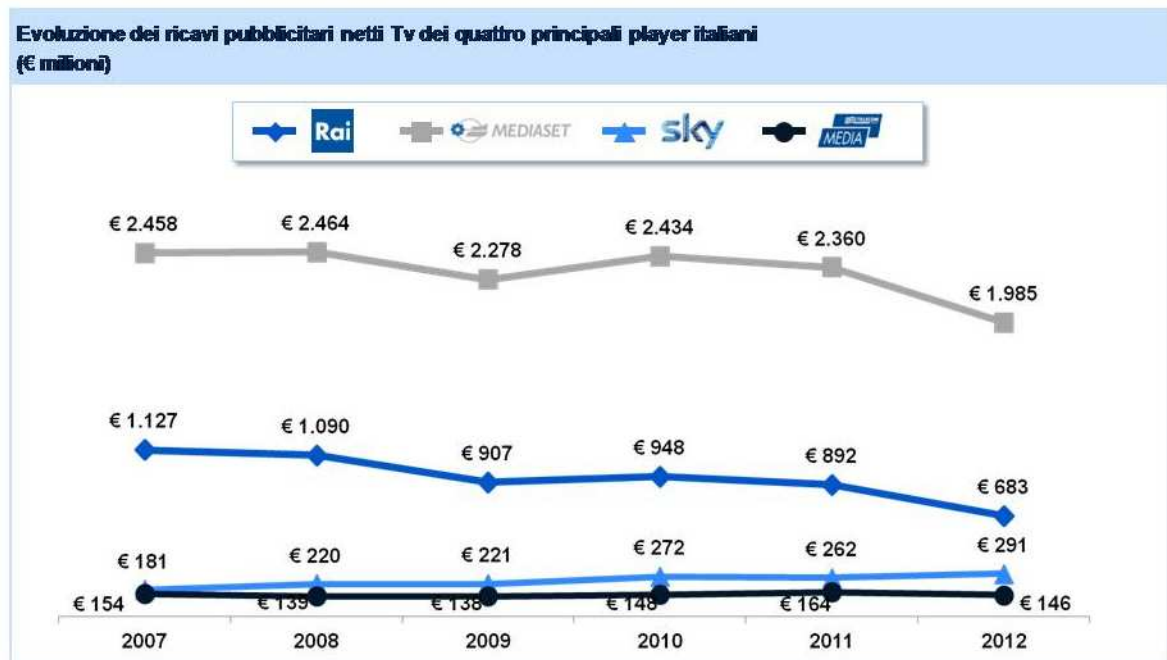
Avuto riguardo al profilo dei ricavi, si deve osservare che nel 2012 quelli dei principali operatori televisivi, sono scesi al di sotto del valore accertato nel 2007, per effetto della flessione dei proventi derivanti dalla pubblicità e degli altri ricavi.

Nel delineato contesto, anche la pay tv ha risentito delle condizioni del mercato, interrompendo il trend positivo che aveva connotato la sua performance negli anni passati.



Fonte RAI S.p.A.

Le entrate complessive di Rai, Mediaset e Sky, nel 2012 si sono allineate al valore di 2,8 miliardi di euro, con un leggero primato dell'emittente a pagamento.



Fonte RAI S.p.A.

Dal superiore grafico si rileva il calo dei proventi derivanti da pubblicità, che ha caratterizzato il mercato televisivo dal 2007, per circa 444 milioni di euro per la Rai

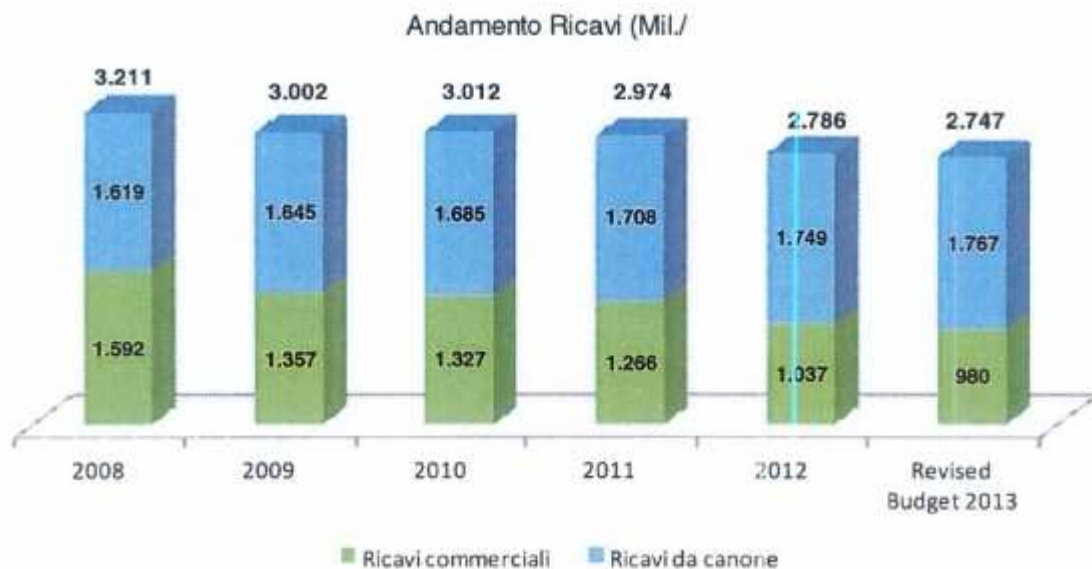
(-39%) e per 473 milioni di euro (- 19%) per Mediaset.

In tendenza opposta si presenta SKY che ha aumentato gli introiti di cui si tratta di circa 110 milioni di euro (+61%).

I ricavi di Telecom Italia Media, non hanno subito oscillazioni rilevanti tenuto conto dell'ampio periodo di riferimento 2007 – 2012.

Alla diversa configurazione del mercato in termini di offerta disponibile agli spettatori si è unita una profonda crisi economica ed una diminuzione drastica delle risorse disponibili.

Il seguente grafico consente di apprezzare l'andamento dei ricavi complessivi della società, dal 2008, la loro diminuzione, 460 milioni di euro, e quella afferente ai proventi commerciali, di oltre 600 milioni di euro.



Fonte RAI S.p.A.

Alla diminuzione delle risorse, è corrisposta da parte dell'azienda un'azione di contenimento dei costi esterni (-300 milioni di euro in 6 anni al netto dei grandi eventi sportivi), di seguito rappresentata.



Fonte RAI S.p.A.

Nonostante l'avvenuta riduzione dei costi, si deve rilevare come, indipendentemente dal diverso panorama di offerta e dalle difficoltà sul fronte dell'acquisizione delle risorse, le modalità di progettazione editoriale e la relativa fase di implementazione produttiva siano rimaste sostanzialmente ancorate a modelli poco adeguati rispetto al nuovo quadro di riferimento.

1.2.1 L'offerta internazionale

L'offerta internazionale della Rai - ed in particolare il Canale Rai Italia - costituisce un obbligo legislativamente demandato alla concessionaria del servizio pubblico ed è inserita fra le attività "predeterminate" del servizio stesso nell'ambito della contabilità separata.

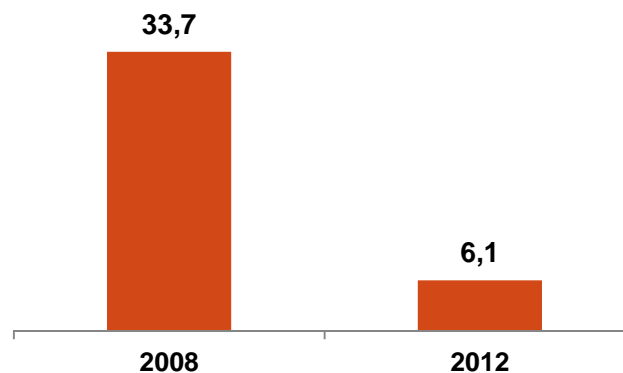
Rai Italia è distribuito in tutte le aree di interesse delle comunità italiane (in particolare Stati Uniti, Canada, America Latina, Sudafrica e Australia), attraverso accordi commerciali con operatori satellitari e cavo. Di recente, inoltre, è stato lanciato il nuovo canale Rai World Premium.

La società diffonde in Europa la programmazione di Rai1, Rai2 e Rai3 su piattaforme pay (cavo o satellite) nei vari Paesi.

Attualmente Rai World svolge, per conto di Rai, l'attività commerciale e di distribuzione dei canali Rai in Europa e nel mondo.

I ricavi derivanti dalla diffusione all'estero della programmazione della Rai, mostrano una rilevante flessione negli anni.

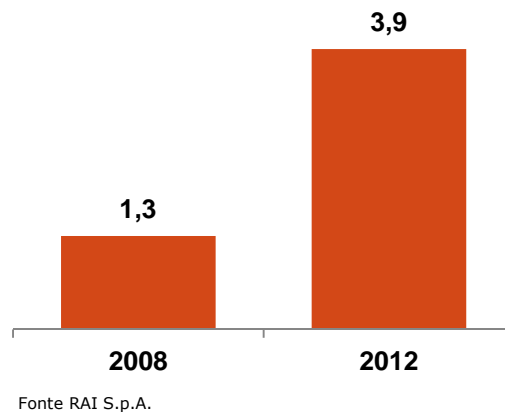
Nel 2008 i proventi erano stati pari a 33,7 milioni di euro, mentre nel 2012 si sono attestati in 6,1 milioni di euro, con un vistoso calo di 27,6 milioni di euro.



Fonte RAI S.p.A.

I proventi derivanti dalla pubblicità appaiono scarsamente significativi avuto riguardo alle caratteristiche editoriali e alla mancanza di un necessario presidio capillare e multiterritoriale.

Le entrate derivanti dalla commercializzazione dei diritti segnano, invece, come si apprezza dal grafico seguente, una crescita, ancorchè di modeste dimensioni, per effetto dei rinnovi contrattuali con operatori esteri.

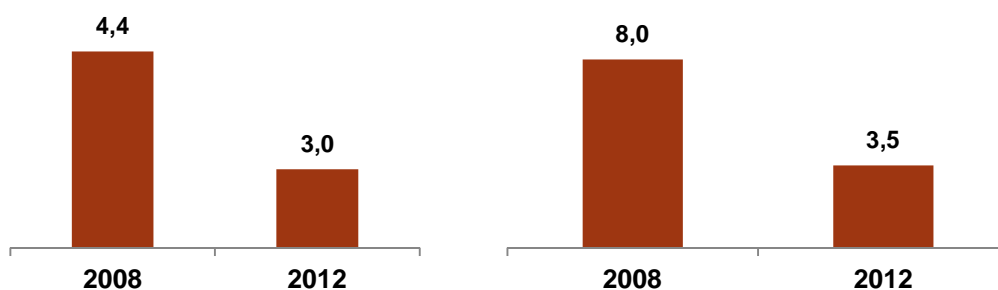


Sul versante dei costi della programmazione, nello stesso periodo di riferimento, si è registrato un consistente calo ascrivibile alla riduzione:

- dei programmi di produzione propria, stante i minori ricavi da convenzione;
- dei diritti di autore ed equo compenso ;
- dei diritti sportivi (costo netto) in decisa flessione.

Anche il costo del personale evidenzia un netto decremento, soprattutto per la chiusura del servizio onde corte della radiofonia.

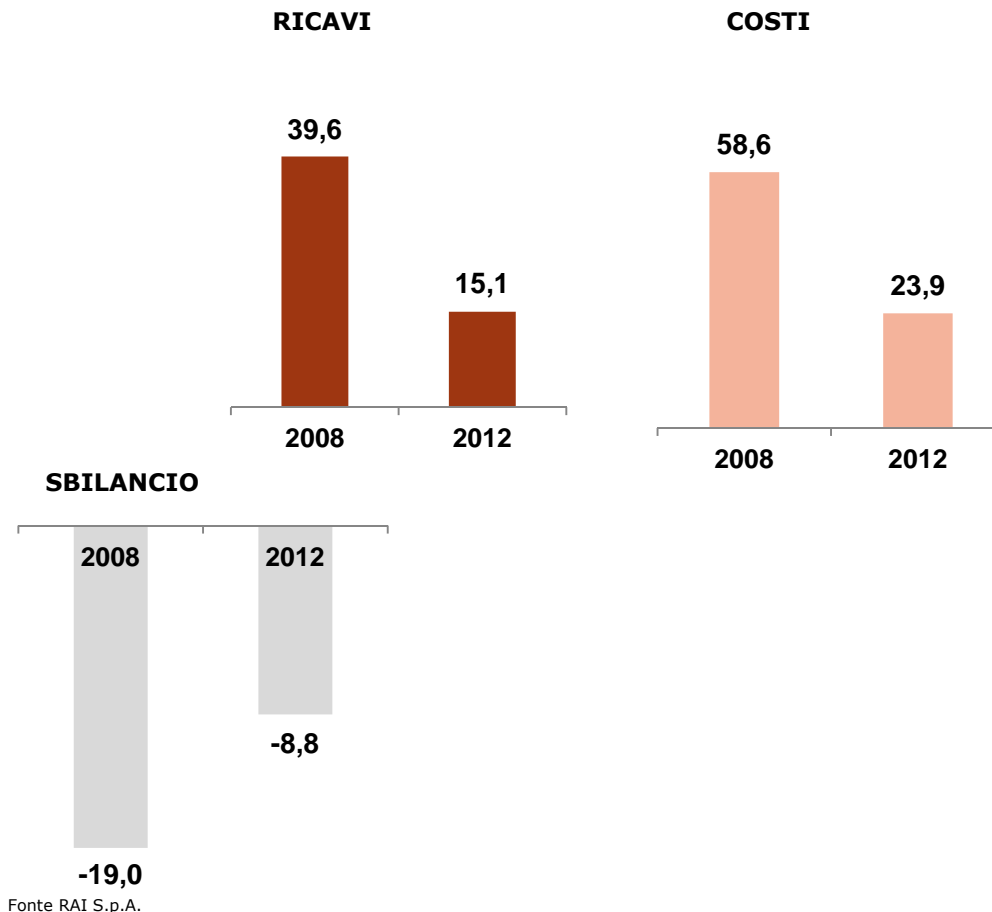
Le spese generali di struttura, relative all'offerta internazionale, ivi comprese quelle per il funzionamento dell' "azienda" Rai World, evidenziano omologa tendenza, al pari dei costi fissi, questi ultimi in deciso abbattimento per la chiusura servizi di distribuzione sui territori del Nord America svolti da Rai Corporation, dei servizi radiofonici per la riduzione a sole 4 emissioni necessarie per tener conto dei differenti fusi orari. In particolare le spese generali sono passate da 4,4 milioni di euro nel 2008 a 3,0 milioni di euro nel 2012, mentre i costi fissi, pari a 8,0 milioni di euro nel 2008, si sono attestati nel 2012 a 3,5 milioni di euro.



Fonte RAI S.p.A.

Il succitato contesto economico si traduce in uno squilibrio nel 2012 pari a 8,8 milioni di euro contro i 19 milioni di euro registrati nel 2008. Lo "sbilancio" di tali

attività, al pari di tutta l'offerta di Servizio Pubblico Rai, appare strutturale e complessivamente coperto dal canone di abbonamento.



Sulla base della lettera di incarico del 12 marzo 2008, Rai World distribuisce per conto Rai i canali Rai Italia (zona extra Europa), Rai News (Europa e resto del mondo) e Rai 1, 2, 3, Rai Storia, Rai Scuola (ritrasmissioni in Europa).

Recentemente è stata attivata la distribuzione internazionale del nuovo canale Rai World Premium.

In totale i ricavi commerciali derivanti dall'attività distributiva, acquisiti direttamente da Rai, ammontano per il 2012 a 9 milioni di euro (3,9 milioni di euro derivano dal canale Rai Italia e 5,1 milioni dalle ritrasmissioni in Europa).

Nel descritto panorama, particolare importanza riveste la società Rai World, controllata dalla Rai. La proposta editoriale di Rai World, offerta nelle diverse piattaforme di diffusione IpTv, Web-Tv e Mobile Tv, è rivolta ai telespettatori

appartenenti alle comunità di connazionali residenti all'estero, a coloro che viaggiano per turismo o lavoro e agli operatori residenti all'estero.

Il canale Rai Italia, distribuito da Rai World con diverse modalità nel mondo⁴, in conformità con le previsioni di cui alla convenzione tra Rai e Presidenza del Consiglio dei ministri, si caratterizza per un'offerta semigeneralista, realizzata principalmente attraverso la riproposizione dei migliori programmi realizzati dalle Reti nazionali.

Parallelamente, d'intesa e in collaborazione con RaiNet, ha avuto inizio il progetto di ristrutturazione dei siti web di Rai World, Rai Italia e dei singoli programmi.

La collocazione internazionale della RAI - peraltro prevista dall'ordinamento e dalla convenzione stipulata con la Presidenza del Consiglio dei ministri- dovrebbe trovare più ampia visibilità non limitando le finalità della programmazione di Rai Italia al solo mantenimento dell'identità culturale nazionale e della memoria del Paese, ma virandola anche verso la penetrazione commerciale di nuovi mercati e lo sviluppo di iniziative imprenditoriali, così da accrescere la conoscenza e la diffusione del sistema Italia.

Nell'attuale contesto mondiale del mercato, l'offerta internazionale non può essere circoscritta all'obiettivo di raggiungere il maggior numero di italiani, attraverso una programmazione in lingua italiana, ma necessita di una strategia di sviluppo che consenta una effettiva espansione della promozione del Paese.

A ciò si aggiunga che le nuove generazioni parlano sempre di meno la lingua italiana. Il descritto indirizzo è stato recepito da tutti i broadcaster europei che propongono un'offerta internazionale con rilevante impiego di risorse.

Sul fronte degli investimenti pubblicitari esteri, particolare rilievo assume la territorialità dell'offerta pubblicitaria.

In sintesi, ove si voglia mantenere, per l'avvenire, la presenza internazionale della Rai, appare necessario il miglioramento dell'offerta da sviluppare dando spazio ad una programmazione destinata non solo alle comunità italiane, ma alla più ampia platea interessata al sistema Italia.

⁴ Il canale Rai Italia, oltre ad essere trasmesso in Asia in modalità free in 56 paesi, raggiunge, con la programmazione di 24 ore e/o una programmazione parziale, circa 33 milioni di abitazioni nei continenti extraeuropei ed in particolare 8,1 milioni in Canada (di cui 110.000 con abbonamento premium al canale di 24 ore), 150.000 negli USA (abbonati premium al canale di 24 ore) dopo la chiusura dell'offerta free assicurata da Rai Corporation, 13 milioni in America Latina attraverso operatori cavo e satellite, 7,5 milioni in Australia (diffusione di una programmazione parziale sulla SBS, il canale pubblico australiano per le comunità linguistiche) e circa 4 milioni nell'Africa Sub Sahariana (abbonamento premium). In Canada il canale televisivo è disponibile attraverso 10 operatori cavo/satellite, in America Latina (ove risulta uno dei canali televisivi europei più diffusi), è trasmesso in modalità basic o extended basic, in Asia e Africa si diffonde tramite la piattaforma satellitare, mentre in Australia, per effetto del fenomeno di overspill del segnale distribuito con modalità gratuita dall'Asia, la parte settentrionale del continente, oltre all'offerta a pagamento, può fruire di Rai Italia anche in modalità free, mentre la restante area riceve solo l'offerta di Rai World (Rai Italia, Rai News24 e Rai world Premium) in modalità pay.

1.2.2 L'offerta televisiva per i minori.

Il rapporto che lega il mezzo televisivo ai minori, è stato considerato dal legislatore meritevole di tutela e di apposita disciplina.

Il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, testo unico della radiotelevisione impone alle emittenti televisive ed ai fornitori di contenuti di osservare le disposizioni a tutela dei minori previste dal Codice di autoregolamentazione della televisione e minori e di applicare specifiche misure a loro tutela nella fascia oraria di programmazione⁵.

Il decreto 27 aprile 2006, n. 218, ha disposto che nei programmi radiotelevisivi, ivi compresi quelli di intrattenimento e di carattere sociale o informativo, l'impiego dei minori di anni quattordici debba avvenire con il massimo rispetto della dignità personale, dell'immagine, dell'integrità psicofisica e della privacy.

Successivamente con il decreto legislativo 28 giugno 2012, n. 120, sono state introdotte particolari cautele per la proiezione di film vietati ai minori di anni 14, la cui diffusione è stata consentita, nell'orario fra le ore 23,00 e le ore 7,00, preceduta da un'avvertenza acustica e identificata, durante tutto il corso della trasmissione, da un simbolo visivo.

Il citato codice di autoregolamentazione disciplina la partecipazione dei minori alle trasmissioni televisive con particolare attenzione alla fascia 7,00 - 22,30 ed alla trasmissione di immagini di violenza, di sequenze particolarmente crude o brutali tali da creare turbamento nello spettatore minore, o notizie che possano nuocere alla sua integrità psichica o morale. Per quanto concerne la diffusione di film, fiction e spettacoli vari, le emittenti soggiacciono all'obbligo di annunciare, con congruo anticipo, la inidoneità di dette trasmissioni per i minori e di dedicare nei propri palinsesti una fascia "protetta" di programmazione tra le ore 16,00 e le ore 19,00 adatta alle loro esigenze. La disciplina dispone tre livelli di protezione a tutela dei contenuti di programmazione⁶.

Il decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44, poi, ha previsto specifiche norme in materia di tutela dei minori, come il divieto di trasmissione di contenuti porno in tv

⁵ Il Codice di Autoregolamentazione TV e minori approvato dalla Commissione per l'assetto del sistema radiotelevisivo il 5 novembre 2002 e sottoscritto dalle emittenti e dalle associazioni firmatarie.

⁶ L'attuazione del Codice e' affidata a un "Comitato" che, d'ufficio o su denuncia dei soggetti interessati, verifica il rispetto della normativa. Tutte le delibere adottate dal Comitato vengono trasmesse all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni che provvede, inoltre, a denunciare alla stessa Autorità la violazione delle regole del codice al fine di consentirle l'esercizio degli specifici poteri.

dalle 7 alle 23, una disciplina molto più restrittiva sul cosiddetto "parental control" per i decoder satellitari e una classificazione dei programmi nocivi per i minori.

Specifico riferimento alla programmazione televisiva per i minori è dedicata dal vigente contratto di servizio, in forza del quale la RAI si impegna al rispetto delle norme comunitarie e nazionali ed a rafforzare l'offerta in tale settore e la sua diffusione in almeno due canali tematici dedicati e differenziarla a seconda delle diverse fasce di età'.

La Rai è tenuta, altresì, anche a destinare una quota minima del 15 per cento dei ricavi complessivi annui ad investimenti per le opere europee realizzate da produttori indipendenti; di tale quota, una percentuale non inferiore al 5 per cento deve essere destinata alle opere di animazione appositamente prodotte per la formazione dell'infanzia.

Particolarmente rilevanti si sono rivelati gli interventi regolatori dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni⁷.

In particolare le recenti delibere n. 51/13/CSP e la n. 52/13/CSP, hanno adeguato la tutela alla stregua dell'evoluzione tecnologica e normativa del sistema radiotelevisivo.

Con il primo atto è stato emanato il nuovo regolamento sulle misure tecniche (il parental control) per i servizi di video on demand dirette ad impedire che i minori accedano a programmi altamente pregiudizievoli⁸.

Il regolamento prevede che i fornitori di trasmissioni gravemente nocive per lo sviluppo dei minori, diffuse su qualunque rete di comunicazione elettronica in modalità non lineare (ossia on demand), debbano implementare una funzione di controllo parentale che inibisca specificamente e selettivamente la visione di tali programmi ai più piccoli.

La delibera 3 maggio 2013, n. 52/13/CSP, reca il regolamento in materia di criteri di classificazione delle trasmissioni televisive che possono nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori⁹.

⁷ Si richiamano al riguardo le deliberazioni 538/01/CSP, n. 165/06/CSP del 22/11/06, n. 23/07/CSP del 22/02/07.

⁸ I fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta che offrono contenuti che possano gravemente nuocere ai minori dovranno tra l'altro pubblicare sui propri siti web la descrizione della funzione di controllo parentale e delle relative procedure di funzionamento. Per quanto, invece, riguarda i dispositivi di ricezione già installati e attualmente in commercio, dovranno essere poste in essere adeguate attività informative, anche personalizzate e individuali, atte a sensibilizzare l'utenza adulta circa la necessità di impostare un codice segreto personalizzato per inibire la fruizione dei predetti contenuti da parte dei minori.

⁹ Il regolamento prevede che i contenuti siano qualificati come gravemente nocivi per i minori sulla base di due parametri: "area tematica" e "principali modalità rappresentative". Le "aree tematiche" di classificazione sono: violenza; sesso; diritti fondamentali e incolumità della persona. Nell'ambito di ciascuna area tematica, la classificazione del singolo contenuto come gravemente nocivo per i minori viene ora effettuata in base

Tanto premesso sul piano ordinamentale, si deve osservare che le trasformazioni in corso nell'ultimo decennio hanno fortemente condizionato lo sviluppo della televisione per i minori: le due principali tendenze sono state la progressiva penetrazione del modello multicanale nel segmento bambini e la crescita del numero e della popolarità dei canali tematici dedicati. Lo sviluppo di questi ultimi nello specifico settore di intervento in Italia (in termini di ascolti, ampiezza e articolazione dell'offerta), risente del processo di disinvestimento da parte delle emittenti generaliste sugli spazi del palinsesto dedicati ai contenuti per il pubblico dei più giovani, riducendo al minimo anche gli sforzi produttivi e di progettazione della linea editoriale.

Al momento le reti generaliste che riservano spazi per il pubblico dei bambini sono esclusivamente Rai2 e Italia 1.

L'offerta televisiva per minori è, pertanto, presente nei canali tematici, distribuiti sia sulla piattaforma free del digitale terrestre (DTT) sia sulla piattaforma satellitare a pagamento. Sul DTT operano le principali emittenti nazionali (RAI, Mediaset, Discovery), che garantiscono un ampio accesso a carattere gratuito a una programmazione di stampo nazionale o europeo. Tramite satellite operano i principali operatori transnazionali che garantiscono l'accesso alla programmazione delle emittenti statunitensi (Disney, Nickelodeon, Turner).

L'offerta gratuita per bambini e ragazzi, nelle sue diverse manifestazioni, configura uno degli ambiti editoriali più distintivi, rilevanti e dinamici delle offerte della piattaforma digitale terrestre, legata non solo all'alto numero di canali disponibili, ma anche alle buone percentuali di ascolto, talvolta non molto distanti da quelle registrate dai canali semi-generalisti.

Avuto riguardo al profilo editoriale, l'aumento del numero dei canali tematici per ragazzi non è avvenuto in modo disordinato, ma organico mediante diverse strategie di presidio della fascia 4/14 anni.

Il posizionamento del canale e la segmentazione del pubblico, sono connessi al genere e all'incidenza, in termini di composizione del pubblico, maschile o femminile, e della età, variabile, quest'ultima, che consente la distinzione tra canali a target scolare e canali a target prescolare. Sulla base dei richiamati parametri, il mercato si è assestato in due diverse direzioni: o sulla base anagrafica prescolare (con la gemmazione di numerosi canali "junior")¹⁰ ; ovvero sul genere di riferimento (ad

alle principali modalità rappresentative del medesimo. La classificazione del contenuto come gravemente nocivo avviene solo all'esito del processo di valutazione effettuato tramite l'utilizzo dei parametri esplicitati.

¹⁰ I canali dedicati al target compreso tra i 4 e i 14 anni sono Disney Junior, Nick Jr., Rai YoYo, Cartoonito, Boomerang, Jimjam; a questi si aggiungono canali non esplicitamente rivolti al pubblico prescolare, ma

esempio, Disney Channel e Disney XD, a dominanza, rispettivamente, femminile e maschile)¹¹.

La tabella seguente evidenzia la complessiva articolazione dello specifico segmento di mercato, i gruppi editoriali coinvolti, i canali, free o a pagamento, dedicati ai minori, la piattaforma di trasmissione, la fascia cui sono destinati e la lingua con la quale le trasmissioni vengono mandate in onda.

caratterizzati da una particolare affinità con questo target (Cartoon Network). Fra i canali a target scolare, fino alle fasce superiori del pubblico dei kids (i cosiddetti tweens), il canale con il profilo anagrafico più elevato risulta essere Disney Channel, seguito da Rai Gulp e Disney XD.

¹¹ Con riguardo alla variabile di genere e, in particolare, all'incidenza del pubblico femminile sugli spettatori tra i 4 e i 14 anni di ciascun canale, alcuni canali che si caratterizzano per una prevalenza, in termini di composizione, di giovani spettatrici (è Rai Gulp il canale con la maggiore incidenza del pubblico femminile nel segmento 4/14 - con una percentuale di bambine e ragazze superiore al 73% -, segue Disney Channel, Frisbee, Super! e DeA Kids) e canali che attraggono soprattutto il giovane pubblico maschile (Cartoon Network - dove la percentuale di donne scende al di sotto del 20% - e, a seguire, Disney XD, Nickelodeon e K2). Non mancano, peraltro, canali che non pongono l'orientamento di genere come variabile dirimente in fatto di posizionamento e di segmentazione del pubblico: il mini-generalista Boing si colloca in quest'area, con un'incidenza del pubblico femminile nel segmento 4/14 attorno al 48%; lo stesso vale per Cartoonito, Nickjr., Disney Junior e Boomerang.

GRUPPI	CANALI	DIGITALE FREE		DIGITALE PAY		TARGET	LINGUA
		DTT/Tivù Sat	PREMIUM	sky			
Rai	Rai Gulp	✓		✓		SCHOOL	ITA
	Rai YoYo	✓				PRE-SCHOOL	ITA
MEDIASET Turner	Bong	✓				SCHOOL	ITA
	cartoonito	✓				PRE-SCHOOL	ITA
DAGOSTINI COMMUNICATIONS	DeA Kids			✓		SCHOOL	ITA
	Spa!	✓		✓		SCHOOL	ITA
	DeA Junior			✓		PRE-SCHOOL	ITA
Discovery COMMUNICATIONS	K2	✓		✓		SCHOOL	ITA
	frisbee	✓		✓		SCHOOL	ITA
FOX	Walt Disney			✓		BABY	ITA
chellozone	Walt Disney			✓		PRE-SCHOOL	ITA
CINQUEPUNTI	CN		✓	✓		SCHOOL	ITA
	Afternoons			✓		SCHOOL	ITA
VIACOM	nickelodeon			✓		SCHOOL	ITA
	nick jr.			✓		PRE-SCHOOL	ITA
Disney	Disney		✓	✓		SCHOOL	ITA
	Disney Junior		✓	✓		PRE-SCHOOL	ITA
	Disney			✓		SCHOOL	ITA
	Disney			✓		SCHOOL	ING
Arabia	Arabia			✓		SCHOOL	MULT-LANG
	Arabia			✓		SCHOOL	ARAB
Arabia	Arabia			✓		SCHOOL	ARAB
	Arabia			✓		PRE-SCHOOL	ARAB

Fonte: Osscom

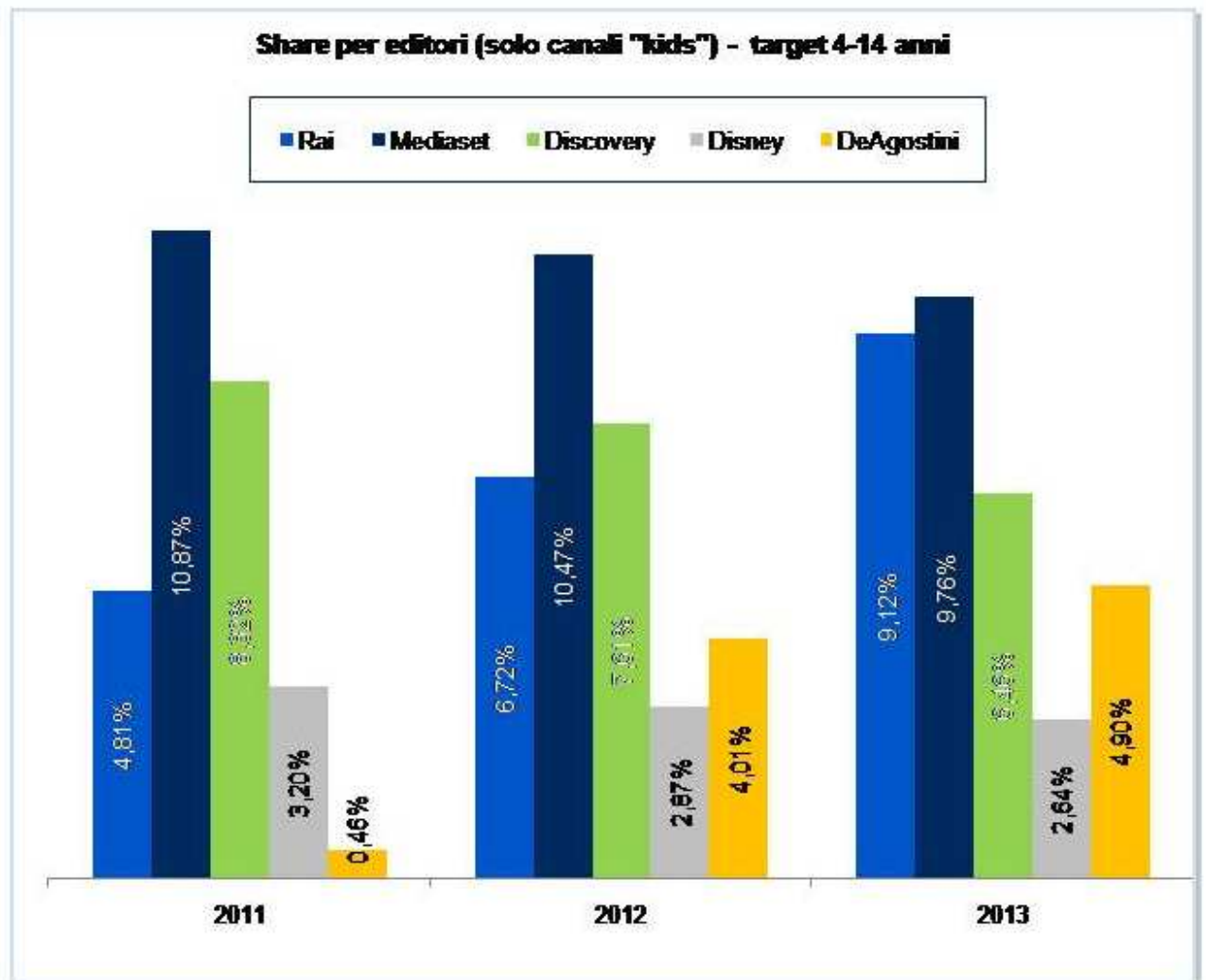
L'offerta della Rai nello specifico settore, evidenzia una componente marginale del palinsesto dei canali generalisti, peraltro esclusivamente di Rai 2, e si concentra su quelli specializzati.

La proposta tematica di Rai per i minori ha origine negli anni novanta nell'ambito dell'accordo tra Rai Sat e Sky per la fornitura di canali, prima con il canale RaiSat Ragazzi e, poi, con RaiSat YoYo e Smash. L'offerta si rafforza a partire dal 2007¹² e, soprattutto, nel 2009, quando viene a scadenza il contratto con Sky per la diffusione su satellite dei canali per ragazzi¹³.

¹² In tale anno inizia le trasmissioni il canale Rai Gulp, rivolto a un pubblico di adolescenti e bambini in età scolare.

¹³ A seguito della scadenza del contratto con Sky, il canale YoYo viene reso disponibile gratuitamente su DTT estendendo la proposta di Rai verso il pubblico prescolare, con un'offerta composta in prevalenza da titoli di

In sintesi l'offerta della società risulta in progressiva espansione, come viene evidenziato nel successivo grafico.



Rilevazione alla data del 30 maggio 2013, fascia 0700 – 24.00
Fonte RAI S.p.A.

Per quanto concerne la produzione di cartoni animati, sia in merito alle reti generaliste che ai canali tematici, si tratta di una linea di produzione curata da Rai Fiction da oltre 15 anni¹⁴. La maggioranza dei cartoni animati realizzati sono destinati in prima utilizzazione su Rai 2, e, poi, sono mandati in onda su Rai Yoyo e Rai Gulp.

animazione con una forte impronta educativa. Negli ultimi anni l'atteggiamento editoriale e produttivo ha avuto l'obiettivo di rafforzare il carattere educativo delle produzioni originarie del canale, ispirate al principio dell'"imparare giocando", articolandosi in più filoni progettuali.

¹⁴ Dal punto di vista tecnico, con il termine animazione vengono compresi prodotti realizzati con metodologie molto diverse tra loro, dai cartoni animati classici in 2d, alla plastilina, ai cartoni realizzati in grafica CGI-3D, a quelli fatti con la carta. Il settore animazione è stato probabilmente uno dei primi in Azienda ad avviare la produzione in HDTV, quando ancora non erano disponibili le linee di collaudo di

In merito alla fiction per ragazzi, finora la Rai ha utilizzato pressoché esclusivamente prodotti stranieri d'acquisto¹⁵.

Le produzioni sono quasi sempre internazionali, per motivi tecnico produttivi e finanziari; la partecipazione di Rai Fiction si colloca tra il 25 e 40% del budget per le serie avviate da produttori italiani, percentuale riducibile fino al 10%, per progetti internazionali in cui il ruolo italiano è minoritario, ed elevabile fino al 50% per progetti particolari, come gli special in una sola puntata.

I diritti dei cartoni animati coprodotti si basano sempre sulla esclusiva Rai nel territorio italiano, in tutte le sedi televisive, e consentono, quindi, passaggi illimitati per un ampio arco di tempo.

Considerata l'alta replicabilità del genere in rassegna, l'investimento della Rai nel settore dell'animazione ha portato alla costituzione di un consistente magazzino di prodotti, che ha reso possibile lo sviluppo dei canali specializzati per bambini.

1.2.3 L'offerta web

Il web rappresenta, insieme alla televisione digitale terrestre, una piattaforma centrale nella strategia editoriale e industriale della società, sia alla luce della sua crescente diffusione presso le famiglie italiane, sia per la sua capacità di determinare profonde innovazioni nei modelli di offerta, di consumo e di business.

L'offerta Rai è costituita essenzialmente da due componenti:

- Rai.it: si tratta del portale che aggrega e rende più facilmente accessibile la vasta offerta web del Gruppo. In particolare, Rai.it promuove e dà accesso a tutta la programmazione in onda e ai relativi contenuti disponibili sul web di tutti i canali tv (generalisti e tematici), di tutti i canali radiofonici, nonché ai contenuti informativi e multimediali di tutte le testate giornalistiche. Propone, inoltre, una serie di servizi di grande importanza e interesse per l'utenza, quali, ad esempio, la guida alla programmazione di tutti i canali radio e televisivi di Rai e la community che permette di interagire con i personaggi e i programmi Rai preferiti, nonché con gli altri fan che condividono questa passione;
- Rai.tv: configura l'ambiente attraverso il quale è possibile accedere, tramite un'interfaccia grafica evoluta, a tutta l'offerta audio-video di Rai disponibile su Internet. L'offerta di Rai.tv si articola in differenti servizi: la diretta streaming live di

materiali HD. Una scelta effettuata per avere un prodotto replicabile nel tempo e per tenere il passo degli standard degli altri broadcaster coproduttori.

¹⁵ Nel Piano di produzione del 2013 è stata prevista un'attività di sviluppo di progetti di fiction per ragazzi e alcune proposte sono attualmente allo studio, in vista di una possibile produzione a partire dal 2014.

15 canali TV e di 10 canali radiofonici; la replay TV, che prevede l'accesso in modalità on demand all'offerta in diritti di Rai 1, Rai 2, Rai 3 e Rai 5 andata in onda negli ultimi 7 giorni. L'on demand, da cui accedere alla quasi totalità dell'offerta tv dei canali generalisti e delle testate giornalistiche oltre a numerosi contenuti esclusivi per il web provenienti dall'archivio delle Teche e delle produzioni Rai. Rai.tv è anche presente, con una serie di canali ufficiali, sulla piattaforma YouTube.

Alcuni dei servizi web Rai (es. Rai.tv, Radio Rai, Televideo, Rai News, Tg1, Tg3, Rai Sport) sono anche accessibili sotto forma di applicazioni per le principali piattaforme smartphone e tablet.

L'offerta video on demand di Rai è presente anche sui televisori connettabili Sony Bravia con cinque canali tematici (Attualità, Intrattenimento, Fiction, Junior, Musica), nonché sui televisori e decoder digitali terrestri interattivi (certificati con bollino Gold) con i servizi Rai Replay e TGR.

Alla fine del 2012 Rai ha siglato un accordo commerciale con Telecom Italia per la fornitura di tre canali tematici (Fiction, Bambini, Cultura) destinati al servizio basic della piattaforma Cubovision e la distribuzione del servizio Rai Replay.

Nel 2012 si è rafforzata la presenza ufficiale Rai sui principali social network (Facebook e Twitter) con l'attivazione di profili/account ufficiali di canali e programmi televisivi e radiofonici.

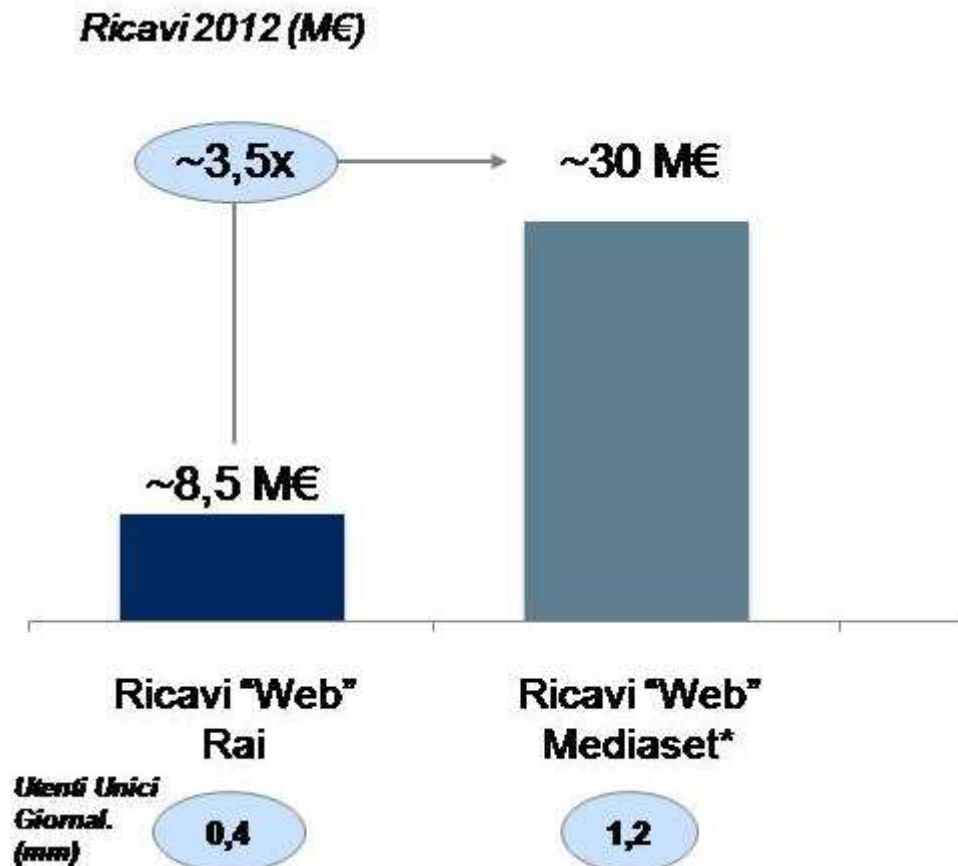
Alla fine dello stesso anno, infine, è partita la social TV Rai. Accessibile con account Rai, Twitter o Facebook, la social TV Rai permette di interagire in tempo reale con altri utenti e con la redazione dei programmi, nonché di fruire di contenuti aggiuntivi non lineari.

Come già accennato il Web rappresenta uno dei veicoli della produzione radiotelevisiva. Nell'attuale mercato, quindi, è auspicabile il potenziamento del posizionamento della società in tale settore di intervento.

Lo sviluppo del web, infatti, configura una opportunità per rafforzare, rinnovare e modernizzare la collocazione del servizio pubblico, al fine di renderlo adeguato alle future esigenze e generare nuove, significative utilità commerciali, pubblicitarie o di altro genere, anche attraverso l'innovazione dei modelli di offerta e di business

L'analisi dei ricavi "WEB", comprensivi della raccolta Rai Pubblicità e You Tube, evidenzia, al momento, un non adeguato sfruttamento di tale settore di mercato, circostanza resa evidente non solo dai risultati della raccolta pubblicitaria, significativamente più bassi della concorrenza, ma anche dal posizionamento specifico non in linea con la competizione. Come si evince dalla sottostante rappresentazione,

detti ricavi, rispetto a quelli del principale competitore nel settore italiano, sono significativamente inferiori.



Fonte RAI S.p.A.

La concorrenza, infatti, pur articolando un'offerta concentrata su un numero inferiore di prodotti, tuttavia registra complessivamente volumi di traffico, e conseguenti proventi derivanti da pubblicità, notevolmente superiori a quelli conseguiti dalla Rai.

La società non sembra valorizzare con efficacia i propri prodotti web, presentando un'offerta – con la sola esclusione di rai.tv - estremamente frammentata (più di 70 siti RAI generano meno di 50K utenti unici al mese) con conseguente difficoltà di adeguata diffusione; in tale scenario solo rai.tv e rai.it raggiungono livelli di traffico adeguati, come si può evincere dal sottostante grafico che consente di apprezzare l'ampiezza della offerta web e il numero di prelievi di dati confrontati con quello del principale concorrente sul mercato nazionale.

La proposta di contenuti web di RAI è strutturata, prevalentemente, alla stregua del modello televisivo e, cioè, è articolata per canale. Risulterebbe, peraltro, maggiormente fruibile per il "consumatore digitale" se organizzata e aggregata principalmente per percorsi tematici "cross-canale", secondo lo standard utilizzato in ambito web e privilegiato dai maggiori broadcaster europei (ad esempio BBC).¹⁶

All'interno di una organizzazione del contenuto per percorsi tematici, può trovare spazio anche l'erogazione di ulteriori servizi, la cui origine digitale deriva dalla loro stessa natura specializzata (es. meteo, infomobilità, territorio).

La particolare parcellizzazione della offerta WEB, crea volumi di traffico di gran lunga inferiori a quelli conseguiti da concorrenti¹⁷.

Appare, pertanto, necessaria la costruzione di un portale informativo unico RAI, che consenta il conseguimento di risultati adeguati alla struttura e alle risorse della società e al mercato di riferimento, sfruttando news, informazione di servizio (es. meteo, infomobilità, territorio), sport, bambini, cultura, radio e portale.

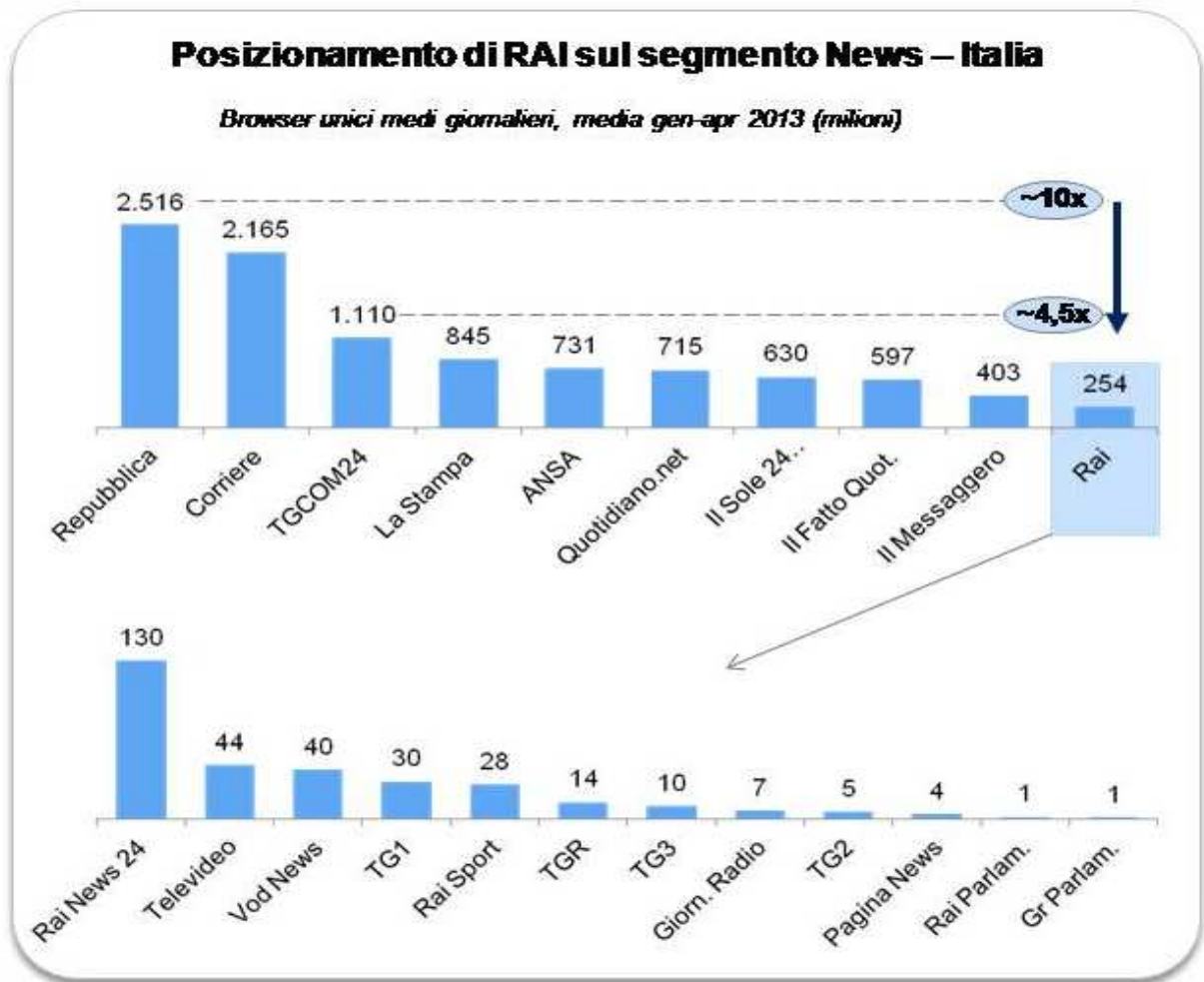
L'attuale offerta pubblicitaria video di RAI evidenzia un affollamento pubblicitario molto limitato (<1%) rispetto ai concorrenti (Mediaset: 6%) e best practice (Hulu: 19%); un suo riallineamento consentirebbe di arricchire l'offerta commercializzata dalla controllata Rai Pubblicità.

RAI, rispetto agli altri operatori, non offre un sito all-news unico, ma propone un'informazione suddivisa tra le diverse testate, che non solo non le permette l'aggregazione significativa dell'utenza, ma non consente a quest'ultima di avere un polo preciso di riferimento.

Il mercato italiano delle web news, rappresentato nel seguente grafico, è dominato in gran parte dai siti web dei quotidiani, eccetto TGCOM 24 che evidenzia un buon posizionamento.

¹⁶ Comitato con funzioni consultive RAI "perimetro di attività RAI alla luce degli sviluppi di mercato e risorse disponibili".

¹⁷ Rispetto a TgCOM 5 volte inferiore.



elaborazione su dati AudiWeb Report e dati interni Rai

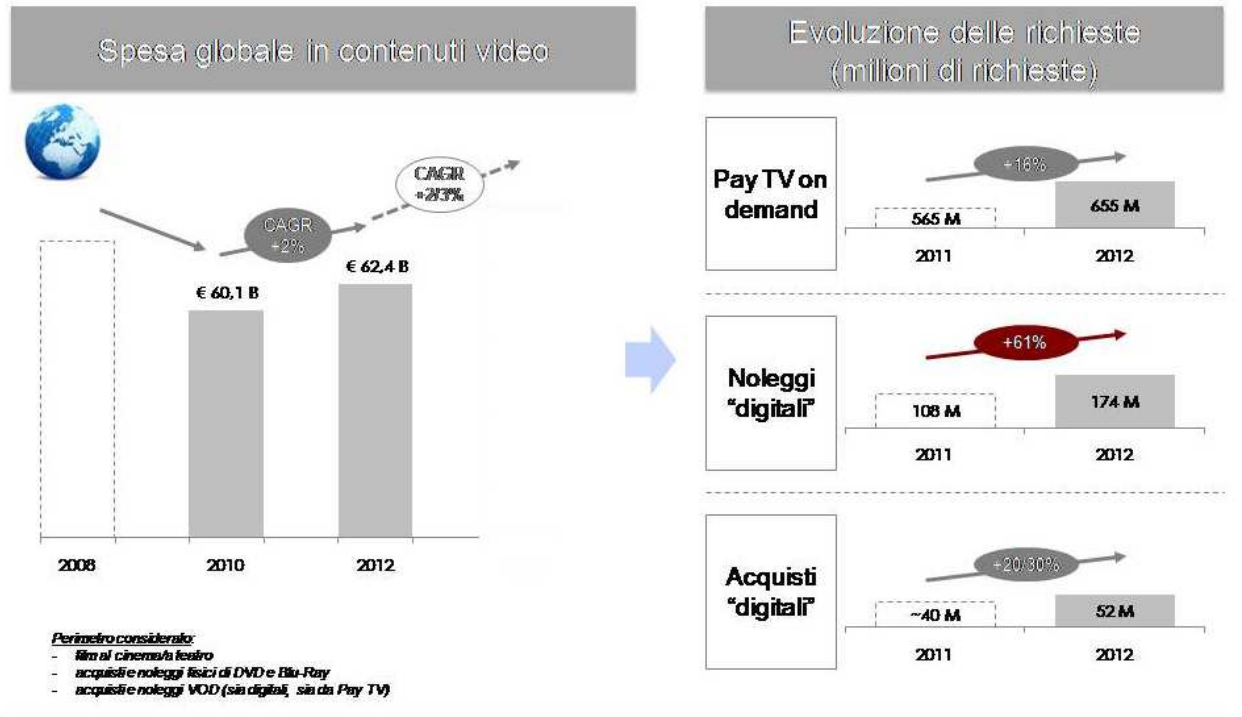
Un breve cenno deve essere riservato all'utilizzo dei social network, principalmente facebook e twitter.

La società, oltre alla rammentata frammentazione dell'offerta, si pone in posizione modesta rispetto alla concorrenza, non riuscendo a creare l'effetto coinvolgente e moltiplicatore (community), tipico della rete sociale di facebook; l'attività su twitter, poi, ha posto al centro dei dibattiti le tematiche della programmazione della Rai, senza, peraltro, essere gestita e integrata adeguatamente nei programmi televisivi.

Sempre in ambito web, merita menzione l'offerta di contenuti in modalità pay-per-view.















La progressiva crescita di consumo in modalità di fruizione non lineari (+61% di aumento dei noleggi digitali), configura un settore di sicuro interesse, come si può argomentare dai dati desumibili dai grafici successivi che evidenziano non solo

l'aumento della spesa in contenuti video, ma anche la espansione delle richieste della pay-per-view.



Fonti: IHS Screen Digest Cross Platform Movie Market Monitor

Del resto anche in Italia lo sviluppo del digitale ha favorito l'ingresso di nuovi operatori principalmente con offerte nella modalità in argomento (es. Chili TV, Apple TV), ma anche in abbonamento (es. Cubovision).

Offerta di contenuti video in Italia		
Modello di business	Principali Player	Tipologia di contenuti non lineari
Gratuito con pubblicità	OPERATORI TV GRATUITA  	• Contenuti già trasmessi su TV lineare e trasposti sul web, in modalità catch-up, on demand, replay, ...
Abbonamento	OPERATORI PAY TV   	• Servizi “premium” inclusi in abbonamento lineare • Contenuti pregiati ed ampio portafoglio d’offerta (calcio, cinema e tematici)
	AGGREGATORI DIGITALI  	• Offerta incentrata sui contenuti seriali (più indicati il modello di business in abbonamento)
Pay-per-view	AGGREGATORI DIGITALI       	• Contenuti altamente pregiati on demand incentrati sul cinema, in particolare ultime uscite

PLAYER TRADIZIONALI

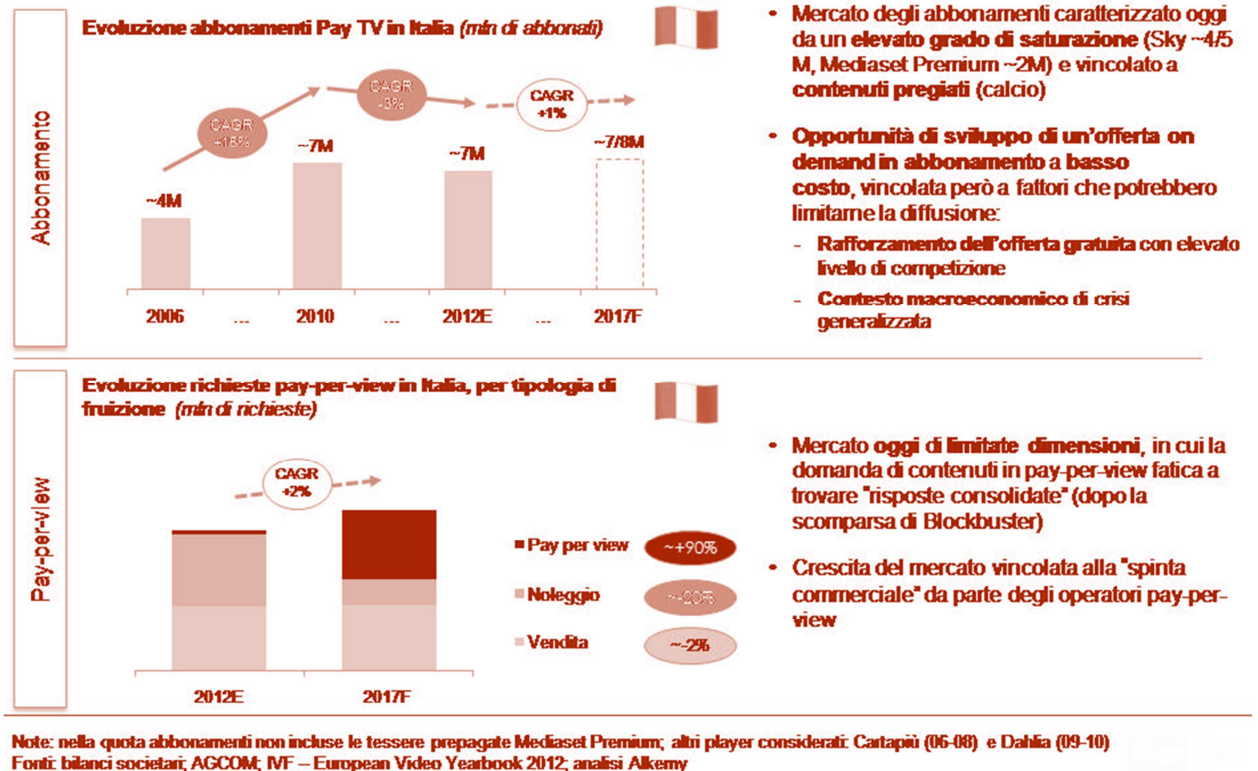
NUOVI ENTRANTI

Fonte RAI S.p.A.

Nel delineato contesto l’opportunità di valorizzare i contenuti in modalità “pay” anche sul web/digitale (con modelli non omogenei), rappresenta una realtà non solo europea, ma anche nazionale ¹⁸.

In Italia, il mercato sembra gradire sia l’offerta della pay-per-view, sia quella in abbonamento.

¹⁸ Alcuni dei principali broadcaster in Italia (Mediaset e Sky) e all’estero (BBC) agiscono in tal senso.



L'offerta in abbonamento risulta particolarmente apprezzata nelle fasce di servizi a basso costo (legati alla forza dell'offerta gratuita e dal contesto macro-economico di crisi)¹⁹.

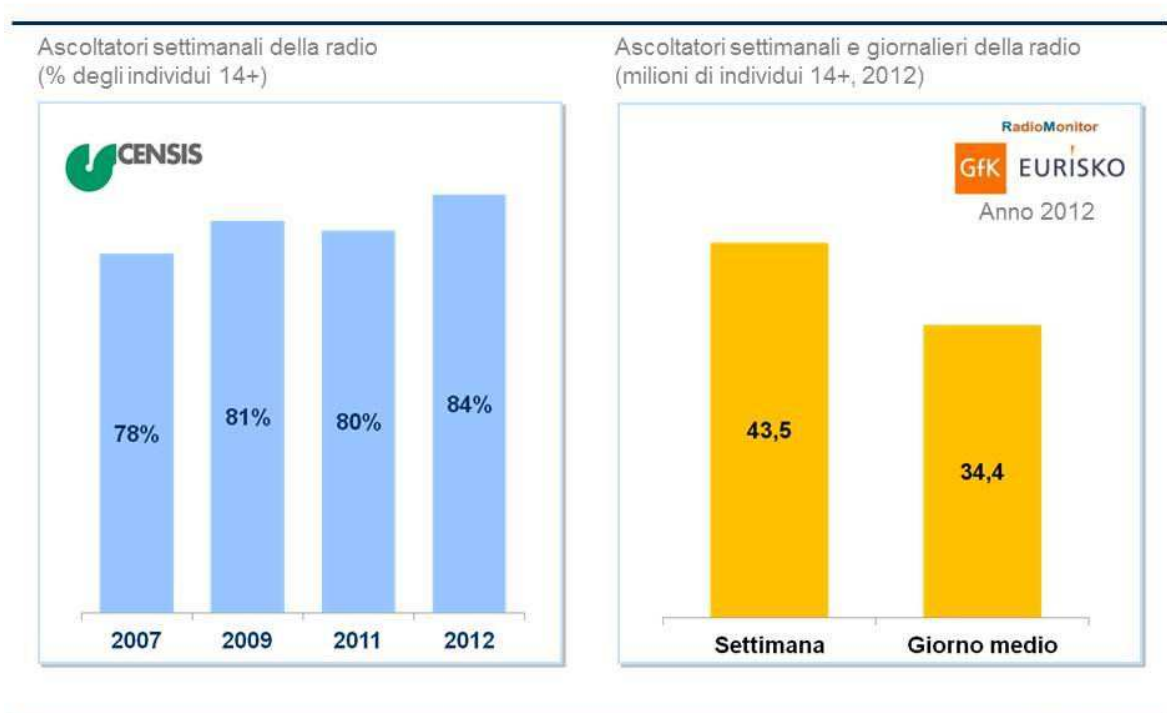
Quella della pay-per-view presenta una attesa di significativa crescita sino al 2017 (+90% medio annuo), ancorchè fortemente vincolata alla "spinta commerciale" da parte degli operatori.

¹⁹In questo contesto di incertezza alcuni player come Netflix hanno posticipato l'ingresso in Italia (annunciato precedentemente per il 2013).

1.3 Il mercato radiofonico

In Italia, la radio è il secondo media di riferimento.

L'utenza radiofonica è stimata in oltre 34 milioni di ascoltatori nell'intera giornata, con una leggera prevalenza dell'ascolto maschile. Il 57% circa del pubblico radiofonico corrisponde alla fascia di età 25-54 anni.



Fonte: elaborazioni su dati Censis (Rapporto annuale sulla comunicazione) e GfK Eurisko (Radiomonitor).

Gli utenti Internet in Italia sono 28 milioni, di cui 23 milioni fruiscono di contenuti multimediali (la metà ha un'età inferiore ai 40 anni). Il tempo medio giornaliero di navigazione online è di 67 minuti (dato 2011), con tendenza nel medio termine all'aumento. Il successo di internet è rafforzato dalla diffusione degli strumenti mobili. Un buon indicatore dei cambiamenti delle abitudini degli utenti può essere individuato nei circa 2,1 milioni di messaggi generati in due settimane dal Festival di San Remo su Twitter e Facebook.

Gli asset fondamentali dell'infrastruttura trasmissiva della radiofonia sono la tradizionale rete analogica in Modulazione di Frequenza (FM) e la nascente rete digitale terrestre. Lo sviluppo del digitale terrestre, essenziale per il riordino, la qualità

e l'ampliamento dei servizi audio, non prevede uno switch off analogico come nell'estensione della televisione.

Radio Rai sostiene i progetti di intervento pianificati dalla Direzione Strategie tecnologiche e dalla società Rai Way nel prossimo triennio, e partecipa alle iniziative promosse in ambito Ebu dai principali operatori pubblici europei, tese a favorire il radicamento della radio digitale (standard Dab+) e dei sistemi ibridi per la ricezione radiofonica nei Paesi UE, da impianti fissi e mobili. Permangono, peraltro, talune difficoltà nell'accessibilità e nella diffusione del segnale di Radio Rai, non ancora raggiungibile in diverse zone del Paese.

L'analisi del mercato radiofonico è strettamente legata al sistema di rilevazione degli ascolti.

Lo scenario di riferimento è caratterizzato da una elevatissima competizione.

Come già evidenziato nelle precedenti relazioni, l'indagine sugli indici di ascolto radiofonici è stata condotta sin dal 1988 dalla società Audiradio, costituita nello stesso anno su iniziativa delle Aziende Utenti di Pubblicità - UPA, con lo scopo di rilevare lo share delle emittenti radiofoniche, nazionali, private e locali.

Il sistema organizzativo, simile a quello delle società per le ricerche per la televisione ed internet (Auditel, Audiweb), era basato sulla partecipazione al capitale azionario della società di tutti i principali attori del mercato (editori e loro concessionarie, investitori pubblicitari e centri media), al fine di garantire stabilità ed equilibrio nelle valutazioni.

Nel corso del 2010, peraltro, la metodologia di rilevazione degli ascolti adottata dalla società è stata sottoposta a severa critica²⁰.

Fino al 2009 la raccolta dei dati di ascolto era stata realizzata tramite intervista telefonica (indagine Computer-Assisted Telephone Interviewing - CATI), con la quale veniva chiesto all'interlocutore di ricostruire mnemonicamente i canali ascoltati, per singoli quarti d'ora, nel giorno precedente e più genericamente negli ultimi sette giorni.

²⁰Detta situazione ha portato nel 2011 alla liquidazione della società Audiradio.



FONTE: Audiradio (metodologia indagine telefonica CATI)

Nel 2010, considerata l'espansione del mercato radiofonico, in cui grazie anche ad internet, agli smartphones, al DTT e al satellite si sono moltiplicate e sono profondamente cambiate le modalità di fruizione dei programmi radiofonici (non solo in diretta, ma anche tramite i podcast in momenti successivi alla messa in onda), Audiradio ha optato per un sistema di ricerca più articolato.

Nella nuova indagine gli ascolti venivano rilevati con due diverse metodologie: la prima tradizionale (CATI), l'altra più moderna (tecnica del "Panel Diari"), con la quale ad un campione (panel) di utenti veniva chiesto di annotare quotidianamente i singoli ascolti nell'arco della giornata e di indicare la piattaforma di fruizione.

Le emittenti avevano facoltà di scegliere, preventivamente, il sistema di indagine di rilevamento degli ascolti delle proprie trasmissioni, senza, peraltro, poter optare, successivamente, per l'altra metodologia.

La rilevazione degli ascolti delle emittenti aderenti all'indagine Panel Diari veniva ottenuta tramite tecniche statistiche di "fusione" dei risultati così ottenuti con quelli provenienti dalla indagine CATI.

Con la pubblicazione del dato del primo trimestre 2010, sono emerse perplessità sulla attendibilità del sistema della fusione delle differenti ricerche.

Il mancato raggiungimento di una posizione condivisa tra i sostenitori della tradizionale analisi e i fautori di una innovazione del sistema di indagine più aderente

alle nuove modalità di fruizione del mezzo radiofonico, ha determinato una situazione di stasi e l'interruzione della misurazione degli ascolti.

A seguito degli indicati accadimenti, la società Audiradio è stata posta in liquidazione.

Nel luglio 2011, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni - AGCOM, in virtù del potere di vigilanza sui sistemi di registrazione degli ascolti, ha invitato i soggetti del comparto radiofonico alla riorganizzazione del sistema di misurazione ed ha indetto una consultazione pubblica per raccogliere e valutare le diverse proposte dei soggetti interessati²¹.

L'Autorità ha rilevato, da un lato, la convergenza di posizioni sull'assetto societario e, dall'altro, la perdurante divaricazione sulla metodologia di analisi.

Pertanto ha proceduto alla costituzione di un "Tavolo Tecnico" finalizzato *"al raggiungimento di una posizione il più possibile condivisa di tutti i soggetti interessati, onde pervenire alla definitiva individuazione di un'organizzazione sistematica della rilevazione degli indici di ascolto radiofonici che garantisca la correttezza, la trasparenza, l'equità e l'indipendenza della ricerca sia con riferimento alla governance che all'impianto metodologico da attuare."*²²

Il "Tavolo Tecnico" è stato avviato nel marzo 2012, e, ad oggi, è impegnato nel realizzare, con la collaborazione di un ente tecnico-scientifico, la sperimentazione delle principali tecnologie per rilevazione automatica degli ascolti.

A questo fine l'Autorità ha invitato tutti gli istituti di ricerca a manifestare (entro l'8 febbraio 2013) il proprio interesse a partecipare, a titolo gratuito, alla sperimentazione.

In assenza di rilevazioni ufficiali, ha riscosso consenso un'indagine "sostitutiva" realizzata dall'istituto GFK Eurisko (Radio Monitor), alla quale hanno aderito tutti gli operatori, nazionali e locali, del mercato.

L'impianto metodologico è basato su interviste telefoniche (CATI), strumento di misurazione già utilizzato da Audiradio.

L'unica differenza consiste nell'impiego di un dispositivo meter portatile per la rilevazione del dato di ascolto nei 7, 14 e 21 giorni i cui effetti sono limitati alle valutazioni delle duplicazioni di contatti pubblicitari (l'indagine è condotta su un insieme di individui diversi da quelli intervistati telefonicamente).

Il confronto con l'ultima omologa rilevazione Audiradio disponibile (1° semestre 2009) è apparso poco praticabile in quanto le due metodologie si impernano sull'utilizzo di questionari soltanto simili tra loro e sull'impiego di differenti parametri di

²¹Delibera n. 182/11/CSP del luglio 2011.

²² Delibera n. 320/11/CSP del dicembre 2011.

ponderazione per rendere i dati raccolti sul campione rappresentativi della popolazione italiana.

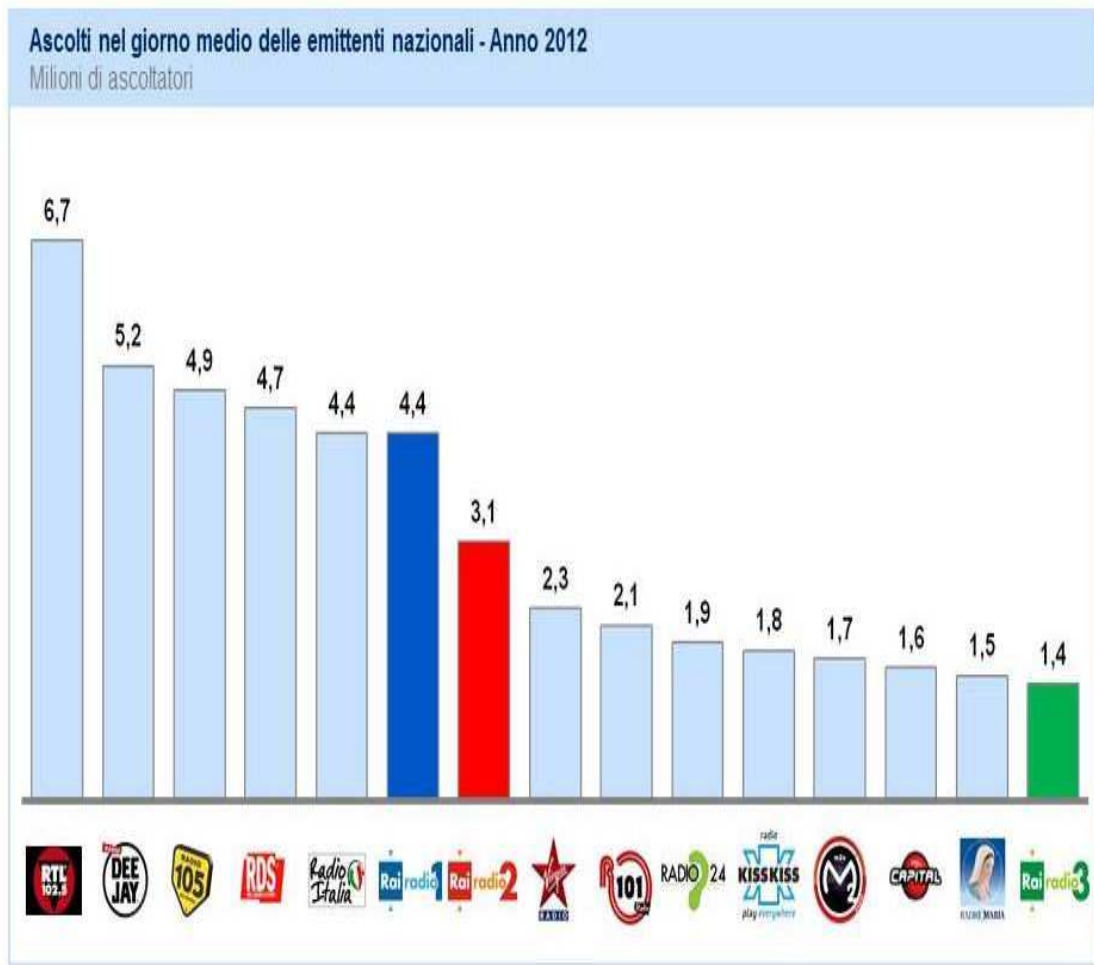
All'indagine Radio Monitor hanno aderito le associazioni degli investitori pubblicitari (UPA) e tutti gli editori (l'indagine in rassegna è stata condivisa dalla controllata Sipra, ora società Rai Pubblicità)²³.

La Rai ha preferito attendere gli esiti del confronto avviato dall'AGCOM per la riorganizzazione di un sistema di misurazione delle audience, e, contemporaneamente, avviare insieme ad altri editori nazionali una attività di sperimentazione (Giugno-Ottobre 2012) per verificare l'affidabilità di una tecnologia meter proposta dall'istituto Ipsos ed alternativa a quella di Eurisko.

Al momento i dati sono riferiti al primo semestre 2012.

In base alle anticipazioni relative all'intero anno 2012 (aggiornati a febbraio 2013), risulta innanzitutto che la trasmissione radiofonica continua a mantenere una diffusione molto elevata con circa 44,0 milioni di ascoltatori medi nella settimana (pari all'84% degli individui di 14 anni e più) e 34,3 milioni nel giorno medio (pari al 65% della stessa categoria di utenti).

²³ Radio Monitor è dimensionata su un campione di 120,000 utenti, rappresentativi della popolazione Italiana, con più di 14 anni. La rilevazione, che tiene conto anche delle piccole province (campionamento «ragionato» riponderato), in relazione al bacino delle emittenti locali, è condotta su telefoni fissi e mobili. Le interviste hanno una durata di circa 14 minuti e annoverano accorgimenti che consentono di limitare i fenomeni di autoselezione. La descritta metodologia non riceve dati da panel meter.



Fonte: Eurisko RadioMonitor (valori relativi a 120.000 interviste telefoniche svolte tra Gennaio e Dicembre 2012)

Alla stregua dei dati desumibili dal soprastante grafico, si osserva che i maggiori ascolti sono stati registrati dall'emittente RTL 102.5, leader con oltre 6,7 milioni di ascoltatori (9,6% di share), primato che detiene in tutte le fasce orarie ad eccezione di quella 6:00-9:00.

Le emittenti RAI generaliste sono posizionate come di seguito indicato:

- Radio 1, 4,4 milioni di ascolti (5,7% di share - 6° in graduatoria);
- Radio 2, 3,1 milioni di ascolti (4,4% di share - 7° posto);
- Radio 3, 1,4 milioni di ascolti (2% di share - 14° posto).

Mentre i principali network commerciali registrano audience elevate in tutte le fasce orarie, i canali Radio Rai raggiungono il loro picco di ascolto nella prima

mattinata (fascia 6:00-9:00); in tale arco temporale Radio 1 detiene la leadership con il 9,7% di share, mentre Radio 2 e Radio 3 occupano, rispettivamente, il 6° e il 10° posto nella classifica delle emittenti nazionali.

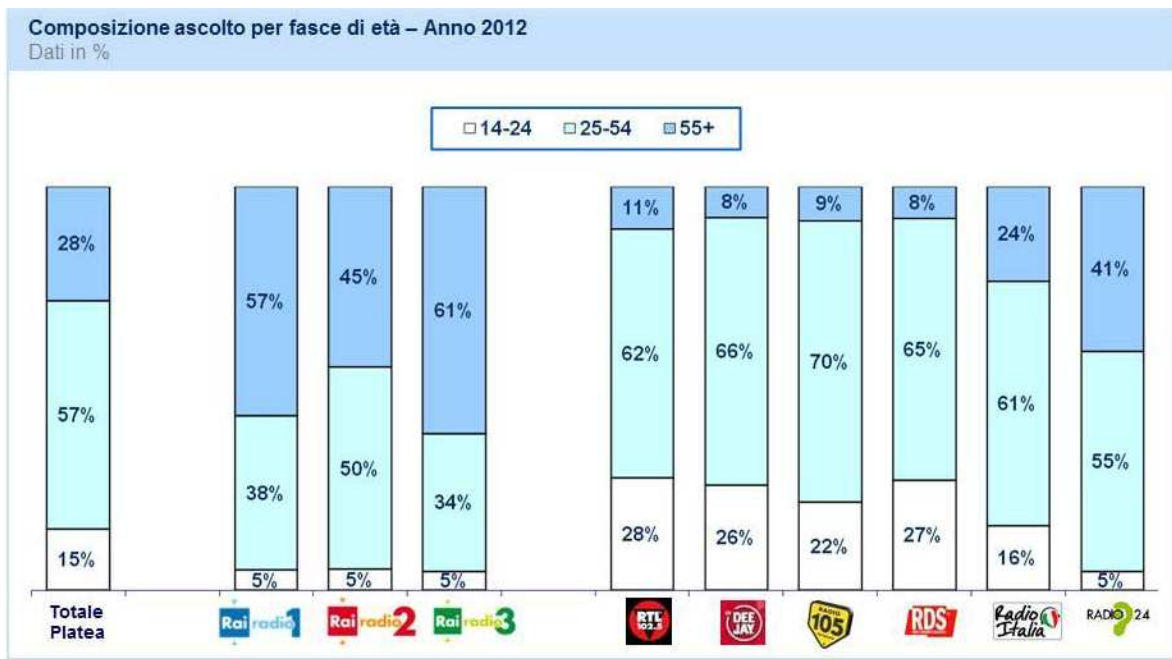
ascoltatori nel giorno medio per fascia oraria – Anno 2012



Fonte: Eurisko RadioMonitor (valori relativi a 120.000 interviste telefoniche CATI svolte tra Gennaio e Dicembre 2012)

Le trasmissioni radio sono ascoltate prevalentemente da un pubblico maschile (53% della platea) e dalla popolazione di età compresa tra i 25 e i 54 anni, che rappresenta il 57% dell'utenza radiofonica. Per questa fascia di età la quota di pubblico per Radio 1 si attesta al 37%, per Radio 2 al 50% e per Radio 3 al 34%.

Le reti Rai presentano, quindi, un profilo di pubblico particolarmente sbilanciato sulle età più mature, al contrario delle altre emittenti che accolgono le preferenze di una platea più giovane.



Fonte: Eurisko RadioMonitor (valori relativi a 120.000 interviste telefoniche CATI svolte tra Gennaio e Dicembre 2012)

Come innanzi accennato, la difficoltà di pervenire ad una metodologia condivisa da parte di tutte le emittenti per la misurazione degli ascolti, ha determinato la necessità di individuare più sofisticate tecnologie rispetto a quelle precedentemente utilizzate.

Nel secondo semestre 2012, pertanto, Radio RAI ed altri primari editori nazionali, hanno svolto, con esiti positivi, una sperimentazione per verificare l'attendibilità della tecnologia meter proposta da Ipsos, avuto riguardo alle sue caratteristiche più innovative tra le soluzioni offerte dal mercato, quali:

- l'assenza di un dispositivo aggiuntivo che gli individui del campione devono portare con se: nelle tecnologia in rassegna, infatti, il meter è un software installato negli smartphone in possesso degli intervistati; a questi ultimi, quindi, non viene richiesto di inserire nella loro quotidianità un dispositivo estraneo alla dotazione abituale. La circostanza consente, potenzialmente, di reclutare campioni più numerosi con una durata di collaborazione elevata;
- il riconoscimento del canale ascoltato tramite un codice univoco inserito dai broadcaster all'interno del segnale audio (encoding): la nuova tecnica permette di distinguere direttamente oltre all'emittente, anche la piattaforma utilizzata per l'ascolto (radio analogica, web, sat, dtt) e la fruizione di programmi in modalità differita (quali il podcast e l'on demand). Ovviamente la corretta

rappresentazione del totale del consumo radiofonico presuppone che tutte le emittenti inseriscano i propri codici identificativi.

La struttura del campione si compendia in 4000 soggetti con più di 14 anni, scelti per profilo sociodemografico (sesso, età, titolo di studio), in parte reclutati per il test 2012 (70% possessori di telefono fisso e mobile e 30% di solo telefono mobile)²⁴.

Il campione, sotto il profilo territoriale, si articola per 20 regioni, selezionate in relazione alla loro ampiezza in 4 classi, in 110 province, distinte per città capoluogo e non, e per 429 punti di rilevazione coincidenti con altrettanti comuni.

Nel corso del 2013 sono previste due nuove ricerche qualitative che potranno fornire utili indicazioni sull'offerta editoriale e consentire un aggiornamento delle linee guida del 2009 per il rilancio della radiofonia.

La prima, commissionata all'Istituto TNS e svolta tra la fine del 2012 e l'inizio del 2013, ha l'obiettivo di conoscere il posizionamento e l'immagine di Radio Rai (Radio 1, Radio 2 e Radio 3) nel contesto del mercato radiofonico.

L'altra è annoverabile nel quadro della più ampia rilevazione della qualità dell'offerta radiotelevisiva Rai così come prevista dal Contratto di Servizio.

L'obiettivo consiste nell'accertamento della qualità percepita dagli utenti dell'offerta radiofonica di Radio 1, Radio 2, Radio 3 e Isoradio e nella raccolta di evidenze sui generi della programmazione e sulla loro coerenza con l'identità dei singoli canali²⁵.

Come già evidenziato nella precedente relazione, il Consiglio di amministrazione della RAI, nel luglio 2009, ha deliberato le linee guida per il rilancio di Radio Rai, individuando, tra l'altro, le aree di intervento relative soprattutto a Radio 1 e Radio 2.

I principali obiettivi contemplati dal citato documento, implementati negli anni 2011-2012, possono così sintetizzarsi:

- riduzione delle sovrapposizioni di offerta incoerenti con la "mission" dei singoli canali.

²⁴ La ripartizione del campione per fasce di età è la seguente : 14-24; 25-34; 35-44; 45-54; 55-64; 65+.
Al momento sono stati assegnati n. 1.750 apparati telefonici e uno smartphone MediaCell a circa il 50% del campione (che resterà al termine dell'indagine al panelista quale omaggio finale). Ulteriori spese concernono l'attivazione di una connessione dati e il rimborso della spesa mensile se non compresa nell'abbonamento del panelista stesso (circa 17.000 ricariche/anno). Ai soggetti che hanno installato l'applicazione MediaCell sul proprio smartphone, viene consegnato un omaggio del valore percepito di circa 100 euro. Al termine della collaborazione, a tutti i soggetti coinvolti nella rilevazione, verranno fornite le indicazioni per disinstallare l'applicazione MediaCell.

²⁵ La ricerca verrà realizzata dall'Istituto TNS, aggiudicatario del lotto di ricerche qualitative della procedura di gara "Qualitel 2013" conclusasi lo scorso anno, attraverso focus group (24 gruppi totali, 6 per ciascun canale).

- omogeneizzazione dei palinsesti, rispetto ai principali concorrenti tipicamente connotati da una programmazione cosiddetta "di flusso".
- Innovazione dei palinsesti, e aumento delle sinergie editoriali con la programmazione televisiva e i suoi personaggi di riferimento.

Il processo di ristrutturazione del palinsesto e di rinnovamento dell'offerta, è stato articolato al fine di:

- incrementare l'attrattività della programmazione presso i target più giovani su tutti i canali;
- ridurre ulteriormente le frammentazioni del palinsesto di Radio 1 ;
- razionalizzare contenuti e format di musica ed intrattenimento su Radio 1;
- specializzare i prodotti informativi per i target business e giovani-adulti (25-54 anni) su Radio 1;
- rafforzare e valorizzare il brand di Radio 1 sul web;
- rafforzare e valorizzare l'integrazione tra programmi e social network su tutti i canali;
- accentuare le proposte di rinnovamento dell'offerta di Radio 3 mirando anche a ridurre l'età media del pubblico di riferimento del Canale;
- ridefinire il profilo editoriale, il modello di palinsesto e il posizionamento di Isoradio.

Per quest'ultimo obiettivo, si deve segnalare la situazione di difficoltà, registrata nel biennio in rassegna, derivata dalla scadenza della convenzione con il Ministero Infrastrutture e Trasporti, del valore di euro 2,6 milioni/annui, per la produzione e diffusione dei notiziari CCISS (Centro coordinamento informazioni sicurezza stradale).

Il servizio è stato svolto senza corrispettivo in attesa della sottoscrizione di una nuova convenzione.

A tal fine la Società ha istituito un gruppo di lavoro con l'obiettivo di ridefinire l'intera offerta di isoradio, prima basata principalmente sull'info-viabilità, spostandone il fulcro sull'info-mobilità che annovera, oltre al tema centrale della viabilità stradale, anche altre aree di bisogno dei cittadini nel nuovo tessuto sociale e urbano.

In questa nuova accezione il web è destinato ad assumere posizione assiale per la diffusione delle informazioni di info-mobilità, consentendo di sviluppare un'offerta aggiornata, personalizzata e geo-localizzata.

Il sistema tradizionale analogico (FM e onde medie), rimane tuttora la principale piattaforma di trasmissione radiofonica²⁶.

Significativi incrementi di pubblico, peraltro, sono stati registrati nella piattaforma internet, ascolto via personal computer e mobile, nell'utilizzo di contenuti in modalità "non lineare" (podcasting), nell'interazione degli ascoltatori con i loro programmi preferiti tramite i social network.

La RAI ha dovuto, quindi, posizionare la propria offerta anche sul web e sulle altre piattaforme digitali.

A tal fine sono state assunte le seguenti iniziative:

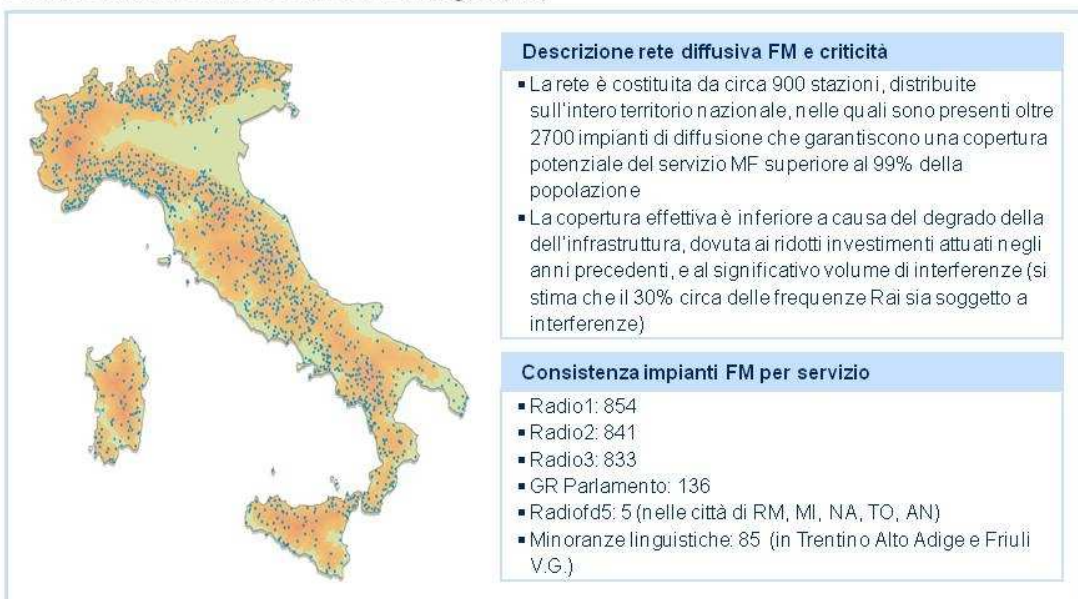
INTERNET

- tutti i canali di Radio Rai sono disponibili in simulcast; numerose trasmissioni sono fruibili "on demand" ovvero in "download" (podcast);
- la visibilità e l'accessibilità all'intera offerta Radio, all'interno dei portali Rai.it e Rai.tv, è stata ampliata. Permane, tuttavia, una commistione tra i contenuti ondemand di derivazione televisiva e radiofonica.

26

La rete FM di Rai Way è composta da circa 2.700 impianti con una copertura potenziale superiore al 99%, ma quella effettiva è inferiore a causa del degrado dell'infrastruttura dovuta alla riduzione degli investimenti in passato e a rilevanti problemi di interferenze

Attuale situazione della rete diffusiva analogica (FM)



Fonte: Rai Way.

Le rilevazioni compiute evidenziano una scarsa competitività rispetto alla concorrenza dei canali Radio Rai dal web. Radio Rai ha chiuso il 2012 con 45,5 mila "browser unici" giornalieri (ovvero 45,5 mila computer da cui è stato realizzato almeno un accesso), rispetto agli 86 mila della sola Radio 105 ed ai 74 mila della sola Radio DeeJay, per citare gli esempi più significativi.

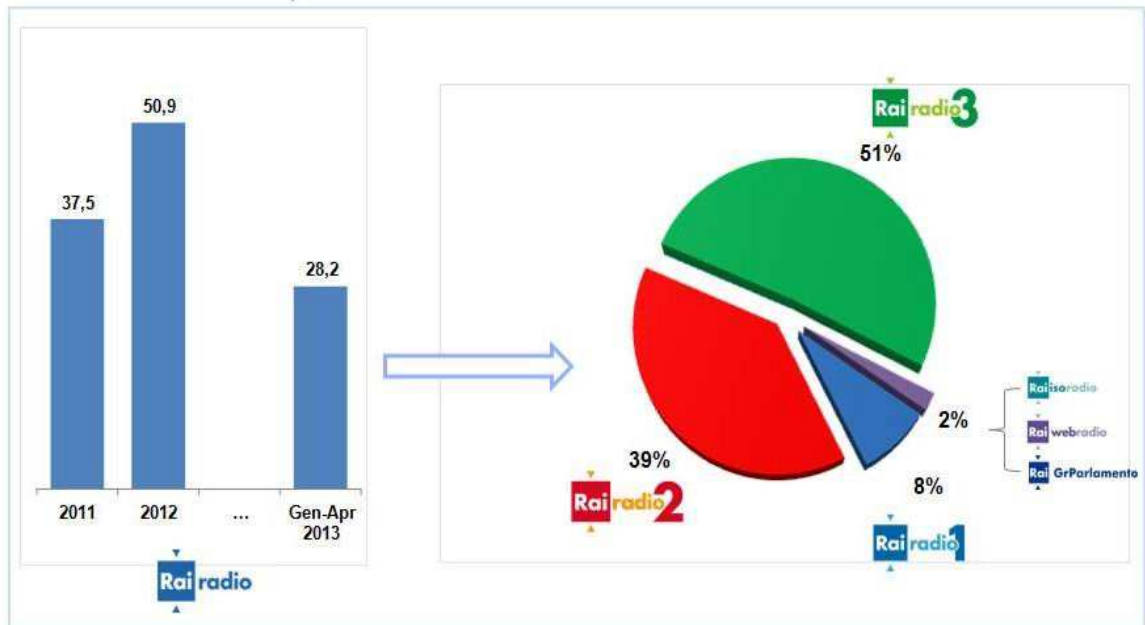
I risultati, che risentono senz'altro anche del profilo più maturo del pubblico di Radio Rai, sono così sintetizzabili.

Radio				
Radio	Browser unici		Pagine viste	
	Media giornaliera	Diff.	Totale anno	Diff.
Radio Rai	45.460	+2,7%	161.128.013	+0,6%
Radio1	10.543	-10,1%	13.818.171	-12,7%
Radio2	17.603	-7,2%	56.964.950	-1,8%
Radio3	12.736	-2,0%	53.147.106	+4,8%
105 Network-Radio 105	85.761	+70,5%	177.450.194	+53,0%
Gruppo Espresso-Radio DeeJay	74.172	-20,3%	150.777.822	-22,0%
Il Sole 24 ORE-Radio 24	17.643	+23,4%	62.076.406	+6,6%
105 Network-Radio Virgin	21.046	-1,2%	50.375.854	+14,0%
105 Network-Radio Montecarlo	17.047	+2,2%	32.331.831	-10,1%
Gruppo Espresso-M2o	13.894	-18,6%	22.347.727	-22,2%
Mondadori-Radio R 101	14.098	-8,8%	16.783.386	-12,4%
Gruppo Espresso-Radio Capital	12.089	+3,2%	14.748.567	+2,0%

Dati censuari fonte Rai e Audiweb (2012)

Per quanto riguarda i prelievi da internet dei contenuti di Radio Rai (podcast), se ne registra un deciso avanzamento: nel mese di novembre 2012 il totale downloading segna il risultato più alto in assoluto con 6,3 milioni di file scaricati, rispetto ai 37,5 milioni del 2011, con margini di ulteriore espansione nel 2013 (nel primo quadrimestre 28,2 milioni di downloading).

Contenuti podcast Radio Rai
Milioni di download e composizione % nell'anno



Fonte: elaborazioni su dati Radio Rai.

SOCIAL NETWORK E COMMUNITIES

La comunicazione e la promozione della produzione RAI avvengono anche attraverso canali alternativi, come le pagine e i profili ufficiali dei canali e dei programmi radiofonici attivi sui vari social network, sempre più impiegati per facilitare l'interazione con gli ascoltatori, raccogliere informazioni di ritorno e rafforzare, quindi, il rapporto tra brand e pubblico²⁷.

WEB RADIO

Nell'ottobre 2010 sono stati inaugurati tre canali web radio fruibili esclusivamente tramite internet:

- *Rai Web radio6 - Il passato presente* – dedicato alla storia e ai ricordi dell'Italia tramite la riscoperta di documenti dell'audioteca Rai;

²⁷ Per quanto riguarda Radio Rai su Facebook, i migliori riscontri in termini di numero di "fan", ovvero di utenti che si iscrivono per ricevere aggiornamenti puntuali su tutto ciò che viene pubblicato sulla pagina, sono ottenuti da prodotti di Radio 2 come IL RUGGITO DEL CONIGLIO, che conta circa 200 mila fan (187 mila nel 2011 e 160mila nel 2010), seguito da CATERPILLAR, 93 mila fan (82 mila nel 2011 e 73 mila nel 2010) e da SEI UNO ZERO – 610, 70 mila fan (67 mila nel 2011 e 62 mila nel 2010). Analogamente accade per Twitter: l'account ufficiale di Radio 2 registra oltre 111 mila follower. Ad una buona performance complessiva sul web di Radio3 fanno riscontro i dati negativi di Radio 1: 12mila like su Facebook per il programma di punta "Citofonare Cuccarini", meno del 6 per cento del podcast di Radio Rai.

- *Rai Web radio7 - Napoli canta* – dedicato alla musica e alla cultura partenopea nel mondo;
- *Rai Web radio8 - Il mondo nella rete* – rivolto ad un pubblico giovane e aperto ai contributi degli ascoltatori.

Avuto riguardo al numero di canali delle altre emittenti (Radio 105, RMC e Virgin, del gruppo editoriale Finelco, ne propongono complessivamente 30, mentre RTL ne ha 6), l'offerta della società appare esigua e incentrata sulla valorizzazione del brand Rai, a differenza degli altri editori che hanno puntato su web radio di chiara derivazione dei singoli network e/o dei loro prodotti e la cui programmazione musicale è tipicamente organizzata per generi, artisti, ecc., coerenti con il canale "on air".

SMARTPHONES

Nell'aprile 2010 è stata lanciata una applicazione per I-Phone, che consente di seguire lo streaming live di tutta l'offerta radiofonica (compresi i canali GR Parlamento, Radio Fd4, Radio Fd5, e le web radio) e di accedere ad una selezione dei podcast dei programmi di Radio1, Radio2 e Radio3. L'applicazione ha ottenuto successo fin dal suo esordio e risulta tuttora l'applicazione Rai più scaricata in assoluto (oltre 550 mila download dalla data di lancio e oltre 156 mila nel 2012).

PIATTAFORME TELEVISIVE DIGITALI

I canali Radio Rai sono diffusi in chiaro attraverso il digitale terrestre ed il satellite (sia su Tivù Sat sia su Sky). Tuttavia permane una scarsa valorizzazione degli stessi, ascrivibile, per il digitale terrestre, all'assenza di una posizione prefissata all'interno dell'elenco canali (LCN) ed alla mancanza di servizi aggiuntivi che facilitino la fruizione dei canali radio, parzialmente compensata sui soli tv e decoder interattivi dall'applicazione "Rai telecomando". Per la piattaforma Sky la criticità maggiore risiede nell'assenza dei canali Radio Rai nell'homepage del Mosaico radio (canale 700), dove sono ben presenti ed evidenziati con i relativi loghi tutti gli altri network nazionali.

Nell'ottica del necessario rafforzamento della competitività dell'offerta di Radio Rai sul web, le analisi compiute dalla società indicano i seguenti interventi volti al miglioramento dell'offerta:

- realizzazione di una "Radio Rai Replay" in cui rendere disponibile (in modalità on demand/podcast) la programmazione dei canali radio dei giorni precedenti la messa in onda, sul modello già operante per i canali televisivi;
- rafforzamento e maggior incisività della presenza sui social network, tenuto anche conto che tali nuovi veicoli di comunicazione, spesso preludono alla diffusione di veri e propri fenomeni di tendenza sul web;
- evoluzione dell'offerta, per le Web Radio, con lo sviluppo di contenuti, eventi e servizi ideati in sinergia con altri ambiti editoriali ed interventi "ad hoc" per le Web Radio, per le quali risulta necessaria una evoluzione.

Per quanto attiene all'offerta editoriale, essa si snoda con proposte diverse per singolo canale.

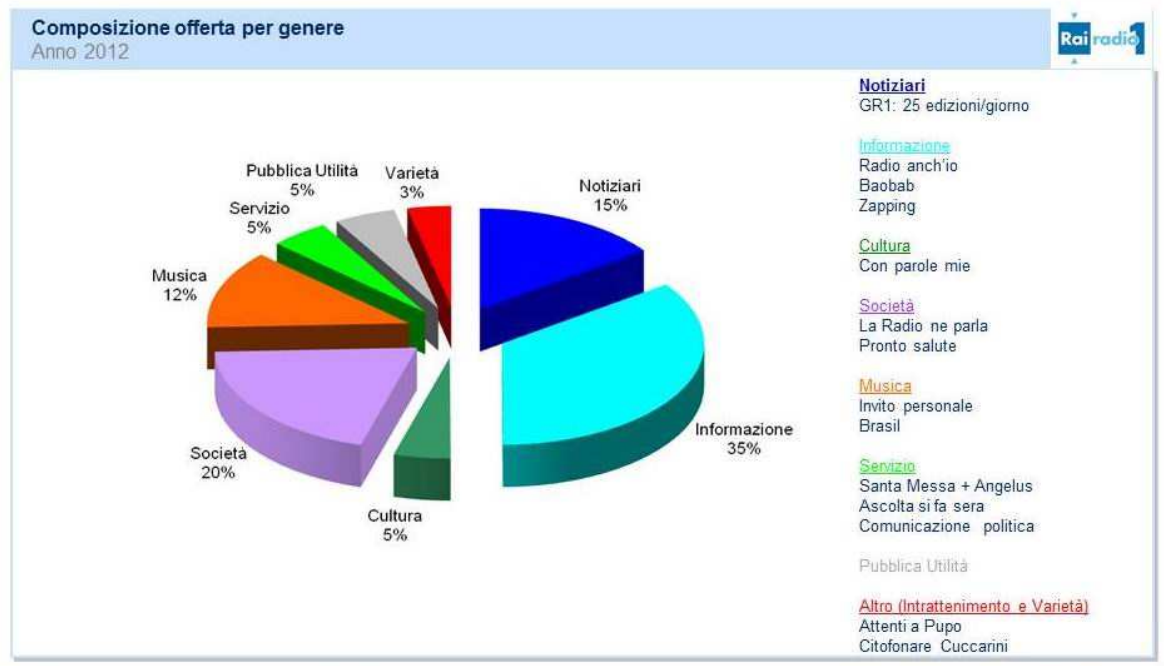
Radio 1

E' stata rinnovata e rimodulata l'offerta volta a rimarcare la vocazione di emittente di approfondimento informativo e di "breaking news" con l'ampliamento della fascia oraria del morning, che anticipa l'apertura alle 5:00 e posticipa la chiusura alle 9:00. L'obiettivo di trasformare Radio Uno in un canale all news, enunciato nelle linee guida del Consiglio di amministrazione della società del 2009, non è stato pienamente conseguito, atteso che oltre ai giornali radio, 23 edizioni al giorno, il palinsesto si connota per la quantità di informazione distribuita su cinque grandi aree informative nelle 24 ore²⁸.

Discorso a parte merita l'informazione sportiva: dal 2013 la trasmissione "Tutto il calcio minuto per minuto" è fruibile online ed è possibile ascoltare le radiocronache direttamente in streaming dal sito.

Il palinsesto della rete è sintetizzato nel seguente grafico:

²⁸La prima fascia del mattino, ore 5 - 9; la seconda fascia, dalle 9 alle 13,00 è occupata dal programma di informazione "Radio anch'io"; la terza, ore 13 - 19, annovera gli unici programmi di infotainment del palinsesto, dopo il GR1, (Attenti a Pupo, il Comunicattivo, età); nella quarta fascia, ore 19 - 24, primeggia il programma di informazione Zapping 2.0); la quinta ed ultima fascia, ore 24 - 5 del mattino.



Fonte: RadioRai, Anno 2012, dati al netto della pubblicità

L'offerta web è caratterizzata da due siti: il primo www.radio1.rai.it è la vetrina dei programmi di informazione della rete; il secondo www.grr.rai.it è strutturato come un giornale on line di pura informazione.

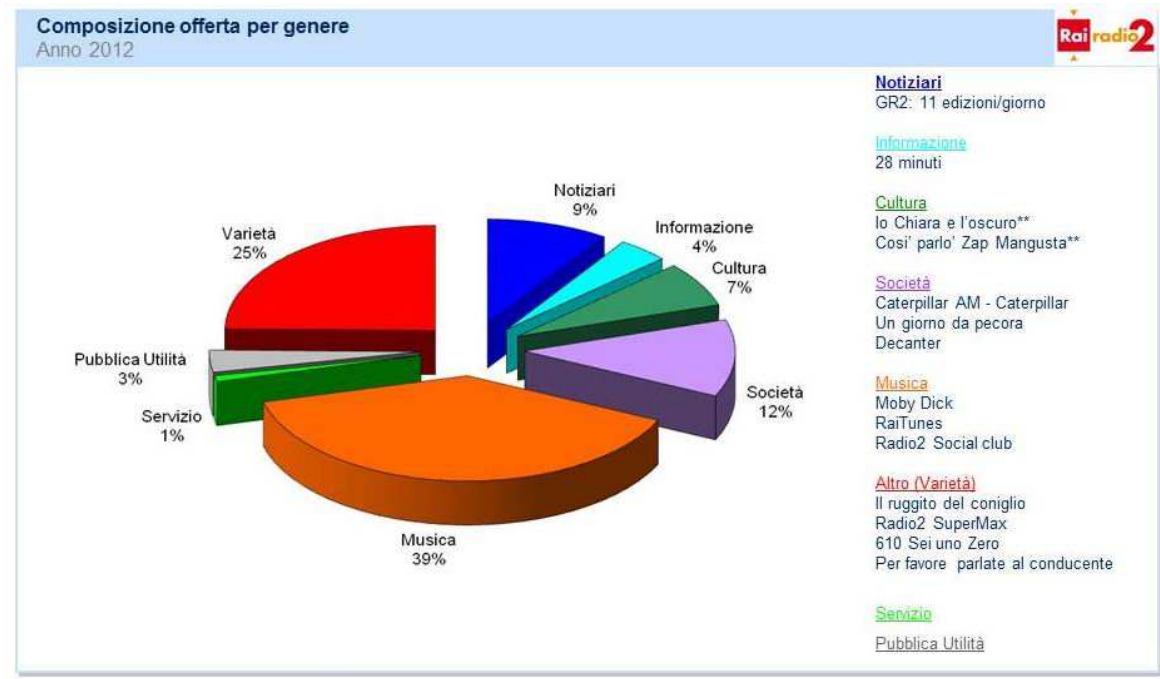
Il traffico web non è molto consistente e rappresenta un'evidente criticità per una radio all news multiplatforma.

Radio 2

La composizione del palinsesto privilegia varietà, musica e intrattenimento, tratti distintivi della rete²⁹. Il primo genere copre il 25% delle trasmissioni, mentre alla musica è destinato il 39% della programmazione.

Nel dettaglio il palinsesto evidenzia le seguenti tipologie di programmi.

²⁹Le principali innovazioni hanno riguardato l'inserimento di nuovi programmi (Radio2 Supermax, Chiambretti ore 10, Per favore parlate al conducente, etc.) e personaggi (Max Giusti, Piero Chiambretti, Natasha Lusenti, Flavio Insinna, Nino Frassica, Simone Cisticchi, Virginia Raffaele, Luca Barbarossa, Neri Marcorè, etc.).



Nell'ottica di sviluppo di sinergie con i canali televisivi specializzati e per intercettare nuove tipologie di pubblico in linea con la "mission" di Radio 2, sono state create finestre quotidiane su Rai News e Rai Tre attraverso la diretta televisiva³⁰. Radio2 realizza programmi multimediali in diretta televisiva, "on air" e streaming audio-video su web, ha un proprio canale You tube, profili di rete e dei diversi programmi sui social network. Il progetto di Radio 2 è finalizzato a veicolare contenuti attraverso nuovi format originali con personaggi che vantano popolarità e affidabilità. La flessibilità è una delle caratteristiche principali del palinsesto, in grado di modificarsi velocemente in presenza di fatti di cronaca particolarmente rilevanti e di grande impatto emotivo. Una diversa impostazione dell'offerta sportiva è uno degli obiettivi della rete, mentre la musica rappresenta uno dei motori della programmazione di hit e oldies e delle esibizioni dal vivo di artisti italiani e internazionali. Nella prospettiva della promozione della programmazione, buoni risultati sono stati ottenuti con la scelta di portare la radio in manifestazioni ed eventi e la possibilità di utilizzare il pullman-vevtrina, una regia mobile con ottimi standard qualitativi.

Radio 2 si atpeggia alla stregua di una rete multiplatforma e interattiva. Le potenzialità del web vengono sfruttate per moltiplicare i contatti, utilizzando social network, download, streaming, tv come veicolo del prodotto. I contenuti audio e video

³⁰L'integrazione ha riguardato i programmi Caterpillar A.M. e Un Giorno da Pecora.

di Radio 2 sono su Itunes, stabilmente ai primi posti delle classifiche di download. E' sempre più diffusa la tendenza degli ascoltatori a elaborare un palinsesto su misura con i download della rete da ascoltare su pc, smartphone e ipad. Radio 2 continua ad investire sul podcast, con formati ad hoc, contenuti extra e valorizzazione dell'archivio³¹. Il traffico sul sito internet segna 57 milioni di pagine viste nel 2012 e 18 mila browser unici, mettendo in evidenza la necessità di un restyling del sito.

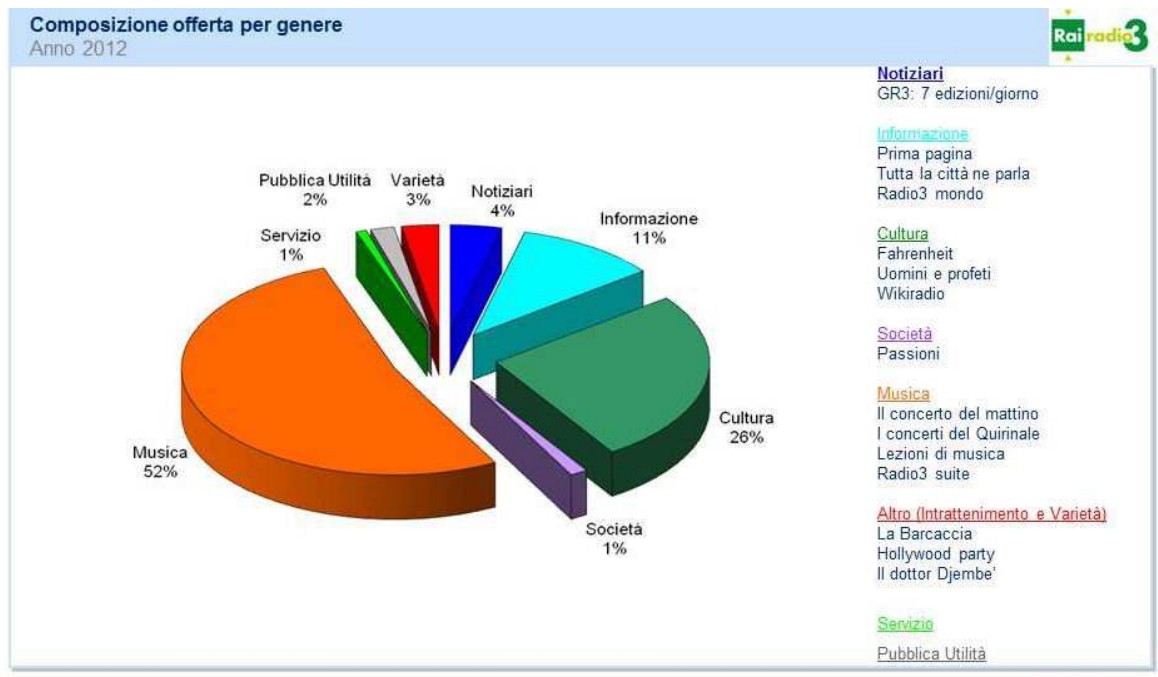
Radio3

La programmazione è stata integrata da componenti di "alfabetizzazione" destinate ad una platea più ampia, incline ad un'offerta culturale laddove svolga anche una funzione di orientamento³². Radio 3 ha consolidato la propria ispirazione culturale, anche attraverso un intervento sul linguaggio e sulla capacità di veicolare i contenuti sulla rete. Ha ideato Wikiradio, una enciclopedia radiofonica e creato tre programmi per il web che, al momento, risultano tra i più prelevati (Classica Radio, Piccola radio, etc). I nuovi programmi di Radio 3 presentano una spiccata direzione verso tutte le possibili dimensioni interattive del mezzo. La rete, inoltre, ha realizzato un rilevante investimento editoriale e tecnico nella "copertura degli eventi culturali sul territorio", che già le linee guida avevano invitato a rafforzare. In tale contesto sono state consolidate le dirette musicali dai grandi teatri e il collegamento con i principali festival culturali. Di molti di questi eventi, Radio 3 è ora media partner con significativi effetti anche promozionali.

Il palinsesto è articolato nei generi indicati nel grafico che segue.

³¹ Il dato dei download è attestato stabilmente sopra quota 3 milioni mensili.

³² Alcuni esempi relativi al 2013 sono: Lezioni di Musica e Radio3suite per l'offerta musicale, e le guide all'ascolto e le novità di La lingua batte, per la lingua italiana e il Principe, per lo spirito pubblico in un periodo di grandi trasformazioni politiche e sociali.



Fonte: RadioRai, Anno 2012, dati al netto della pubblicità

Sui diversi linguaggi delle tre reti radiofoniche impatta la programmazione trasversale di Onda verde, prodotta dai canali di Pubblica Utilità, Meteo, promo tv e vari, che, secondo l'azienda, nuoce alla riconoscibilità, al ritmo e all'armonia complessiva del palinsesto³³.

ISORADIO

Come già accennato, il canale di pubblica utilità Isoradio presenta margini di miglioramento sia per quanto riguarda la diffusione del segnale (che attualmente copre solo il 41% della rete autostradale) sia l'offerta editoriale vera e propria.

Il mancato tempestivo rinnovo della convenzione con il Ministero Infrastrutture e Trasporti per la produzione e diffusione dei notiziari CCISS (Centro coordinamento informazioni sicurezza stradale), di durata decennale e scaduta nel 2009, ha determinato una mancata entrata per la società, che ha, comunque, continuato a mantenere il canale in esercizio, in attesa della sottoscrizione della nuova convenzione³⁴.

³³ La trasmissione, dallo stile immutato da almeno venti anni, viene ritenuta non in linea con le diverse identità dei canali, e disomogenea rispetto all'offerta editoriale.

³⁴ La Rai in data 18 luglio 2012 ha proposto domanda di arbitrato nei confronti della società Autostrade per l'Italia, rivendicando pagamenti relativi alla gestione del servizio. Successivamente alla costituzione nella sede arbitrale, la società Autostrade si è impegnata a corrispondere alla Rai la somma di euro 335.712, IVA

La nuova convenzione, stipulata nel 2013, prevede che l'attività di manutenzione degli impianti a raso (di proprietà della società Autostrade) - in precedenza effettuata da RAI in forza dell'accordo del 1999 - verrà svolta direttamente dalla società Autostrade in sinergia con la Rai. Ciò consentirà una effettiva cura degli impianti a raso, costantemente monitorata, in grado di assicurare, secondo l'azienda, la massima efficienza degli impianti e, conseguentemente, una migliore fruibilità del segnale ISORADIO, in linea con quanto previsto dal Contratto di Servizio³⁵. L'impegno della società Autostrade, in una rinnovata logica di partnership con RAI, si è formalizzato anche nella prospettiva di sviluppare iniziative di comunicazione volte a garantire il massimo accesso al canale attraverso le diverse piattaforme nella disponibilità della società stessa.

GR PARLAMENTO

La finalità del canale, negli intendimenti dell'azienda, avrebbe dovuto atteggiarsi alla stregua di un'emittenza all news di resoconto dei lavori parlamentari. Attualmente vengono realizzate tre edizioni di giornali paragenralisti (che dunque si sovrappongono ai prodotti generalisti delle altre reti); lo spazio residuo del palinsesto viene colmato con registrazione di convegni, talora poco attinenti alla linea editoriale. In termini di ascolti, GR Parlamento non è mai stato monitorato.

Il palinsesto si articola come evidenziato nel seguente grafico.

inclusa, a titolo di corrispettivo per la manutenzione espletata nel 2009 in virtù dell'accordo del 1999 nonché l'importo concordato di complessivi euro 747.154 oltre IVA per le attività di cui ai suddetti accordi integrativi.

³⁵ Dal 2009 la RAI non aveva alcun controllo e/o possibilità di intervento per evitare eventuali disservizi lungo la linea autostradale.



Fonte RAI S.p.A.

In sintesi l'offerta on air di Radio Rai si può così rappresentare:

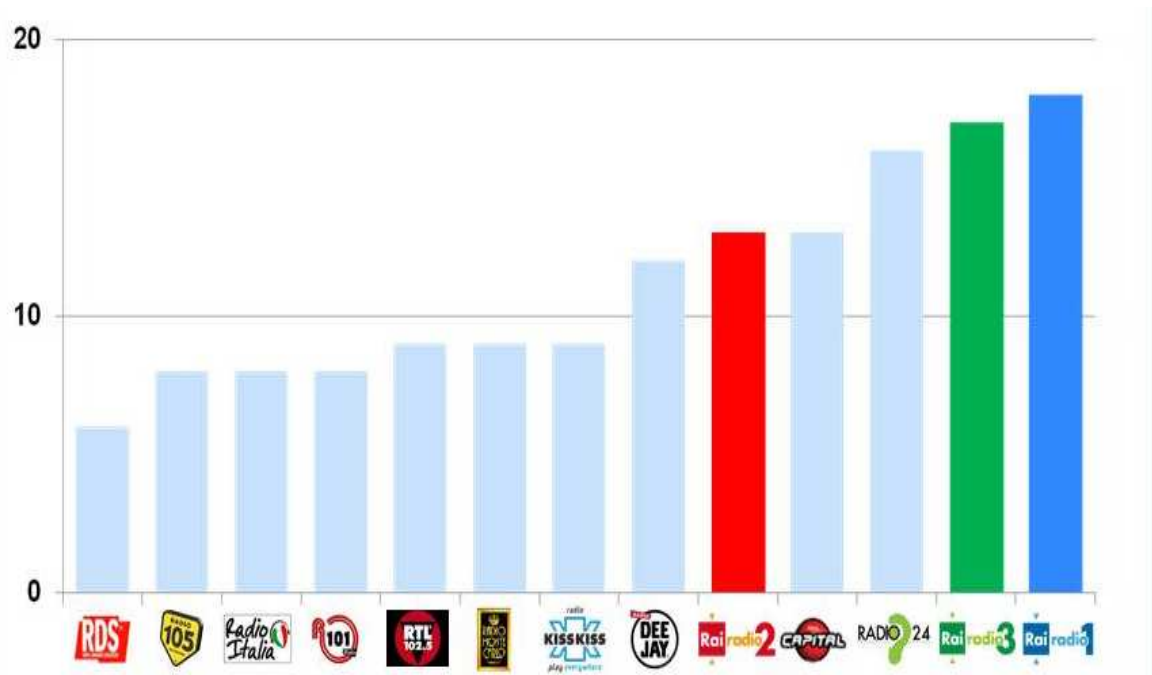
CANALE	LINEA EDITORIALE	DIFFUSIONE*					
		FM	OM	FD	DAB/DAB+	DTT	SAT
Rai radio 1	Informazione, sport ed eventi	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Rai radio 2	Varietà e intrattenimento	✓		✓	✓	✓	✓
Rai radio 3	Cultura e approfondimento	✓		✓	✓	✓	✓
Rai isoradio	Infomobilità	✓			✓	✓	✓
Rai GrParlamento	Informazione istituzionale	✓			✓	✓	✓
Rai radiofd 4	Musica di qualità multi genere (pop, rock, elettronica, jazz, ...)			✓	✓	✓	✓
Rai radiofd 5	Musica classica, sinfonica, lirica e da camera	✓		✓	✓	✓	✓

* FM (modulazione di frequenza), OM (onde medie) e FD (filodiffusione), DAB (digital audio broadcasting), DTT (digitale terrestre), SAT (satellite). Rai Radio Fd 5 è disponibile in FM nelle aree di Roma, Milano, Napoli, Torino e Ancona.

Fonte RAI S.p.A.

Per quanto concerne i palinsesti, l'offerta generalista radiofonica della Rai, esclusi giornali radio e bollettini di pubblica utilità, nell'orario 06 - 24, supera le 10

programmazioni giornaliere, risultato che la pone in posizione preminente nel mercato di riferimento.



Fonte RAI S.p.A.

2. Il quadro normativo

2.1 I rapporti tra la RAI e lo Stato quale concedente del servizio pubblico radiotelevisivo

Come già evidenziato nella precedente relazione, la legge 3 maggio 2004, n. 112, recante "Norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della RAI-Radiotelevisione Italiana S.p.A, nonché delega al Governo per l'emanazione del testo unico per la Radiotelevisione", ha prodotto un primo importante impatto nell'assetto del gruppo RAI, prevedendo, fra l'altro, la fusione per incorporazione di RAI spa nella RAI-holding spa.

Nel corso del 2005, in forza della delega di cui sopra, è stato emanato il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante il "Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici"³⁶ (T.U.R).

La richiamata normativa ha consentito di riunire, in un *corpus* normativo unico, i principi enunciati dalla giurisprudenza e le disposizioni emanate nell'arco di un trentennio in materia di radiotelevisione, nel rispetto delle norme della Costituzione, del diritto internazionale e degli obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia all'Unione europea.

Il TUR (art. 45) reca un elenco di prestazioni che la società concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo è tenuta ad erogare, afferenti anche all'attività educativa e formativa ed alla valorizzazione delle culture regionali e locali.

Le modalità di attuazione dei compiti del servizio pubblico generale sono demandate, poi, ad un contratto di servizio nazionale (ed a contratti di servizio regionali) che la Rai stipula con il Ministero dello Sviluppo Economico, ogni tre anni. Il contratto, che deve conformarsi alla delibera a tal fine predisposta dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni d'intesa con il Ministero dello Sviluppo Economico, sulla base della normativa comunitaria e nazionale, fissa le singole attività che la concessionaria è tenuta svolgere.

Il Testo Unico prevede espressamente, nell'ambito del servizio pubblico, l'equilibrio economico della concessionaria, stabilendo che le risorse pubbliche debbano coprire i costi sostenuti per lo svolgimento del servizio stesso. Le problematiche connesse al principio di proporzionalità fra risorse e costi della concessionaria, saranno oggetto di successiva trattazione.

³⁶Titolo così sostituito dal comma 1 dell'art. 1 del d.lgs. 15 marzo 2010, n.44.

L'art 49, comma 1, del TUR affida in concessione il servizio pubblico generale radiotelevisivo alla RAI sino alla data del 6 maggio 2016.

Si tratta di una vera e propria concessione ai sensi dell'art 1, comma 4, della Direttiva 2004/18 CE e dell'articolo 3, comma 12, del decreto legislativo 12 aprile 2006, n. 163 con fisionomia simile all'appalto dei servizi.

Preme sottolineare che, nell'attuale assetto, lo Stato spiega contemporaneamente vari tipi di intervento pubblico: uno connesso alla veste di concedente del servizio pubblico (chiamato a disciplinare l'attività della concessionaria), uno derivante dalla partecipazione pubblica al capitale della società, quale proprietario di maggioranza dell'impresa (che gli consente di esercitare tutti i diritti previsti dal codice civile) e, infine, ancora un altro quale titolare e "responsabile" di fronte all'Unione europea di molteplici poteri di regolamentazione del mercato da assolvere con imparzialità nel rispetto della normativa nazionale e di quella europea.

Si tratta di una pluralità di ruoli di difficile armonizzazione, in quanto, per un verso, lo Stato deve provvedere alla cura degli interessi collettivi o pubblici, tra i quali la garanzia di un servizio pubblico adeguato, il rispetto dei vincoli di bilancio, la politica di limitazione della spesa; sotto altro profilo è suo interesse, quale azionista dominante, che le società detenute nel Gruppo siano in grado di sostenere i costi produttivi, ottenendo tempestivamente le contribuzioni ed i finanziamenti, ivi compresi quelli di derivazione pubblica loro spettanti - alla stregua degli impegni normativi o contrattuali - anche per evitare il ricorso all'indebitamento.

Viene ad emersione, quindi, una stretta correlazione tra l'attività della società (e delle controllate) e quella pubblica, di guisa che, ai fini del necessario miglioramento dei risultati della gestione, risulta essenziale, oltre ad una azione efficiente, economica ed efficace, anche il rispetto degli impegni finanziari e programmatici da parte dello Stato (in particolare una rigorosa lotta all'evasione dal pagamento del canone radiotelevisivo e la sua equa determinazione).

In conclusione, ferma restando la riferibilità al management della RAI dei risultati della gestione del Gruppo, risulta innegabile l'interdipendenza con l'esercizio delle attribuzioni da parte dello Stato nello specifico settore di intervento.

2.2 Le novità normative e regolamentari

Il corso del 2011 e del 2012 è stato caratterizzato dagli interventi legislativi di disciplina del settore radiotelevisivo di seguito illustrati.

Innovazione tecnologica.

L'art. 3-quinquies del decreto-legge 2 marzo 2012, n. 16, convertito dalla legge 26 aprile 2012, n. 44, affida al Ministero dello sviluppo economico e all'Autorità garante nelle comunicazioni, nell'ambito delle azioni idonee per garantire la concorrenza e l'innovazione in conformità alla politica di gestione stabilita dall'Unione europea e agli obiettivi dell'agenda digitale nazionale e comunitaria, ogni azione utile alla promozione degli standard televisivi DVB-T2 e MPEG-4, o successive evoluzioni approvate nell'ambito ITU. Inoltre, per favorire l'innovazione tecnologica e l'uso efficiente dello spettro, la nuova disciplina prescrive, a partire dal 10 gennaio 2015, che i dispositivi idonei a ricevere servizi radiotelevisivi venduti ai distributori dovranno integrare un sintonizzatore compatibile con il DVB-T2 e la codifica MPEG-4 o successive evoluzioni, mentre dal 10 luglio 2015 tutti gli apparecchi venduti al dettaglio dovranno possedere tali caratteristiche.

Passaggio definitivo alla trasmissione televisiva digitale terrestre.

L'art. 4 del decreto legge 31 marzo 2011, n. 34, come modificato dall'art. 25, comma 2, decreto legge 6 luglio 2011, n. 98, convertito con modificazioni dalla legge 15 luglio 2011, n. 111, ha prorogato al 30 settembre 2011 il termine per il passaggio alla trasmissione televisiva digitale terrestre. La stessa disposizione attribuisce al Ministro dello sviluppo economico, il compito di assegnare i diritti di uso relativi alle frequenze radiotelevisive entro il 30 giugno 2012.

Lo stesso Ministro, con decreto in data 11 maggio 2011 ha modificato, per sopraggiunte considerazioni di natura tecnica, il calendario nazionale per il passaggio definitivo alla trasmissione televisiva digitale terrestre, rimodulando il secondo semestre 2011 (passaggio definitivo in Liguria, Toscana e Umbria, Marche, Abruzzo e Molise) e il primo semestre 2012 (passaggio definitivo in Basilicata e Puglia, Sicilia e Calabria). Successivamente, con decreto in data 15 settembre 2011, è stato posticipato al primo semestre 2012 il transito definitivo in Abruzzo e Molise.

Con ulteriori decreti, il Ministro dello sviluppo economico ha stabilito il passaggio definitivo alla trasmissione televisiva digitale terrestre in Liguria a partire dal 10 ottobre 2011 ed entro e non oltre il 2 novembre 2011 (decreto in data 24 giugno 2011), in Toscana, Umbria e nelle province di La Spezia e di Viterbo a partire dal 3 novembre 2011 e non oltre il 2 dicembre 2011 (decreto in data 24 giugno 2011), nelle Marche a partire dal 5 dicembre 2011 ed entro il 21 dicembre 2011 (decreto in data 24 giugno 2011), in Abruzzo e Molise, e nella provincia di Foggia, a partire dal 7 maggio 2012 ed entro e non oltre il 23 maggio 2012 (decreto in data 14 dicembre 2011), in Puglia e Basilicata, e nelle province di Cosenza e Crotone, a partire dal 24 maggio 2012 ed entro e non oltre l'8 giugno 2012 (decreto in data 14 dicembre 2011) e in Sicilia e Calabria a partire dall'11 giugno 2012 ed entro e non oltre il 30 giugno 2012 (decreto in data 14 dicembre 2011).

Nel 2012 è stata emanata la delibera AGCOM n. 265/12/COM che completa il ciclo di pianificazione delle frequenze da parte della stessa Autorità.

Assegnazione delle frequenze - Beauty Contest.

Nell'aprile del 2009, l'AGCOM ha adottato la delibera n. 181/09/CONS recante criteri per la completa digitalizzazione delle reti televisive terrestri, con la quale è stato previsto l'esperimento di una gara per l'assegnazione di frequenze idonee a gestire cinque reti televisive terrestri in tecnologia digitale, oltre a un'eventuale rete per le trasmissioni televisive terrestri verso terminali mobili in tecnica Dvb-H.

A seguito della delibera della stessa Autorità n. 497/10/CONS del 23 settembre 2010, della pubblicazione del bando e del disciplinare di gara da parte del Ministero dello sviluppo economico (8 luglio 2011), la Rai, in data 6 settembre 2011, ha presentato la domanda di partecipazione alla procedura.

Con decreto direttoriale del 20 gennaio 2012, il Ministero dello sviluppo economico ha sospeso per 90 giorni lo svolgimento delle procedure relative alla gara per l'assegnazione dei diritti d'uso di frequenze in banda televisiva per sistemi di radiodiffusione digitale terrestre (cosiddetto Beauty Contest).

Successivamente, l'art. 3-quinquies del decreto-legge 2 marzo 2012, n. 16 convertito, con modificazioni, dalla legge 26 aprile 2012, n. 44, ha previsto che, al fine di assicurare l'uso efficiente e la valorizzazione economica dello spettro radio, i diritti di uso per le frequenze di cui si tratta, siano assegnati mediante pubblica gara indetta dal Ministero dello sviluppo economico sulla base delle procedure stabilite dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni. Il comma 6 dello stesso articolo, poi, ha annullato

il bando del Ministero per lo sviluppo economico e il relativo disciplinare dell'8 luglio 2011 per la procedura di assegnazione dei citati diritti d'uso delle frequenze.

Canone di abbonamento speciale

L'art. 17 del decreto legge 6 dicembre 2011, n. 201, recante disposizioni urgenti per la crescita, l'equità e il consolidamento dei conti pubblici, convertito, con modificazioni, dalla legge 22 dicembre 2011, n. 214, ai fini della verifica del pagamento del canone speciale, ha imposto alle imprese e alle società di indicare nella relativa dichiarazione dei redditi il numero di abbonamento speciale alla radio o alla televisione e la categoria di appartenenza per l'applicazione della tariffa di abbonamento radiotelevisivo speciale nonché gli altri elementi eventualmente indicati nel provvedimento di approvazione del modello per la dichiarazione dei redditi.

Televoto

Il televoto configura un negozio giuridico a prestazioni corrispettive ove, a fronte del servizio reso dall'emittente e dagli operatori telefonici, questi ultimi nell'ambito dei propri servizi di chiamata di massa, si pone l'obbligo dell'utente di corrispondere un prezzo. Si tratta, pertanto, di un servizio di comunicazione elettronica a pagamento, offerto nel corso di programmi radiotelevisivi, per quanto qui interessa dalla Rai, nella sua veste giuridica di emittente e responsabile editoriale, che genera ricavi per il bilancio della Concessionaria³⁷.

La complessa e delicata materia ha trovato di recente disciplina per effetto di talune delibere adottate dall'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni³⁸.

³⁷ Per il servizio di televoto abbinato al programma Rai "63° Festival della Canzone italiana", agli utenti sono stati addebitati i seguenti importi: euro 1,01, IVA inclusa, per le chiamate da utenza fissa, euro 1,00, IVA inclusa, per gli sms, inviati da utenze cellulari ed euro 1,01, IVA inclusa, per sms inoltrati da utenze H3G. I ricavi derivanti dai servizi di televoto, call game e infonews, ammontano ad euro 1,978 milioni nel 2011 e ad euro 2,346 milioni nel 2012.

³⁸ Con la delibera n. 38/11/CONS del 3 febbraio 2011, l'Autorità ha approvato il regolamento in materia di trasparenza ed efficacia del servizio di televoto. L'obiettivo principale della nuova disciplina è quello di assicurare agli utenti più elevata trasparenza sul complessivo funzionamento del servizio e soprattutto sulla sua affidabilità rispetto al passato. Fra le nuove regole si segnalano in particolare: la possibilità per gli utenti di conoscere le caratteristiche essenziali del televoto almeno 7 giorni prima dell'inizio della trasmissione, compresi i recapiti per eventuali segnalazioni o reclami; l'esclusione dei voti provenienti da centralini, call center o, comunque, da sistemi ripetitivi di invio, apparati potenzialmente idonei ad alterare l'effettiva rilevazione delle preferenze espresse; i nuovi limiti di voto giornalieri e settimanali; la disciplina dei costi del servizio; il riparto di responsabilità tra operatore telefonico, gestore della piattaforma tecnologica ed emittente televisiva. Con la delibera n. 443/12/CONS, l'AGCOM ha modificato e integrato il richiamato regolamento, introducendo, tra le altre, previsioni che consentono alle emittenti di realizzare il servizio di televoto attraverso servizi telefonici tradizionali (telefonate, SMS), ovvero mediante applicazioni internet, che garantiscano l'identificazione dell'utente votante e la tracciabilità della preferenza espressa. La stessa disciplina, inoltre, prevede che in caso di annullamento o sospensione di singole sessioni o dell'intero servizio di televoto, per ragioni non derivanti da caso fortuito o da forza maggiore, senza che siano definiti i risultati delle competizioni, il prezzo sostenuto per l'espressione della preferenza fino al momento dell'annullamento o della sospensione, debba essere interamente rimborsato agli utenti.

Gli obblighi cui sono sottoposte le emittenti, il cui assolvimento consente di attuare una più elevata trasparenza dell'informativa, consistono in comunicazioni all'AGCOM e al pubblico degli utenti/telespettatori³⁹.

L'AGCOM vigila sull'osservanza delle disposizioni recate dalle richiamate delibere, e, in tale contesto, può eseguire ispezioni e verifiche d'ufficio o su denuncia, acquisire dall'emittente ogni documento, dato o informazione ritenuto utile alla indagine in corso. All'Autorità spetta, infine, in caso di violazione delle disposizioni del regolamento in materia di trasparenza ed efficacia del servizio di televoto, l'irrogazione delle sanzioni ivi contemplate.

La Corte deve segnalare la necessità di integrare i protocolli denominati "Gestione del pre-contenzioso ai fini del decreto legislativo n. 231 del 2001" e "Gestione del contenzioso, etc." , entrambi risalenti al 26 settembre 2007, ai fini di un loro adeguamento con le nuove regole.

Queste ultime disciplinano i rapporti Autorità/emittente e richiedono alla società comportamenti attivi in termini informativi, operativi, oblativi, attestativi che, ove non attuati, possono generare un contenzioso con l'AGCOM.

Si deve anche segnalare che l'informazione e la comunicazione sono diretti ad un pubblico vastissimo, che annovera anche utenti poco esperti, sicché le modalità di esternazione della preferenza devono essere presidiate da procedure rigorosamente definite, al fine di garantire la più elevata comprensione del sistema del televoto.

Linee guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo

Con la delibera n. 587/12/CONS, l'AGCOM ha approvato le linee-guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo ai sensi dell'articolo 45, comma 4, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (TUSMAR) per il triennio 2013-2015, intese ad armonizzare il servizio pubblico con il nuovo contesto tecnologico, culturale e sociale del Paese. Il descritto risultato, secondo le nuove previsioni, può essere perseguito attraverso il miglioramento della qualità della programmazione, l'innovazione tecnologica e la trasparenza

³⁹ Le comunicazioni all'AGCOM consistono, prevalentemente, nella compilazione di schede nella fase antecedente alla realizzazione del programma cui è abbinato il servizio di televoto e - in quella susseguente - a mezzo di sintesi complessive delle eventuali segnalazioni ricevute sul servizio, dando contestualmente conto delle attività compiute per la gestione delle stesse. L'informativa al pubblico viene effettuata tramite i siti web delle emittenti, utilizzando un link di immediata percezione anche per gli utilizzatori poco esperti, ivi specificando costi, modalità di addebito, e un'informazione verbale il più possibile completa sul funzionamento del sistema, nel corso del programma e prima dell'apertura del televoto.

nell'erogazione del servizio pubblico. A tal fine sono stati fissati gli obiettivi connessi alla fornitura del servizio pubblico radiotelevisivo e i relativi obblighi⁴⁰.

Tutela del minori

Il decreto legislativo 28 giugno 2012, n. 120 ha modificato l'art. 34 del TUSMAR introducendo il divieto di diffusione di trasmissioni televisive che possano nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori, e, in particolare, i programmi che presentino scene di violenza gratuita o insistita o efferata ovvero pornografiche, nonché di film ai quali, per la proiezione o rappresentazione in pubblico, sia stato negato il nulla osta o che siano vietati ai minori di anni diciotto.

Affollamento pubblicitario

Il decreto legislativo 28 giugno 2012, n. 120 ha sostituito il comma 12 dell'articolo 38 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 prevedendo che "i messaggi promozionali, facenti parte di iniziative promosse da istituzioni, enti, associazioni di categoria, produttori editoriali e librai, volte a sensibilizzare l'opinione pubblica nei confronti del libro e della lettura, trasmessi dalle emittenti radiofoniche e televisive pubbliche e private gratuitamente o a condizioni di favore, nonché i filmati promozionali o di presentazione di opere cinematografiche di nazionalità europea di prossima programmazione, non sono considerati ai fini del calcolo dell'affollamento pubblicitario".

⁴⁰Gli obiettivi sono i seguenti:

- Assicurare che l'intera gestione della RAI sia ispirata ai principi del servizio pubblico.
- Recuperare agli occhi del cittadino/utente il valore e l'identità del servizio pubblico radiotelevisivo.
- Migliorare la qualità della programmazione nella sua accezione più vasta .
- Promuovere l'innovazione tecnologica estendendo al maggior numero di cittadini i benefici delle nuove tecnologie, in un contesto concorrenziale.
- Promuovere l'alfabetizzazione digitale e, più in generale, la fruizione consapevole delle nuove tecnologie .
- Stimolare la creatività e la cultura.
- Promuovere l'immagine dell'Italia all'estero.
- Promuovere la conoscenza dell'Europa e dell'Unione Europea nonché dello scenario internazionale .
- Promuovere il senso etico e civico dei cittadini.
- Garantire il corretto sviluppo dei minori.
- Ampliare la fruizione della programmazione di servizio pubblico da parte delle persone affette da disabilità sensoriali.
- Garantire la trasparenza e l'efficienza nell'utilizzo delle risorse rinvenienti dal canone.
- Rafforzare il rapporto con i cittadini/utenti.

Messaggi pubblicitari concernenti il gioco con vincite in denaro

Il decreto legge 13 settembre 2012, n. 158, convertito, con modificazioni, dalla legge 8 novembre 2012, n. 189, recante disposizioni urgenti per promuovere lo sviluppo del Paese mediante un più elevato livello di tutela della salute, all'art. 7, ha vietato la divulgazione di messaggi pubblicitari concernenti il gioco con vincite in denaro nel corso di trasmissioni televisive o radiofoniche rivolte ai minori, e nei trenta minuti precedenti e successivi alla trasmissione delle stesse, nonché le omologhe comunicazioni concernenti il gioco con vincite in denaro su giornali, riviste, pubblicazioni, durante trasmissioni televisive, e radiofoniche via internet.

Meritano menzione, inoltre, le disposizioni interne in materia contrattuale.

A seguito dell'ordinanza delle Sezioni Unite della Cassazione 22 dicembre 2009, n. 27092, secondo cui la Rai si pone nell'ordinamento alla stregua di un organismo di diritto pubblico, ai sensi dell'art. 3, comma 26, del decreto legislativo 163/2006, con il conseguente obbligo di applicazione delle disposizioni previste nel codice degli appalti pubblici, il Consiglio di amministrazione della società, nella seduta del 19 aprile 2010, ha deliberato un atto d'indirizzo, recante disposizioni generali in tema di approvvigionamento di beni, servizi e lavori nel periodo necessario al completamento della transizione verso il regime di evidenza pubblica.

Si è ritenuto, quindi, che la Rai, per la soddisfazione dei propri fabbisogni e, più in generale, per la selezione dei propri contraenti, sia tenuta al rispetto dei principi e delle procedure ad evidenza pubblica previsti dal richiamato codice, fatte salve tutte le esclusioni e le semplificazioni previste dalla disciplina vigente in considerazione delle caratteristiche dell'attività televisiva nonché delle esigenze tecniche ed artistiche delle prestazioni e della eventuale loro sostanziale infungibilità.

L'atto di indirizzo annovera indicazioni e linee guida da seguire durante il periodo transitorio, e fino al momento della integrale applicazione delle procedure ad evidenza pubblica, previste dal decreto legislativo n. 163 del 2006.

Nella seduta del 17 giugno 2010, inoltre, il Consiglio di Amministrazione ha approvato le istruzioni interne per le procedure di affidamento dei contratti aventi ad oggetto lavori, servizi e forniture, definite in coerenza con il codice degli appalti pubblici, poi aggiornate con le note del Direttore Generale prot. DG/0137 del 15 novembre 2010, prot. DG/0013 del 22 febbraio 2012 e prot. DG/0084 del 29 ottobre 2012.

La richiamata disciplina si occupa anche delle procedure di lavori e forniture di beni e servizi, annoverabili all'interno del settore radiotelevisivo di cui all'art. 19, comma 1, lettera *b*), del decreto legislativo n. 163 del 2006.

Nel corso del 2012 è stato istituito dalla Direzione Generale un gruppo di lavoro per la revisione delle istruzioni interne alla luce degli intervenuti provvedimenti legislativi di settore. Nella seduta del 25 luglio 2013, il Consiglio di amministrazione ha deliberato linee guida per la revisione della richiamata disciplina, sulla cui base dovrà essere avviata la procedura di ridefinizione dei processi aziendali al fine di consentirne l'entrata in vigore a decorrere dal 1 gennaio 2014.

Vanno, infine, segnalate le ordinanze 22 dicembre 2011 numeri 28329 e 28330, con le quali le Sezioni Unite della Corte di cassazione hanno ribadito la collocazione della RAI nella categoria degli organismi di diritto pubblico, ai fini dell'applicazione delle norme comunitarie di evidenza pubblica nonché l'assoggettabilità dei suoi agenti alla giurisdizione della Corte dei conti per i danni da loro cagionati alla società, evidenziando, al contempo, che la connotazione di impresa pubblica non incide sulla natura di società per azioni, specie dopo l'entrata in vigore della legge n. 112 del 2004 e del TU n. 177 del 2005.

3. La struttura e l'organizzazione della Società

3.1 Gli organi sociali ed i compensi

L'organizzazione di RAI S.p.A. è regolata, in via generale, dalle norme civilistiche per le società per azioni e dal decreto legislativo n. 177 del 2005.

Quest'ultima normativa ha introdotto deroghe alla disciplina recata dal codice civile, in ragione delle attribuzioni di natura pubblica intestate alla società. Le disposizioni del codice civile, quindi, trovano applicazione per quanto concerne l'assetto sociale, compatibilmente con le previsioni contenute nel richiamato decreto legislativo.

Gli organi sociali della RAI sono l'Assemblea dei soci (ordinaria e straordinaria), il Consiglio di amministrazione, il Presidente ed il Collegio sindacale.

L'Assemblea è costituita dallo "Stato", azionista nella misura del 99,56%, che detiene il pacchetto azionario ed esercita i relativi poteri attraverso il Ministero dell'economia e delle finanze, e dalla SIAE, azionista per la quota residua.

Ad essa sono intestati dall'articolo 2383 codice civile taluni atti di governo della società: nomina e revoca, degli amministratori; deliberazione del progetto del bilancio predisposto dagli amministratori; deliberazione di distribuzione degli utili risultanti dal bilancio d'esercizio; azione di responsabilità nei confronti degli amministratori; deliberazione sulle modificazioni dello statuto; nomina e revoca dei Sindaci.

Il **Consiglio di amministrazione** è l'organo dotato di poteri decisionali; ad esso spetta la gestione dell'impresa (2380-bis codice civile).

L'articolo 49 del decreto legislativo n.177/2005 disciplina, tra l'altro, la composizione del Consiglio di amministrazione della RAI e le modalità di nomina dei suoi componenti. L'articolo 21 del vigente statuto, poco aggiunge a quanto previsto, al riguardo, dal citato articolo 49 del decreto legislativo n.177/2005.

Il Consiglio di amministrazione, nominato dall'Assemblea dei soci mediante voto di lista, è composto da nove membri. Questi ultimi devono essere in possesso dei requisiti per la nomina a giudice costituzionale, ai sensi dell'articolo 135 della Costituzione, o, comunque, essere persone di riconosciuto prestigio e competenza professionale, di notoria indipendenza di comportamenti, che si siano distinte in attività economiche, scientifiche, giuridiche, della cultura umanistica o della comunicazione sociale, con significative esperienze manageriali.

Il mandato ha la durata di tre anni e può essere rinnovato una sola volta.

Il Consiglio di amministrazione in carica nel 2011 e fino al 4 luglio 2012 è stato nominato dall'Assemblea nella seduta del 25 marzo 2009.

Lo stesso organo collegiale, inoltre, in data 19/05/2009 ha deliberato il compenso per gli amministratori ed il Presidente in euro 98.000,00 lordi annui. In aggiunta a ciò, in virtù dell'articolo 2389, comma 3, del codice civile ed in conformità dello statuto, la remunerazione degli amministratori investiti di particolari cariche è stata fissata dal consiglio di amministrazione, sentito il parere del collegio sindacale, per l'anno 2011 e fino al 4 luglio 2012, in euro 29.000,00 lordi annui cadauno (nel 2010, in euro 75.000,00 lordi annui cadauno). I compensi erogati nell'anno 2011 e 2012 per ciascun consigliere sono stati in totale pari ad euro 127.000 lordi annui (173.000 nel 2010).

In data 5 luglio 2012 l'Assemblea della Società ha proceduto al rinnovo del Consiglio di amministrazione per il periodo 2012-2014, fissando il compenso annuo lordo di ciascun componente in euro 66.000.

La parte di compenso agli amministratori "investiti particolari cariche" è stata corrisposta in relazione alla partecipazione di "Comitati con funzioni consultive o di proposta", contemplati dall'articolo 28, comma terzo, dello statuto della società.

I Comitati, al termine dei lavori svolti, hanno reso una relazione al Consiglio di Amministrazione riguardante l'istruttoria sugli studi e sulle valutazioni svolte.

Conseguentemente, il C.d.A, sentito il parere del Collegio Sindacale, ha provveduto a deliberare la remunerazione che, come previsto dall' art. 3 comma 12bis dalla legge finanziaria 2008 (legge n. 244 del 2007), è stata riconosciuta al singolo componente in misura non superiore al trenta per cento del compenso deliberato per la carica di amministratore.

In tale contesto sono stati costituiti in seno al Consiglio di Amministrazione, con delibera assunta in data 3 marzo 2011, in coerenza con i compiti assegnati allo stesso Consiglio dall'art. 49, comma 3, del Testo Unico della Radiotelevisione e dall'art. 25.1 dello Statuto Sociale, due Comitati consultivi, il Comitato per l'Organizzazione e il Comitato per l'Amministrazione, entrambi composti da quattro Consiglieri e coordinati da ciascuno di essi in avvicendamento turnario.

Nell'anno 2011 sono state realizzate quattro sessioni di lavoro per ciascun comitato come qui di seguito riportato.

- Comitato per l'Organizzazione:

- marzo – maggio, "Ricavi commerciali";
- maggio – luglio, "Frequenze radiofoniche sul territorio nazionale";
- agosto – novembre, "Governance RAI: problematiche interne ed esterne";

- novembre – dicembre, "Perimetro di attività della RAI alla luce degli sviluppi di mercato e delle risorse disponibili – Offerta editoriale".
- Comitato per l'Amministrazione:
- marzo – maggio, "Costi del prodotto";
 - maggio – luglio, "Intrattenimento sulle Reti RAI: modelli produttivi, economici e gestionali";
 - agosto – novembre, "Canone di abbonamento ordinario e speciale";
 - novembre – dicembre, "Perimetro di attività della RAI alla luce degli sviluppi di mercato e delle risorse disponibili – Assetto organizzativo e gestionale".

I citati Comitati sono stati confermati dal nuovo C.d.A. con delibera del 5 settembre 2012 previa ridefinizione degli ambiti di analisi e dei rispettivi componenti e coordinatori nelle persone degli attuali consiglieri.

Nell'anno 2012 sono state realizzate le seguenti sessioni di lavoro:

Comitati del Consiglio in carica fino al 4 luglio 2012

1° Comitato:

- gennaio – marzo : RAI Estero
- marzo – maggio: Sistema regionale del Servizio pubblico radiotelevisivo: opportunità di sviluppo e valorizzazione.

2° Comitato:

- gennaio – marzo: Sistemi di valutazione del personale e politiche retributive
- marzo – maggio: RAI Sport: Modello organizzativo e problematiche amministrative della testata: la Redazione sportiva del TG1.
- maggio – giugno: Verifica stato di attuazione linee guida 2009-2012 per il rilancio radiofonia RAI.

Comitati del Consiglio in carica dal 5 luglio 2012

1° Comitato:

- ottobre – dicembre: Scenari socio culturali; tendenza dei consumi mediali, culturali e dinamiche del business audiovisivo.

2° Comitato:

- ottobre – dicembre: Sistemi di monitoraggio della qualità in uso in RAI: situazione as is e to be.

I Comitati, al termine dei lavori svolti, con cadenza periodica come sopra esposto, hanno reso una relazione al Consiglio di Amministrazione riguardante l'istruttoria e le valutazioni svolte. La relativa retribuzione è stata riconosciuta ai singoli componenti nella misura e con la procedura sopra descritta. In conclusione agli amministratori membri dei vari consessi, ad eccezione del Presidente, sono stati corrisposti compensi complessivi annui lordi, pari a euro 232.000,00 per il 2011 e euro 159.200,00 nel 2012.

Per quanto riguarda le spese di soggiorno per servizio, fino al mese di novembre 2012 è rimasta in vigore la disciplina introdotta dalla delibera 28 maggio 2009, con la quale il Consiglio di Amministrazione della Società assentiva ai propri componenti:

- euro 350,00 lordi per ogni giorno con pernottamento;
- euro 220,00 lordi per ogni giorno senza pernottamento.

La stessa delibera prevedeva, inoltre, il rimborso delle spese di viaggio documentate.

Con delibera del 15-16 novembre 2012, il C.d.A ha modificato la precedente regolamentazione⁴¹.

L'importo complessivo delle spese in rassegna, unitamente a quelle di viaggi istituzionali, è stato pari a euro 371.368 nel 2011 ed euro 306,150 nel 2012 (nel 2010 l'omologa spesa si era attestata in euro 405.568).

Oltre alle ordinarie funzioni, il Consiglio di amministrazione della RAI, ai sensi dell'articolo 49, comma 3, del TUR n. 117/2005, svolge anche quella di controllo e di garanzia circa il corretto adempimento delle finalità e degli obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo.

⁴¹Ai consiglieri di amministrazione non residenti in Roma, per i giorni di permanenza nella capitale per ragioni inerenti alla carica, è riconosciuto il rimborso delle spese a piè di lista per vitto e alloggio fino alla concorrenza di euro 3.500,00, previa produzione dei documenti giustificativi delle spese sostenute. Al Presidente della società, non residente in Roma, in rapporto alle necessità di permanenza continuativa presso la sede sociale per lo svolgimento delle proprie attività, è stato riconosciuto un rimborso per le spese di vitto e alloggio complessivamente determinato nella misura di euro 4.000,00 mensile.

L'organo collegiale, come già evidenziato, è dotato di ogni potere per l'amministrazione della Società; in tale contesto può adottare tutti gli atti ritenuti necessari od opportuni per il raggiungimento degli scopi sociali.

In particolare, ai sensi dell'articolo 25 dello statuto, nomina il Direttore generale di intesa con l'Assemblea dei soci, delibera il progetto di bilancio, i piani di investimento, finanziario, di ristrutturazione e delle politiche del personale; adotta i provvedimenti di assegnazione annuale delle risorse finanziarie, sulla base di specifici piani, delle risorse economiche alle Aree di attività aziendale; esercita il controllo sull'andamento dei costi e dei ricavi di gestione; su proposta del Direttore generale, nomina i vice direttori generali ed i dirigenti di primo e di secondo livello; approva gli atti ed i contratti aziendali aventi carattere strategico nonché quelli che, anche per effetto di una durata pluriennale, siano di importo superiore a 2.582 migliaia di euro.

Ai sensi dell'articolo 2381, comma 2°, del codice civile, il Consiglio di amministrazione può conferire, se ciò è previsto dallo statuto, ad uno o più consiglieri, le proprie attribuzioni, conservando tuttavia la funzione generale di sovrintendenza sull'amministrazione della società.

L'articolo 26 del vigente statuto prevede che il Consiglio di amministrazione della RAI, fatte salve le attribuzioni del Direttore generale stabilite dalla legge, possa delegare proprie attribuzioni al solo Presidente, determinandone in concreto il contenuto ed il compenso ai sensi dell'art. 2389, comma 3, del codice civile.

Nel delineato contesto l'organo di amministrazione, con delibera assunta nella seduta del 18-19 luglio 2012, ha delegato proprie attribuzioni al Presidente, tenendo anche conto dell'invito in tal senso espresso dall'azionista Ministero dell'economia e finanze nell'Assemblea del 5 luglio 2012, durante la quale era stato nominato il nuovo Consiglio di Amministrazione.

Al Presidente sono state conferite le seguenti attribuzioni:

- l'approvazione, su proposta del Direttore Generale, degli atti e dei contratti aziendali che, anche per effetto di una durata pluriennale, importino una spesa superiore ad Euro 2.582.284,50 fino ad Euro 10.000.000,00 a condizione che - per quanto riguarda i contratti di natura editoriale (utilità immediata, utilità ripetuta e scritture artistiche) - gli elementi essenziali di tali contratti risultino conformi con le scelte e le valutazioni operate dal Consiglio di Amministrazione in sede di approvazione dei piani di produzione e trasmissione, del palinsesto e delle linee di bilancio aziendale. Il Presidente è

sottoposto all'onere di rendicontazione trimestrale degli atti e dei contratti stipulati nell'esercizio della delega;

- la nomina, su proposta del Direttore Generale, e la determinazione della relativa collocazione aziendale, dei dirigenti di primo e di secondo livello delle Direzioni non editoriali, intendendosi per editoriali le Direzioni di Canale, Genere e Testata, sia radiofoniche che televisive, nonché le relative Direzioni di supporto (Palinsesto TV e Marketing, Teche e Radio) e la Direzione Nuovi Media, la nomina dei cui dirigenti di primo e secondo livello e la relativa collocazione sono rimaste, pertanto, incardinate nell'organo di amministrazione.

Successivamente alla richiamata delibera consiliare del 18-19 luglio 2012, è entrata in vigore la legge 7 agosto 2012, n. 135, di conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 6 luglio 2012, n. 95 (c.d. spending review 2), che, tra l'altro, ha limitato, nelle società pubbliche, l'ambito delle deleghe assentibili dal consiglio di amministrazione al Presidente ai settori delle relazioni esterne e istituzionali e della supervisione delle attività di controllo interno. La nuova disciplina, entrata in vigore il 15 agosto 2012, trova applicazione a decorrere dal primo rinnovo dei consigli di amministrazione delle società controllate dallo Stato.

Il **Presidente** del Consiglio di amministrazione è stato nominato, insieme agli altri membri del consesso, con delibera dell'Assemblea in data 25 marzo 2009, per tre anni. L'efficacia della nomina è subordinata all'acquisizione del parere favorevole della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi. Il Presidente convoca il Consiglio di Amministrazione e ne coordina i lavori. Ai sensi della delibera assembleare sopra citata del 19/05/2009 il suo compenso è stato fissato in euro 98.000,00 lordi annui. Inoltre in virtù dell'art.2389, comma 3, del codice civile ed in conformità dello statuto, il Consiglio di Amministrazione nella seduta del 28/05/2009 ha deliberato il riconoscimento di una remunerazione speciale, fissandola nella misura di 350.000,00 euro annui lordi.

In data 5 luglio 2012, l'Assemblea degli azionisti della RAI ha indicato il Presidente del Consiglio di amministrazione della Società per il periodo 2012-2014, stabilendone il compenso in euro 66.000. Sulla nomina, deliberata dal C.d.A. il 10 luglio 2012, si è favorevolmente espressa la Commissione parlamentare di vigilanza nella adunanza del 12 luglio 2012. Nella seduta del 25 luglio 2012, inoltre, l'organo

collegiale di amministrazione della società ha deliberato la remunerazione speciale di 300.000 euro annui lordi anche in considerazione delle deleghe assegnate.

Ai sensi dell'articolo 30.1, dello statuto, l'Assemblea dei soci nomina il **Collegio sindacale**, costituito da tre sindaci effettivi, di cui uno con funzioni di Presidente, e ne determina i compensi. Nomina, altresì, due sindaci supplenti. I sindaci durano in carica tre esercizi. Scadono alla data dell'assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo al terzo esercizio della loro carica.

Sino all'approvazione del bilancio di esercizio 2012, è rimasto in carica il Collegio nominato dall'Assemblea in data 3 agosto 2010 per il triennio 2010-2012. Il relativo compenso era stato fissato in euro 63.000,00 annui per il Presidente ed in euro 45.000,00 annui per ciascun sindaco. Il nuovo Collegio è stato nominato dall'assemblea il 30/05/2013.

<i>Valori in euro</i>			
Compensi Amministratori e Sindaci			
<i>Anni di riferimento⁴²</i>	2010	2011	2012
Presidente CDA	448.000	448.000	366.000
Amministratori**	173.000	127.000	95.000
Presidente Collegio sindaci	63.000	63.000	63.000
Sindaci	45.000	45.000	45.000
Totale	281.000	235.000	203.000

Dell'attività e delle funzioni svolte dal Collegio sindacale si tratterà nel paragrafo relativo ai controlli interni.

Risulta completato nel 2011 l'adeguamento dello statuto Rai alle disposizioni di cui ai commi 12, 12-bis e 13 dell'art. 3 della legge 24 dicembre 2007, n. 244 (legge finanziaria 2008), con l'approvazione delle modifiche apportate (decreto del Ministero dello sviluppo economico del 10.05.2011 pubblicato in G.U 13 luglio 2011, n. 161)⁴³.

⁴² Nel 2010 e 2011 comprende euro 98.000 di compenso stabilito dall'assemblea e euro 350.000 di compenso ex art 2389, comma3, codice civile. Nel 2012 comprende euro 66.000 di compenso fissato dalla assemblea e euro 300.000 di compenso ex art 2389, comma 3, codice civile. I componenti del CdA sono nove compreso il Presidente. Nel 2011 comprende 98.000 di compenso fissato dall'assemblea e 29.000 per partecipazioni a comitati. Nel 2012 comprende 66.000 di compenso e 29.000 per partecipazione a comitati.

⁴³Con d.m. 10 maggio 2011 sono state approvate alcune modifiche in attuazione della normativa di cui all'art. 3, comma 12, della legge n. 244/2007, che stabilisce come gli statuti delle società non quotate, direttamente o indirettamente controllate dallo Stato si debbano adeguare alle seguenti disposizioni:

a) ridurre il numero massimo dei componenti degli organi di amministrazione a cinque se le disposizioni statutarie vigenti prevedono un numero massimo di componenti superiore a cinque, e a sette se le citate disposizioni statutarie prevedono un numero massimo di componenti superiore a sette. I compensi deliberati ai sensi dell'articolo 2389, primo comma, del codice civile sono ridotti, in sede di prima applicazione delle presenti disposizioni, del 25 per cento rispetto ai compensi precedentemente deliberati per ciascun componente dell'organo di amministrazione;

In ordine ai compensi dei componenti degli organi di governo e di controllo, e del Direttore generale, si deve precisare che il d.P.R. 5 ottobre 2010, n. 195, recante il Regolamento di attuazione dell'art. 3, commi 44-53, della legge n. 244 del 2007 (legge finanziaria 2008), ha fissato, per chiunque riceva a carico delle pubbliche finanze emolumenti o retribuzioni nell'ambito di rapporti di lavoro dipendenti ed autonomo anche con società non quotate a totale o prevalente partecipazione pubblica nonché con le loro controllate (comma 44), il limite massimo pari al trattamento economico annuo onnicomprensivo del primo Presidente della Corte di cassazione. L'art. 2, comma 20-quater, aggiunto in sede di conversione del decreto legge 6 luglio 2012, n. 95 dalla legge n. 135 del 2012, ha introdotto i commi 5-bis e 5-ter nell'art. 23-bis della legge n. 214 del 2011, prevedendo un tetto ai compensi degli amministratori investiti di particolari cariche e dei dipendenti delle società non quotate, direttamente o indirettamente controllate dalle pubbliche amministrazioni, pari al trattamento economico del primo Presidente della Corte di cassazione (euro 293.658,95 nell'anno 2011), parallelamente a quanto stabilito per la pubblica amministrazione dall'art. 23-ter della legge n. 214 del 2011 e dal d.P.C.M. di attuazione 23 marzo 2012.

Mentre l'efficacia delle preesistenti previsioni dell'art. 23-bis è subordinata all'emanazione di un Regolamento da parte del Ministro dell'economia e delle finanze, che classifichi le società partecipate in fasce, indicando per ognuna il compenso massimo al quale i consigli di amministrazione devono attenersi per determinare gli emolumenti da corrispondere agli amministratori con deleghe, le disposizioni di cui all'art. 2, comma 20-quater, della legge in oggetto, relative al tetto ai compensi degli amministratori investiti di particolari cariche e dei dipendenti delle società non quotate controllate dalle pubbliche amministrazioni (commi 5-bis e 5-ter dell'art. 23-bis della l. n. 214/2011), si applicano a decorrere dal primo rinnovo dei consigli di

-
- b) prevedere che previa delibera dell'assemblea dei soci, sulle materie delegabili, al presidente possano essere attribuite deleghe operative da parte dell'organo di amministrazione che provvede a determinarne in concreto il contenuto ed il compenso ai sensi dell'articolo 2389, terzo comma, del codice civile;
 - c) sopprimere la carica di vicepresidente eventualmente contemplata dagli statuti, ovvero prevedere che la carica stessa sia mantenuta esclusivamente quale modalità di individuazione del sostituto del presidente in caso di assenza o impedimento, senza dare titolo a compensi aggiuntivi;
 - d) prevedere che l'organo di amministrazione, fermo quanto previsto ai sensi della lettera b), possa delegare proprie attribuzioni a un solo componente, al quale possono essere riconosciuti compensi ai sensi dell'articolo 2389, terzo comma, del codice civile unitamente al Presidente nel caso di attribuzione di deleghe operative di cui alla lettera b);
 - e) prevedere, in deroga a quanto previsto dalla lettera d), fermo quanto previsto ai sensi della lettera b), la possibilità che l'organo di amministrazione conferisca deleghe per singoli atti anche ad altri membri dell'organo stesso, a condizione che non siano previsti compensi aggiuntivi;
 - f) prevedere che la funzione di controllo interno riferisca all'organo di amministrazione o, fermo restando quanto previsto dal comma 12-bis, a un apposito comitato eventualmente costituito all'interno dell'organo di amministrazione;
 - g) prevedere il divieto di corrispondere gettoni di presenza ai componenti degli organi sociali.

amministrazione successivo alla data di entrata in vigore della legge di conversione del decreto (15 agosto 2012) nonché ai contratti di lavoro subordinato stipulati successivamente a quest'ultima data, come prescritto dal comma 20-quinquies dell'art. 2.

La richiamata normativa integra e modifica, pertanto, la disciplina in materia di limite massimo agli emolumenti o alle retribuzioni dettata dall'art. 3, commi 43-53, della legge n. 244 del 2007 e dal Regolamento n. 195/2010.

3.2 Il Direttore generale

Ai sensi dell'articolo 49, commi 11 e 12, del decreto legislativo n.177 del 2005, il Direttore generale è nominato dal Consiglio di Amministrazione, d'intesa con l'assemblea dei soci. Il suo mandato ha la durata di quello del Consiglio di amministrazione, organo al quale risponde della gestione per i profili di propria competenza.

Il Direttore generale, nominato con delibera del Consiglio di amministrazione del 2 aprile 2009, è rimasto in carica fino al 4 maggio 2011, quando ha presentato le proprie dimissioni; il nuovo Direttore Generale è stato nominato con delibera del C.d.A. del 4 maggio 2011 ed è rimasto in carica fino al 17 luglio 2012, data in cui è subentrato il nuovo Direttore Generale.

Il rapporto di lavoro è disciplinato con contratto di diritto privato.

La retribuzione assentita al Direttore Generale subentrato nel 2011 è stata pari ad euro 650.000 annui lordi (715.000 nel 2010).

L'attuale Direttore Generale è stato nominato dal C.d.A. nella seduta del 17 luglio 2012, con le seguenti modalità:

- a. nomina del Direttore Generale per la durata del Consiglio di amministrazione;
- b. assunzione dell'interessato a tempo indeterminato quale dirigente della società;
- c. retribuzione nella posizione di Direttore Generale nella misura di Euro 650.000,00, "dando mandato al Presidente di modulare la parte retributiva e la parte a titolo di indennità di funzione, fermo restando che quest'ultima, nel rispetto dei limiti fissati dalla normativa vigente in materia, non potrà essere comunque inferiore alla misura annua di Euro 150.000,00."

Nella seduta consiliare del 18 luglio 2012, il Presidente dava comunicazione dell'accordo raggiunto con il Direttore Generale in merito alla retribuzione pari ad euro 400.000,00, oltre ad euro 250.000,00 per indennità di funzione.

Successivamente il punto b) della delibera del 17 luglio 2012, è stato oggetto di revoca da parte della società.

L'attuale Direttore Generale, quindi, ha un rapporto di lavoro a tempo determinato di durata sovrapponibile a quella dell'attuale organo di amministrazione.

A termini della disciplina contenuta nel comma 12 del decreto legislativo n. 177 del 2005 e nell'articolo 29, comma 3, dello statuto:

- a) risponde al Consiglio di amministrazione della gestione aziendale per i profili di propria competenza e sovrintende all'organizzazione ed al funzionamento dell'azienda nel quadro dei piani e delle direttive definiti dal Consiglio;
- b) partecipa, senza diritto di voto, alla riunioni del Consiglio;
- c) assicura, in collaborazione con i direttori di rete e di testata, la coerenza della programmazione radiotelevisiva con le linee editoriali e le direttive formulate dal Consiglio;
- d) propone al Consiglio le nomine dei vice direttori generali e dei dirigenti di primo e di secondo livello;
- e) assume, nomina, promuove e stabilisce la collocazione degli altri dirigenti, nonché, su proposta dei direttori di testata e nel rispetto del contratto di lavoro giornalistico, degli altri giornalisti e ne informa puntualmente il consiglio di amministrazione;
- f) provvede alla gestione del personale dell'azienda;
- g) propone all'approvazione del consiglio di amministrazione gli atti e i contratti aziendali aventi carattere strategico, ivi inclusi i piani annuali di trasmissione e di produzione e le eventuali variazioni degli stessi, nonché quelli che, anche per effetto di una durata pluriennale, siano di importo superiore a 2.582.284,50 euro; firma gli altri atti e contratti aziendali attinenti alla gestione della società; firma gli atti e contratti aziendali attinenti alla gestione della società;
- h) provvede all'attuazione del piano di investimenti, del piano finanziario, delle politiche del personale e dei piani di ristrutturazione, nonché dei progetti specifici approvati dal consiglio di amministrazione in materia di linea editoriale, investimenti, organizzazione aziendale, politica finanziaria e politiche del personale;
- i) trasmette al consiglio di amministrazione le informazioni utili per verificare il conseguimento degli obiettivi aziendali e l'attuazione degli indirizzi definiti dagli organi competenti ai sensi del presente testo unico.

Le competenze del Direttore generale della RAI, diversamente da quanto è stabilito dal codice civile per l'omologa figura presente nelle società per azioni, sono

puntualmente stabilite dalla legge. Lo statuto potrebbe aggiungerne altre a condizione che non siano incompatibili con la ripartizione funzionale prevista dalla stessa legge.

Particolare rilevanza ha assunto l'attività contrattuale di competenza del Direttore Generale articolata nella stipula di n. 178 contratti nel 2011 e di n. 117 nel 2012 (n. 205 nel 2010).

La spesa complessiva ha di poco superato 90 milioni di euro nel 2011, riducendosi nel 2012 a 68,5 milioni di euro (nel 2010 si era attestata intorno ai 103,5 milioni di euro).

Sono stati conclusi, inoltre, contratti attivi per circa 11,3 milioni di euro nel 2011 e di circa 7,3 milioni di euro nel 2012 (nel 2010 oltre 12,5 milioni di euro).

Le tabelle che seguono evidenziano il numero dei contratti perfezionati dal Direttore Generale in ogni singolo trimestre, l'area di pertinenza e i relativi importi, per i due anni in rassegna.

Per omogeneità di trattazione, si riporta nei seguenti grafici si riporta l'attività contrattuale complessiva della società.

Direzione / Soc. Gruppo	Contratti 2012 (numero)	Valore contratti emessi nel 2012 (Milioni di euro)
Direzione Acquisti ¹⁾	3.373	200,6
Direzione Produzione Tv	20.167	112,0
Direzione Radio	206	7,1
Direzione Coordin. Sed. Reg.	2.311	5,3
Direzione Com. Rel. Esterne	342	5,9
Direzione Commerciale	196	3,0
TOTALE RAI SPA	26.595	333,9
Rai Way	877	73,9
Altre soc. del Gruppo ²⁾	2.213	32,7
Totale Gruppo Rai	29.685	440,5
RISF contratti semplificati < 1.000 € emessi dal Gruppo	12.482	5,0

1 Sono esclusi gli ordini vs società del Gruppo per 145 ml.

2 Sono incluse:

- Utilities (acqua, elettricità, gas, spese telefoniche e postali) 41 m
- Extra MM (vettoni aerei e ferroviari, pernottamenti alberghieri, assicurazioni) 20 m

3 Comprende Rai Cinema, Sipra, Rai Net

Avuto riguardo alla tipologia di procedura utilizzata nell'acquisto di beni e servizi, la sottostante tabella espone i seguenti elementi relativi al 2012.

Direzione / Soc. Gruppo	Gare sopra e sotto soglia	Affidi diretti infungibili	Affidi ex 125 < 40.000 € e allegato IIB	Affidi diretti ex art.19 ⁽¹⁾	Regolarizz.	Proroghe in attesa di gara	Totale Contr.	RSF (ordini < 1.000€)
Direzione Acquisti	86	296	1.250		1.391	350	3.373	29
Direzione Produzione Tv		2.286		17.881			20.167	900
Direzione Radio		18	166		22		206	235
Direzione Coordin. Sedi Reg.			2.311				2.311	1.678
Direzione Con. Rel. Esterne		65	277				342	128
Direzione Commerciale		6	190				196	254
RSF altre Direzioni Rai								7.594
Rai Way	⁽²⁾ 29	162	625		57	4	877	1.664
Altre soc. del Gruppo ⁽³⁾	11	9	137	2.032	10	14	2.213	-
Totale	126	2.842	4.956	19.913	1.480	368	29.685	12.482

oltre 42.000

1 ProdTV: di cui 637 con offerte in busta chiusa; 4.700 con raccolta di più preventivi e i restanti ad affido diretto di valore unitario sotto i 5.000 euro
 2 Sono inclusi i contratti da gare pubbliche espletate da Rai SpA
 3 Sipra e Rai Cinema non effettuano gare formali

3.3 Il Dirigente preposto alla compilazione dei documenti contabili

La legge n. 262 del 2005, che ha inserito l'articolo 154-bis del TUF (decreto legislativo n. 58 del 1998, testo unico delle disposizioni in materia di intermediazione finanziaria), ha istituito la figura del dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili, con compiti ben delineati all'interno dell'organizzazione aziendale; su tale dirigente gravano le stesse responsabilità, sia in materia civile che penale, previste per gli amministratori e per il Direttore generale.

La RAI, a tutt'oggi, non ha previsto nella propria articolazione la sopra indicata posizione organizzativa nella considerazione che i relativi compiti possano essere assorbiti dalle funzioni svolte dal Direttore generale e ritenendo che la richiamata normativa non abbia posto un preciso obbligo al riguardo.

3.4 L'Assetto organizzativo della società RAI e le Vice direzioni generali

Nel corso del 2011 la società ha proceduto alla revisione e razionalizzazione del suo assetto complessivo, necessità segnalata nella precedente relazione al Parlamento.

A tal riguardo sono state abolite due delle quattro Vice Direzioni Generali costituite nel 2009, in particolare:

- la *Vice Direzione Generale per l'Area Produttiva e Gestionale*, con la conseguente riallocazione, a diretto riporto dal Direttore Generale, delle Direzioni Risorse Televisive, Teche e Produzione TV (quest'ultima con il coordinamento funzionale della Vice Direzione Generale per il Coordinamento dell'Offerta Radiotelevisiva per la coerente assegnazione delle risorse produttive rispetto alla pianificazione dell'offerta), eliminando, altresì, il coordinamento funzionale sulla Direzione Pianificazione e Controllo;
- la *Vice Direzione Generale per la Transizione al Digitale Terrestre e strategie multiplatforma* (anche in ragione del progressivo completamento dello switch-off) con il contestuale spostamento della Struttura Digitale Terrestre nell'ambito della Direzione Sviluppo Strategico, a diretto riporto e per le attività di supporto alla Direzione Generale.

Le accresciute necessità di governo dell'offerta digitale, 13 canali digitali rispetto alle 3 tradizionali reti analogiche generaliste, hanno richiesto un riposizionamento della Direzione Palinsesto TV e Marketing, nell'ambito della Vice Direzione Generale per il Coordinamento dell'Offerta Radiotelevisiva e della Direzione Comunicazione e Relazioni Esterne (con la contestuale ricollocazione del Premio Italia e del Segretariato Sociale, rispettivamente nell'ambito delle Direzioni Segreteria del Consiglio di amministrazione e Staff del Direttore Generale).

Nel settore editoriale, è stata costituita la Direzione *Rai Intrattenimento*, a presidio del genere omonimo, in una logica di articolazione a matrice per generi e canali, con il conseguente assorbimento di parte delle strutture di programmazione dedicate dei canali generalisti.

Sempre all'interno della medesima area sono stati riconfigurati l'assetto e i processi di funzionamento riguardanti la Direzione Rai Fiction, con specifico riferimento all'elaborazione dei piani, all'attribuzione di un budget delegato da parte dei canali e al trasferimento della contrattualistica nell'ambito della Direzione Risorse Televisive, competente per materia.

La ricognizione dell'offerta internazionale, nel quadro delle iniziative di saving e in attesa di una più compiuta razionalizzazione del comparto, ha consigliato, inoltre, la cessazione:

- della diffusione del Canale Yes Italia e del Canale Rai Med;
- di tutte le autoproduzioni di Rai Internazionale, con la conseguente riallocazione e recupero del personale in altre Testate e Direzioni editoriali;
- delle attività radiofoniche e della produzione realizzata per il web di RAI Internazionale.

In sostanza, la Direzione ha mantenuto la sola attività di packaging dei palinsesti destinati al canale Rai Italia.

Nel 2012, in occasione del rinnovo dei vertici Rai di S.p.A. effettuato nel mese di giugno, è stato ridefinito e riarticolato il meccanismo delle deleghe tra il Consiglio di Amministrazione ed il Presidente: in particolare sono stati attribuite al Presidente, per delega del Consiglio d'Amministrazione, specifiche attribuzioni come già accennato al paragrafo 3.1..

Ciò ha determinato la necessità di una rivisitazione delle dipendenze di alcune strutture di staff. In particolare la Direzione Internal Auditing e lo Staff del Presidente – evoluto in "Segreteria Tecnica del Presidente" - sono state collocate alle dirette dipendenze del Presidente, mentre l'Organismo di Vigilanza e la Segreteria del Consiglio di Amministrazione sono rimaste nel dominio dell'organo di amministrazione.

Nel corso dello stesso anno, inoltre, è proseguito il processo di revisione e razionalizzazione dell'assetto complessivo della Società, anche con l'obiettivo di ridurre il numero dei riporti diretti dal Direttore Generale; a tal fine sono stati effettuati i seguenti interventi strutturali:

- La Direzione Nuovi Media è stata soppressa, a fronte della decisione di mantenere e concentrare, presso il presidio della controllata RaiNet S.p.A., la gestione dell'offerta web, IP, mobile;
- a circa un anno dalla sua costituzione, considerata prevalente l'esigenza di differenziare maggiormente l'offerta di intrattenimento tra i diversi Canali Rai

rispetto alla logica di centralizzazione precedentemente adottata, è stata abolita la Direzione Rai Intrattenimento con la conseguente assegnazione delle relative attività all'interno dei singoli canali. In sostanza la sperimentazione del modello per "generi", della quale la suddetta Direzione aveva configurato iniziativa pilota, non è stata ritenuta positiva;

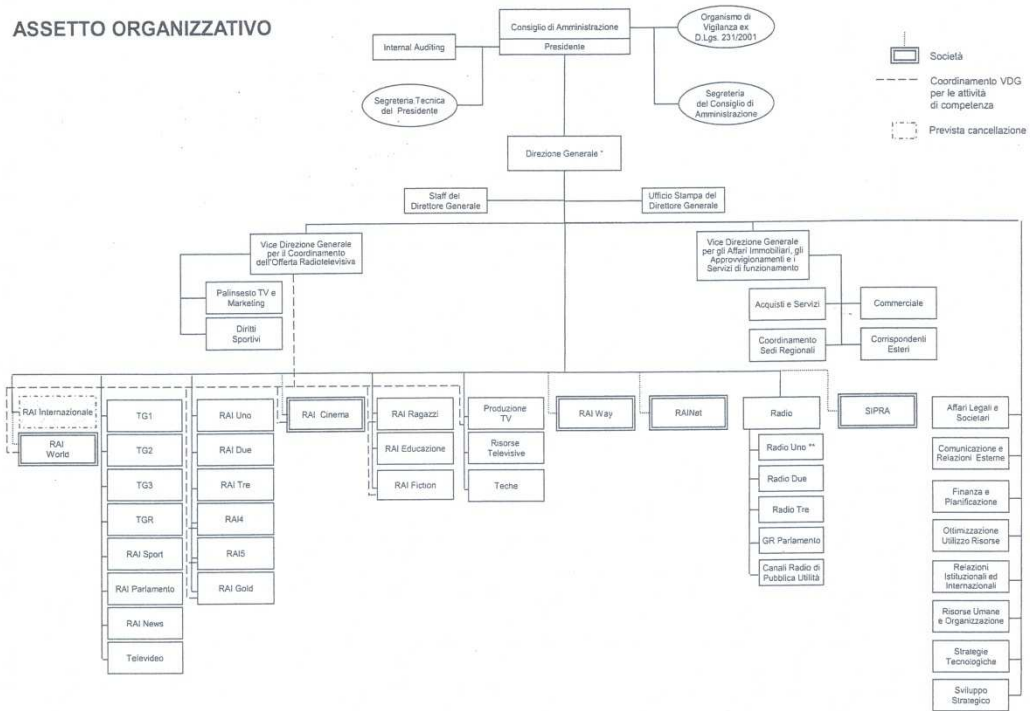
- nell'ambito del comparto editoriale, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato il trasferimento del Canale Rai Italia e della relativa responsabilità editoriale presso la controllata Rai World (già NewCo) e la soppressione della Direzione Rai Internazionale, assegnando le relative risorse alla consociata o ad altre strutture aziendali, nel quadro della rimodulazione e dello sviluppo dell'offerta televisiva per gli italiani all'estero. Nel delineato contesto alla stessa società è stata affidata la responsabilità del concorso internazionale "Premio Italia", precedentemente incardinato presso la Segreteria del Consiglio di Amministrazione;
- infine è stata deliberata l'unificazione delle Testate Rai News e Televideo ed avviata l'elaborazione del relativo progetto di fusione.

Sul versante della razionalizzazione dei diversi comparti aziendali, risulta completato il processo di osmosi e accentramento presso la Direzione Coordinamento Sedi Regionali di tutte le sezioni "Produzione" operanti presso le Sedi medesime, prima incardinate all'interno della Direzione Produzione televisiva, sulla base dei positivi esiti di una sperimentazione precedentemente avviata.

In ultimo si deve segnalare lo spostamento dell'Unità Organizzativa "Segretariato Sociale" dalla Direzione Staff del Direttore Generale alla Direzione Comunicazione e Relazioni Esterne.

Il prospetto seguente espone l'assetto aziendale alla data del 31 dicembre 2012:

ASSETTO ORGANIZZATIVO



* Include Struttura RAI Quirinale, Struttura RAI Vaticano e Struttura RAI per i 150 anni dell'Unità d'Italia
 **Include la Testata RAI Giornale Radio (In sigla GR1, GR2 e GR3)

3.4.1 Le sedi regionali.

La Direzione Coordinamento Sedi Regionali, rappresenta la Rai sul territorio nazionale.

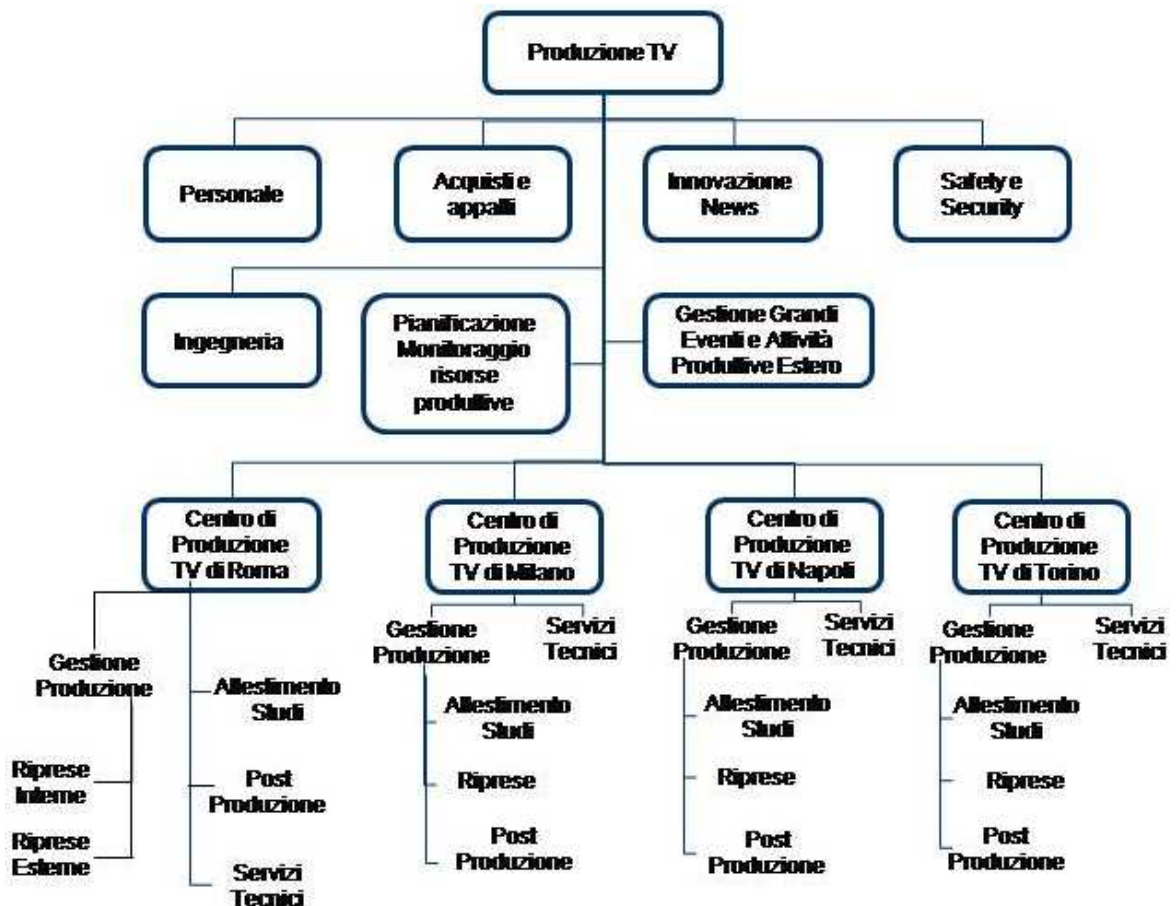
I suoi compiti consistono, principalmente, nella gestione delle produzioni radiotelevisive a carattere regionale e per le minoranze linguistiche nonché nello sviluppo di nuove linee editoriali.

Alla direzione produzione televisiva è intestata la funzione di amministrare le sedi regionali assicurando servizi di staff e di produzione.

La struttura territoriale di produzione televisiva della società, consta della suddetta direzione, operante in Roma, dei centri di produzione di Roma, Milano, Napoli e Torino, e di 17 sedi regionali.

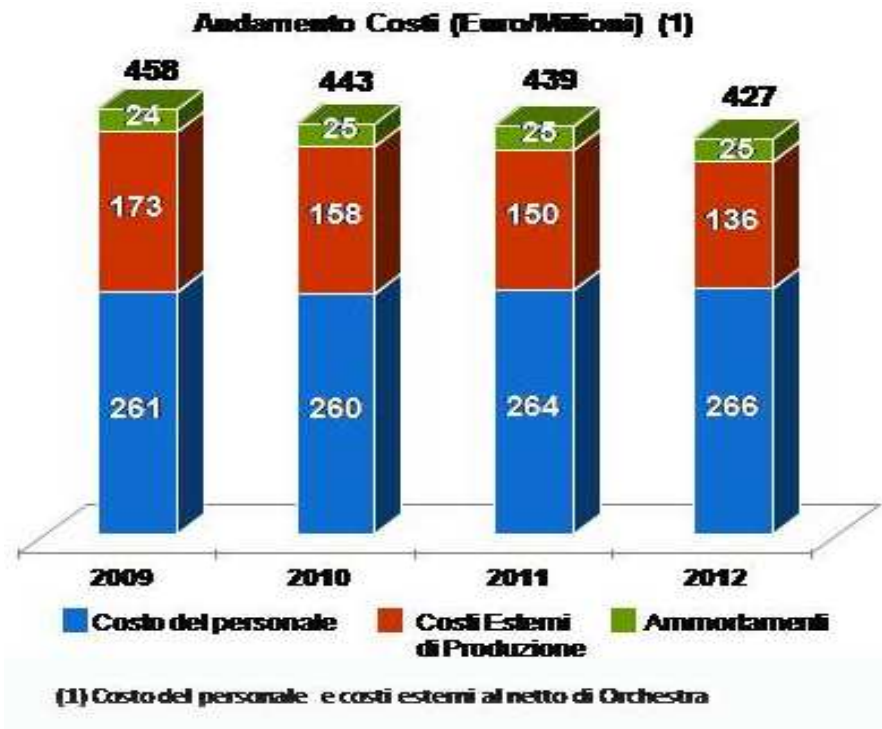
La produzione è distribuita sui quattro centri sopra citati, tre dei quali annoverano più insediamenti produttivi al loro interno.

La seguente tabella rappresenta l'attuale assetto della direzione produzione televisiva.



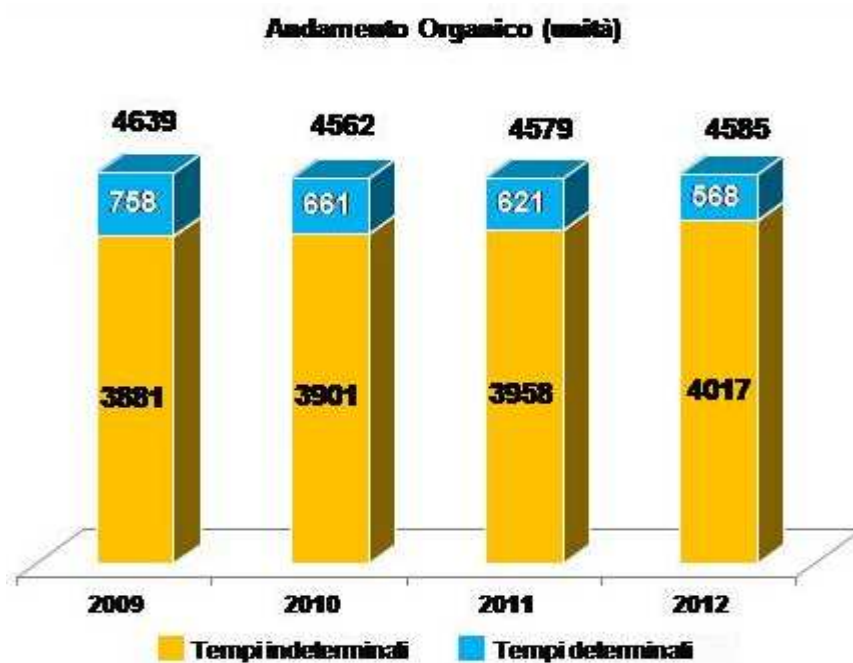
I costi della produzione televisiva sono stati pari a 439 milioni di euro nel 2011 e a 427 milioni di euro nel 2012.

Nel più ampio periodo 2009 -2012, si può rilevare il graduale decremento di detti oneri, sui quali ha inciso una diminuzione dei costi esterni (-7,7% medio annuo) pur in un contesto caratterizzato dall'aumento del costo del lavoro (+ 0,5% medio annuo).



Fonte RAI S.p.A.

Sul versante della consistenza del personale adibito alla produzione televisiva, gli anni in rassegna mostrano una sostanziale stabilità (+ 6 unità nel 2012 rispetto all'anno precedente). L'andamento dell'organico, rappresentato nel seguente grafico, evidenzia, inoltre, la crescita del numero delle unità di personale a tempo indeterminato, sostanzialmente ascrivibile alla trasformazione di taluni rapporti a tempo determinato, cui ha fatto riscontro la complessiva flessione della consistenza di questi ultimi.

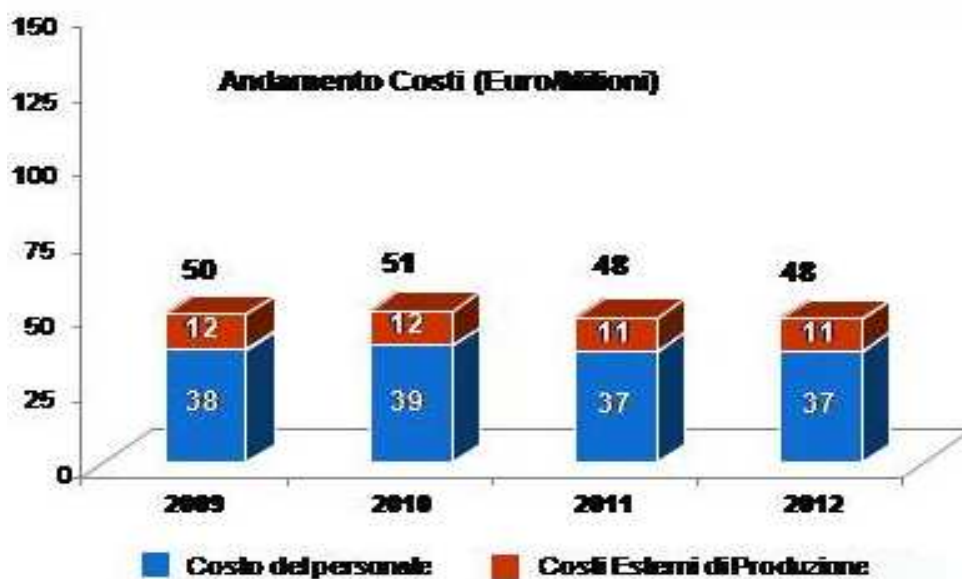


Fonte RAI S.p.A.

La produzione informativa, sotto il profilo dei costi, pone in risalto la sostanziale stabilità del costo del lavoro, che rappresenta circa il 75% degli oneri totali.

Anche i costi esterni si sono mantenuti costanti dal 2009 al 2012, come si può evincere dal sottostante grafico.

Occorre puntualizzare che circa l'80% dei citati costi esterni sono assorbiti dall'appalto di servizi di ripresa e dal costo del personale a tempo determinato.



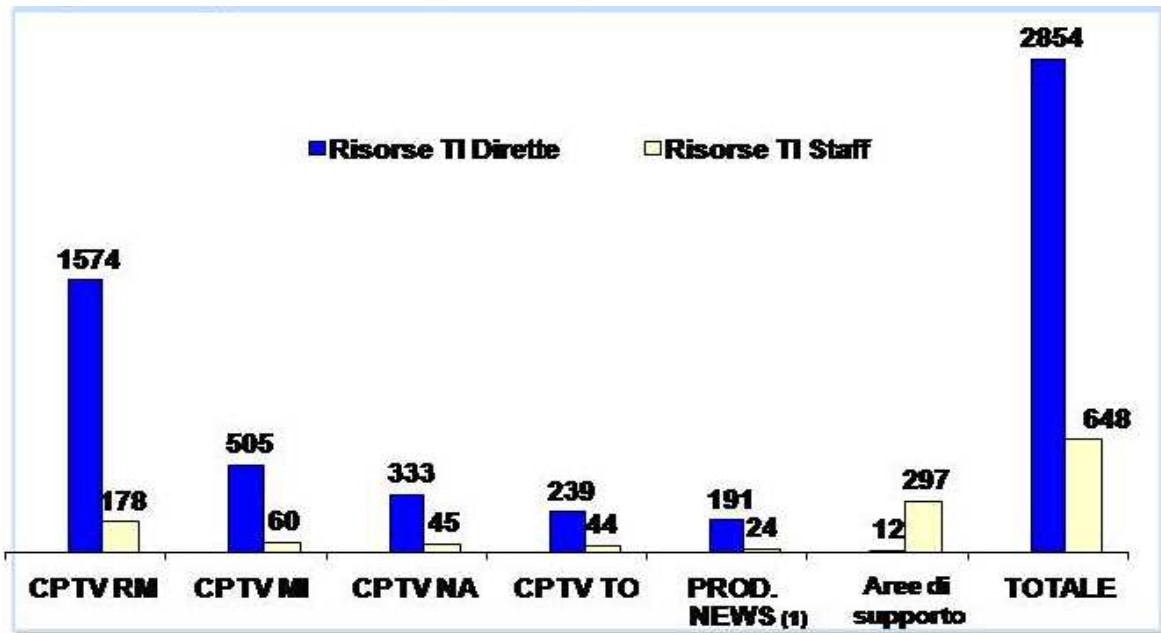
Fonte RAI S.p.A.

Il trend dell'organico del personale a tempo indeterminato si è mantenuto costante, tranne lievi variazioni ascrivibili, come più volte ricordato, a talune stabilizzazioni di personale a tempo determinato, la cui categoria pone in risalto una consistenza in continua flessione.



Fonte RAI S.p.A.

Complessivamente l'organico della direzione produzione annovera 3.502 unità lavorative, distribuite come segue.



Fonte RAI S.p.A.

Come è agevole desumere dal sopra riportato grafico, nel 2012 ai centri di produzione è stato assegnato il 91% del totale del personale di produzione, mentre il complesso delle risorse delle aree di supporto/staff raggiunge il 18% dell'organico di cui si tratta⁴⁴.

Dal 2009 al 2012 l'organico risulta depauperato delle figure a più elevata professionalità (funzionari, e personale appartenente ai livelli apicali) e presenta, al contrario, una crescita nei profili medio - bassi (livelli 3- 5 e 7- 8).

Per quanto concerne, più in particolare, gli immobili ove si realizza la produzione, si tratta di studi televisivi, auditorium, sale di montaggio e stazioni satellitari/riprese⁴⁵.

Asset immobilari/tecnici di Produzione in ambito sedi regionali

Dotazioni	Studi TV (n.)	Studi TV (mq)	Auditorium (mq)	Regie (n.)	Sala Montaggio Analogiche (n.)	Sala Montaggio Workstation (n.)	Stazioni Satellitari ITA (n.)
Quantità (1)	27	2800	1534	21	68	40	15

(1) I dati includono le dotazioni presenti nelle Sedi Distaccate di Sassari, Catania e Udine.

Fonte RAI S.p.A.

⁴⁴ L'età media del personale a tempo indeterminato della produzione televisiva è di 50 anni, con oscillazione dai 47 ai 56 anni. I dirigenti costituiscono il 3,8% del personale in rassegna. Dal 2009 al 2012, inoltre, il passaggio a tempo indeterminato ha interessato 1079 unità, di cui 113 con età compresa dai 21 ai 35 anni.

⁴⁵ Gli studi hanno dimensione media di 100 mq o sono adatti per la produzione giornalistica. Gli auditorium sono scarsamente utilizzati per la produzione televisiva.

Il costo dell'offerta della Rai a livello regionale nell'ultimo triennio è rimasto sostanzialmente stabile.

Nel 2010, infatti, era ammontato a 182 milioni di euro (121 milioni per il costo della TGR e 61 per le sezioni produttive e i centri di produzione regionali); nel 2011 l'impegno è stato pari a 180 milioni di euro (121 per la TGR e 59 per le altre iniziative), mentre nel 2012 gli oneri complessivi hanno raggiunto 179 milioni di euro (120 per la TGR e 59 per le altre iniziative).

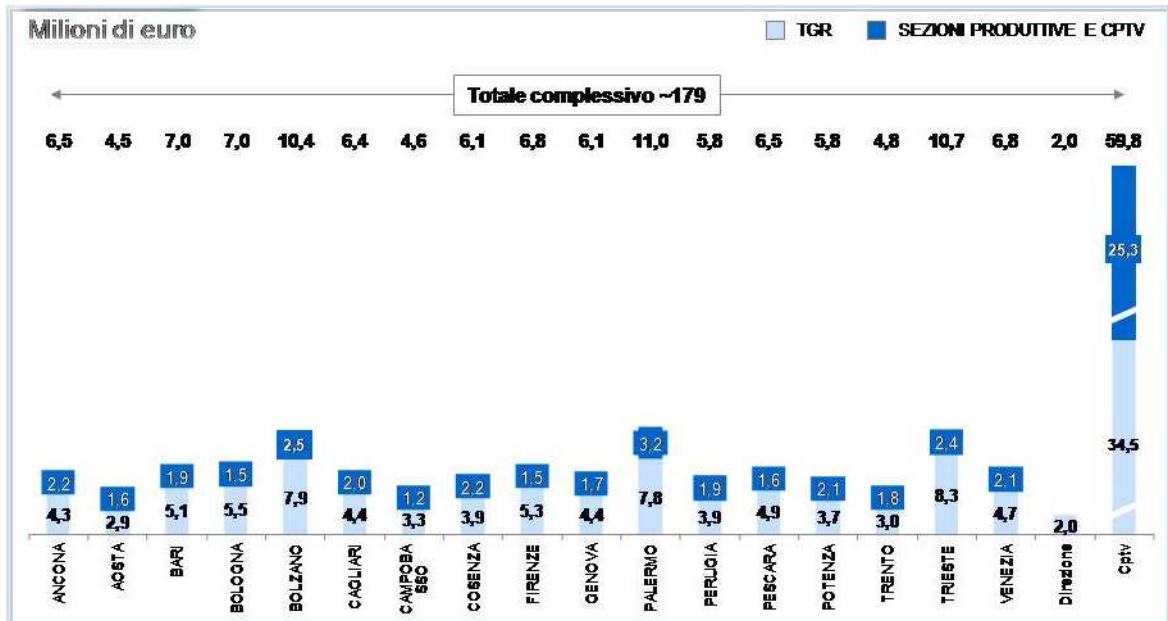
I riportati dati evidenziano che circa il 70% circa di tali costi è assorbito dalla TGR.

Nel dettaglio gli oneri della offerta regionale possono essere rappresentati come segue.

Composizione del costo dell'offerta regionale									
	TGR			Sezioni produttive e Centri di Produzione*			Totale		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Costi esterni per beni e servizi	21	21	18	6	6	6	27	27	24
Costo del personale	100	100	102	55	53	53	155	153	155
Totale	121	121	120	61	59	59	182	180	179

Fonte RAI S.p.A.

Con riferimento al 2012, l'incidenza dei costi delle sedi regionali sugli oneri complessivi di 179 milioni di euro, è variabile in relazione all'area geografica di competenza e ai particolari incumbenti derivanti dall'ordinamento (per esempio per le trasmissioni per le minoranze linguistiche); il peso prevalente dei costi, peraltro, affiora ai quattro centri di produzione, complessivamente 59,8 milioni di euro, di cui 34,5 per la TGR e 25,3 per le sezioni produttive, a fronte dei 179 complessivi. Il seguente grafico espone la ripartizione dei costi a livello periferico in riferimento alla loro destinazione.



Fonte RAI S.p.A.

La diffusione televisiva in ambito locale in Italia configura diretta applicazione della legge n. 66 del 2001 e del decreto legislativo n. 177 del 2005.

Nel 1979, con la nascita di RAI 3, venne inaugurata la testata Rai Regione, inserita con autonomia nel TG3 e nei GR regionali. Nel 1982, la valorizzazione del TG3 come testata nazionale, ha determinato uno sviluppo dei notiziari. Nel 1998 TG3 e TGR hanno riassunto la veste di "testata unica" e, 4 anni dopo, la prima ha assunto la posizione di testata indipendente.

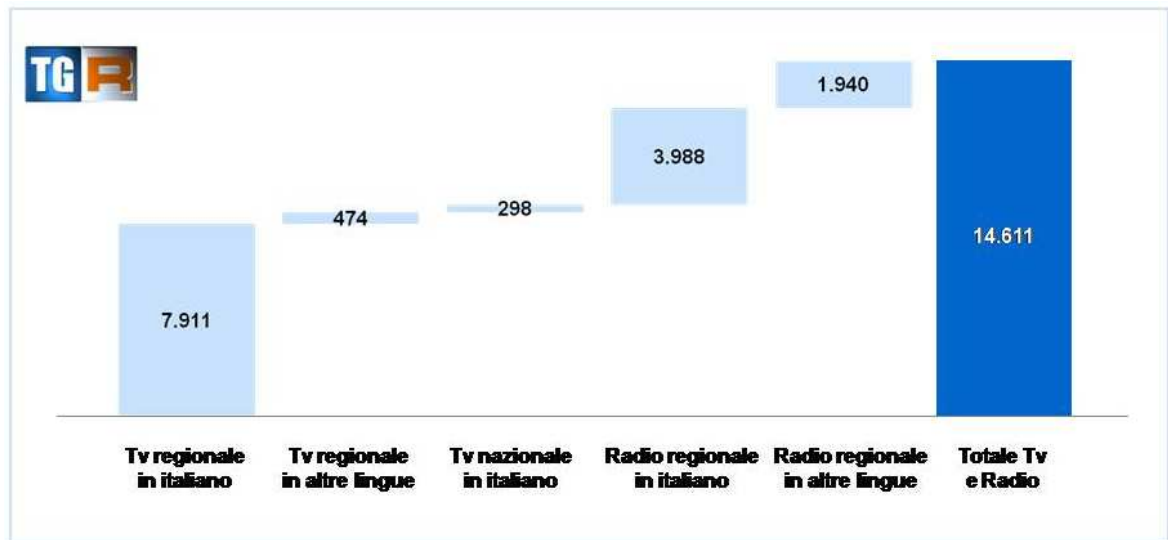
L'offerta regionale della Rai si articola in notiziari, rubriche anche speciali (pure per le minoranze linguistiche), rassegne a diffusione nazionale, comunicazioni politiche, service e supporto di altre testate.

A livello locale, inoltre, la radio diffonde notiziari regionali (anche per le minoranze linguistiche), rassegne a diffusione nazionale, comunicazioni politiche, service e supporto di altre testate.

Il sito web www.tgr.rai.it, consente applicazioni TGR per tv/decoder digitali terrestri certificati con bollino gold DGTVI.

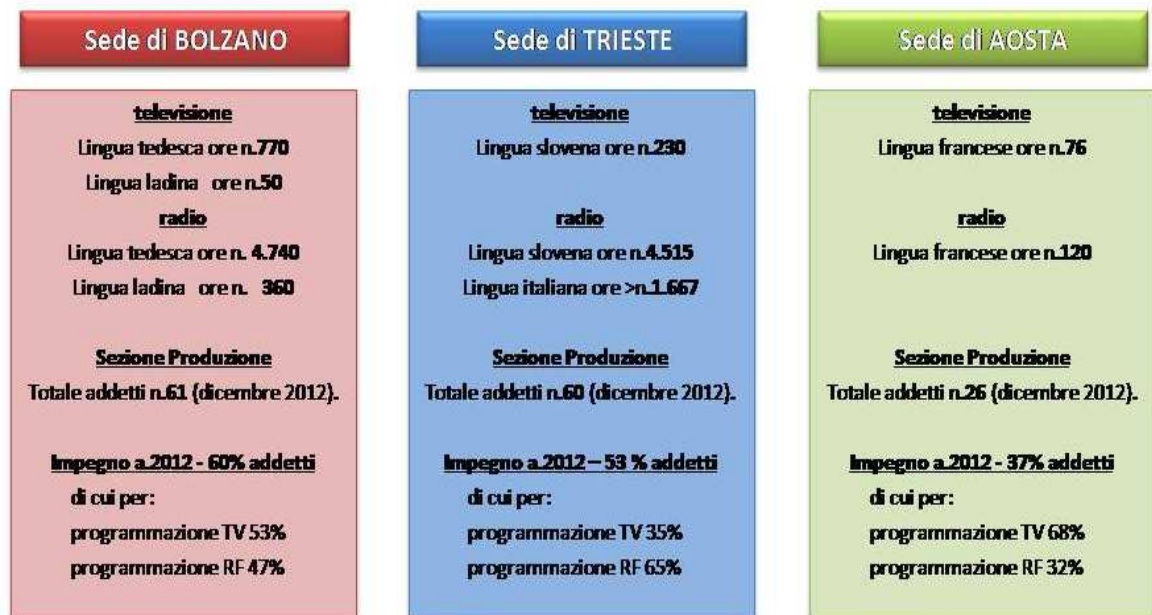
In sintesi la TGR si pone alla stregua di una testata multimediale che produce contenuti per la televisione, la radio e il web, oltre un'attività di servizio e supporto per le altre testate.

Nel 2012 la TGR ha trasmesso 14.611 ore di trasmissione televisiva e radiofonica, dato apprezzabile nel seguente grafico.



Fonte RAI S.p.A.

In merito ai programmi per le minoranze linguistiche, nel 2012 le ore di trasmissione sono state le seguenti.



Fonte RAI S.p.A.

Nello stesso anno la programmazione e l'informazione televisiva e quella radiofonica (RF), nello specifico settore di intervento, si è così snodata:

Ore di programmazione TV		Ore di programmazione RF
Lingua italiana	180	1.730
Lingua tedesca	490	3.820
Lingua ladina	20	200
Lingua francese	60	115
Lingua slovena	90	3.660
Lingua sarda	4	80
Totale	844	9.605

Ore di informazione TV		Ore di informazione RF
Lingua italiana – Sedi Reg. I	6.050	3.655
Lingua italiana – Centri di Prod.	1.630	605
Lingua ladina	30	160
Lingua francese	16	5
Lingua slovena	140	855
Lingua tedesca	280	920
Totale	8.146	6.200

Fonte RAI S.p.A.

Il budget dei 4 centri di produzione risulta articolato in due macrovoci di spesa: programmazione e funzionamento. La prima accoglie tutti i costi generati per la realizzazione industriale del prodotto televisivo (più noti come costi di produzione sotto la linea); la seconda i costi non attribuibili direttamente al prodotto, ma necessari alla gestione e all'organizzazione dei fattori produttivi.

La modellistica ufficiale utilizzata dalla Direzione Produzione televisiva propone una duplice vista delle spese sostenute, una impostata per nodo di spesa (raggruppamento per natura) e una articolata per committente (editori TV).

L'elaborazione e lo sviluppo del budget, seguono i percorsi tradizionali⁴⁶.

⁴⁶ Definizione iniziale del budget dell'anno di riferimento, subordinatamente ai piani editoriali predisposti dai committenti e in funzione delle commesse assegnate alla lavorazione del CP da parte della Pianificazione

Negli ultimi anni la crisi economica e aziendale, ha determinato la necessità di interventi di efficientamento e ottimizzazione dei fattori produttivi, cui è seguita una contrazione del costo unitario di produzione.

Ciò ha comportato un aumento del budget totale dei centri di produzione correlato a una diminuzione dei costi prodotto pur a fronte di maggiori volumi quantitativi.

Il budget è di diretta gestione del centro, mentre per quanto riguarda gli investimenti patrimoniali (modifica degli impianti tecnici acquisizioni tecnologiche, apparati post produzione video e audio ecc. ecc.), il centro di produzione propone un proprio piano da approvare dalle strutture centrali.

Il punto di riferimento e la struttura che decide e pianifica gli interventi di investimento patrimoniale sui centri di produzione è la struttura di Ingegneria, incardinata nella Direzione produzione, alla quale i centri di produzione rispondono.

Ugualmente centralizzata è la struttura appalti e acquisti, per quanto riguarda i fabbisogni tecnici delle singole produzioni; in questo caso il centro produce i capitolati per il materiale non in suo possesso (sostanzialmente luci e impianti audio), ma è la struttura centrale a indire la gara di appalto e ad assegnare l'appalto.

Presso ogni Centro di produzione è preposto un responsabile (che ha procura fino a 26 mila euro ed è anche il responsabile della sicurezza sul lavoro) a cui fanno riferimento le seguenti strutture:

- Servizi Tecnici (Responsabile reparto impianti produttivi del Centro)
- Riprese (Gestione e coordinamento dell'attività dei mezzi esterni e degli studi interni)
- Post Produzione (montaggio audio e video)
- Sicurezza
- Scenografia (trucco, parrucche, costumi e altre attività scenografiche).

Non dipendono funzionalmente dal Responsabile del Centro le strutture acquisti e del personale, che riferiscono alla Direzione Produzione di Roma.

Il Collegio sindacale della società, nel corso del 2013 ha effettuato una verifica presso il centro di produzione della Rai di Napoli⁴⁷.

Mezzi della Produzione TV, e aggiornamento. Seguono poi, con cadenza trimestrale (31/3, 30/6, 30/9) le fasi di consuntivo e riprevisione periodica al fine di valutare lo stato di avanzamento della spesa e la stima dei costi ancora da sostenere fino alla fine dell'esercizio contabile, influenzati dall'aggiornamento periodico dei piani editoriali e dalla collocazione delle commesse negli studi del centro da parte della Pianificazione Mezzi. L'ultima fase è rappresentata dal consuntivo finale d'esercizio al 31 dicembre dove vengono valutate le performance di gestione rispetto agli obiettivi di budget assegnati.

⁴⁷ Verbale del Collegio sindacale n. 397/2013 del 12 febbraio 2013.

Il centro si presenta come una delle principali risorse strategiche dell'intera azienda, anche in termini di equilibrio territoriale delle sue strutture produttive.

L'attuale organico annovera oltre 540 unità (comprese le risorse che non afferiscono direttamente al CPTV), e la inseriscono nella dimensione quantitativa dei grandi stabilimenti ad alta densità di addetti e di tecnologie.

La sua collocazione territoriale ha comportato che in questi ultimi anni risentisse in maniera sensibile dei processi di disincentivazione produttiva, che hanno spostato verso altre aree del Paese commesse e investimenti.

La descritta situazione ha determinato nel 2012 un ridotto utilizzo delle sue risorse interne ⁴⁸.

In particolare l'auditorium, che con i suoi 800 posti a sedere e la sua platea di circa 700 metri quadri si presenta particolarmente idoneo ad ospitare spettacoli di varietà, è rimasto inutilizzato per l'intero primo quadrimestre del 2012.

A tale riguardo appare opportuno considerare un maggior utilizzo, ad esempio per multi produzione, di un grande studio come quello in dotazione al centro, sulla base di una attenta valutazione dei costi indotti da una ipotesi di questo genere⁴⁹.

Un proficuo utilizzo del centro di Napoli appare quanto mai auspicabile tenuto conto che la struttura, a differenza di altre, presenta una produzione a ciclo integrale con scarse attività in appalto ed annovera, al suo interno, l'unico grande laboratorio di scenografia dell'intera RAI in grado di produrre set per qualsiasi tipologia di prodotto (varietà, fiction e contenitori ecc.).

Il Collegio sindacale, all'esito della verifica effettuata, ha ritenuto che il centro di Napoli, nel quadro dell'efficientamento della gestione aziendale, dovrebbe essere saturato con l'impiego delle strutture e degli impianti esistenti, attraverso un'adeguata assegnazione di commesse.

Tale scelta, che richiede adeguate valutazioni di convenienza, dovrebbe essere privilegiata nell'ambito della internalizzazione delle produzioni riducendo il ricorso agli appalti in considerazione della disponibilità di risorse interne per il cui utilizzo ottimale, tenendo conto di vari profili, è necessario operare con un'opportuna pianificazione della produzione finalizzata all'ottimizzazione dei costi⁵⁰.

⁴⁸L'attività del Centro di produzione oltre la produzione della fiction "Un Posto al Sole" e dei programmi informativi a diffusione nazionale (buon giorno Italia) e regionale (buongiorno regione e edizioni del TGR), ha annoverato nell'ultimo semestre lo spettacolo "Made in Sud".

⁴⁹Lo studio TV2 è stato occupato esclusivamente dalla trasmissione Kilimangiaro.

⁵⁰ Vedasi verbale del Collegio sindacale n. 397/2013 del 12 febbraio 2013.

3.4.2 Le sedi estere.

La Direzione Corrispondenti Esteri è stata istituita con delibera del Consiglio di Amministrazione Rai del 25-26 maggio 2011 e ha sostituito nell'assetto aziendale la Struttura Corrispondenti esteri, inquadrata nella Vice Direzione Generale per gli Affari Immobiliari, gli Approvvigionamenti e i Servizi di funzionamento.

Gli Uffici di Corrispondenza (di seguito anche Sedi estere) sono unità organizzative e produttive ubicate in alcune capitali o importanti città estere, istituite dalla Rai al fine di assicurare - tramite servizi giornalistici e collegamenti - la copertura informativa degli avvenimenti locali per le esigenze di programmazione delle testate e delle reti, televisive e radiofoniche⁵¹.

In ciascuna delle sedi estere la realizzazione dei servizi e dei collegamenti richiesti dalle strutture editoriali è curata da giornalisti dipendenti Rai (corrispondenti), di norma in numero di 1 o 2, nominati dal Direttore Generale con incarico di durata biennale rinnovabile⁵².

I corrispondenti si avvalgono di personale residente in loco per le attività di supporto tecnico/organizzativo alla produzione (ripresa, montaggio, ecc.) e per la gestione amministrativa dell'Ufficio.

Le dotazioni tecniche sono prevalentemente di proprietà Rai, integrate, ove necessario, con mezzi noleggiati sul territorio⁵³.

⁵¹ La copertura informativa può riguardare il solo Stato ospitante o un'area più vasta.

Attualmente la società gestisce 11 Uffici di corrispondenza: Berlino, Bruxelles, Il Cairo, Gerusalemme, Londra, Mosca, Nairobi, New York, Parigi, Pechino e Rio de Janeiro (quest'ultimo operativo dal giugno 2013; nel 2012 è stata disposta la chiusura degli Uffici di Corrispondenza di New Delhi, Istanbul, Beirut e Buenos Aires).

⁵² La disposizione RUO/OPC/2063 dell'8 febbraio 2006 intesta ai corrispondenti responsabili poteri esercitabili previo "flusso autorizzativo" delle Direzioni aziendali competenti in materia di:

- gestione transazioni per controversie in materia lavoristica e previdenziale in fase stragiudiziale;
- stipula, modifica, gestione e risoluzione di contratti di lavoro subordinato a tempo indeterminato e determinato per il personale locale;
- stipula, modifica, gestione e risoluzione di contratti di collaborazione e di lavoro autonomo (di valore non superiore a euro 52.000);
- stipula contratti di servizi tecnici per l'Ufficio (di valore non superiore a euro 52.000);
- stipula di contratti di rinnovo affitti per i locali in uso all'Ufficio ii. poteri esercitabili senza "flusso autorizzativo":
- stipula di applicazioni su convenzione (di valore non superiore a euro 5.200);
- stipula di atti negoziali per acquisto di beni e servizi di carattere economico non ripetitivi (di valore non superiore a euro 2.600);
- autorizzazione di trasferte ed anticipi spese di produzione (di valore non superiore a euro 2.600).

Il limite di importo di euro 52.000, per le procure di più recente conferimento, è stato ridotto a euro 50.000.

⁵³ La disponibilità di tali risorse è acquisita tramite:

- a) contratti di lavoro subordinato a tempo determinato o indeterminato, regolati dal diritto locale (è la modalità prevalente di impiego per gli addetti amministrativi e i producer);
- b) contratti di collaborazione (freelance agreement), sempre regolati dalla normativa locale (utilizzati in particolare per le figure tecniche quali cameramen, montatori, ecc.);
- c) accordi con società locali di servizi;
- d) accordi con agenzie di lavoro.

La tabella seguente riporta le principali voci dei costi di funzionamento e la loro incidenza sul totale della categoria:

<i>(migliaia di euro)</i>	Uffici di Corrispondenza			
	2011	2012	2013 (*)	%
Personale	1.852,5	1.617,4	793,6	42,9%
Gestione immobili	1.326,0	1.230,6	599,9	31,8%
Imposte e tasse	167,2	170,5	85,5	4,3%
Telefonia	261,9	127,0	39,9	4,3%
Servizi vari	153,0	174,1	66,5	4,0%
Agenzie di informazione	168,3	151,9	71,5	3,9%
Acquisti di beni	145,6	119,3	46,0	3,1%
Esercizio automezzi	113,3	78,0	39,0	2,3%
Noleggi	86,9	39,3	4,0	1,3%
Altro	40,3	35,3	127,4	2,0%
Totale	4.314,8	3.743,5	1.873,2	

⁵⁴ (*) Consuntivo al 30 giugno.

Fonte RAI S.p.A.

I costi di produzione sono riferiti alla realizzazione dei servizi giornalistici e dei collegamenti richiesti dalle testate e dalle reti. Nella categoria il peso degli oneri relativi al personale tecnico (rapporti di collaborazione e appalti), è quello più rilevante e rappresenta poco meno del 90%, come si può apprezzare dalla seguente tabella⁵⁵.

⁵⁴ I dati inseriti nella tabella sono riferiti:

- per la voce Personale, ai dipendenti delle sedi estere e alle collaborazioni non di produzione;
- per la voce Imposte e tasse, alle imposte locali, ad esempio sull'immobile occupato dalla sede e alle tasse e agli oneri previdenziali relativi al personale dipendente (ad esempio sede di Londra);
- per la voce telefonia, sono imputate al funzionamento le spese di telefonia fissa;
- per la voce servizi vari, l'importo comprende, in talune sedi (ad esempio quella di Londra), le spese legali ed assicurative;
- per la voce Esercizio automezzi, alle spese di carburante e le manutenzioni sugli automezzi in dotazione agli Uffici.

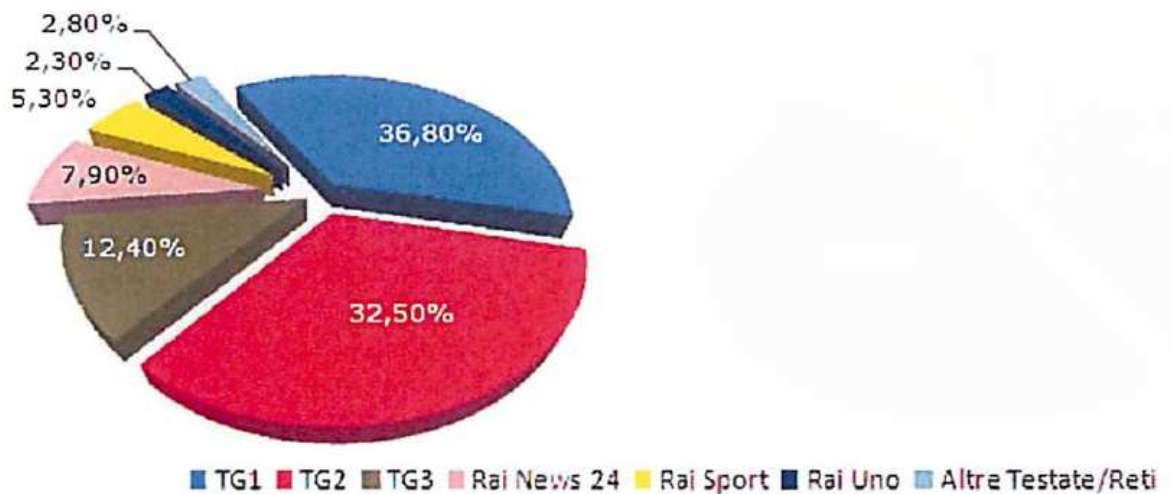
⁵⁵ I costi di produzione del 2012 hanno evidenziato la seguente:

(migliaia di euro)	Uffici di Corrispondenza (*)			
	2011	2012	2013 (#)	%
Collaboratori e consulenze	3.016,0	2.854,1	1.095,8	87,6%
Servizi di ripresa	855,7	751,4	282,7	
Servizi di post-produzione	248,1	265,3	102,7	
Servizi di assistenza tecnica	104,9	72,5	6,0	
Noleggio app. di riproduzione	160,8	142,3	55,8	3,3%
Spese telefoniche	98,2	97,0	25,5	2,0%
Diritti di ripresa	94,0	103,1	1,4	1,8%
Trasferte	84,0	62,8	22,2	1,5%
Servizi di trasporto	64,5	57,3	15,3	1,9%
Esercizio automezzi	36,4	20,5	14,8	
Altre spese di produzione	89,1	88,4	27,8	1,9%
Totale	4.851,5	4.514,7	1.649,8	

(*) Escluso ufficio di New York. (#) Rendiconti gennaio-giugno 2013

Fonte RAI S.p.A.

Uffici di corrispondenza



Fonte RAI S.p.A.

Nell'anno 2012 gli uffici di corrispondenza, hanno realizzato servizi giornalistici, elencati nella tabella sotto riportata, suddivisi secondo la tipologia di diffusione, televisiva o radiofonica.

Ufficio di Corrispondenza	Servizi realizzati		
	TV	Radio	Totale
Bruxelles	1.352	1.653	3.005
Berlino	1.500	220	1.720
Parigi	1.653	nd	1.653
Londra	829	129	958
Gerusalemme	831	nd	831
Il Cairo	490	383	873
Mosca	478	385	863
Pechino	288	220	508
Nairobi	99	238	337

Fonte RAI S.p.A.

3.5 Le spese di rappresentanza della società RAI e delle relative strutture

Le spese di rappresentanza della società RAI, sono riepilogate, per gli anni in rassegna, nelle sottostanti tabelle ripartite per singole strutture aziendali e secondo le procedure con le quali sono state autorizzate. Rispetto al 2011, il loro importo nel 2012 risulta sensibilmente diminuito.

SPESE DI RAPPRESENTANZA – ANNO 2011

(migliaia di euro)

Direzione	Carte di Credito	Ordine passivo	Rendiconti Spese	Spese tramite uffici esteri	Altro	Totale complessivo
Commerciale		299			96	395
Segreteria Consiglio di Amministr.	39	4			8	51
Rai Fiction		34				34
Centro Sportivo Tor di Quinto		13			20	33
Rai Sport		26	1		1	28
Radio Uno		19			3	22
Teche		18				18
Radiofonia		14			2	16
Direzione Generale	13	1			1	15
RAI 1		1			13	14
TG 1			3	4	7	14
Produzione TV		13				13
Comunicazione e relazioni esterne		6			5	11
Rai Quattro		10				10
Orchestra Sinfonica		10				10
Radio Due		4			2	6
Rai Ragazzi		5				5
Rai Educazione		5				5
Altre Direzioni	3	28	4	7	14	56
Totale complessivo	55	510	8	11	172	756

97

N. posizioni contabili -

Direzione	Carte di Credito	Ordine passivo	Rendiconti Spese	Spese tramite uffici esteri	Altro	Totale complessivo
Direzioni in evidenza	30	931	140	66	910	2.077
Altre Direzioni	6	425	71	83	199	784
Totale complessivo	36	1.356	211	149	1.109	2.861

SPESE DI RAPPRESENTANZA— ANNO 2012

(migliaia di euro)

Direzione	Carte di Credito	Ordine passivo	Rendiconti Spese	Spese tramite uffici esteri	Altro	Totale complessivo
Commerciale		116	5		91	212
Segreteria Consiglio di Amministraz.	9				10	19
Rai Fiction		38				38
Centro Sportivo Tor di Quinto		8			22	30
Rai Sport		42			1	43
Radio Uno		4			1	5
Relazioni istituzionali ed internazionali		3			3	6
Radiofonia		7				7
Canali radio di pubblica utilità		2			5	7
RAI 1		12	1			14
Strategie tecnologiche		6				6
Produzione TV		31				31
Comunicazione e relazioni esterne		6			2	8
Radio Due		4				4
Altre Direzioni		16	1	1	11	29
Totale complessivo	9	295	7	1	146	458

N. posizioni contabili -

Direzione	Carte di Credito	Ordine passivo	Rendiconti Spese	Spese tramite uffici esteri	Altro	Totale complessivo
Direzioni in evidenza	31	773	25	1	600	1.430
Altre Direzioni		396	31	19	157	603
Totale complessivo	31	1.169	56	20	757	2.033

Le procedure e i controlli aziendali sono di seguito descritti.

-Carte di credito:

gli importi derivano dalla contabilizzazione dei costi sostenuti dai possessori di carta di credito con addebito diretto sui conti aziendali. Ciascun titolare sottoscrive, al momento del ritiro della carta di credito, il regolamento per l'utilizzo della stessa.

La struttura Finanza, ricevuto l'estratto conto della carta di credito della banca, lo trasmette per le verifiche e l'abbinamento con i giustificativi di spesa alle segreterie di direzione di appartenenza dei titolari, richiedendo l'autorizzazione alla contabilizzazione della spesa.

-Ordine passivo:

i costi derivano dalle procedure di acquisto previste dalle normative aziendali, in base alle quali è prevista un'autorizzazione che coinvolge gli aspetti di inerenza e di competenza della spesa.

-Rendiconti spese:

i costi sono consuntivati sulla base della procedura aziendale di rendicontazione delle spese di produzione, nell'ambito della quale è prevista un'autorizzazione omologa a quella descritta per l'ordine passivo.

-Spese tramite uffici esteri:

la spesa sostenuta per il tramite degli Uffici di Corrispondenza, è sottoposta all'autorizzazione prevista dalla specifica procedura aziendale.

-Altro:

il costo totale, suddiviso su un numero piuttosto considerevole di partite contabili, mediamente di modesto importo unitario, è costituito da spese specificatamente autorizzate dal procuratore competente e non ricadenti nelle procedure precedentemente evidenziate. Tra di esse sono ricomprese quelle riferibili a spese di rappresentanza direttamente sostenute dai singoli dipendenti ed a questi rimborsate in base allo specifico processo di autorizzazione in essere nell'esercizio 2011.

Nel corso del 2012 è stata definita apposita procedura per le spese di rappresentanza sostenute dai componenti del CDA.

Nell'alveo delle spese di rappresentanza, trovano collocazione quelle per oggettistica promozionale e per gli omaggi aziendali, secondo le disposizioni aziendali contenute nelle circolari della Direzione generale DG/0108 del 5 settembre 2011 e DG/2011/0002093/P del 26 settembre 2011.

Le spese stesse sono sottoposte a verifica annuale da parte dell'Internal Auditing.

Quest'ultima, nell'intervento programmato svolto nel 2012, ha rilevato " carenze sotto il profilo dell'inerenza aziendale. Carenze nel processo autorizzativo, sia per la mancata indicazione dei nominativi o delle motivazioni per il sostenimento del costo, sia con riferimento alla sussistenza del requisito dell'inerenza aziendale della spesa", anomalie già segnalate nel precedente intervento del 2009.

La materia è disciplinata dalle istruzioni interne e, in particolare, dalle seguenti:

- "Oggettistica Promozionale-Omaggi aziendali" (Book dei Processi, edizione 2004, pag. 134);
- Circolare DG/108 del 5 settembre 2011 ("Spese di rappresentanza");
- Disposizione DG/2011/0002093/P del 26 settembre 2011 ("Criteri di applicazione della circolare sulle spese di rappresentanza");
- "Istruzioni interne per le procedure di affidamento dei contratti aventi ad oggetto lavori, servizi e forniture" (Allegato 1 - "Procedura degli acquisti in economia", Forniture - lettera "t": "spese di rappresentanza");
- Comunicazione Interna DG/0104 del 17/12/2012 ("Omaggi, regali e benefici");
- Codice Etico (artt. 4.2 e 7.9 in materia di "Omaggi, regali e benefici").

La società per le voci omaggi e premi e vincite, nel periodo 2008 – 2012, ha effettuato acquisti, rispettivamente, per euro 2.997.604 (omaggi) ed euro 10.588.171 (premi e vincite).

La competenza nello specifico settore di intervento, appartiene alla Direzione Comunicazione e Relazioni Esterne, alle dirette dipendenze della Direzione Generale, cui è intestata la responsabilità di supportare:

- la Direzione Generale nel presidio delle relazioni esterne del Gruppo, istituzionali e non, nazionali ed internazionali, inclusa la gestione dei rapporti con il pubblico e la gestione del cerimoniale aziendale;
- le diverse strutture aziendali e la Direzione Generale nella gestione dei rapporti e delle comunicazioni con la stampa;
- le strutture editoriali nella promozione del prodotto sui propri canali o su altri media, assicurando il rispetto delle politiche aziendali, del ruolo istituzionale aziendale e della strategia di immagine definita dalla Direzione Generale.

La Corte raccomanda di assumere tempestivamente le azioni correttive nel settore, al fine di evitare spese effettuate in violazione delle istruzioni aziendali, in coerenza con le finalità istituzionali della concessionaria.

3.6 Costi e produzione delle testate giornalistiche televisive.

L'informazione televisiva è articolata in varie testate giornalistiche (TG1, TG2, TG3, TGR, Rai Sport, Televideo, Rai Parlamento, Rai News). I relativi costi, sostenuti dalla società nel 2010, 2011 e nel 2012, sono esposti nel seguente prospetto.

Costi esterni testate 2010-11-12 (milioni/euro)

	2010 Costi editoriali	2010 Costi produzione	2010 Totale
TG1	12,2	6,3	18,5
TG2	10,1	4,5	14,6
TG3	8,5	3,6	12,1
TGR	21,3	5,1	26,4
Rai Sport	29,1	18,4	47,5
<i>Di cui grandi eventi sportivi(*)</i>	8,0	3,5	11,5
Televideo	4,9	0,2	5,1
Rai Parlamento	1,1	1,0	2,1
Rai News	6,2	1,1	7,3
Totale	93,4	40,2	133,6

	2011 Costi editoriali	2011 Costi produzione	2011 Totale	2012 Costi editoriali	2012 Costi produzione	2012 Totale
TG1	11,3	6,4	17,7	9,2	5,7	14,9
TG2	8,7	4,1	12,8	7,9	3,9	11,8
TG3	6,7	3,5	10,2	6,1	3,0	9,1
TGR	21,1	5,0	26,1	18,1	2,5	20,6
Rai Sport	21,4	14,3	35,7	23,1	15,6	38,7
<i>Di cui grandi eventi sportivi(*)</i>				4,6	3,5	8,1
Televideo	4,8	0,2	5,0	4,1	0,2	4,3
Rai Parlamento	1	0,9	1,9	1	0,9	1,9
Rai News	5,6	1,8	7,4	5,1	1,7	6,8
Totale	80,6	36,1	116,7	74,6	33,5	108,1

* Comprende il costo degli Europei di calcio e delle Olimpiadi estive

I costi esterni, relativi ai dati sopra riportati, sono individuati dalla società nell'acquisto di beni e servizi in contrapposizione ai costi interni rappresentati dagli oneri per il personale e per i centri di produzione.

Nel 2010 i citati oneri ammontavano a 133,6 milioni di euro, comprensivi di 11,5 milioni di euro relativi ai grandi eventi sportivi (mondiali di calcio e olimpiadi invernali); il consuntivo 2011 espone omologhi costi per 116,71 milioni di euro, significativamente inferiori a quelli dell'esercizio precedente (- 16,9 milioni di euro): si deve tenere conto, peraltro, dell'assenza, nello stesso anno, di grandi eventi sportivi e dei relativi costi - come accennato pari ad 11,5 milioni di euro nell'esercizio precedente - per cui l'effettivo decremento si attesta in 5,4 milioni di euro.

La contrazione significativa dei costi esterni è, invece, nettamente rilevabile nel 2012.

Il loro volume è pari a 108,1 milioni di euro con una riduzione di 8,6 milioni di euro rispetto all'esercizio precedente, nonostante la presenza aggiuntiva degli oneri relativi ai grandi eventi sportivi svoltisi nel corso del 2012 (Campionati Europei di Calcio ed Olimpiadi Estive).

La consistenza del personale della Rai con qualifica di giornalista e i relativi costi medi, possono così essere esposti:

<i>Anni di riferimento</i>	<i>Numero unità</i>	<i>Costo medio aziendale in euro</i>
2010	1.656	151.000
2011	1.652	153.000
2012	1.697	153.000

Nel 2010 la società annoverava alle proprie dipendenze 1.656 giornalisti a tempo indeterminato con un costo medio unitario aziendale di 151 mila euro; nell'esercizio 2011 si è registrata una sostanziale stabilità del contingente di tale personale, ridottosi di sole 4 unità, ed un incremento del costo medio aziendale, passato a 153 mila euro (+ 1,3 %).

Rispetto all'anno precedente, nel 2012 si registra una crescita delle risorse umane (+45) unità, dovuta, essenzialmente, alla stabilizzazione di personale con contratti a termine (oltre 80 unità stabilizzate nell'anno). L'inserimento in organico delle unità incrementalì, ha contribuito a mantenere costante il costo medio (153 mila

euro), pur in presenza dei miglioramenti retributivi assentiti in sede di rinnovo del contratto nazionale giornalistico.

Si deve, inoltre, precisare che alla data del 31 dicembre 2012, delle 1697 unità con qualifica di giornalista, 350 rivestono la posizione dirigenziale, circostanza quest'ultima che contribuisce all'innalzamento del costo medio aziendale del personale in rassegna.

Con riferimento alla informazione, si sono registrati i seguenti risultati (in ore):

<i>Anno di riferimento</i>	<i>Testate nazionali (TG1, TG2, TG3)</i>	<i>Testata regionale</i>	<i>Canali di informazione (Rai News, Rai Sport1, Rai sport 2)</i>	<i>Altro</i>
2010	3.498	8.091	26.280	1.905
2011	3.574	8.500	26.280	1.222
2012	3.557	8.683	26.352	1.390

L'aggregato Testata regionale annovera anche le trasmissioni informative per le minoranze linguistiche (francese, tedesco, ladino e sloveno)

Tra i canali di informazione, Rai news e Rai Sport gestiscono, rispettivamente, un canale all news e due canali di programmazione di eventi sportivi.

Nella categoria "Altro" sono indicate le ore di trasmissione relative all'informazione sportiva su reti nazionali e Rai Parlamento.

Come si evince dal prospetto sopra riportato, rispetto all'anno precedente, nell'esercizio 2011 si è riscontrato un significativo aumento della informazione regionale e nazionale, mentre si è mantenuta stabile l'informazione sportiva, principalmente per l'assenza dei grandi eventi sportivi che hanno caratterizzato il 2010 (Mondiali di calcio ed Olimpiadi invernali).

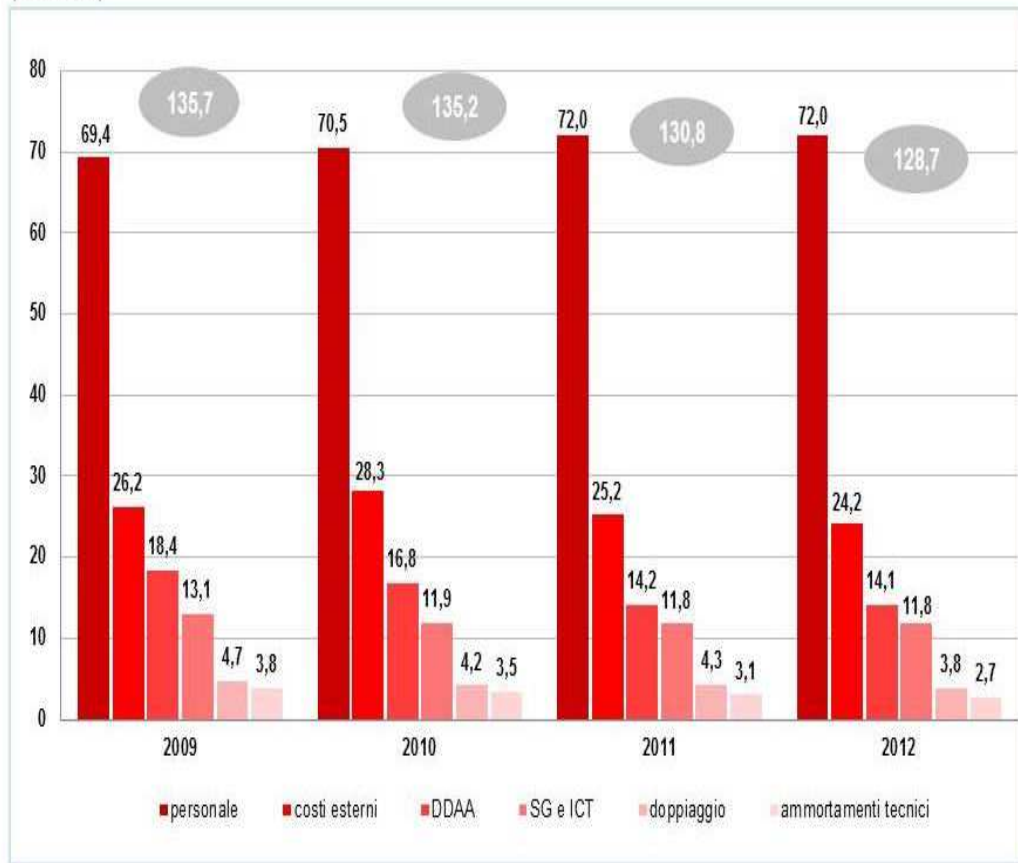
L'incremento della informazione regionale, dei canali di informazione sportiva e "altro" che ha caratterizzato il 2012, a confronto con il 2011, è ascrivibile alla ricorrenza dei grandi eventi (Campionati europei di calcio e Olimpiadi estive).

3.7 La gestione della radio

La radio nel 2012 ha assorbito risorse per 128,7 milioni di euro (130,8 milioni di euro, nell'anno precedente), così ripartiti: Radio 1 oltre 40 milioni; Radio 2 15,8 milioni; Radio 3 11,5 milioni; GR Parlamento 5,2 milioni; Canali di Pubblica Utilità 4,9 milioni.

L'evoluzione del costo complessivo è rappresentato, dal 2009 al 2012, dal sottostante grafico, che ne distingue le componenti.

Evoluzione dei costi complessivi di Radio Rai
(€ milioni)



Fonte: Direzione Pianificazione e Controllo.

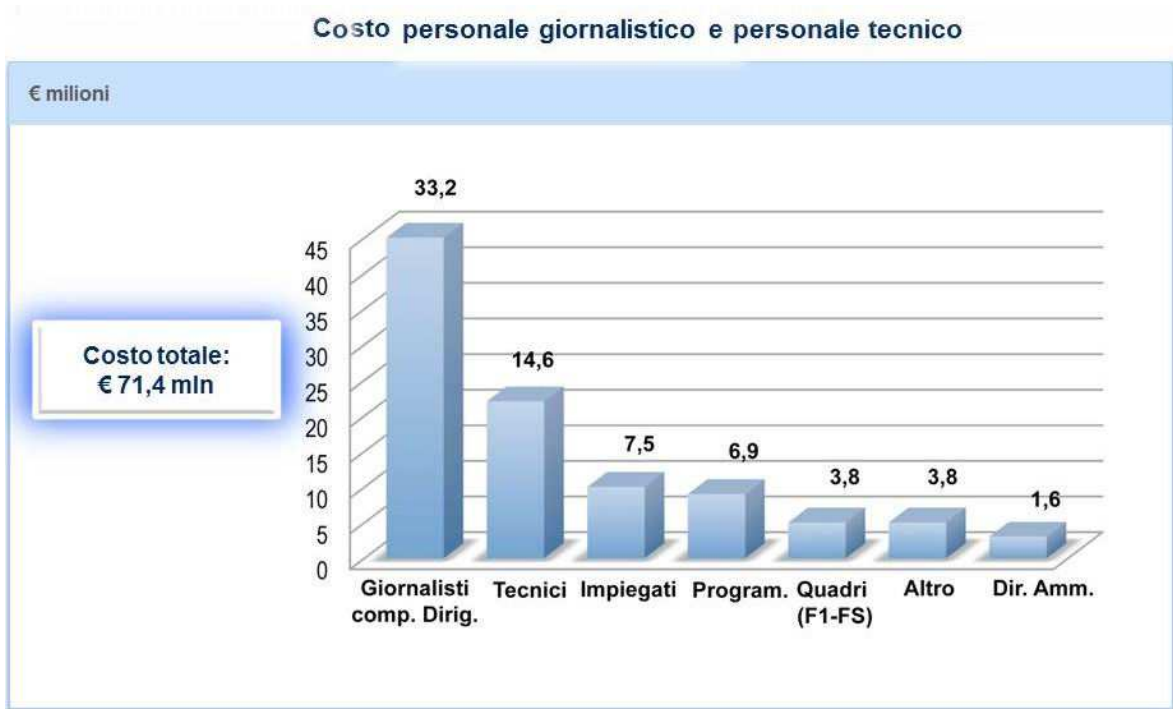
I costi esterni per il 2012 includono €1 milione per i grandi eventi sportivi. Per il 2013 il budget è ridotto a €22 milioni.

Legenda: DDAA (diritti d'autore), SG (Servizi Generali).

I dati sopra riportati, consentono di potere formulare alcune considerazioni sulle singole voci di costo.

Si premette che la produzione Radio (cioè tutto il personale tecnico e giornalistico), nel 2012, come anche nell'anno precedente, ha inciso sul bilancio della Società per circa 40 milioni di euro e lo Staff per circa 9 milioni di euro.

Rispetto ai costi complessivi, quello del personale di produzione, nel biennio in rassegna rappresenta la componente più elevata, e si attesta in 71,4 milioni di euro, di cui oltre 33 milioni di euro assorbiti per il personale giornalistico, come è agevole evincere dal grafico appresso riportato e riferito al 2012.

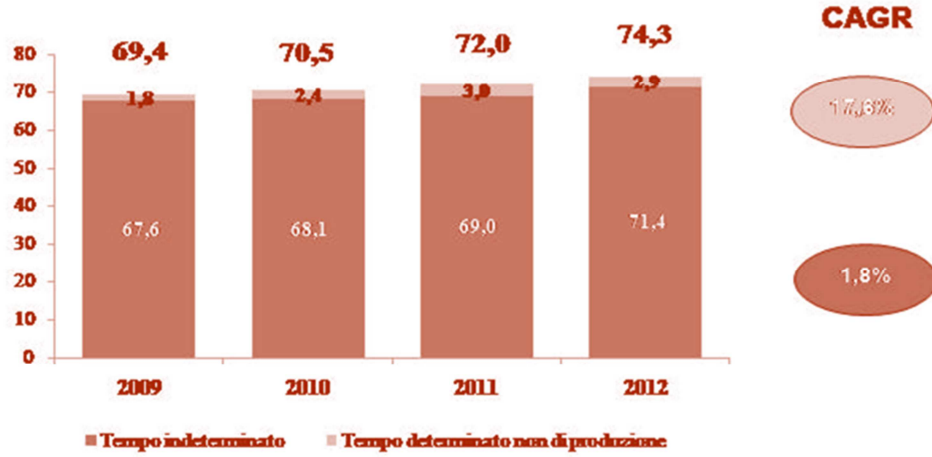


Fonte RAI S.p.A.

Per quanto concerne i costi di tutto il personale impiegato nel settore radiofonico, se ne deve annotare la crescita per 1,5 milioni di euro nel 2011 (72 milioni di euro) rispetto al 2010 (70,5 milioni di euro), mentre il 2012 ha evidenziato una crescita di 2,3 milioni di euro (74,3 milioni di euro).

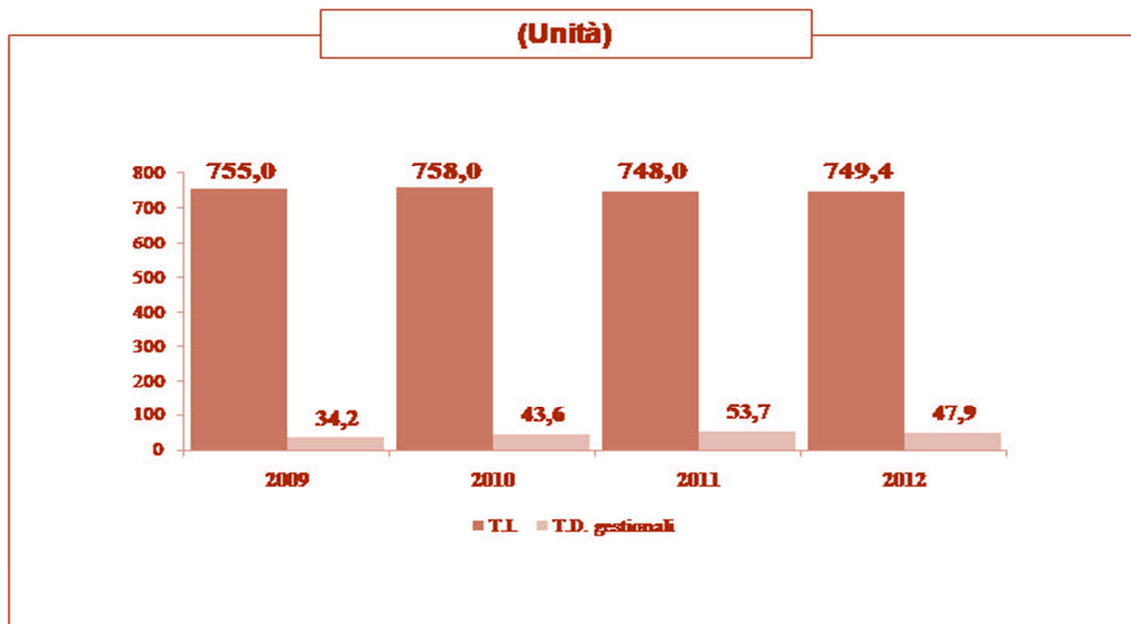
Il costo del personale a tempo indeterminato, evidenzia una crescita medio annua nei limiti del tasso di inflazione ascrivibile alle fisiologiche dinamiche retributive:

Milioni di euro



Fonte RAI S.p.A.

L'organico del personale a tempo indeterminato, si presenta sostanzialmente stabile dal 2009 e si è mantenuto costante negli anni 2011 e 2012 ed evidenzia una consistenza alla data del 31 dicembre 2012 di 750 unità a tempo indeterminato e 48 a tempo determinato.



Fonte RAI S.p.A.

I lavoratori del servizio radiofonico sono incardinati in diverse strutture organizzative, sostanzialmente coincidenti con i singoli canali, con la produzione e con lo staff, secondo la seguente tabella nella quale sono riportati i profili professionali e il relativo contingente assegnato a ciascuna articolazione.

Situazione contabile HC al 31/12/2012	RADIO UNO	GRP	RADIO DUE	RADIO TRE	CPU	PROD	STAFF	Totale	TD	TI+TD	U.A.	Somma
Dirigente amministrativo	00	00	00	2	1	3	5	11		11		11,0
Giornalista dirigente	37	8	1	00	1	00	2	49		49		49,0
Giornalista*	132	19	00	1	4	1	00	157	15	172	17,6	189,6
Quadro A F Super	1	00	2	2	1	5	2	13		13		13,0
Quadro A F1	00	00	5	1	5	13	11	35		35		35,0
Quadro B (figura tecnica)						7		7		7		7,0
Tecnico di produzione**	00	00	00	00	00	181	1	182	8	190	1,0	191,0
Programmista regista	11	00	23	43	28	11	5	121	1	122	2,7	124,7
Assistente programmi	15	4	9	1	00	00	00	29		29	15,0	44,0
Impiegato	31	3	6	10	3	32	48	133	7	140		140,0
Altro personale***	00	00	00	00	00	31	2	33		33		33,0
TI (compresi distacchi)	227	34	46	60	43	284	76	770	31	801	36,2	837,2
TD esig. org. (teste)	16	1	2	0	1	8	3	31				
TOTALE	243	35	48	60	44	292	79	801				
<i>TD di produzione (U.A. 2012)</i>	<i>23,7</i>	<i>5,5</i>	<i>3,0</i>	<i>3,1</i>	<i>0,0</i>	<i>1,0</i>	<i>0,0</i>	<i>36,2</i>				
Somma	266,7	40,5	51,0	63,1	44,0	293,0	79,0	837,2				

* A Radio Uno inquadrati 14 TD giornalistici (10 biennali e 4 esig. org.) - A GRP inquadrato 1 TD giornalistico biennale

** A Produzione inquadrati 8 TD tecnici per esig. org.

*** Annunciatori (8), Consulenti musicali (4), Assistenti alla regia RF (4), Capo Operai (3), Operai (10), Ausiliari (2), Grafici (2)

Fonte RAI S.p.A.

La loro attività si svolge prevalentemente nei quattro centri di produzione, secondo la suddivisione illustrata nella tabella che segue.

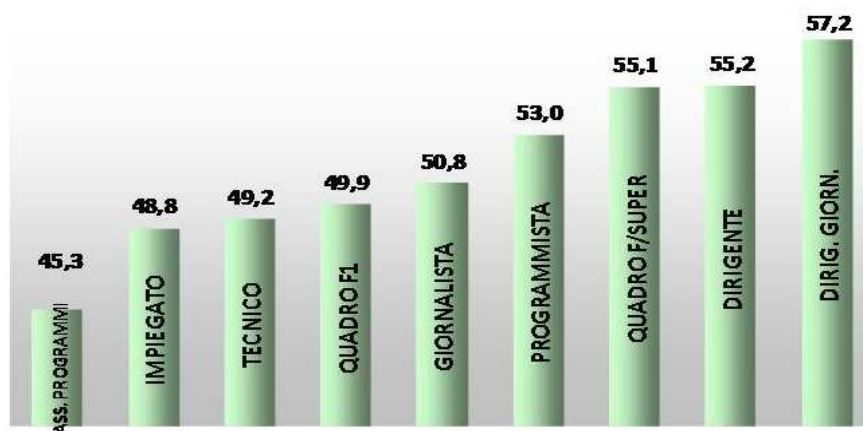
Situazione contabile HC al 31/12/2012	ROMA	MILANO	TORINO	NAPOLI	TOTALE	TD	TI+TD	U.A.	Somma
Dirigente amministrativo	10	1			11		11		11,0
Giornalista dirigente	49				49		49		49,0
Giornalista*	157				157	15	172	17,6	189,6
Quadro A F Super	13				13		13		13,0
Quadro A F1	30	2	3		35		35		35,0
Quadro B (figura tecnica)	7				7		7		7,0
Tecnico di produzione**	145	13	17	7	182	8	190	1,0	191,0
Programmista regista	115	3	1	2	121	1	122	2,7	124,7
Assistente programmi	27	2			29		29	15,0	44,0
Impiegato	128	2	2	1	133	7	140		140,0
Altro personale***	25	4	4		33		33		33,0
TI (compresi distacchi)	706	27	27	10	770	31	801	36,2	837,2
TD esig. org. (teste)	29	1	1	0	31				
TOTALE	735	28	28	10	801				
<i>TD di produzione (U.A. 2012)</i>	<i>36,2</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>36,2</i>				
Somma complessiva	771,2	28,0	28,0	10,0	837,2				

* A Radio Uno inquadri un giornalista sede AN

Fonte RAI S.p.A.

Il personale adibito al servizio radiofonico, può essere suddiviso per età media.

Come si può apprezzare dal seguente grafico, l'età media varia da 45,3 anni degli assistenti di programma ai 57,2 anni per i dirigenti giornalisti.



Fonte RAI S.p.A.

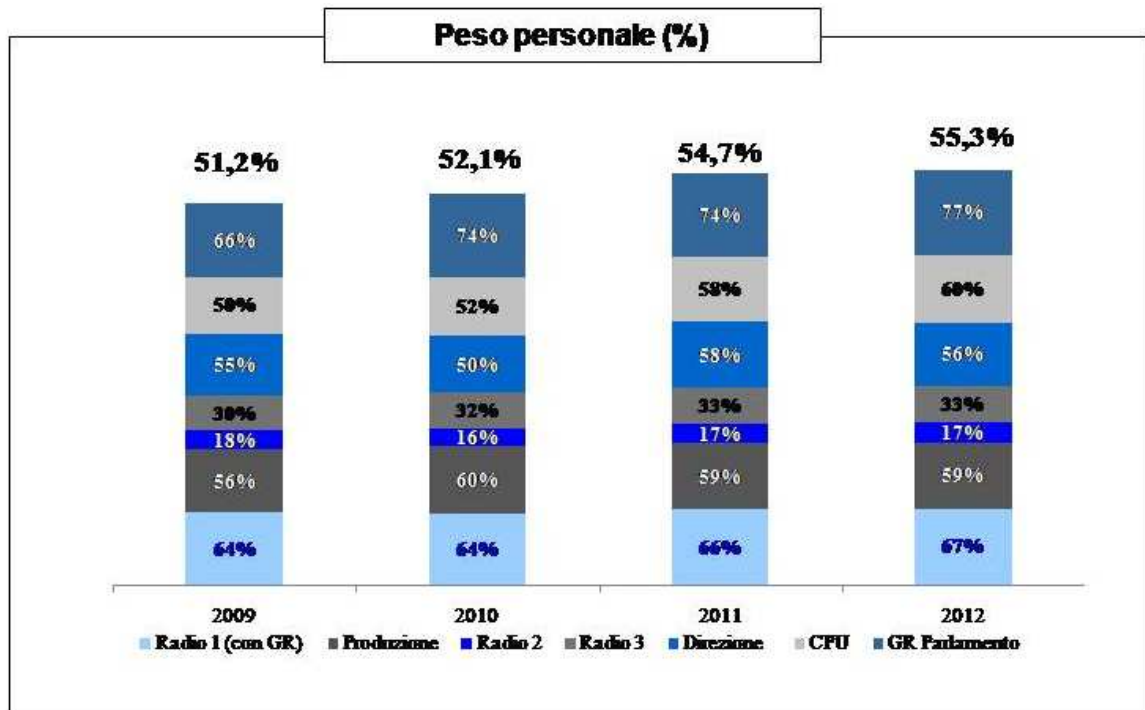
Il costo medio si è aggirato intorno a 95,3 migliaia di euro per i lavoratori a tempo indeterminato (+ 2,1% nel periodo 2009 - 2012) e a 60,0 migliaia di euro per quelli con rapporto a tempo determinato (+ 5,1% nel periodo 2009 - 2012).

I suddetti elementi sono riportati nella sottostante tabella.

Costo medio (Euro migliaia) e organico 2012		
	Tempo indeterminato	Tempo determinato gestionale
Organico	749,5	47,9
Costo medio	95,3	60,0
CAGR costo medio 2009 - 2012	+2,1%	+5,1%

Fonte RAI S.p.A.

L'incidenza del costo del personale su quelli complessivi delle articolazioni organizzative, è superiore al 50% e ha raggiunto negli anni in rassegna la soglia del 55%:



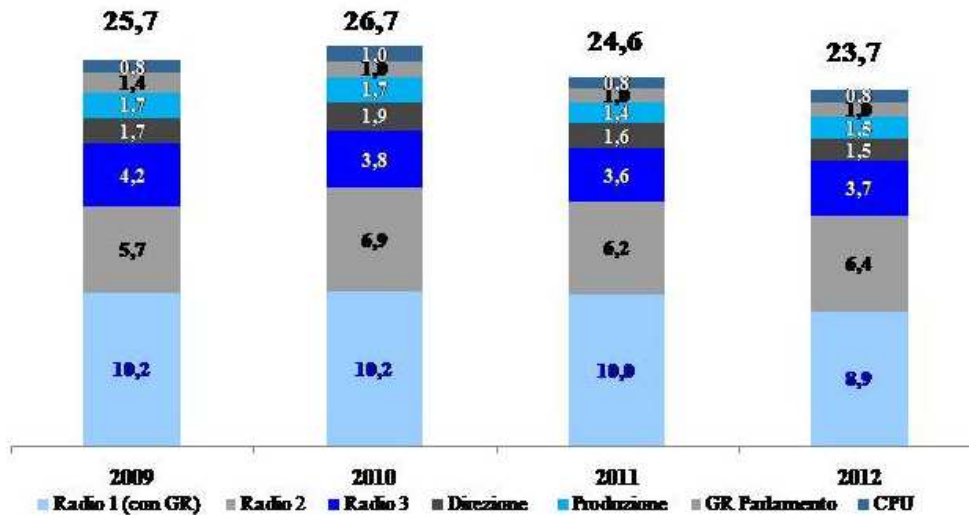
Fonte RAI S.p.A.

La seconda voce di costo, per ordine di incidenza sugli oneri complessivi, è rappresentata dai costi esterni, che ricomprende gli oneri sostenuti per le scritture tecniche e quelli relativi al lavoro autonomo.

Detti costi, aumentati nel 2010 a confronto con quelli affrontati dalla società nel 2009, nel 2011 si sono attestati in 28,3 milioni di euro con una contrazione rispetto all'anno precedente di 3,1 milioni di euro. Nel 2012 gli omologhi costi sono stati pari a 24,2 milioni di euro, ed hanno registrato, pertanto, una flessione di 1 milione di euro a confronto con l'esercizio pregresso.

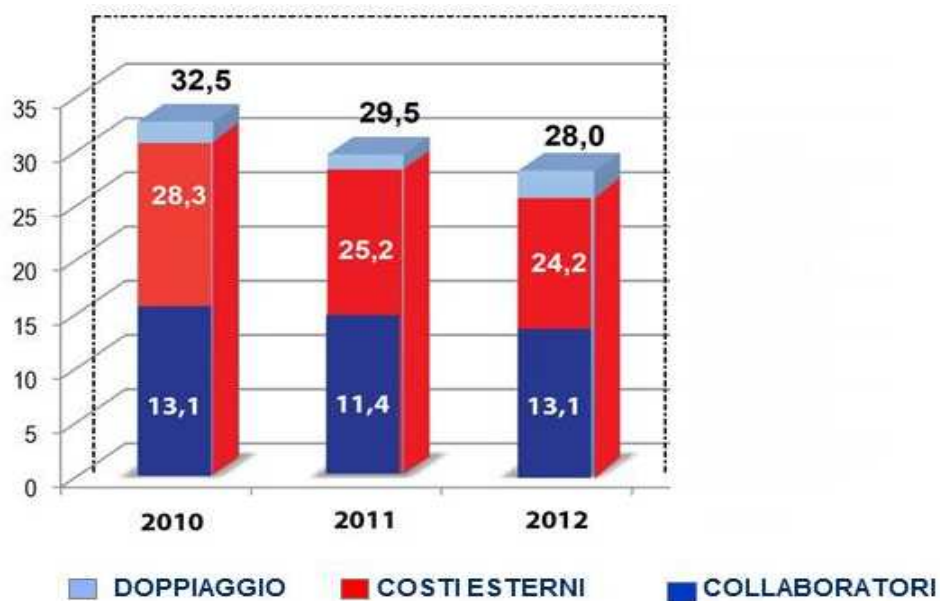
Con riferimento alle singole Direzioni, i costi esterni hanno gravato nelle misure di seguito riportate, evidenziando una progressiva flessione negli anni in riferimento, rispetto ai precedenti esercizi, che ha interessato, in particolare, le risorse messe a disposizione di Radio 1 (- 1,1 milioni di euro nel 2012 a cospetto del 2011)

Milioni di euro



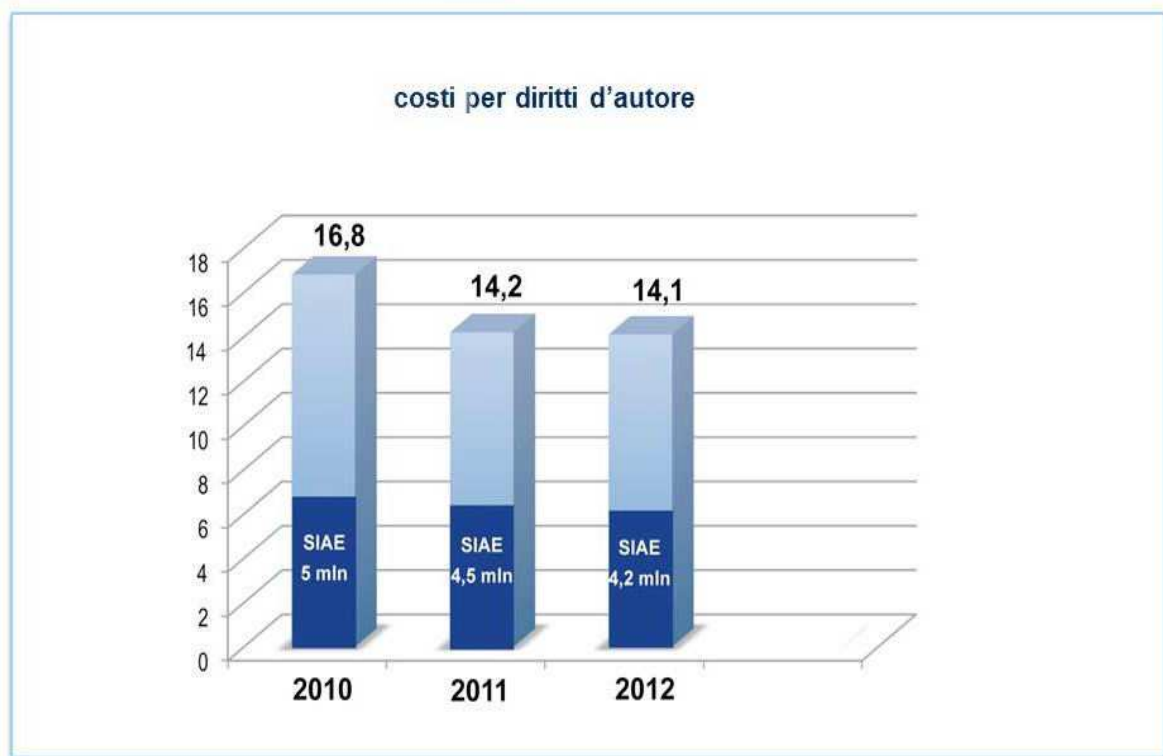
Fonte RAI S.p.A.

Per quanto attiene ai volumi dei costi di doppiaggio, isolati nel grafico relativo all'esposizione dei costi complessivi nel periodo 2009 - 2012, e di seguito aggregati nella sottostante rappresentazione, si deve annotare la loro sostanziale stabilità nell'intero quadriennio, avendo oscillato tra i 4,7 milioni di euro del 2009 e i 3,8 milioni di euro del 2012 (nel 2011 4,3 milioni di euro).



Fonte RAI S.p.A.

Parimenti sovrapponibile, nel periodo di riferimento, si è rivelata la spesa sostenuta per il pagamento dei diritti di autore, nella quale trovano allocazione i versamenti dovuti alla SIAE, pari a 14,2 milioni di euro nel 2011 e 14,1 milioni di euro nel 2012, come evidenzia il grafico seguente.



Fonte RAI S.p.A.

Ammortamenti tecnici e spese generali hanno evidenziato un andamento costante e un calo, di lieve entità tenuto conto anche delle relative grandezze dei costi stessi, nel 2012.

Per quanto riguarda i ricavi della società derivanti dalle produzioni radiofoniche, si ritiene che l'analisi possa essere limitata ai proventi scaturenti dalla pubblicità.

La flessione di dette entrate, configura, nel sistema radiofonico, un dato ormai consolidato negli anni in rassegna, con previsione di ulteriore calo del - 19% previsto per il 2013.

Ricavi pubblicitari del sistema radiofonico italiano (operatori nazionali e locali)
€ milioni, dati Agcom*



Investimenti pubblicitari sulla radio (solo canali nazionali)
€ milioni, dati Nielsen**



* Elaborazioni su dati "Osservatorio sulla pubblicità – prima edizione", Agcom, febbraio 2013.

** Elaborazioni su dati Nielsen Media.

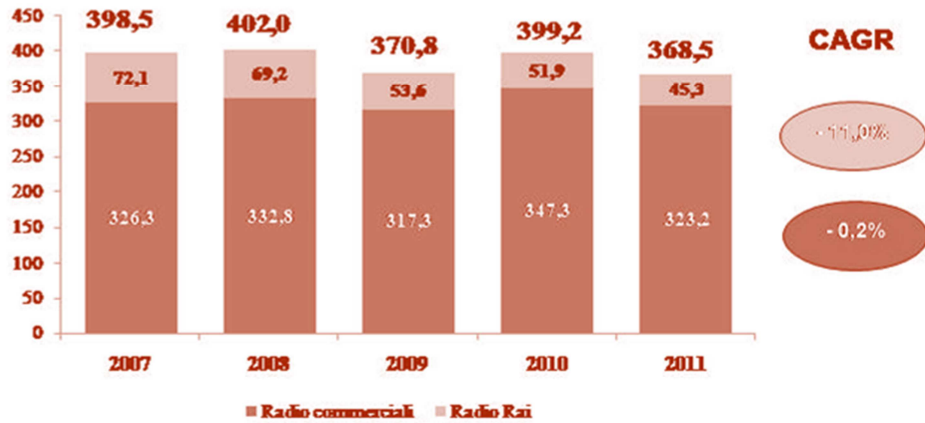
Più in particolare tutte le emittenti radiofoniche, hanno registrato, in linea con l'andamento del mercato, un notevole abbattimento dei ricavi di cui si tratta.

La raccolta pubblicitaria della Rai, che nel 2010 aveva registrato un recupero consistente rispetto all'anno precedente, nel 2011 ha subito un netto decremento. Avuto riguardo a un più ampio periodo, la flessione percentuale che ha caratterizzato il ricavo in trattazione dal 2007 al 2011, ha raggiunto il - 11%.

Ancora più pesante si è rivelato il decremento nel 2012. I ricavi da pubblicità radiofonica sono stati pari a 31,2 milioni, con un'ulteriore perdita di porzione del mercato.

Nel dettaglio, si è passati dagli oltre 72 milioni raccolti nel 2007 ai 31,2 del 2012.

Milioni di euro

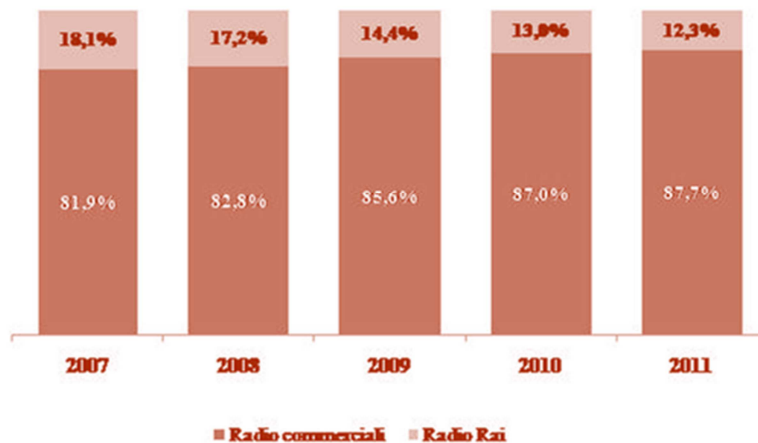


Fonte Sipra su dati Federazione delle Concessionarie di Pubblicità

La quota di mercato della Società è scesa da oltre il 18% (anno 2007) al 13% nel 2011, per attestarsi al 12% nell'anno 2012.

Nell'ampio periodo di riferimento, quindi, la posizione di mercato ha posto in evidenza un calo del -5,8%, a vantaggio della concorrenza che, ove unitariamente considerata, si presenta in lieve ma costante aumento dal 2007 al 2012.

Milioni di euro



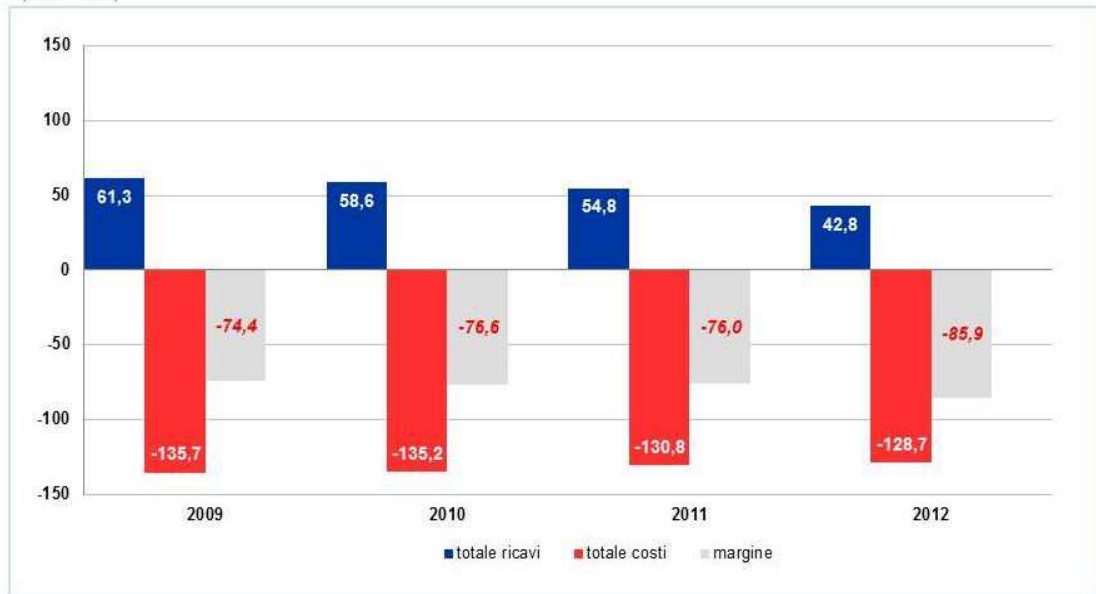
Fonte Sipra su dati Federazione delle Concessionarie di Pubblicità

Perdita importante ha subito Radio 1, passata dai 22 milioni del 2009 ai 13,3 del 2012 (con ricavi commerciali di 298 mila euro). Meno consistenti sono le perdite di Radio 2 - che si attesta su 13,9 milioni del 2012 partendo dai 20,0 del 2009 (con ricavi

commerciali a 246 mila euro) — e di Radio 3, un milione di euro del 2012 contro 1,3 milioni di euro del 2009.

L'andamento dei costi complessivi e dei ricavi diretti di Radio Rai, dal 2009 al 2012, e il relativo sbilancio, sono rappresentati dal seguente grafico.

Evoluzione dei costi complessivi e dei ricavi diretti di Radio Rai
(€ milioni)



Fonte: Direzione Pianificazione e Controllo.

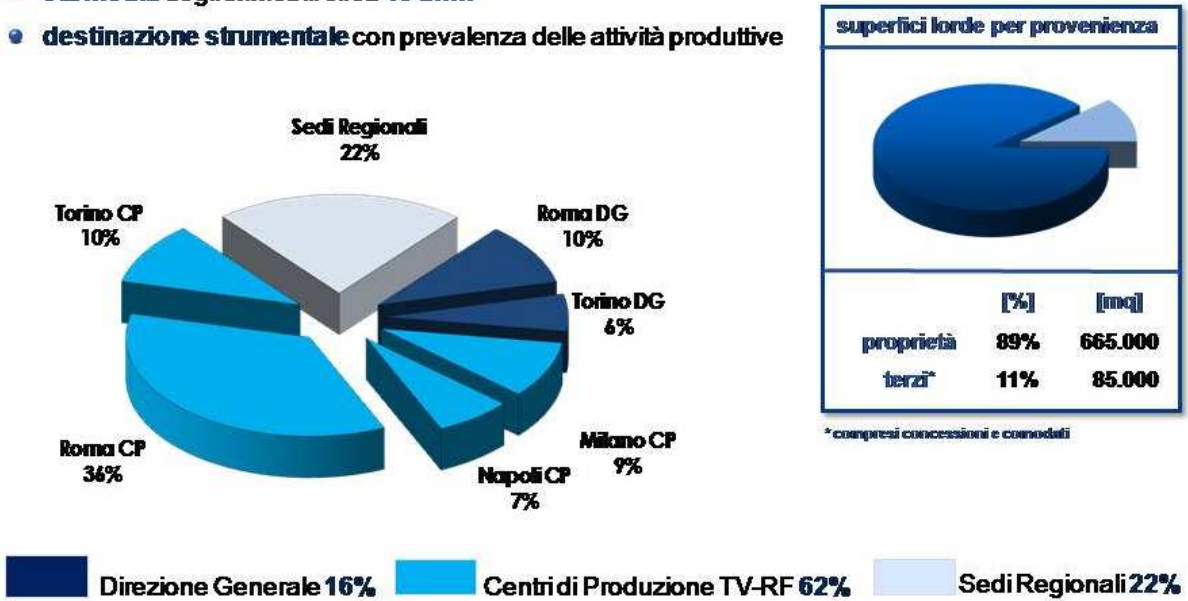
N.B. Non sono considerate le risorse da canone in quanto non puntualmente allocate su Radio Rai. Agcom le ha stimate in circa € 100 milioni per il biennio 2010/2011 sulla base delle risultanze della contabilità separata.

3.8 Assetto immobiliare

Il patrimonio immobiliare della Rai consta di circa 750.000 metri quadri lordi, di cui 665.000 metri quadri detenuti in proprietà (89%) e 85.000 metri appartenenti a terzi. La superficie utile lorda è pari a 425.000 metri quadri.

La distribuzione sul territorio evidenzia che gran parte degli insediamenti sono destinati ai quattro centri di produzione (Roma, Torino, Milano e Napoli), circa il 62% dell'intero complesso; le sedi regionali hanno in assegnazione il 22% dei fabbricati mentre la Direzione generale il 16%, distribuito tra Roma (10%) e Torino (6%)

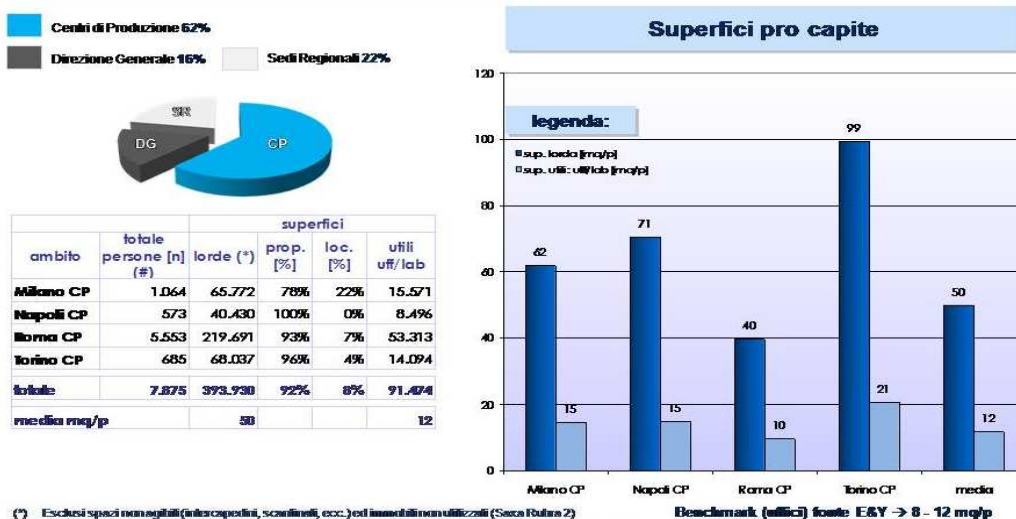
- patrimonio immobiliare pari a circa 750.000 mq lordi
- età media degli immobili circa 40 anni
- destinazione strumentale con prevalenza delle attività produttive



Fonte RAI S.p.A.

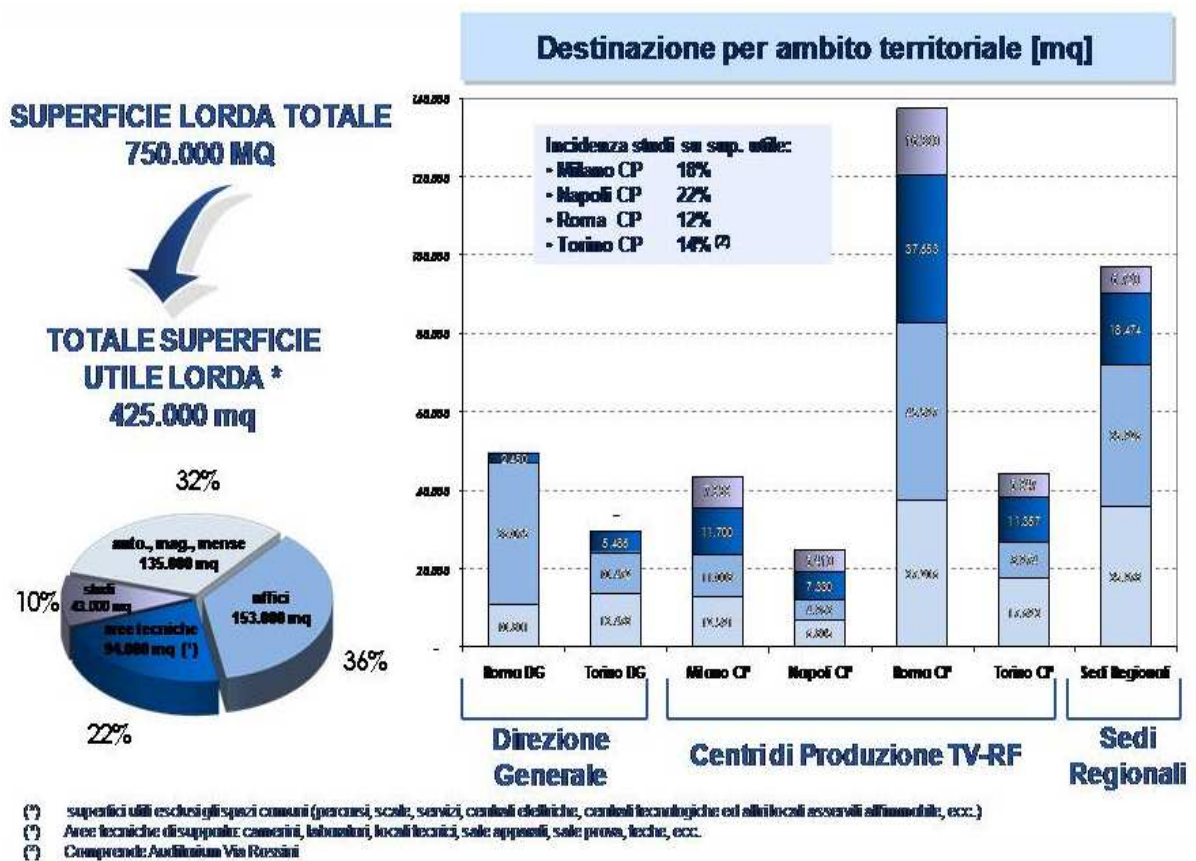
Il patrimonio immobiliare, la cui vetustà si aggira in media intorno ai 40 anni, ha destinazione prevalentemente di attività produttiva, come si può apprezzare dalla seguente rappresentazione⁵⁶.

⁵⁶ Gli esiti delle rilevazioni effettuate dall'azienda in relazione al rapporto spazio/lavoratore, sono sintetizzate nei grafici sotto riportati.



(*) Esclusi spazi non abitabili (intercopertiti, scantinati, ecc.) ed inutilizzati (Sera Futura 2)

(8) Rai a tempo indeterminato Rai a tempo determinato collett. con rinnovi continuativi esclusi consulenti esterni



Fonte RAI S.p.A.

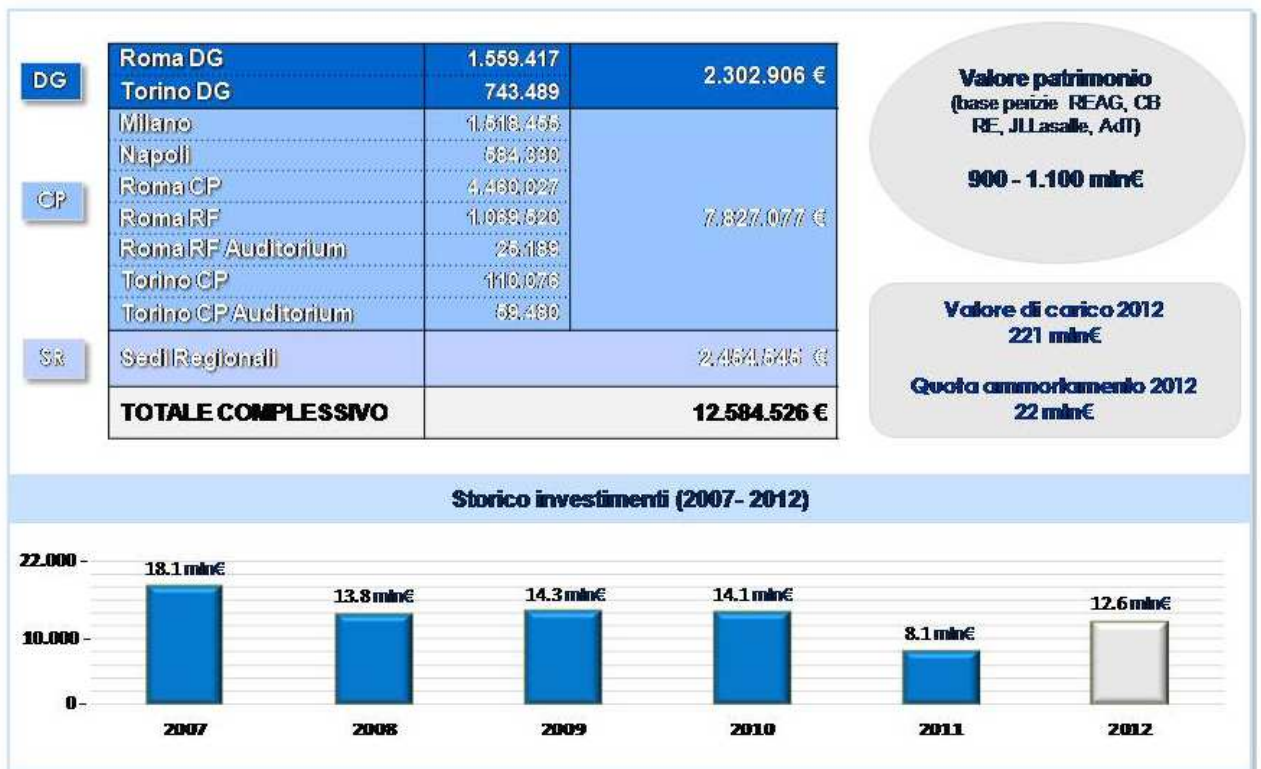
Il valore complessivo degli insediamenti è pari ad oltre 12.584 milioni di euro, stimato dalla società sulla base di perizie all'uso acquisite (i valori del patrimonio frazionato per struttura che li detiene sono indicati nella tabella che segue).

Nel 2012 il valore di carico è stato di 221 milioni di euro, la quota di ammortamento si è attestata in 22 milioni di euro.

Gli investimenti sugli immobili hanno registrato una brusca flessione nel 2011 (8,1 milioni di euro contro i 14,1 milioni di euro del 2010), e un innalzamento nel 2012 (12,6 milioni di euro).

L'analisi del periodo 2007 - 2012, pone in risalto la riduzione della spesa per investimenti sul patrimonio immobiliare.

Nel primo degli anni di riferimento, la stessa si era attestata in 18,1 milioni di euro, stabilizzandosi, nel triennio successivo, in circa 14 milioni di euro.



Fonte RAI S.p.A.

Le spese di esercizio degli insediamenti nel 2012, hanno lievemente superato i 75 milioni di euro.

Come si può desumere dalla tabella sottostante, il costo più elevato ha riguardato l'approvvigionamento di energia elettrica (oltre 19,5 milioni di euro); consistenti livelli hanno raggiunto le spese per la vigilanza degli edifici (oltre 13 milioni di euro) e quelle di manutenzione ordinaria (11 milioni di euro).

L'IMU ha gravato nello stesso anno sul bilancio della Rai nella misura di 7,4 milioni di euro.

	INSEDIAMENTI	Locazioni	Manutenzione	Pulizia	Acqua	TARSU	Riscald.	Energia	Vigilanza	TOTALE
DG	ROMA	5.174.240	2.782.450	759.949	374.737	963.586	352.325	1.522.725	1.563.558	13.466.571
	TORINO	263.437	452.706	297.646	482.804	340.837	511.286	980.801	875.894	4.205.411
CP	ROMA	712489	2.782.736	1.476.042	885.838	1.793.841	1.030.189	839.121	4.107.000	22.195.346
	ROMAIRF	971127	579.536	321.093	997.828	210.931	209.129	838.819	594.298	4.695.104
	MILANO	2.230.137	827.757	481.435	71.051	201.335	491.938	1.993.884	1.075.000	7.303.925
SR	TORINO	206812	1.019.280	471.895	91.891	401.299	1.285.793	1.992.374	941.000	5.753.927
	NAPOLI	781024	491.172	303.819	61.879	282.652	274.772	1.018.570	693.000	3.159.687
	SEDIREGIONALI	2.494.308	2.186.637	1.291.577	182.005	821.975	1.093.878	5.093.785	5.288.059	14.995.745
		12.050.424	11.050.385	5.398.038	3.146.452	5.124.004	5.778.731	19.540.877	13.002.805	75.091.715

IMU (2012) 7,4 min/euro

Fonte RAI S.p.A.

Particolare importanza, anche per i riflessi di rilevanza penale e della responsabilità civile, riveste la questione della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro.

La materia è monitorata dall'Organismo di vigilanza della Rai con riferimento, in particolare, al progredire del completamento delle certificazioni ai fini OHSAS 18001:2007⁵⁷ di tutti i siti Rai e alle iniziative in corso per scongiurare ragionevolmente i rischi " amianto" per il personale, soprattutto presso le sedi di Viale Mazzini in Roma e di Via Cernaia in Torino⁵⁸.

Per quanto concerne la questione della bonifica degli edifici dall'amianto utilizzato nella relativa costruzione, si deve segnalare che nel 2011 è stato avviato procedimento penale contro ignoti e che , in passato, sono stati registrati quattro casi di malattia professionale.

In relazione a quanto sopra riportato appare necessario che la società, come del resto suggerito anche dalla l'Organismo di vigilanza, avvii procedure di prevenzione idonee per evitare la consumazione dei connessi reati presupposto, rafforzando l'impegno, anche economico finanziario, per concludere in tempi brevi la certificazione OHSAS, migliorando gli standard di prevenzione esistenti e la formazione del personale sulle tematiche medesime.

⁵⁷ L'acronimo OHSAS - Occupational Health and Safety Assessment Series identifica uno standard internazionale per un sistema di gestione della sicurezza e della salute dei lavoratori. La norma OHSAS 18001 è stata emanata la prima volta nel 1999 e rivista nel 2007, essa configura il modello più riconosciuto, a livello mondiale, per l'efficienza di un sistema di gestione della salute e della sicurezza sui luoghi di lavoro.

⁵⁸ Allo stato, risulta complessivamente conseguita la certificazione OHSAS di 19 siti, come segue: Aosta 2008, Cosenza 2009, Campobasso 2011, Ancona 2012, Bologna 2008, Potenza 2009, DG -Via Novaro 2011, Bari 2012, Bolzano 2008, CPTV-Torino 2010, Palermo 2011, Firenze 2012, Genova 2008, Trento 2010, Perugia 2011, Venezia 2012, Trieste 2010, Pescara 2011, Dir. Radio Roma 2012.

4. I Controlli interni

4.1 Il Collegio sindacale e la società di revisione

I compiti del Collegio sindacale, indicati nell'articolo 2403 c.c., come modificato dalla riforma del diritto societario, consistono nella vigilanza sull'osservanza della legge e dello statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione, e, in particolare, sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile adottato dalla società nonché sul suo concreto funzionamento.

L'articolo 2404 del codice civile prevede almeno una riunione ogni novanta giorni, senza l'obbligo della verifica di cassa.

Oltre ai compiti stabiliti dall'articolo 2403, il Collegio sindacale, ai sensi dell'articolo 2429 codice civile, predispose una relazione annuale e riferisce all'assemblea sui risultati dell'esercizio, sull'attività svolta nell'adempimento dei propri doveri, formulando, se del caso, proprie osservazioni in ordine al bilancio ed alla sua approvazione anche in merito all'applicazione della deroga di cui all'articolo 2423, 4 comma, del codice civile.

Non rientra più nei compiti del Collegio sindacale quello di rendere il parere sulla distribuzione degli acconti sui dividendi, ora di competenza della società di revisione (2433-bis codice civile).

Sono rimaste pressoché immutate le altre disposizioni sui pareri che il Collegio sindacale è tenuto a rilasciare agli amministratori della società.

L'articolo 15, comma 5, dello statuto della società RAI, in merito al controllo amministrativo e a quello contabile, ha conservato in capo al Collegio sindacale la competenza ad esercitare il secondo fino al 30 settembre 2004, prevedendo, dal 1° ottobre dello stesso anno, il subentro in tale funzione di una società di revisione iscritta nel registro presso il Ministero della giustizia. La società di revisione, ai sensi del comma 8 dello stesso articolo, è tenuta a documentare la propria attività in un libro tenuto presso la sede della società RAI.

La contabilità separata, di cui si tratterà più avanti, è invece sottoposta al controllo di una società di revisione scelta dall'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni, tra quante risultano iscritte nell'apposito albo tenuto dalla CONSOB.

La disciplina della revisione legale è, ora, per lo più, contenuta nelle norme di cui al decreto legislativo 27 gennaio 2010, n. 39, recante attuazione della direttiva 2006/43/CE, relativa alle revisioni legali dei conti annuali e dei conti consolidati, che modifica le direttive 78/660/CEE e 83/349/CEE, e che abroga la direttiva 84/253/CEE.

Il richiamato complesso normativo attribuisce all'assemblea della società, su proposta motivata del collegio sindacale, il potere di conferire l'incarico di revisione legale dei conti e determinare il corrispettivo spettante al revisore legale o alla società di revisione legale per l'intera durata dell'incarico (tre esercizi), nonché gli eventuali criteri per il suo adeguamento durante l'espletamento del mandato affidato. Gli statuti della concessionaria del servizio pubblico e delle società controllate sono state adeguate alle nuove prescrizioni di legge.

La modifica presenta profili di indubbia rilevanza, posto che oltre l'abrogazione dell'articolo 2409 quater codice civile, intesta ai collegi sindacali il compito di "formulare una proposta motivata" all'assemblea per il conferimento dell'incarico di revisione e non più un parere, come richiesto dalla previgente normativa.

Secondo quanto disposto dall'articolo 14, comma 1, del decreto legislativo n. 39 del 2010, il revisore legale o la società di revisione legale incaricati di effettuare la revisione legale dei conti: a) esprimono con apposita relazione un giudizio sul bilancio di esercizio e sul bilancio consolidato, ove redatto; b) verificano nel corso dell'esercizio la regolare tenuta della contabilità sociale e la corretta rilevazione dei fatti di gestione nelle scritture contabili.

Inoltre, la società di revisione è tenuta, ai sensi dell'articolo 2429, comma 1, del codice civile, al pari del collegio sindacale, a riferire all'assemblea sull'attività svolta, formulando, se del caso, proprie osservazioni in ordine all'approvazione del bilancio.

Va segnalato che l'art 14, comma 6, del decreto legislativo n. 39 del 2010 ha previsto lo scambio di informazioni tra il collegio sindacale ed i soggetti incaricati del controllo contabile, ai fini di un utile rapporto di collaborazione funzionale ad un più efficace esercizio del controllo.

Il Collegio sindacale, per verificare l'adeguatezza delle strutture organizzative della società, può chiedere alla società di revisione le informazioni utili e le conclusioni raggiunte relativamente alla valutazione dell'assetto contabile-amministrativo e del sistema di controllo interno della società.

Di tali facoltà si è avvalso il Collegio sindacale della RAI, per acquisire risultati ed informazioni sul grado di efficienza del sistema contabile, sulla corretta rilevazione dei fatti gestionali e sull'andamento della consistenza delle risorse finanziarie.

Durante il periodo compreso tra il 1° gennaio 2011 ed il 31 dicembre 2011, il Collegio sindacale della società RAI ha redatto e trasmesso alla Corte dei conti n. 48 verbali relativi ad altrettante riunioni collegiali; nel 2012 ne sono stati stilati e inviati n. 53. I verbali delle riunioni illustrano in modo puntuale e dettagliato i lavori svolti dall'organo di controllo, nell'ambito delle sue competenze.

4.2 Il controllo previsto dal decreto legislativo n. 231/2001 e gli Organismi di vigilanza

La RAI e le sue controllate hanno dato attuazione alle disposizioni del decreto legislativo n. 231 del 2001 e si adoperano per adeguare con regolarità il proprio modello organizzativo e di gestione. La Capogruppo ha adottato il modello nella riunione del Consiglio di amministrazione del 4-5 ottobre 2005; ulteriori adeguamenti si sono avuti il 6 ottobre 2010, il 27 gennaio 2011 e nella seduta del 13 giugno 2013.

La RAI ha, altresì, istituito un Organismo collegiale di Vigilanza (OdV), il quale trasmette trimestralmente al Consiglio di Amministrazione, al Collegio Sindacale ed al Direttore Generale una Relazione sull'attività svolta e sulle proprie prospettive operative sul breve/medio periodo.

L'organismo è composto da quattro membri, di cui solo uno dipendente della società, ed ha durata di quattro anni. Il compenso annuo lordo complessivo per tutti i componenti è stato fissato in 243.000,00 euro per entrambi gli anni d'interesse.

In attuazione degli obblighi derivanti dal citato decreto, sia la RAI che le sue controllate si sono dotate di modelli di organizzazione e di gestione finalizzati alla prevenzione dei reati indicati nello stesso provvedimento normativo.

Gli Organismi di vigilanza delle società controllate hanno attivato un sistema di flussi informativi (relazioni trimestrali, caselle di posta elettronica, ecc.) verso i rispettivi vertici aziendali e verso l'Organismo di Vigilanza della RAI, onde facilitare l'adempimento degli obblighi previsti dalla specifica disciplina.

Per una migliore operatività degli Organismi, è stato inserito, in alcuni di essi, in qualità di membro o presidente, il Direttore dell'Internal Auditing. Con delibera del Consiglio di amministrazione del 16 febbraio 2010, il Direttore dell'Internal Auditing RAI è stato, altresì, nominato membro dell'Organismo di vigilanza della società.

L'OdV ha effettuato specifici interventi e monitoraggi per verificare lo stato di avanzamento delle attività previste dal citato decreto legislativo n. 231 del 2001, e per accertare il livello di efficacia ed efficienza del sistema di controllo interno.

Nel corso del 2011 l'Organismo - oltre alle consuete attività di studio con particolare riferimento agli eventi verificatisi nel frattempo, di approfondimento ed istruttorie condotte, anche individualmente dai propri componenti in tema di compliance alle disposizioni recate dal decreto legislativo 231 del 2001 - si è formalmente riunito 18 volte. Nel corso del 2012 si è riunito 17 volte.

Il Collegio sindacale, negli anni in rassegna, ha segnalato l'esigenza di rivisitazione dei processi attinenti al decreto legislativo n. 231 del 2001, con riferimento sia alla Rai SpA sia al Gruppo.

L'aggiornamento del sistema organico di procedure, avviato nel novembre 2012, si è reso necessario per rendere attuale e aderente alle modifiche dell'ordinamento il modello di organizzazione, gestione e controllo previsto dalla richiamata normativa⁵⁹.

Un cenno merita l'attuazione, nell'ambito della società, delle norme contenute nella legge 6 novembre 2012, n. 190, recante "Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità nella pubblica amministrazione". Gli enti pubblici economici e gli enti di diritto privato in controllo pubblico, tra i quali va annoverata la Rai e le società del gruppo, di livello nazionale o regionale/locale sono tenuti ad introdurre e ad implementare adeguate misure organizzative e gestionali. Per evitare inutili ridondanze, qualora i citati enti annoverino già modelli di organizzazione e gestione del rischio sulla base del decreto legislativo n. 231 del 2001, nella propria azione di prevenzione della corruzione possono fare perno su essi, estendendone l'ambito di applicazione non solo ai reati contro la pubblica amministrazione previsti dalla richiamata normativa n. 231 del 2001, ma anche a tutti quelli considerati nella legge n. 190 del 2012, dal lato attivo e passivo, anche in relazione alla tipologia di attività svolta dall'ente (società strumentali/società di interesse generale).

Tali parti dei modelli di organizzazione e gestione, integrati ai sensi della legge n. 190 del 2012 e denominati Piani di prevenzione della corruzione, debbono essere trasmessi alle amministrazioni pubbliche vigilanti ed essere pubblicati sul sito istituzionale.

Gli enti pubblici economici e gli enti di diritto privato in controllo pubblico, di livello nazionale o regionale/locale devono, inoltre, nominare un responsabile per l'attuazione dei propri Piani di prevenzione della corruzione, che può essere individuato anche nell'organismo di vigilanza previsto dall'art. 6 del decreto legislativo n. 231 del 2001, nonché definire nei propri modelli di organizzazione e gestione meccanismi di più elevata responsabilizzazione interne che consentano ai cittadini di avere notizie in merito alle misure di prevenzione della corruzione adottate e alla loro attuazione.

⁵⁹Negli intendimenti della Società, la revisione del modello deve tenere conto: dei cambiamenti organizzativi della Società; dell'evoluzione della giurisprudenza e della dottrina; dei mutamenti legislativi; delle considerazioni derivanti dall'applicazione del Modello, ivi comprese le esperienze derivanti dal contenzioso penale; della prassi delle società italiane ed estere in ordine all'adozione e all'attuazione dei modelli di organizzazione, gestione e controllo; degli esiti delle attività di vigilanza e delle risultanze delle attività di Internai Auditing.

L'amministrazione che esercita la vigilanza verifica l'avvenuta introduzione dei modelli da parte dell'ente pubblico economico o dell'ente di diritto privato in controllo pubblico. L'amministrazione e l'ente vigilato devono, inoltre, allestire un idoneo sistema informativo per monitorare l'attuazione delle misure sopra indicate. I sistemi di raccordo finalizzati a realizzare il flusso delle informazioni, compresa l'eventuale segnalazione di illeciti, con l'indicazione dei referenti sono definiti rispettivamente nel Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione - P.T.P.C. dell'amministrazione vigilante e nei Piani di prevenzione della corruzione predisposti dagli enti pubblici economici e dagli enti privati in controllo pubblico⁶⁰.

Al momento la Rai non ha ancora provveduto nei sensi sopra esposti e recentemente inseriti all'interno del Piano Nazionale Anticorruzione (PNA).

4.3 Il Codice Etico

Il Codice Etico aziendale è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione della RAI nella riunione del 6 agosto 2003 ed ha formato oggetto di specifica informativa nei confronti di tutte le strutture aziendali delle società del Gruppo.

Nel 2004 è stata istituita la Commissione per il Codice Etico della capogruppo, con il compito, tra l'altro, di fornire assistenza e supporto al Direttore Generale nell'applicazione della relativa disciplina.

Tutte le società controllate (tranne Rai Corporation) hanno recepito con delibera del rispettivo Consiglio di amministrazione il Codice Etico della società Capogruppo.

La Commissione per il Codice Etico (di seguito, la Commissione) è composta, come previsto dall'articolo 1.5 del Codice Etico, dai Responsabili delle seguenti Direzioni⁶¹:

- Affari Legali e Societari;
- Risorse Umane e Organizzazione;
- Palinsesto Tv e Marketing;
- Internal Auditing, a cui è stato assegnato il compito di coordinamento della Commissione.

⁶⁰ Vedasi, al riguardo, il Piano Nazionale Anticorruzione approvato dalla CiVIT (ora A.N.AC) con delibera n. 72 in data 11 settembre 2013 e le direttive diramate dal Servizio studi e consulenza del Dipartimento della funzione pubblica in pari data in merito all'applicazione del P.N.A. (pagine 32 e seguenti).

⁶¹ La richiamata Commissione, riunitasi 6 volte, sia nel 2011 che nel 2012, ha ricevuto ed esaminato:

- ventuno segnalazioni nel 2011 e diciassette nel 2012;
- una attivazione da parte della Direzione Generale nel 2011 e tre nel 2012.

Ha, inoltre, proseguito l'attività di monitoraggio dei rischi etici sulla base dei migliori orientamenti in materia di ethical auditing.

Gli esiti raggiunti dalla Commissione, hanno posto in evidenza la necessità, sul piano del comportamento etico, di elaborare programmi formativi e di aggiornare il Codice Etico.

La mappatura delle aree di rischio nonché la revisione del Codice Etico e del Modello di Organizzazione e Gestione Rai ai sensi del decreto legislativo n. 231 del 2001, sono stati affidati ad una società esterna.

L'aggiornamento si è reso necessario anche in dipendenza del Contratto nazionale di servizio 2010 – 2012 (art. 2, comma 5) nel quale si prevede che la RAI sia tenuta *"a recepire nel Codice etico, per la parte di competenza, e nella carta dei doveri"* :

- il Codice di autoregolamentazione in materia di rappresentazione di vicende giudiziarie nelle trasmissioni radiotelevisive, sottoscritto il 21 maggio 2009;
- il Codice di autoregolamentazione delle trasmissioni di commento degli avvenimenti sportivi, denominato "Codice media e sport", sottoscritto il 25 luglio 2007;
- il Codice Tv e minori di cui all'art. 34 del Testo Unico della radiotelevisione;

nonché previsioni specifiche per i reality, da comunicare alla commissione paritetica di cui all'articolo 29 del contratto di servizio, entro tre mesi dalla sua entrata in vigore.

In sintesi le linee direttrici della revisione della normativa etica, possono così essere descritte:

- armonizzare il Codice Etico con la normativa nel frattempo entrata in vigore e in particolare con quanto previsto dal Contratto di servizio 2010 – 2012;
- ricondurre in forme più chiare, puntuali, sintetiche e inequivocabili le disposizioni del Codice Etico, a volte eccessivamente corpose e articolate, tali da rendere il documento meno cogente e più soggetto ad interpretazione;
- prevedere forme ancora più ampie di regolamentazione delle segnalazioni anonime, attingendo dalle migliori esperienze internazionali in materia di promozione e tutela delle segnalazioni di rischi e irregolarità nell'interesse pubblico - whistleblowing;
- precisare la materia del conflitto di interessi e i limiti per eventuali collaborazioni dei dipendenti all'esterno;
- prevedere in modo specifico i soggetti preposti al controllo sulla corretta e costante osservanza del Codice Etico;
- definire gli aspetti sanzionatori delle violazioni etiche;

- prevedere una diversa composizione della Commissione tale da tenere in considerazione la possibilità di coinvolgere professionalità di indubbio prestigio e riconosciuto valore in grado di garantire a tutti coloro che sono tenuti al rispetto del Codice Etico la maggiore terzietà possibile rispetto ai fatti da valutare.

Il nuovo Codice etico è stato deliberato dal Consiglio di amministrazione nella seduta del 13 giugno 2013.

Il nucleo del nuovo documento è rappresentato dalle previsioni attinenti agli obblighi che la Rai ha assunto con la sottoscrizione del Contratto nazionale di Servizio 2010/2012 non solo nei confronti dello Stato, ma anche nell'ambito comunitario.

Si deve, peraltro, segnalare, che le richiamate integrazioni entrano in vigore dopo la scadenza del Contratto.

Le nuove previsioni non si limitano ad imporre o vietare condotte non sanzionate penalmente, o anche meramente irregolari, annoverando, anche se genericamente, i contenuti tipici di un modello di organizzazione, il cui scopo consiste nella prevenzione della consumazione dei reati.

Particolare rilevanza va ricondotta alla disciplina contenuta nell'articolo 12, che, nel contesto delle modalità di attuazione e del programma di controllo, ha istituito la "Commissione Stabile per il Codice Etico" intestandole funzioni di vigilanza sulla concreta osservanza delle disposizioni recate dalla nuova normativa, di proposta di aggiornamento e revisione delle stesse all'esito delle verifiche sulla loro osservanza ed efficacia, di valutazione delle segnalazioni ricevute.

Infine, in relazione ai contenuti sanzionatori del nuovo testo, si rileva la loro sostanziale sovrapposibilità con quelli previgenti⁶².

4.4 L'Internal Auditing

La Direzione di Internal Auditing svolge compiti finalizzati alla sistematica revisione delle attività delle diverse aree aziendali, attraverso la predisposizione del

⁶² Per la violazione delle regole poste dal Codice, commessa da dipendenti, è prevista l'adozione di provvedimenti disciplinari, proporzionati in relazione alla gravità e/o recidività della mancanza o al grado della colpa, nel rispetto del vigente "Regolamento di Disciplina" redatto ai sensi dell'art. 7 della Legge 20 maggio 1970, n. 300 e delle disposizioni contenute nei CCNL di lavoro applicabili.

In caso di accertamento della violazione delle disposizioni e delle regole di comportamento del Codice Etico da parte del Direttore Generale e/o dei componenti l'organo di amministrazione e/o degli organi di controllo/vigilanza RAI, la Commissione stabile per il codice etico ne informa contestualmente e senza indugio, i Presidenti del Consiglio di Amministrazione, del Collegio Sindacale e dell'Organismo di Vigilanza di RAI RAI- Radiotelevisione italiana Spa, per le conseguenti determinazioni.

Per quanto riguarda i collaboratori esterni, la violazione delle regole del Codice è sanzionata in base a quanto previsto nello specifico contratto, ferma restando la facoltà di RAI di richiedere il risarcimento dei danni verificatisi in conseguenza di detti comportamenti.

Piano annuale di audit; piano che, negli ultimi sei anni, come afferma l'Azienda, è stato sostanzialmente rispettato.

Oltre a tale attività, va aggiunto che la Direzione stessa, coerentemente con le competenze ad essa attribuite, collabora all'attività di supporto alla società di certificazione per la revisione legale del bilancio della RAI e delle società controllate.

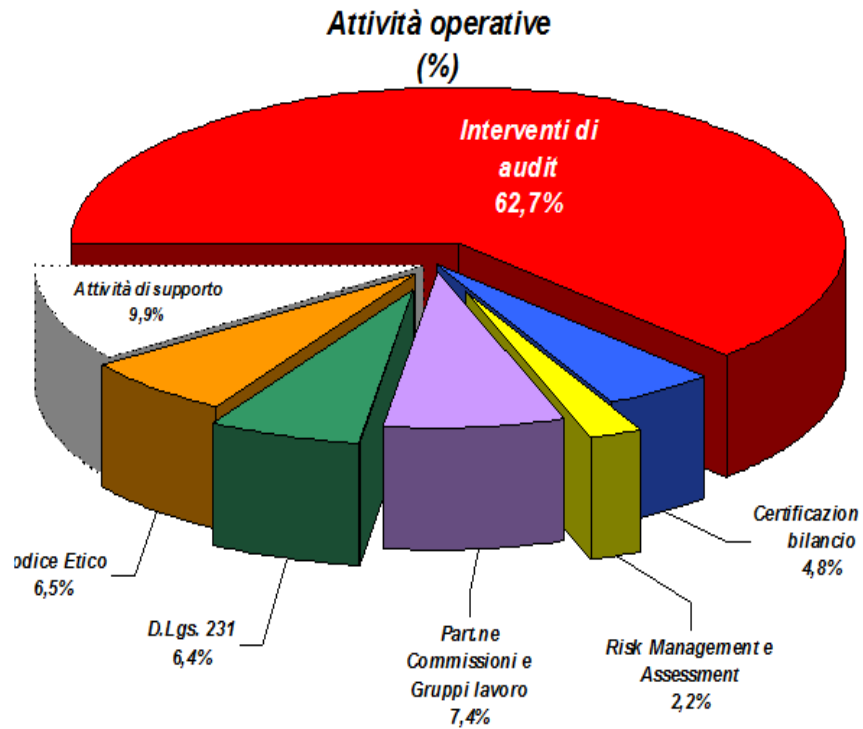
Con delibera consiliare del 24 ottobre 2012, la richiamata articolazione organizzativa è stata posta alle dirette dipendenze del Presidente del Consiglio di Amministrazione e ne è stata delineata la nuova mission.

Per quanto riguarda lo specifico settore di intervento, la Direzione Internal Auditing, oltre a procedere all'implementazione di un sistema standard di reportistica che tiene conto anche dei rischi previsti dal decreto legislativo n. 231 del 2001, redige sistematici rapporti anche a supporto dell'attività di controllo editoriale e svolge, laddove richiesto, attività di *consulting*.

Le attività complessive si sono articolate nelle seguenti direttrici:

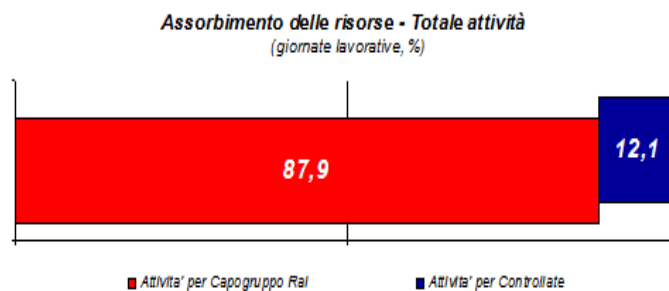
- a) interventi di audit a programma o interventi a richiesta (62,7%);
- b) altre attività - Codice Etico, d.lgs. n. 231 del 2001, partecipazioni a Commissioni e Gruppi di Lavoro, Risk Management e Assessment, Certificazione di Bilancio -(27,3%);
- c) elaborazione progetti finalizzati al miglioramento dell'attività della Direzione (9,9%).

Il grafico sottostante espone la ripartizione percentuale delle singole attività operative:



Fonte RAI S.p.A.

In termini percentuali, l'attività complessiva si è così articolata tra Capogruppo e Società Controllate:



Fonte RAI S.p.A.

Le risultanze degli audit, come precisato dall'Azienda, evidenziano, in linea generale, la necessità di continui aggiornamenti del sistema delle procedure in relazione alle modifiche organizzative intervenute. L'analisi dei profili contrattuali e il contributo all'aggiornamento delle modalità di svolgimento di alcuni servizi generali e di attività produttive, formalizzate da apposite *policy* aziendali, ha già contribuito,

secondo la stessa Azienda, a conseguire razionalizzazioni nell'impiego delle risorse finanziarie ed umane. A tal fine, viene seguito il processo di integrazione informatica a livello di Gruppo, estendendo a tutte le società controllate il sistema SAP.

Anche il sistema di *business security* richiede continui aggiornamenti per tener conto delle implicazioni derivanti dall'evoluzione tecnologica, particolarmente rapida in campo informatico e multimediale.

Ai fini della tutela del patrimonio audiovisivo la società, tramite la Direzione Internal Auditing, ha istituito un rapporto di collaborazione con la Guardia di Finanza, con positivi concreti risultati.

Alla fine del 2011 è stato avviato un audit nel settore dei contratti e, in particolare, sul processo di affidamento a terzi dei servizi di post produzione.

La limitata attività di auditing in materia di processi di approvvigionamento è da correlare ad una profonda revisione della normativa interna avvenuta nel corso del 2011, anche alla luce della pubblicazione del d.P.R. n. 207 del 2010, "Regolamento di esecuzione e attuazione del decreto legislativo 163/2006", in vigore dall'8 giugno 2011. Circostanza che rende complessi, e in linea di principio poco significativi, gli interventi promossi, anche solo di *compliance*, a fronte di un quadro interno normativo e formativo ancora in fase di completamento.

Si consideri, al riguardo, che ancora con disposizione della Direzione Generale DG/013 del 22 febbraio 2012 è stata introdotta un'ampia revisione delle Istruzioni Interne.

Dal punto di vista strettamente operativo, la funzione *Auditing* ha il compito di analizzare sistematicamente, in base al Piano annuale di audit, i processi finanziari, gestionali e operativi nell'ambito delle strutture aziendali e delle Società del Gruppo, al fine di valutarne la corretta applicazione, l'efficacia e l'efficienza. A seguito della delibera consiliare del 24 ottobre 2012, il Piano è definito con il Presidente del Consiglio di Amministrazione.

La funzione *auditing* ha inoltre il compito di verificare la solidità del sistema di controllo aziendale, al fine di identificare le aree di rischio e di proporre gli interventi correttivi; di assicurare il continuo aggiornamento di metodologie e sistemi per lo svolgimento dell'attività di auditing; di curare i rapporti con le società di certificazione per la revisione legale e per la revisione della contabilità separata, con gli organi sociali e con gli organismi costituiti in relazione alla *governance* aziendale.

Particolarmente intensa si è rilevata l'analisi della struttura in rassegna da parte del Collegio dei sindaci. Nella riunione del 22 marzo 2012, l'organo di controllo ha rappresentato l'inadeguatezza della dotazione di personale assegnato alla Direzione in

relazione all'incrementato carico di lavoro soprattutto alla luce della nuova e aggiuntiva tipologia di interventi a programma in materia di decreto legislativo n. 231 del 2001⁶³.

Al riguardo, il Collegio sindacale ha rappresentato che il ruolo dell'Internal Auditing è quello di vigilare, in via prioritaria, secondo prestabiliti programmi di intervento, sull'operatività e sull'adeguatezza delle procedure (o delle prassi) e dei sistemi di controllo interno, nonché quello di svolgere, soltanto in via residuale e dietro richiesta del vertice aziendale, verifiche su situazioni o fatti di dubbia regolarità, allo scopo principalmente di rilevare responsabilità interne e aree di potenziale rischio.

Nella seduta del 3 febbraio 2013, poi, il Collegio stesso, dopo aver espresso valutazione positiva alla nuova collocazione organizzativa della Direzione alle dirette dipendenze della Presidente, in considerazione del forte ruolo operativo conseguente alla delega di funzioni deliberata dal Consiglio di amministrazione in favore del Presidente, ha ribadito la perdurante carenza di personale incardinato presso la struttura in rassegna, il progressivo incremento dei "lavori a richiesta" che condiziona l'integrale ed efficace assolvimento del suo ruolo primario, consistente nella vigilanza, secondo prestabiliti programmi, sull'operatività e sull'adeguatezza delle procedure (o delle prassi) e, quindi, dei sistemi di controllo interno.

Sul piano operativo-funzionale il Collegio ha rilevato il crescente coinvolgimento, sotto vari profili, della Direzione come supporto all'attività dell'O.d.V. particolarmente importante, secondo quanto emerge dalle periodiche relazioni predisposte dall'organo collegiale sul lavoro svolto.

Riguardo agli esiti delle verifiche, l'organo di controllo ha riaffermato la ricorrenza di talune carenze nei sistemi di controllo dipendenti, tra l'altro, dalla:

- inadeguatezza o mancanza di alcune procedure o di prassi che non risultano più conformi alle attuali esigenze gestionali, anche con riferimento al Gruppo (quali,

⁶³Nella tabella seguente si illustra l'organico della Direzione Internal Auditing nel 2011 e nel 2012:

Unità	31.12.2011	31.12.2012
Direttore	1	1
Dirigenti	2	2
Senior Auditor	7	7
Auditor	7	7
Professional	17	17
Segretari	1	1
In forza alla Direzione	18	18
Distaccati ad altre strutture	1	1
Totale	19	19

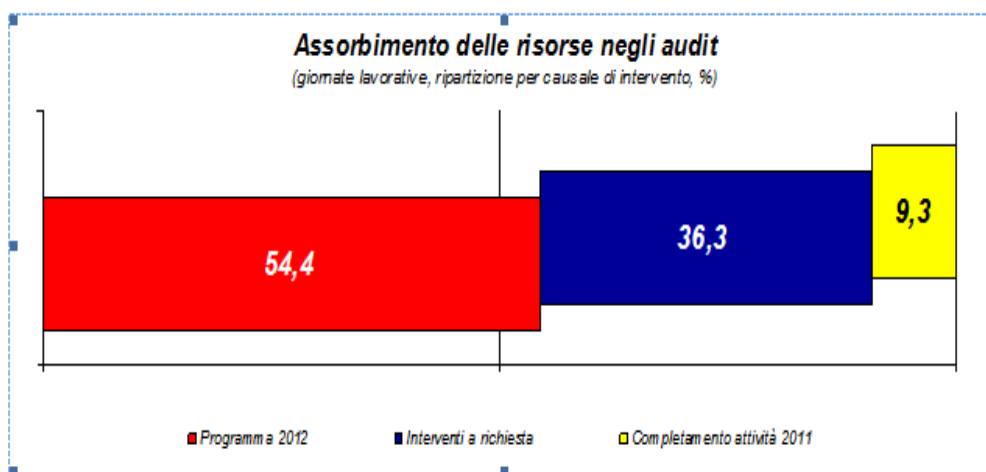
per esempio, il controllo sulla pubblicità, il controllo dei processi acquisitivi e produttivi;

- non puntuale applicazione delle disposizioni aziendali per la tutela del patrimonio informativo (per esempio, diffusione all'esterno di documenti aziendali anche rilevanti) per la loro importanza;
- necessità di migliorare lo svolgimento del controllo editoriale, sia di processo che di prodotto, ripristinando il ruolo delle strutture aziendali che è stato, talvolta, ridotto a favore di operatori terzi, rendendo più difficile il governo delle varie situazioni gestionali (quali, ad esempio, i programmi di reality).

Nel delineato contesto, oltre il suggerimento di inserire gli esiti delle verifiche ispettive nella valutazione della performance dei responsabili di funzione o d'area oggetto dell'intervento di audit, ai fini del riconoscimento e della misura della retribuzione di risultato, è stato consigliato, per un più efficace ed efficiente controllo interno, di introdurre la metodologia del rating per classificarne gli esiti⁶⁴.

Nel 2012 la Direzione Internal Auditing è stata impegnata in 56 interventi (37 nel 2011): ai 18 audit da programma (13 nel 2011) e al completamento di 7 interventi iniziati nel 2011, si sono aggiunti 31 interventi a richiesta (21 nel 2011) su indicazione della Direzione Generale o, comunque, autorizzati a seguito di richiesta di intervento da parte di strutture aziendali.

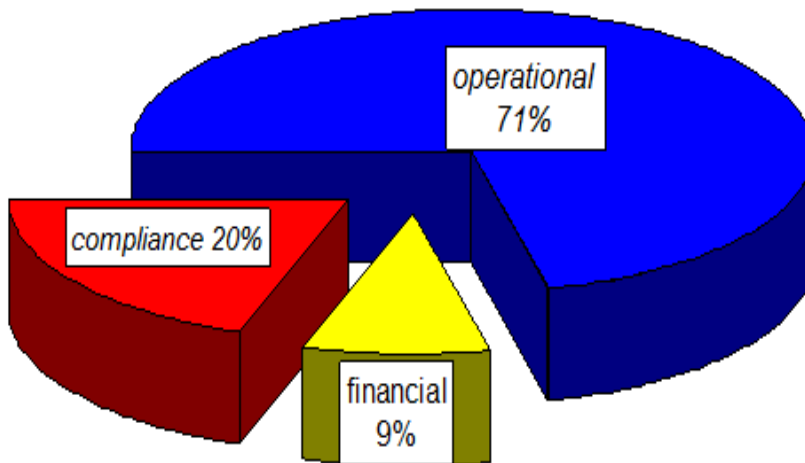
La suddivisione delle attività di auditing nel 2012, è così rappresentabile:



Fonte RAI S.p.A.

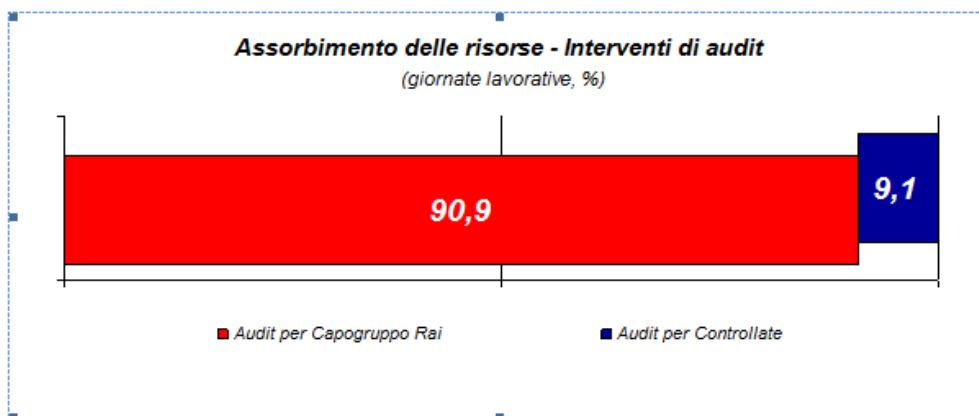
⁶⁴ La raccomandazione si è estesa sino all'indicazione dei giudizi sintetici complessivi (critico, carente, da migliorare, adeguato, da ottimizzare) e alla valutazione degli esiti raggiunti "in relazione agli effetti reali o potenziali che si determinano utilizzando ad esempio una scala di livelli che identifichi la priorità dei relativi piani di azione: carenza grave, carenza moderata, carenza marginale"(verbale n. 3 del 2013).

Gli interventi relativi all'anno 2012, in termini di tipologia (operational, financial, compliance), sono stati ripartiti nelle seguenti percentuali:



Fonte RAI S.p.A.

L'attività relativa agli interventi di auditing tra Capogruppo e Società Controllate, si è suddivisa secondo le seguenti proporzioni:



Fonte RAI S.p.A.

Gli interventi a programma hanno evidenziato, in sintesi, quanto segue:

- la perdurante incompletezza del sistema delle procedure, sulla quale influiscono anche i frequenti e significativi mutamenti organizzativi, che richiedono continui aggiornamenti, sotto il profilo tra l'altro, delle mission delle strutture RAI e delle procure assegnate ai relativi responsabili;
- le possibilità di risparmio che potrebbero realizzarsi in ambito produttivo accentuando la tendenza degli affidamenti dei servizi di post-produzione (montaggio e grafica) e riprese leggere (troupe ENG) con procedura selettiva ristretta mediante affidamento di convenzioni;
- l'esigenza di implementare, nell'ambito dell'analisi dei processi di "make or buy", le policy per l'ottimizzazione dei processi produttivi con regole che definiscano la sequenza temporale dei processi di pianificazione per la realizzazione dei programmi, la standardizzazione del mix di risorse per tipologia di programma e una più puntuale allocazione dei costi ai programmi;
- la necessità di rafforzare, nelle spese di rappresentanza, l'incisività dei controlli, soprattutto relativamente al requisito dell'inerenza aziendale e di rivisitare le vigenti disposizioni aziendali sotto il profilo dei limiti di spesa e dei soggetti autorizzati ad effettuare spese di tale genere;
- l'insufficienza delle misure idonee alla tutela del patrimonio informativo (tracciabilità degli accessi informatici, adozione degli strumenti di back up a protezione dei dati aziendali);
- le carenze nella normativa interna a tutela del patrimonio audiovisivo della RAI che ha, tra l'altro, stimolato l'avvio di un rapporto di collaborazione istituzionale, ormai consolidato, tra la RAI e il Comando delle Unità Speciali tramite il Nucleo Speciale per la Radiodiffusione e l'Editoria della Guardia di Finanza. Collaborazione che ha consentito il raggiungimento risultati concreti neutralizzando taluni casi di indebito utilizzo di patrimonio audiovisivo RAI da parte di siti internet non autorizzati;
- la incompletezza dell'integrazione dei sistemi informativi, anche a livello di Gruppo, riconducibile dalla mancata estensione del sistema SAP ad alcuni importanti processi e attività (diritti sportivi, collaboratori, ciclo attivo, ecc.);
- la necessità di implementare, negli insediamenti aziendali, il sistema di gestione della sicurezza secondo lo standard BS OHSAS 18001:2007

nonché la pianificazione dei relativi interventi e delle risorse di organico necessarie;

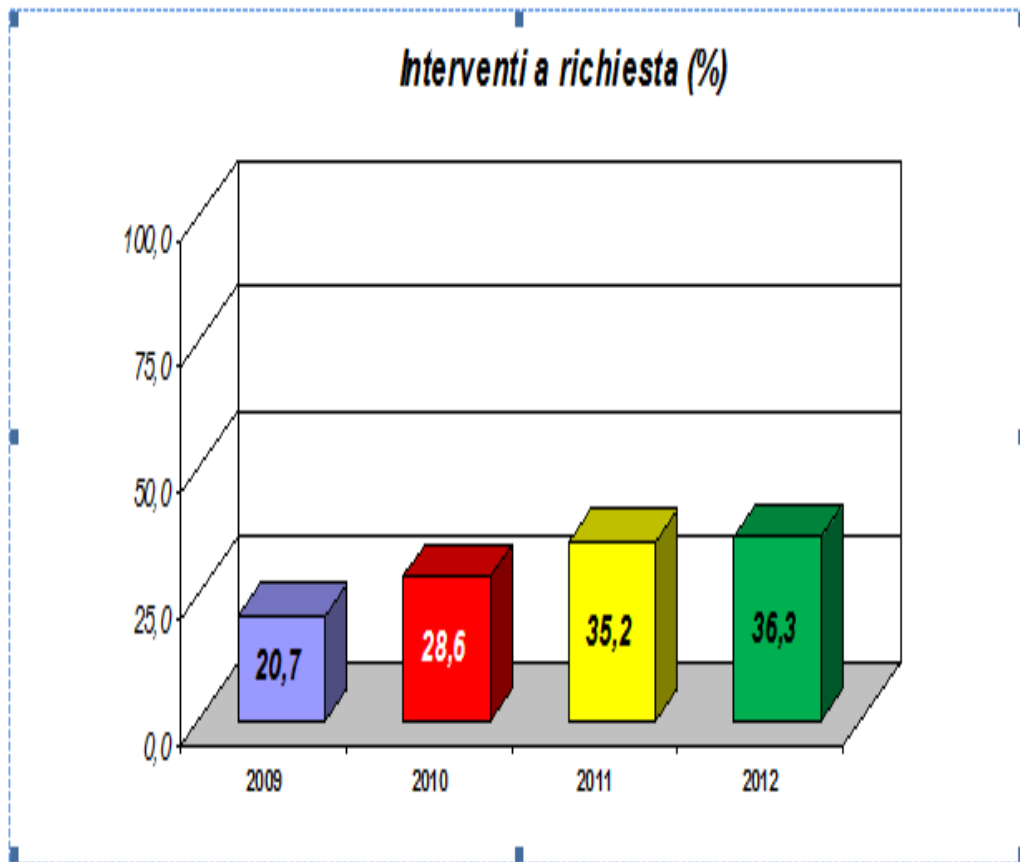
- l'esigenza di allineare i criteri di nomina dei Responsabili Interni di cui al decreto legislativo n. 231 del 2001, previsti nel relativo Modello, con la complessità dell'attuale organizzazione aziendale;
- l'urgenza, per quanto riguarda i profili procedurali e organizzativi dei rapporti con le Authorities, di rendere conforme la prassi operativa rispetto allo specifico Protocollo del decreto legislativo n.231 del 2001;
- l'esigenza di formalizzare/aggiornare presso la controllata Sipra (ora Società RAI Pubblicità), le procedure che regolano il processo di vendita di spazi pubblicitari alla Pubblica Amministrazione nonché la mission delle funzioni aziendali interessate;
- l'effetto positivo sul sistema delle procedure degli interventi di compliance "231", che hanno contribuito alla sensibilizzazione e alla formazione del personale delle varie aree aziendali e delle società del Gruppo nella materia disciplinata dal decreto legislativo n. 231 del 2001.

Per quanto concerne gli interventi a richiesta, la maggior parte degli stessi ha avuto prevalenti caratteristiche di audit; ciò per l'estensione delle verifiche effettuate e la metodologia applicata, per la ricostruzione dei processi aziendali e per le conseguenti valutazioni di efficacia ed efficienza degli assetti organizzativi⁶⁵.

L'impegno della Direzione per gli interventi a richiesta nel 2012 (36,3%), è leggermente aumentato rispetto a quello registrato nell'anno precedente (35,2%), a conferma di un significativo trend crescente (20,7% nel 2009 e 28,6% nel 2010).

⁶⁵ I lavori a richiesta hanno avuto per oggetto l'analisi:

- dei processi acquisitivi presso il Centro di Produzione di Milano;
- del conferimento di incarichi legali e di consulenza;
- del processo per il risarcimento assicurativo da infortuni;
- delle cause di ripetuti incidenti di sicurezza (diffusione non autorizzata o uso indebito di informazioni aziendali sensibili) che hanno riguardato aree e processi aziendali particolarmente delicati;
- della tutela del patrimonio audiovisivo RAI;
- delle sospette indebite attività svolte da dipendenti e collaboratori RAI;
- del ruolo svolto da soggetti terzi nei rapporti con Enti Territoriali ai fini della individuazione delle inefficienze nel controllo sui processi editoriali;
- degli aspetti finalizzati ad un più efficace controllo, anche preventivo, sui fornitori.



Fonte RAI S.p.A.

In relazione a tutto quanto sopra evidenziato, la Direzione Internal Auditing, sulla base degli esiti del lavoro svolto ha formulato diversi suggerimenti⁶⁶.

Con riferimento agli interventi di auditing effettuati nel 2012, sono state formulate complessivamente 98 raccomandazioni (suggerimenti) indicando per ognuna di esse il livello di priorità (alto, medio, basso).

⁶⁶ In particolare ha suggerito di:

- definire con urgenza le linee guida operative dei principali processi aziendali e procedure, laddove carenti o insufficienti;
- stimolare la pianificazione tempestiva e il confronto concorrenziale nei processi acquisitivi;
- attuare un effettivo controllo dei processi acquisitivi e produttivi;
- attuare una effettiva segregation of duties nei processi acquisitivi e produttivi;
- rafforzare il controllo e la sensibilità aziendale rispetto alle situazioni di conflitto di interessi nei rapporti con società fornitrici;
- rafforzare il controllo e la sensibilità aziendale in materia di rapporti tra RAI ed Enti Territoriali, onde evitare che soggetti terzi si inseriscano indebitamente in tali rapporti anche sotto il profilo economico;
- uniformare il comportamento delle strutture aziendali e delle società controllate;
- identificare con maggiore chiarezza l'iter di individuazione dei collaboratori nonché i loro ruoli, mansioni e responsabilità;
- rafforzare gli strumenti a tutela del patrimonio informativo;
- aggiornare il Modello di Organizzazione e Gestione di cui al decreto legislativo n. 231 del 2001.

La tabella seguente espone le raccomandazioni articolate per livello di priorità e grado di attuale implementazione. I dati non comprendono quelli relativi agli interventi in materia di decreto legislativo n. 231 del 2001, tenuto conto che nel 2012 è stata avviata la complessiva revisione del Modello di Organizzazione e Gestione RAI:

Suggerimenti	livello di priorità			Totale
	alto	medio	basso	
n.	62	32	4	98
in termini %	63%	33%	4%	100%
azioni correttive avviate	18	11	0	29
azioni correttive da avviare	44	21	4	69
% azioni correttive avviate	29%	34%	0%	30%
% azioni correttive da avviare	71%	66%	100%	70%

Fonte RAI S.p.A.

Le altre attività di istituto hanno assorbito il 27,3% delle risorse della Direzione Internal Auditing⁶⁷.

⁶⁷ Le attività hanno riguardato:

- i diversi impegni in materia di decreto legislativo n. 231 del 2001, ad esclusione degli interventi di compliance inclusi negli audit a programma, hanno occupato il 6,4% delle risorse;
- l'assistenza alla società di revisione ha impegnato il 4,8%;
- le attività legate al Codice Etico si sono attestate al 6,5%;
- l'aggiornamento periodico del progetto di risk assessment, curato nel 2012 dalla società Price Waterhouse Coopers e dalla società Ernst & Young, con riferimento alla mappatura delle aree sensibili. Le attività in materia di risk management e risk assesment hanno impegnato il 2,2%;
- la partecipazione alle attività della Commissione sulla pubblicità occulta, la collaborazione istituzionale con la Guardia di Finanza in tema di tutela del patrimonio audiovisivo e la partecipazione a gruppi di lavoro interdirezionali hanno assorbito il 7,4% .

5. Gruppo RAI

5.1 L'assetto organizzativo del Gruppo Rai

La Rai ha costituito società per la cura di specifiche attività, esternalizzando alcune importanti funzioni proprie.

La relativa costituzione è avvenuta, prevalentemente, con la partecipazione totalitaria della capogruppo, nella prospettiva di trasferirne quote significative a terzi, secondo un disegno originario degli anni novanta, finora non realizzato.

Nel corso del 2010 (1 ottobre 2010) è stato portato a compimento il processo di fusione per incorporazione di RAISat S.p.A. in RAI S.p.A., avviato l'anno precedente. Nel corso del 2010 si è anche chiusa la liquidazione di Sacis spa.

In data 1° marzo 2011 è stata perfezionata la fusione per incorporazione di Rai Trade S.p.A. in Rai, deliberata alla fine del 2010; la decorrenza degli effetti, economici, contabili e fiscali, è stata fissata al 1° gennaio 2011.

Inoltre, sempre nel corso del 2011, e nell'ambito del progetto di revisione del presidio dell'offerta internazionale, il CdA ha deliberato la soppressione della società Rai Corporation avviando le conseguenti procedure di liquidazione, ancora in atto nel corso del 2012.

La ragione sociale della Società "NewCo RAI International", infine, è stata variata in "RAI World".

Nel 2012, invece, non sono intervenute trasformazioni societarie.

Alla data del 31 dicembre 2012 la partecipazione della RAI al capitale sociale delle imprese controllate (5 in tutto) è pari al 100% .

Le imprese collegate sono 7, con la partecipazione della RAI che si estende dal 20 % circa al 50,0% del capitale sociale.

Per avere un quadro esaustivo, si elencano, di seguito, le società controllate, direttamente o indirettamente, dalla RAI, rientranti nell'area di consolidamento, con l'indicazione sintetica del relativo oggetto o della missione svolta all'interno del Gruppo:

- *Rai Cinema*: cura l'acquisizione di diritti per la trasmissione di opere cinematografiche, la produzione e distribuzione di film italiani ed europei, nonché la commercializzazione dei relativi diritti;
- *RAI World (ex NewCo Rai International)*: ha per oggetto la produzione, l'acquisto, totale o parziale, di programmi radiofonici e televisivi e la

- distribuzione dei medesimi all'estero, nell'ambito della propria missione di divulgazione della lingua e della cultura italiana nel mondo;
- *Rai Net*: cura la realizzazione, la distribuzione e la commercializzazione dei prodotti interattivi e multimediali; l'iniziativa di fusione in RAI, avviata nel 2012, è stata revocata a fronte della decisione della opportunità di mantenimento di un'autonoma responsabilità societaria per lo sviluppo e la gestione dell'offerta web, IP, mobile;
 - *Rai Way*: ha per oggetto la programmazione, lo sviluppo e la manutenzione del software e delle reti di telecomunicazione. Cura la trasmissione dei canali radiotelevisivi Rai, svolge i servizi di supporto alla realizzazione dei programmi e attività di ospitalità sui propri impianti per altri "broadcasters", svolge attività di valutazioni di impatto ambientale e altri servizi tecnici;
 - *SIPRA (RAI PUBBLICITA' dal 2013)*: cura la gestione della raccolta pubblicitaria.

A seguito della internalizzazione delle suddette attività, sono state individuate all'interno di RAI S.p.A. nuove strutture destinate a realizzare la produzione precedentemente affidata alle Società incorporate.

La Corte, pur constatando la diminuzione delle società rispetto al 2010 (da 8 società a 5 nel 2011), ribadisce l'esigenza di una rigorosa verifica della attuale necessità delle società controllate, nel contesto di un proficuo apporto delle stesse nel perseguimento degli interessi della RAI.

5.2 I Rapporti tra la RAI e le società del Gruppo

Per la parte di attività imprenditoriale, la società Rai-Radiotelevisione italiana svolge i propri compiti istituzionali sulla base di un modello organizzativo caratterizzato dal decentramento di alcune attività presso società controllate.

Nell'ambito dei poteri di intervento consentiti dalle vigenti disposizioni (art. 2497 del codice civile), la RAI, dopo l'entrata in vigore delle modifiche legislative in materia societaria, ha assunto specifiche iniziative nei confronti delle società del Gruppo con riguardo agli atti, alla corrispondenza aziendale e alla acquisizione degli ordini del giorno dei Consigli di Amministrazione delle società stesse, esercitando attività di indirizzo e coordinamento.

I rapporti con le società, controllate e collegate, sono basati sulle contrattazioni negoziate con riferimento ai valori correnti di mercato. Alcuni servizi, comuni a più società, (gestione del personale, degli immobili, dei magazzini, dei sistemi informativi

e tenuta della contabilità), sono, per talune di esse, svolti a livello centralizzato da parte della capogruppo.

Sotto il profilo finanziario quest'ultima gestisce i fabbisogni e le disponibilità finanziarie del gruppo in modo centralizzato. Da anni, infatti, è operativo il sistema di "cash pooling" sotto la responsabilità della "Struttura Finanza" della capogruppo, che ha accentrato anche le operazioni in valuta per la copertura dei rischi di tasso e cambio, curando, inoltre, il coordinamento di tutti gli ulteriori adempimenti connessi alla conduzione finanziaria.

L'intero processo di formazione del budget delle società del gruppo - e più in generale del complessivo ciclo di pianificazione - segue le stesse linee guida previste per le strutture interne della Rai.

A tal fine, nell'ultimo trimestre dell'anno, viene formulata da parte della RAI alle singole società controllate, la richiesta di elaborazione del budget relativo all'anno successivo. Il procedimento prosegue con la verifica della compatibilità economica e finanziaria delle richieste di budget avanzate dalle società con gli obiettivi di Gruppo, per concludersi, poi, con la formale acquisizione dei documenti previsionali da parte della stessa Capogruppo.

Nel prospetto che segue sono indicati gli importi dei crediti iscritti nell'attivo circolante del bilancio, distinti in commerciali e finanziari, intercorrenti tra la società Capogruppo e le società controllate e collegate, quali risultano dai bilanci degli esercizi 2010, 2011 e 2012.

Valori in migliaia di euro

Crediti Capogruppo/Società controllate			
Anni di riferimento	2010	2011	2012
Crediti commerciali	383.291	397.212	273.074
Crediti finanziari	211.840	308.487	265.696
Totale	595.131	705.699	538.770
Totale crediti della RAI in attivo circolante	1.038.226	1.291.629	992.357
Incidenza	57,32%	54,64%	54,29%

Nel 2012 i crediti nei confronti delle società controllate - che rappresentano il saldo a fine esercizio dei rapporti attivati con le stesse - hanno registrato una diminuzione in valore assoluto rispetto al medesimo dato riferito al 2011 e al 2010; l'incidenza dei crediti verso società controllate sul totale di quelli iscritti nell'attivo

circolante della Capogruppo, evidenzia parimenti una flessione rispetto al 2011 (54,29% contro il 54,64%) e al 2010 (57,32%). Si tratta di percentuali elevate indicative dell'esistenza di consistenti rapporti commerciali e finanziari tra la Capogruppo e le società controllate.

Da quanto brevemente esposto emerge che le previsioni gestionali delle società controllate, così come quelle riferite alle strutture interne della Capogruppo, concorrono alla formazione del budget complessivo del Gruppo RAI. Il budget economico-finanziario così determinato è sottoposto all'approvazione del Consiglio di amministrazione.

Peraltro, è da notare che, in termini di valore aggiunto, l'apporto complessivo delle controllate appare assai modesto, in quanto, ad eccezione di Sipra (ora Rai Pubblicità), la quasi totalità del fatturato è verso la RAI, come emerge dai risultati del conto economico consolidato, di cui si tratterà più avanti; non si è verificata, quindi, per la maggior parte di tali società, alcuna significativa espansione all'esterno del perimetro delle proprie attività, in modo da conseguire consistenti ricavi al di fuori di quelli derivanti dalle commesse della Capogruppo.

6. Consulenze

La RAI, sia per il 2011 che per il 2012, ha trasmesso un elenco delle consulenze contrattualizzate dalla Direzione Risorse umane e Organizzazione, per conto delle Direzioni di staff.

Si tratta di 254 contratti nel 2011 (220 nel 2010) per una spesa di circa 2,7 milioni di euro.

L'aumento quantitativo dei contratti da 220 a 254 rispetto all'anno precedente è da collegarsi all'internalizzazione delle attività della controllata RAI TRADE. Di contro il costo complessivo è sceso da 3 milioni di euro a 2,7 milioni (-10%).

Nel 2012 la Direzione Risorse Umane ed Organizzazione ha stipulato, per conto delle Direzioni di Staff, 244 contratti di consulenza, per una spesa di circa 2,1 milioni di euro.

Rispetto all'anno precedente il numero dei contratti è leggermente diminuito; anche il costo complessivo si è ridotto di circa 600 mila euro, passando da 2,7 milioni di euro a 2,1.

Secondo l'Azienda molte delle figure professionali coinvolte, fra le quali, medici, infermieri, traduttori, docenti per specifiche materie per corsi ecc, sono necessarie a supportare l'attività della società sotto il profilo editoriale ed amministrativo, ancorché con un rapporto di lavoro autonomo.

Al riguardo la Corte ribadisce che il ricorso alle consulenze può ritenersi legittimo in mancanza di specifiche professionalità all'interno della società, per esigenze straordinarie e, comunque, per prestazioni limitate nel tempo.

Ciò anche al fine del necessario contenimento delle spese in rassegna.

Inoltre, nel contesto della più ampia trasparenza, raccomanda alla concessionaria di dare piena applicazione ai principi contenuti nell'ordinamento in relazione alla pubblicazione sul proprio sito internet degli incarichi e delle consulenze affidate a professionisti e società.

7. Risorse Umane

7.1 La consistenza del personale

La tabella che segue espone la consistenza media del personale in servizio nell'arco degli anni in rassegna, con contratto a tempo indeterminato e determinato.

CONSISTENZA PERSONALE - Numero medio dipendenti									
Anni di riferimento	2010			2011			2012		
Qualifiche	T. indet.	T. det.	Totale	T. indet.	T. det.	Totale	T. indet.	T. det.	Totale
- Dirigenti	257	-	257	252	-	252	248	-	248
- Funzionari e Quadri	1.149	-	1.149	1.119	-	1.119	1.103	1,00	1.104
- Giornalisti	1.674	344	2.018	1.641	331	1.972	1.678	262	1.940
- Impiegati, Impiegati di produzione, addetti alle riprese, addetti alla regia, Tecnici, Operai	6.897	1.395	8.292	7.028	1.319	8.347	7.246	1.176	8.422
- Professori d'orchestra e altro personale artistico	122	8	130	119	9	128	120	6	126
- Medici ambulatoriali	11	-	11	11	-	11	11	-	11
Totale	10.110	1.747	11.857	10.170	1.659	11.829	10.406	1.445	11.851

La consistenza media del personale, compreso quello con contratto a termine, è rimasta pressochè immutata rispetto al 2010: è passata, infatti, da 11.857 unità nel 2010 a 11.829 nel 2011 (- 28 unità) e a 11.851 nel 2012 (+ 22 unità).

Il personale con contratto a tempo indeterminato, che nel 2010 era pari a 10.110 unità medie, è aumentato di 60 dipendenti nel 2011 (passando a 10.170 unità); al contrario per i dipendenti a tempo determinato si è registrata una riduzione di 88 unità (1.659 nel 2011 contro 1.747 nell'esercizio precedente).

Sempre con riferimento al solo personale con contratto a tempo indeterminato, la consistenza media nel 2012 ha segnato una crescita di 236 unità (per un totale di 10.406 lavoratori), mentre le unità medie a tempo determinato si sono ridotte di 214 unità (1.445 nel 2012 contro 1.659 dell'esercizio precedente).

Tale andamento, coerente con quanto già verificatosi nell'anno precedente, è la conseguenza diretta di diversi fattori che hanno caratterizzato il biennio in esame:

- l'assorbimento all'interno di Rai S.p.A. della controllata Rai TRADE S.p.A, per un totale di 83 unità medie su base annua;

- la prosecuzione dei piani di stabilizzazione del personale precario, secondo quanto previsto dagli accordi sindacali stipulati nel corso del 2008 e integrati negli anni seguenti, che hanno distribuito nel tempo gli obblighi di assunzione derivanti dalla legge 247/2007. Gli accordi hanno portato all'assunzione a tempo indeterminato di oltre 1.400 unità nel periodo 2008-2012, di cui circa 800 nell'ultimo biennio; ciò anche a seguito dell'accordo sindacale del 29/7/2011 che ha determinato l'anticipazione nel passaggio a tempo indeterminato dei lavoratori le cui scadenze erano fissate dalle precedenti intese fino al 2014 (si tratta di personale fino a quel momento utilizzato con contratti a termine, con la ciclicità stagionale caratteristica di tale forma contrattuale presso la Rai) nonché fissato, per gli anni seguenti, le modalità di utilizzo e la progressiva maturazione di diritti del rimanente personale precario, come si dirà meglio in apposito paragrafo;
- la fase di stasi nelle iniziative di incentivazione all'esodo, che ha registrato nel 2012 la cessazione dei rapporti di lavoro solamente per 76 unità, di cui 59 concordate nel corso del 2011 (riferite all'iniziativa avviata nel 2010) e 17 perfezionate e realizzate in corso d'anno; il costo di queste ultime, trattandosi di singoli casi non riconducibili ad uno specifico progetto, è rientrato a tutti gli effetti nel costo del lavoro. Sempre nel corso del 2012 sono state concordate altre 14 incentivazioni con cessazione del rapporto di lavoro nel 2013. Il costo totale per incentivi gravante sulla gestione 2012 alla voce "costo del lavoro" ammonta a 4,3 milioni di euro.

L'accordo sindacale del 4/6/2011, oltre a definire le modalità di "assorbimento" del personale precario per gli anni successivi al 2013, ha determinato l'anticipazione delle assunzioni residue riferite alla precedente intesa del 4/6/2008, solo in parte compensata da un ridotto numero di cessazioni del rapporto di lavoro agevolate da incentivi.

Per tali motivi si è registrato il segnalato incremento dell'organico complessivo nel biennio in esame, cui ha corrisposto una riduzione della forza lavoro a tempo determinato.

Di seguito è riportata la consistenza del personale a tempo indeterminato, in servizio al 31 dicembre di ciascun anno, con riferimento all'ultimo triennio.

Personale a tempo indeterminato in servizio al 31/12			
Anni di riferimento	2010	2011	2012
Unità applicate	10.055	10.196	10.476

Si conferma marginale nel 2011, come nel biennio precedente, il numero delle reintegrazioni da controversie attivate dai lavoratori licenziati, che, più in dettaglio, si esaminerà in prosieguo.

Nel prospetto che segue è riportata la consistenza media del personale del Gruppo Rai, posta a confronto con quella di Rai S.p.A.

Gruppo Rai - Consistenza media dipendenti			
<i>Anni di riferimento</i>	2010	2011	2012
Personale a tempo indeterminato	11.460	11.383	11.596
Personale a tempo determinato	1.835	1.750	1.563
a) Totale del Gruppo	13.295	13.133	13.159
b) Totale Rai S.p.A	11.857	11.829	11.852
c) Totale altre Società	1.438	1.304	1.307
b/a	89,2%	90,1%	90,1%
c/a	10,8%	9,9%	9,9%

Rispetto al 2010, anno in cui è stato annotato un numero medio complessivo dei dipendenti di 13.295 unità, l'anno 2011 evidenzia una diminuzione di 162 unità e una consistenza finale di 13.133 unità medie. Il calo risulta particolarmente accentuato nelle altre Società del Gruppo (- 134 unità), avuto riguardo alla prosecuzione del processo di razionalizzazione degli assetti, avviato negli esercizi precedenti, che nel 2011, come già accennato, ha determinato l'incorporazione di Rai Trade da parte di Rai e la chiusura di Rai Corporation (a quest'ultima, esclusa dal bilancio consolidato 2011, corrispondevano 47 unità medie nell'esercizio precedente).

Nel 2012 l'andamento del personale del gruppo risulta in lieve aumento, con 13.159 unità medie a fronte di 13.133 nell'anno precedente (+ 26 unità). Con riferimento solo alle altre Società del Gruppo, l'organico risulta praticamente costante (+ 3 unità), tenuto conto che il precariato e le relative stabilizzazioni, principale causa di incremento del numero medio, configura fenomeno quasi esclusivamente riconducibile a Rai S.p.A. ed alle sue esigenze editoriali e produttive.

Una più ampia rappresentazione dell'evoluzione dell'organico del gruppo Rai, è sintetizzata nel seguente prospetto.

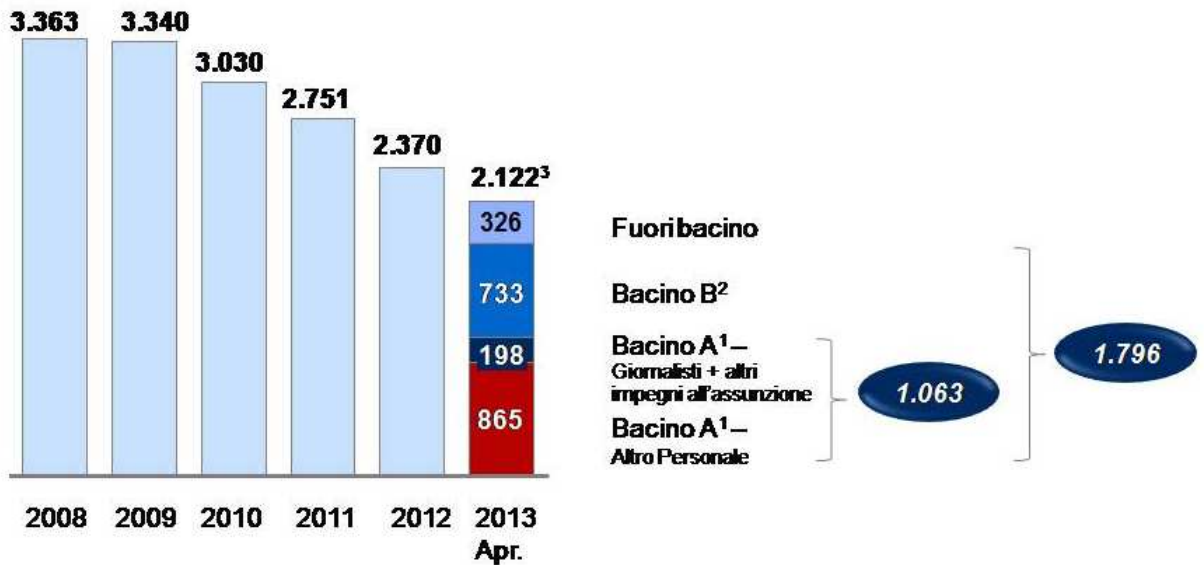


Fonte RAI S.p.A.

Il contingente di personale a tempo determinato impiegato nel periodo 2008 – 2012, evidenzia, come si evince dal sottostante grafico, una continua flessione ascrivibile alle intervenute stabilizzazioni.

risorse TD

Numero unità che hanno lavorato nell'anno



1. Utilizzati per almeno 1.095 giorni.

2. Utilizzati per almeno 300 giorni.

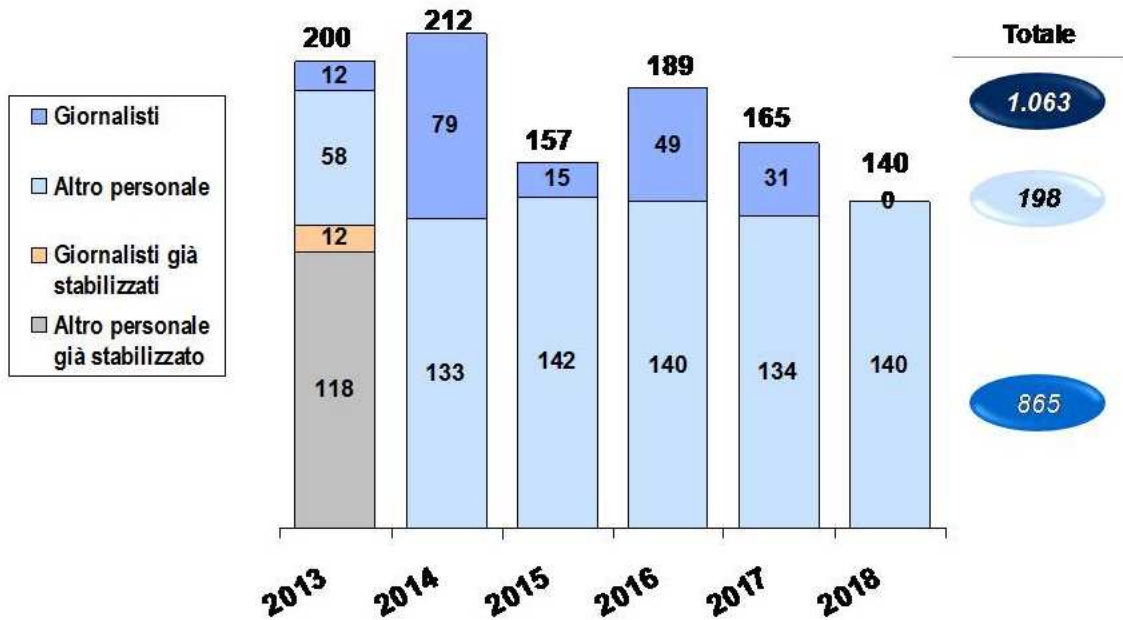
3. Comprende anche risorse appartenenti ai bacini A e B che no hanno mai lavorato nei primi 4 mesi (128 risorse).

Fonte RAI S.p.A.

Sempre in relazione alla descritta tipologia di rapporto di lavoro, appare importante fornire un cenno alle assunzioni programmate dalla società, tendenti, sulla base degli accordi sindacali stipulati a suo tempo, a stabilizzare il rapporto di lavoro del personale a tempo determinato nel contesto di una pianificazione concordata con i sindacati di categoria.

Assunzioni programmate Bacino A

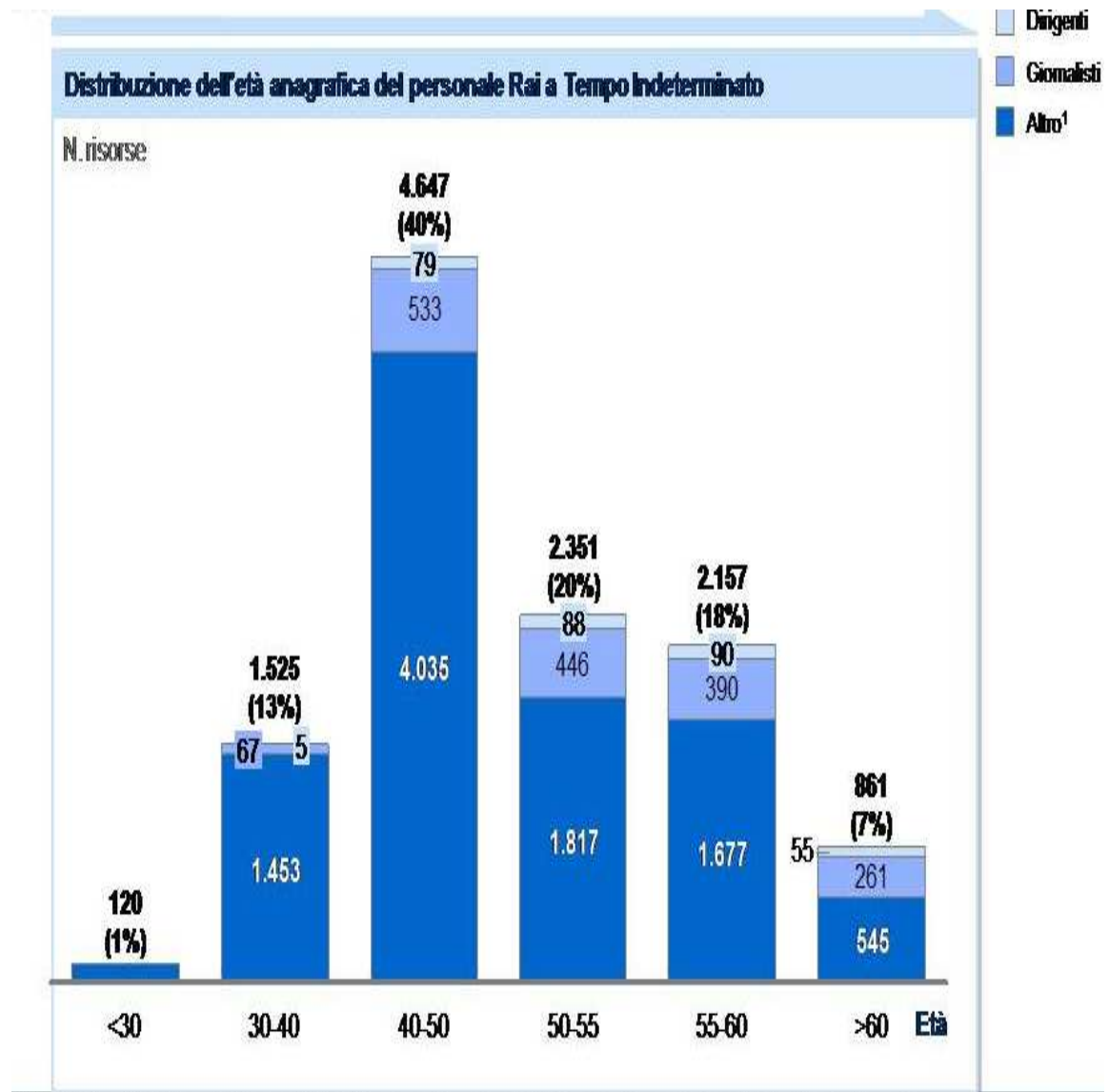
Unità



Fonte RAI S.p.A.

Particolare rilievo, nella materia delle risorse umane, riveste la suddivisione, per fasce di età, del personale a tempo indeterminato del gruppo Rai.

Il sottostante grafico espone le risultanze della rilevazione effettuata con riferimento all'anno 2012.



¹ Include: Tecnici della produzione, addetti all'ideazione alla regia, addetti riprese e lavorazioni, quadri, impiegati ed operai

Fonte RAI S.p.A.

Le conclusioni che si possono trarre, militano nel senso che la più elevata concentrazione di lavoratori si colloca nella fascia 40 – 50 anni, al cui interno si annovera non solo la maggior parte del personale (n. 4.035 unità), ma anche il più ampio contingente dei giornalisti (n. 533 unità) e parte consistente dell'organico del personale dirigente (n. 79 unità, contro gli 88 della fascia 50 -55 anni e i 90 di quella 55-60 anni di età).

Soltanto 120 lavoratori (pari all'1% dell'intera forza lavoro) hanno età inferiore ai trenta anni, mentre i più giovani giornalisti (n. 67 unità) e dirigenti (n. 5 unità) rientrano alla fascia 30 – 40 anni di età.

7.2 Le cessazioni ed assunzioni del personale

Nel corso del 2010, l'Azienda ha portato a compimento il piano di incentivazione all'esodo anticipato elaborato in concomitanza con il piano triennale 2008-2010, per il quale era stato accantonato un fondo di venti milioni di euro nel bilancio 2007.

Successivamente se ne è avviato un altro, con lo stanziamento di 45 milioni di euro, che è proseguito nel 2011, favorendo ulteriori cessazioni dei rapporti di lavoro, fino ad esaurimento dello stesso. La finalità di detti sistemi risiede nel compensare, almeno in parte, l'effetto delle iniziative di stabilizzazione di personale precario.

Nel 2012 l'Azienda ha sostanzialmente sospeso il citato progetto di incentivazione.

La decisione è stata presa stante l'esaurimento del fondo appositamente stanziato nel bilancio 2010 e in relazione alle modifiche normative apportate nell'ordinamento pensionistico, introdotte nel dicembre 2011.

Queste ultime, oltre all'allungamento di un anno dell'età anagrafica prevista per la pensione di vecchiaia, hanno determinato l'insorgere di dubbi interpretativi e, più in generale, notevoli incertezze sui tempi di maturazione del diritto alla pensione, elemento frenante per perfezionare meccanismi di incentivazione all'esodo.

Nonostante ciò, a fronte di specifici casi di comprovata convenienza aziendale, la società ha, comunque, proceduto a cessazioni dal rapporto di lavoro accompagnate da agevolazioni, assorbendo il relativo onere come aggravio della voce "costo del lavoro".

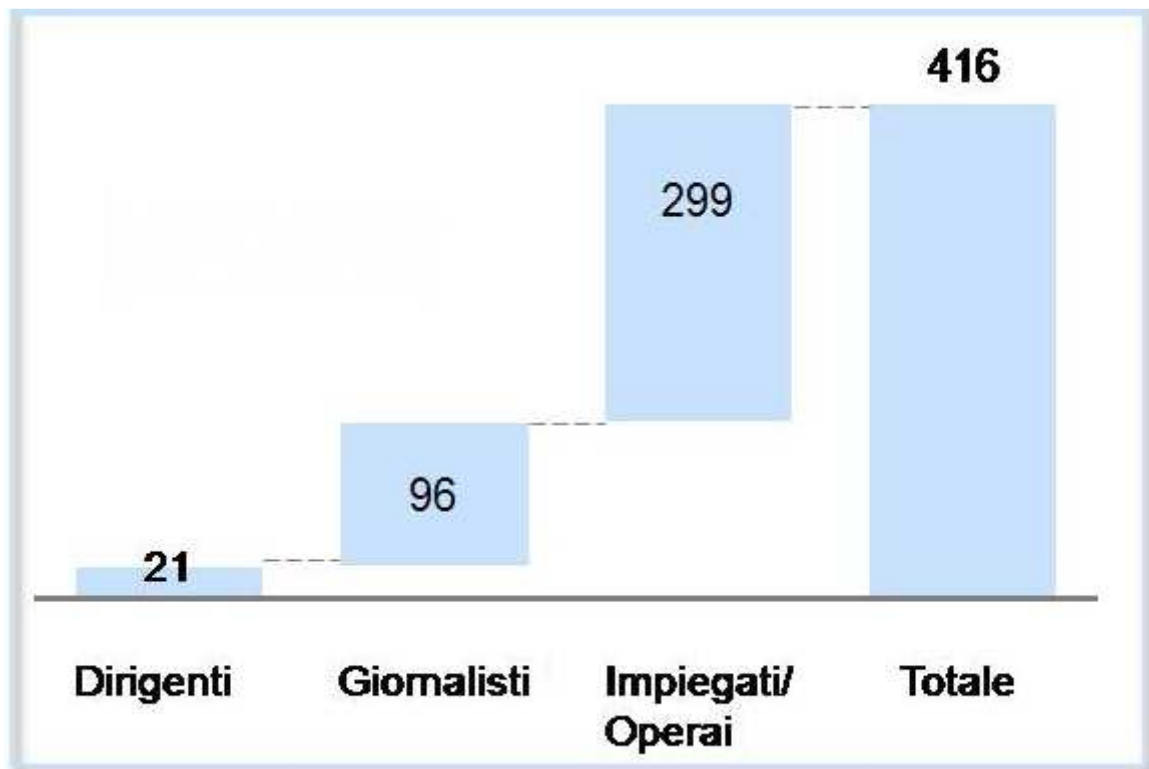
Nel dicembre 2012, peraltro, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato, in coerenza con quanto previsto nel budget 2013 e con l'obiettivo di efficientamento della struttura dei costi, di sblocco delle politiche retributive, di decongestionamento delle carriere e di inserimento di nuove generazioni nella forza lavoro Rai, l'istituzione di un nuovo fondo per realizzare 600 esodi agevolati, dotandolo inizialmente di 53 milioni di euro a livello di intero Gruppo (49,6 milioni per Rai S.p.A.), somma elevata successivamente a 58 milioni di euro (51,8 per Rai S.p.A.).

Nel prospetto che segue sono riportati i dati relativi al sostegno agli esodi.

migliaia di euro

INCENTIVAZIONI ALL'ESODO				
Anni di riferimento		2010	2011	2012⁶⁸
	Costo effettivo di bilancio	45.000	4.376	51.800
	<i>di cui:</i>			
	<i>utilizzo fondo</i>	27.208	17.792	
	<i>sopravvenienza fondo</i>		4.376	
	<i>n. unità aderenti all'esodo</i>	251	158	
	costo medio	108	140	

In relazione al piano di incentivazione del 2012, il cui perimetro ideale è costituito dal personale che maturi i requisiti di accesso al trattamento pensionistico nel triennio 2013 - 2015, le adesioni registrate hanno avuto l'andamento sotto indicato.



Fonte RAI S.p.A.

⁶⁸ Dati riferiti al mese di maggio 2013. Le uscite relative al fondo del 2012 sono effettuate nel 2013. Nel bilancio 2012 sono stati, inoltre, accantonati ulteriori 10,4 milioni di euro per integrazione fondo INPGI, per un totale di 62,2 milioni

Dal suddetto grafico si evince che il piano interessa tutti i livelli di inquadramento, ivi compresi i dirigenti giornalisti.

La finalità dell'intervento, secondo quanto riferito dall'Azienda, è ravvisabile nella esigenza di conseguire la riduzione dell'organico intorno a 600 unità e di snellire il contingente senior onde favorire l'ingresso delle nuove generazioni.

Per quanto riguarda le assunzioni avvenute nel 2011 e 2012, come negli esercizi precedenti, discendono, come più volte ricordato, dall'applicazione di accordi sindacali, stipulati nel corso del 2008 applicando la deroga prevista in materia dall'articolo 1, comma 40, della legge n. 247 del 24 dicembre 2007 (legge finanziaria 2008).

Il passaggio dal rapporto di lavoro a tempo determinato a quello tempo indeterminato è stato in un primo tempo pianificato nell'arco temporale 2008 - 2014.

Successivamente, con l'accordo del 29 luglio 2011, nell'ambito del contratto Impiegati-Operai, la stabilizzazione di coloro che avevano maturato i requisiti di legge alla data del 30 giugno 2011, è stata programmata fino al marzo 2017, con previsione di verifiche annuali per gli inserimenti successivi.

Analogamente, per il personale giornalista, con accordi successivi, sono state anticipate alcune scadenze e sono stati definiti ulteriori scaglioni semestrali, l'ultimo dei quali, ad oggi, prevede l'assunzione a tempo indeterminato entro il 2016.

Gli accordi in parola hanno consentito che le reintegrazioni derivanti dalla soccombenza della società nelle controversie di lavoro siano diminuite: 32 nel 2010, 20 nel 2011 e 24 nel 2012.

Dalla sottostante tabella si evince che, nel biennio in rassegna, il fenomeno delle reintegrazioni da causa risulta inferiore al 6 % del totale delle assunzioni.

Reintegrazioni in servizio			
Anni di riferimento*	2010	2011	2012
A) Assunzioni a tempo indeterminato	430	346	464
<i>di cui:</i>			
<i>b) stabilizzazioni precari</i>	296	297	404
<i>c) transazioni su reintegraz.provvvisorie</i>	48	0	0
<i>d) reintegrazioni obbligatorie</i>	32	20	24
<i>incidenza b+c/A</i>	80,0%	85,8%	87,1%
<i>incidenza d/A</i>	7,4%	5,8%	5,2%

* esclusa l'internalizzazione di RaiSat spa e RAI Trade

Va, peraltro, segnalato che la RAI, in considerazione della peculiarità della sua produzione, dovrà sempre far ricorso in misura consistente a forme di lavoro a tempo determinato.

L'attività produttiva della società, infatti, è caratterizzata dall'andamento ciclico della programmazione radiotelevisiva, con "punte" di lavoro durante il periodo ottobre-maggio ed in occasione di eventi di rilievo. Da tale circostanza deriva la necessità dell'utilizzo di contratti a tempo determinato, che dovrà essere mantenuto entro i limiti fissati dalle normative e dagli accordi, al fine di evitare stabilizzazioni di personale non programmate.

7.3 Il contenzioso in materia di lavoro

Nel prospetto che segue sono riportati i dati del contenzioso derivante da rapporti di lavoro relativo agli anni 2010, 2011 e 2012.

CONTENZIOSO			
<i>Anni di riferimento</i>	2010	2011	2012
Numero dei giudizi pendenti al primo gennaio	1.264	1.323	1.285
Giudizi definiti nell'anno tra quelli pendenti all' 1/1 (1)	(240)	(241)	(173)
Giudizi aperti nell'anno	285	203	209
Numero giudizi pendenti al 31/12	1.309	1.285	1.321
<i>(1) di cui favorevoli alla RAI</i>	78	104	46
<i>(1) di cui sfavorevoli alla RAI</i>	101	19	9
<i>(1) transazioni e/o conciliazioni</i>	61	118	118

Il numero di controversie, alla fine del 2011 in lieve diminuzione rispetto al 2010, nel 2012 ha segnato un aumento (+ 36 giudizi) .

La consistenza dei giudizi definiti nel 2011 appare, invece, sostanzialmente sovrapponibile a quella registrata nel 2010 (rispettivamente n. 241 e n. 240), mentre è in diminuzione nel 2012 (n. 173).

Gli esiti sfavorevoli per la società registrano una diminuzione sia nel 2011 che nel 2012; deve, peraltro, rappresentarsi che molte delle cause di lavoro, rispetto alla quali la Rai è rimasta soccombente, sono state concluse con una conciliazione.

In tale contesto trova spiegazione l'apprezzabile crescita, rispetto al 2010, delle transazioni e conciliazioni, in prevalenza relative a controversie promosse per conseguire la stabilizzazione del rapporto di lavoro.

Il contenzioso in materia di lavoro rappresenta mediamente oltre il 50% di quello complessivo della società RAI.

Nel biennio in rassegna si deve annotare l'innalzamento del numero delle cause di lavoro, ascrivibile, con tutta probabilità, alle disposizioni della legge 4 novembre 2010, n. 183, "collegato lavoro", che avendo modificato in senso peggiorativo per i lavoratori la quantificazione degli indennizzi in caso di reintegrazione in servizio, hanno indotto più soggetti a chiedere tutela giurisdizionale anticipata rispetto all'entrata in vigore della nuova normativa, e, successivamente, a denunciarne l'illegittimità costituzionale.

Nel prospetto che segue sono riportati i dati sul costo del contenzioso posto a raffronto con quello del personale, relativamente al periodo 2010 - 2012.

Valori in migliaia di euro

Incidenza costo contenzioso/costo personale			
<i>Anni di riferimento</i>	2010	2011	2012
a) Costo del contenzioso da lavoro	8.411	10.451	7.349
b) Costo del personale	911.045	935.248	922.623
Incidenza (a/b)	0,9%	1,1%	0,8%

L'onere complessivo del contenzioso è imputato nel conto economico al fondo rischi, mediante specifici accantonamenti annuali. Il fondo, poi, è riconsiderato periodicamente in relazione alle prospettive di futura soccombenza e al complessivo numero dei giudizi in cui è coinvolta la società.

Detti costi incidono sull'esercizio in cui vengono affrontati attraverso l'assorbimento di risorse, che, tra l'altro, secondo l'Azienda, avrebbero natura privatistica in quanto derivanti dai proventi della pubblicità e non da quelli traenti origine dal pagamento del canone da parte degli utenti.

In ogni caso, come già segnalato nella precedente relazione, appare evidente che una loro riduzione, contribuirebbe a migliorare il risultato del conto economico, rendendo disponibili parte delle risorse accantonate.

7.4 Il costo del personale di RAI SpA

Nel prospetto che segue sono indicate le componenti del costo del lavoro subordinato del personale della società Rai.

Valori in milioni di euro

COSTO DEL LAVORO					
Anni di riferimento	2010	2011	D % 2010/2011	2012	D % 2011/2012
Salari e stipendi	652,6	667,3	2,2%	661,2	-0,9%
Oneri sociali	184,3	188,5	2,3%	184,6	-2,1%
Accantonamento TFR	47,4	49,7	4,8%	48,1	-3,2%
Trattamenti di quiescenza e simili	12,8	14,5	13,5%	12,3	-15,4%
Altri	14,0	15,2	8,9%	16,5	8,1%
Totale	911,0	935,3	2,7%	922,6	-1,4%

Il costo del lavoro nell'anno 2011 risulta in aumento rispetto all'anno precedente per 24,2 milioni di euro (+ 2,7%). L'incremento è determinato, oltre che dall'assorbimento della controllata Rai Trade all'interno di Rai S.p.A (7 milioni di euro, che rappresentano un'invariante a livello di Gruppo), dagli stanziamenti effettuati sul bilancio 2011 relativi al sistema premiante per Impiegati-Operai e per Dirigenti (premio di risultato ed MBO), che ammontano, complessivamente, a euro 16,6 milioni, non erogati nel corso del 2012. Al netto di tali variabili, la differenza rispetto all'anno precedente si riduce a 0,5 milioni di euro, con un incremento dello 0,4%.

Per l'anno 2012 si rileva, invece, una riduzione del costo complessivo, determinata prevalentemente dal mancato stanziamento del sistema premiante per quadri, impiegati, operai e personale dirigente.

L'esposizione che precede si basa sui dati di bilancio riportati nella voce "Costo del Personale" del conto economico. Peraltro, gli stessi non coincidono con l'effettiva spesa per il personale sostenuta dalla società. Infatti, per forme di utilizzazione di prestazioni lavorative sottratte all'inquadramento nella categoria del lavoro subordinato nonché per carichi attinenti, almeno indirettamente, alla gestione del personale dipendente, i costi relativi risultano iscritti in bilancio anche sotto altre voci ("Costi per Servizi", quelli relativi a spese per "prestazioni di lavoro autonomo", per le diarie, i viaggi di servizio, per i trasferimenti e per il lavoro autonomo; "Accantonamenti" al fondo rischi per il contenzioso; "Oneri diversi di gestione"; "oneri

straordinari” per le agevolazioni all’esodo volontario). Si tratta di oneri riferibili, comunque, al fattore lavoro e che concorrono, aumentandolo, il relativo costo.

Nella indicata direzione devono essere annoverate anche altre categorie consistenti di oneri connessi al fattore lavoro, ma allocati in altre voci di bilancio, quali quelli afferenti alle trasferte, agli accantonamenti per gli esodi agevolati, al contenzioso nonché quelli per il fondo pensioni degli ex dipendenti.

Una visione completa del costo per il personale è fornita dal seguente aggregato:

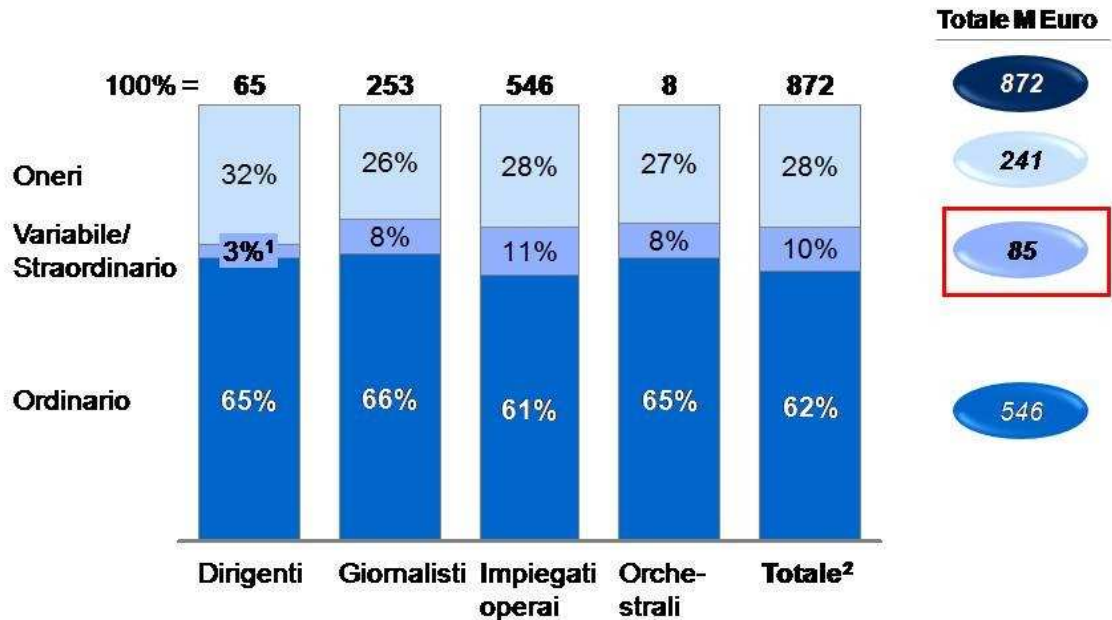
COSTO FATTORE LAVORO			
<i>Anni di riferimento</i>	2010	2011	2012
Costo del lavoro come da bilancio *	911,0	935,2	922,6
Diarie, viaggi e costi accessori personale	28,9	24,4	24,0
Accantonamenti per gli esodi agevolati	45,0	4,4	62,2
Acc. Fondi pensioni ex dipendenti	9,7	13,8	12,0
Totale costo del fattore lavoro	994,6	977,8	1.020,8
Costo della produzione	3.046,37	2.897,63	2.899,34
Incidenza del costo del lavoro sui costi della produzione	32,6%	33,7%	35,2%
<i>* di cui costi del contenzioso del personale</i>	9,2	10,5	7,3

Il rapporto tra il costo del fattore lavoro, così aggregato, e quello della produzione, passa dal 32,65% del 2010 al 33,75% nel 2011. La crescita del peso percentuale è ascrivibile, come già accennato nel paragrafo precedente, alla riduzione dei costi della produzione, risultando diminuito, in valore assoluto, il “costo totale del fattore lavoro” di circa 17 milioni di euro, in dipendenza, soprattutto, del venir meno degli accantonamenti per esodi agevolati.

Nel 2012 si registra un incremento del costo del fattore lavoro passato da 977,8 milioni di euro (2011) a 1.020,8 milioni di euro.

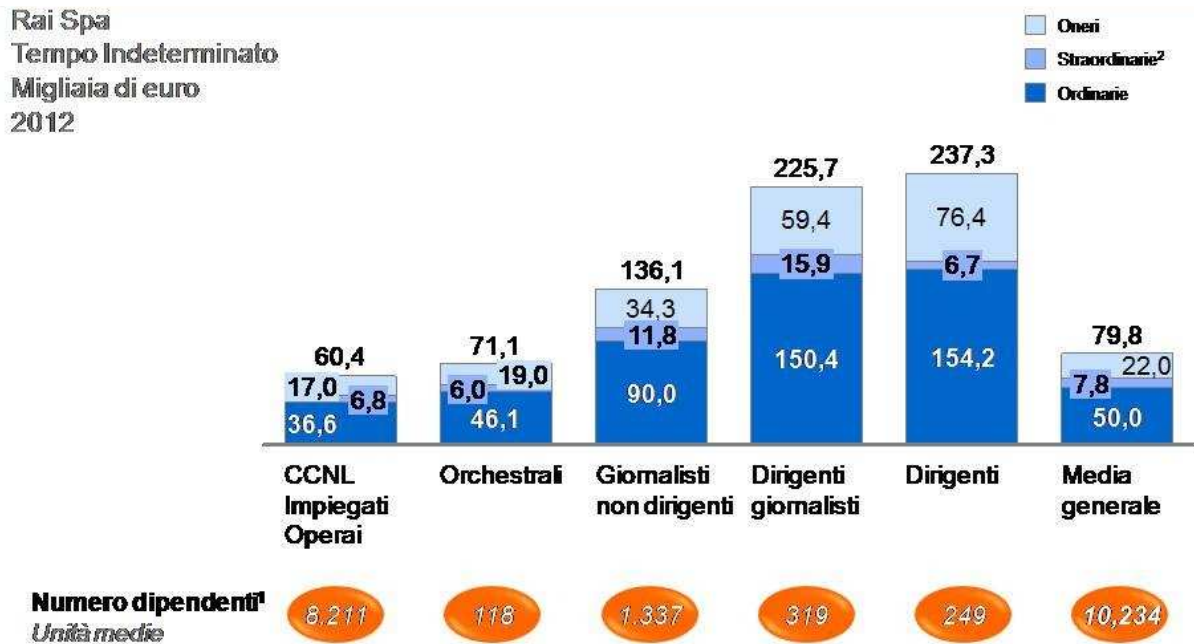
Il rapporto tra il costo in rassegna e quello della produzione si attesta nella percentuale del 35,21%; la crescita del peso percentuale trae origine dal nuovo accantonamento per esodi agevolati, che grava, complessivamente, per euro 62,2 milioni nel 2012 e che esplicherà i suoi effetti solo negli anni seguenti, come già avvenuto per il “fondo 2010” che ha reso possibile un andamento particolarmente favorevole nel 2011.

Per quanto concerne il costo del personale a tempo indeterminato, suddiviso per tipologia, nel 2012 si sono registrati gli esiti riportati nella sottostante rappresentazione.



¹ Include accordo previdenza (es. trasformazione contributo previdenziale integrativo in remunerazione) e rimborsi spese
² Gruppo Rai escluse Sipra e Rai World
 Fonte: RAI

Le retribuzioni medie del personale a tempo indeterminato di Rai Spa, suddivise per tipologia e inquadramento, nel 2012 si sono posizionate nelle misure che si possono evincere dal sottostante grafico.



¹ Media dipendenti retribuiti (esclude assenze non retribuite)

² Include straordinario, maggiorazioni e altre indennità

Fonte RAI

In materia di spesa per il personale, infine, è intervenuto l'articolo 2, comma 11, del decreto legge n. 101 del 2013, convertito dalla legge n. 125 del 2013, in forza del quale, tra gli altri, la società concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, è tenuta, relativamente ai singoli rapporti di lavoro dipendente o autonomo, a comunicare alla Presidenza del Consiglio dei ministri – Dipartimento della funzione pubblica e al Ministero dell'economia e delle finanze, il costo annuo del personale comunque utilizzato, in conformità alle procedure definite dal Ministero dell'economia e delle finanze, d'intesa con il predetto Dipartimento della funzione pubblica.

7.5 Il costo del personale del Gruppo Rai

Nel prospetto che segue è riportato il costo del personale del Gruppo Rai posto a confronto con il costo della produzione, relativamente agli esercizi 2010 - 2012.

Valori in milioni di euro

Incidenza costo personale/costo produzione del Gruppo RAI			
Anni di riferimento	2010	2011	2012
a) Costo personale	1.014,5	1.027,8	1.015,3
b) Costo Produzione	3.120,7	2.978,5	2.998,5
A/b	32,51%	34,51%	33,86%

L'analisi delle singole voci, pone in risalto l'aumento del costo del lavoro nel 2011. La sua incidenza sul costo della produzione nel 2010 pari al 32,51%, si eleva al 34,51% nel 2011. La crescita, peraltro, è determinata anche dalla riduzione del costo della produzione rispetto agli anni precedenti.

La stessa percentuale passa dal 34,51% nel 2011 al 33,86% nel 2012, per effetto di un decremento del costo del lavoro a fronte di oneri della produzione sostanzialmente stabili.

L'esame degli elementi sopra riportati dimostra che oltre un terzo del costo della società e del Gruppo Rai, riguarda le retribuzioni e gli oneri connessi, evidenziando una componente di rilevante rigidità che vanifica un proficuo impiego delle risorse a disposizione, tanto più nell'attuale contesto connotato da una crescente difficoltà di conseguire maggiori introiti dalle attuali fonti di entrata.

Si ribadisce, pertanto, la necessità di assumere tutte le iniziative che si riterranno più idonee per mantenere sotto stretto controllo l'andamento del costo di cui si tratta.

8. Contenzioso della società RAI

La consistenza e gli oneri del contenzioso relativi al periodo d'interesse, sono sintetizzati nella seguente tabella: nella prima parte sono esposti i dati relativi a tutto il contenzioso, mentre nella seconda quelli in materia di lavoro.

Valori in migliaia di euro			
ANALISI CONTENZIOSO			
Anni di riferimento	2010	2011	2012
Numero dei giudizi pendenti al 1 gennaio			
- per cause civili e amministrative	1.004	1.035	937
- per cause di lavoro	1.264	1.323	1.285
Totale giudizi pendenti al 1 gennaio	2.268	2.358	2.222
Giudizi definiti nell'anno tra quelli pendenti al 1.1 (1)	(334)	(510)	(243)
Nuovi giudizi aperti nell'anno	424	374	304
Numero dei giudizi pendenti al 31.12 per cause civili, amministrative e di lavoro	2.358	2.222	2.302
(1) di cui favorevoli a RAI	108	140	86
(1) di cui sfavorevoli a RAI	226	34	28
Fondo controversie legali ⁽⁶⁹⁾ Consistenza all'1.1	98.000	103.000	105.800
Utilizzo del fondo	(13.280)	(14.741)	(13.821)
Rilascio del fondo a conto economico (ricavi)	-	-	-
Spesa imputata per accantonamento al fondo	17.996	14.702	13.821
Apporto fusione società	284	2.839	-
Consistenza del fondo al 31.12	103.000	105.800	105.800
di cui derivanti da rapporti di lavoro:			
Numero dei giudizi pendenti all'1.1 per cause di lavoro	1.264	1.323	1.285
Giudizi definiti nell'anno tra quelli pendenti all'1.1 (1)	(240)	(241)	(173)
Nuovi giudizi aperti nell'anno	285	203	209
Numero dei giudizi pendenti al 31.12 per cause di lavoro	1.309	1.285	1.321
(1) di cui favorevoli a RAI	78	104	46
(1) di cui sfavorevoli a RAI	101	19	9
(1) di cui conciliazioni o transazioni	61	118	118
Fondo controversie legali relativo a soccombenza in cause di lavoro - Consistenza all'1.1	29.500	30.500	30.600
Utilizzo del fondo	(8.411)	(10.481)	(7.349)
Rilascio del fondo a conto economico	-	-	-
Spesa imputata per accantonamento al fondo	9.204	10.451	7.349
Apporto da fusione società	207	130	-
Consistenza del fondo al 31.12	30.500	30.600	30.600

⁶⁹Nel fondo sono rilevate le stime degli oneri derivanti da soccombenze in cause civili, amministrative e di lavoro promosse nei confronti dell'azienda nonché gli oneri per spese legali e giudiziarie

Rispetto al 2010, nel 2011 si annota il calo della consistenza numerica del contenzioso complessivo, da n. 2.358 a n. 2.302 vertenze, opposta tendenza si è manifestata nel 2012 con un contenzioso di n. 2.302 controversie. I giudizi aperti nei singoli anni, pari a n. 424 nel 2010, sono regrediti a n. 374 nel 2011 e a n. 304 nel 2012.

Quattro giudizi civili si sono conclusi con transazioni.

Nel prospetto sono anche riportate: l'entità dell'apposito fondo rischi all'inizio di ciascun esercizio, l'importo utilizzato durante il periodo di riferimento, quello delle integrazioni e la consistenza del fondo al termine dell'esercizio stesso. Al conto economico di ciascun esercizio viene imputata, come costo del contenzioso in generale, la quota accantonata, nell'ipotesi in cui fosse necessario per integrare il fondo. Il costo effettivamente sostenuto durante l'esercizio (che corrisponde all'effettivo esborso finanziario) si deduce dall'importo del fondo utilizzato.

Dell'andamento del costo del contenzioso in materia di lavoro dipendente si è già trattato nel paragrafo relativo alle risorse umane.

In materia di lavoro, come già accennato, le vertenze più ricorrenti sono quelle relative alla stabilizzazione dei rapporti di lavoro a tempo indeterminato, alla ricostruzione di carriera e alle rivendicazioni di qualifiche superiori rispetto a quelle ricoperte.

Secondo quanto precisato dall'Azienda, per le cause civili ed amministrative, le principali questioni di carattere generale, rinvenibili in più fattispecie, riguardano le richieste risarcitorie per diffamazione derivanti dalla messa in onda di programmi radiotelevisivi, riconducibili al palinsesto di Rete o di Testata; numerose, altresì, sono le controversie con emittenti private che rivendicano frequenze o negano di interferire con le trasmissioni della RAI effettuate attraverso gli impianti di RAI WAY. Altri giudizi riguardano questioni attinenti alla tutela del diritto d'autore. In particolare, questi ultimi vertono sulla titolarità della facoltà di utilizzo dei programmi radiotelevisivi o dei loro componenti.

Da segnalare, altresì, i giudizi amministrativi inerenti alla legittimità del televoto.

La situazione del contenzioso della società, alla data del 30 aprile 2013, è così sintetizzabile:

procedimenti pendenti n. 2.563 (2553 al 30.06.2012), di cui:	
- 929 civili e amministrativi	(348 rilevanti ai fini del fondo rischi);
- 265 penali	(168 per diffamazione);
- 1.219 lavoro	(escluse controversie attive).

Il contenzioso prevalente, come già accennato, è quello relativo al rapporto di lavoro.

Il relativo stato, alla data del 30 aprile 2013, è rappresentato nella seguente tabella.

Contenzioso lavoro al 30.04.2013

	Numero cause	Numero ricorrenti*	Esito decise	Vinte	Perse	Percentuale di soccombenza
Reintegrazioni in servizio ed assunzioni**	587	605	512	172	340	66,41
Rivendicazioni economiche e risarcimento danno	318	320	204	79	125	61,27
Riconosc. qualifica giornalistica (anche tcn)	48	48	33	13	20	60,61
Reintegrazione mansioni (dirigenti e giornalisti)	46	46	29	12	17	58,62
Riconosc. qualifica dirigenti ed assimilati	27	27	20	10	10	50,00
Reintegrazione mansioni (altro personale)	30	31	25	14	11	44,00
Reintegrazione licenziamenti***	32	40	12	7	5	41,67
Riconosc. inquadramenti e qualif. superiori	87	99	67	48	19	28,36
Varie	27	32	23	17	6	26,09
Retribuzione anzianità ¹	5	5	5	4	1	20,00
Qualificazione rapporto (da lavoro autonomo a lavoro dipendente)	12	12	10	10	0	0,00
TOTALE CAUSE PASSIVE	1219	1265	940	386	554	58,94

* per alcune cause vi è più di un ricorrente

** 75 pendenti in primo grado - 512 pendenti in appello/cassazione

*** di cui 21 a seguito di chiusura Rai Corporation e trasmissione onde cotel

Fonte RAI S.p.A.

Dai dati sopra esposti, si evince che la società, in svariate tipologie di controversie (reintegrazioni in servizio, rivendicazioni economiche, riconoscimento della qualifica di giornalista e di dirigente, reintegrazione nelle rispettive mansioni) resta soccombente oltre la soglia del 50%, con livelli che superano il 66% nelle cause per reintegrazione e assunzione in servizio (66,41%).

Si tratta di dati che dovrebbero indurre a verificare, caso per caso, la necessità di coltivare il contenzioso, specie in situazioni connotate da consolidati approdi della giurisprudenza.

Percentuali di soccombenza meno pesanti, si registrano nelle altre tipologie di contenzioso lavoro, mentre solo nelle controversie attinenti alla rivendicazione della trasformazione del rapporto di lavoro, da autonomo a subordinato, la società è rimasta vittoriosa nelle 12 cause incardinate innanzi al giudice del lavoro.

Per quanto riguarda il settore degli appalti, particolarmente importante per la rilevanza dei relativi oneri, a fronte di 82 gare esperite dal 1 luglio 2010, risultano 23 impugnazioni.

Lo stato del relativo contenzioso, è riepilogato nella tabella seguente.

Contenzioso appalti dal 1.07.2010 al 15.05.2013

23	Gare impuginate	31	Ricorsi al TAR
	<i>su:</i>		<i>di cui</i>
82	Procedure lanciate	24	Respinti
		3	Accolti
		4	In attesa udienza
		11	Appelli al Consiglio di Stato
			<i>di cui</i>
		8	Respinti
		2	Rinviati al TAR per udienza merito
		1	In attesa udienza

Fonte RAI S.p.A.

I dati sopra riportati danno atto del fatto che la società è rimasta soccombente in poche occasioni.

In campo civile e amministrativo, le controversie di maggior peso sono le seguenti:

- Controversia Rai/Fiat.

La società Fiat ha proposto azione risarcitoria extracontrattuale per servizio diffamatorio su Alfa MiTo di un giornalista, andato in onda nel corso del programma Annozero (2010). Il Tribunale di Torino, nel 2012, ha condannato il giornalista stesso e

la Rai, in via solidale, al pagamento in favore della controparte, della somma di 5 milioni di euro, oltre 2 milioni di euro sotto forma di risarcimento in forma specifica (pubblicazione sentenza). Avverso la sentenza è stato promosso appello separatamente dal giornalista e dalla Rai.

- Controversia Rai/Siae (arbitrato)

Rai e Siae hanno concordato di deferire ad un collegio di arbitri la determinazione dell'ammontare dovuto a titolo di equo compenso agli autori di opere cinematografiche ed assimilate per il triennio 2009 - 2011. La Siae ha lamentato il modesto valore dell'equo compenso a suo tempo concordato sulla base di un raffronto con il trattamento asseritamente spettante agli autori di altri paesi comunitari (Francia e Spagna). La Rai, considerata la contrazione dei ricavi, ha chiesto di ridurre il compenso a suo tempo pattuito (circa 9 milioni di euro anno) sul presupposto che gli autori debbano partecipare al successo economico del broadcaster.

- Controversia Rai-Rai Sat/Sky

Nel 2003 Sky e Rai/Rai Sat hanno stipulato un contratto per la trasmissione di canali tematici sulla piattaforma pay e per la concessione a titolo gratuito della distribuzione dei canali generalisti.

La Rai, nel 2008, non ha consentito alla contraente la diffusione del nuovo canale Rai 4.

Conseguentemente Sky, nel 2009, ha citato in giudizio Rai/Rai Sat chiedendone la condanna al risarcimento del danno in misura pari a 7,2 milioni di euro.

La Rai ha spiegato domanda riconvenzionale rivendicando il credito costituito dal mancato pagamento dell'ultima rata dovuta in forza del contratto, pari a 5,2 milioni di euro. Con ordinanza in data 7 maggio 2013 il Tribunale di Roma ha ingiunto a Sky il pagamento in favore di Rai di detta somma.

- Contenzioso Rai/Sky- Agcom - Ministero dello sviluppo economico

Sky ha impugnato innanzi al TAR le delibere Agcom del 2009 numeri 519, 614 e 732, lamentando, tra l'altro, il mancato accertamento da parte dell'Autorità delle violazioni degli obblighi di servizio pubblico connessi alla decisione di Rai di impedire la visione integrale della programmazione agli utenti muniti di decoder Sky e di riservarne la visione integrale ai soli fruitori della piattaforma satellitare televisiva TiVù nonché un supposto aiuto di stato connesso alle attività promozionali in favore di TiVù. Il Tar, con riferimento al contratto di Servizio 2007-2009, ha aderito alla lettura della ricorrente, affermando che la norma in esame "individua (...) l'obbligo di cessione a titolo gratuito a tutti i titolari di piattaforme distributive disponibili ad una diffusione senza oneri aggiuntivi a carico dell'utenza". Nella stessa sentenza, con riferimento al

vigente Contratto di Servizio, il Tar ha respinto le censure di Sky, rilevando fra l'altro che "l'articolo 22 non prevede obblighi di cessione gratuita, ma soltanto l'obbligo per il concessionario di rendere fruibili le trasmissioni del Servizio Pubblico attraverso tutti i tipi di piattaforme tecnologiche e per mezzo di almeno una piattaforma distributiva di ogni piattaforma tecnologica".

Inoltre la sentenza riconosce che "Rai potrà anche consentire la messa a disposizione della propria programmazione a tutte le piattaforme commerciali che ne facciano richiesta secondo negoziati eque, trasparenti e non discriminatorie".

La sentenza è stata impugnata innanzi al Consiglio di Stato che con sentenza n. 4336 del 30 agosto 2013, ha confermato, integrandone la motivazione, la statuizione di primo grado.

- Contenzioso civile Rai/Einstein

La società Einstein, con ricorso per provvedimento d'urgenza, ha chiesto al Tribunale di Roma di condannare Rai:

- al pagamento di extra costi relativamente alla seconda serie della fiction "Agrodolce" per complessivi 6,4 milioni;
- al pagamento di due fatture per un importo rispettivamente di 2,8 milioni euro e di 1 milione di euro circa, relative a materiale consegnato;
- all'adempimento del contratto stipulato in data 20 maggio 2010, alla successiva variante e alla realizzazione della terza serie;
- a fissare una somma a titolo di penale di 10.000 euro per ogni giorno di ritardo nell'esecuzione del provvedimento.

Il Tribunale di Roma ha rigettato tutte le domande con la sola eccezione di quella di pagamento delle due fatture scadute (2,8 + 1 milione di euro).

Lo stesso Tribunale, con sentenza in data 21.02.2013 ha dichiarato il fallimento di Einstein Fiction.

Con successiva ordinanza in data 11 aprile 2013 ha accolto il reclamo proposto dalla Rai disponendo la revoca del provvedimento adottato nella prima fase cautelare; conseguentemente è venuto meno il titolo esecutivo azionato dalla società Einstein Fiction.

- Contenzioso Rai/Mineraqua+4

Le società Mineracqua, San Pellegrino, San Benedetto, Uliveto e Ferrarelle hanno proposto azione risarcitoria extracontrattuale per servizio asseritamente diffamatorio sulle acque minerali andato in onda nel 2012 nel corso del TG 2.

La richiesta risarcitoria è pari a circa 700 milioni di euro.

Rai ha contestato la pretesa avversaria sostenendo:

- la riconducibilità del servizio al diritto di cronaca sussistendo i requisiti della verità, continenza espressiva e rilevanza sociale della notizia trasmessa;
- la scarsa incidenza del servizio sul consumo di acque minerali, in quanto relativo all'utilizzazione delle bottiglie di plastica e non riferito alle società di produzione di acque minerali;
- la palese sproporzione della richiesta risarcitoria.

- Contenzioso Rai/Eni

Eni ha proposto azione risarcitoria extracontrattuale nei confronti di Rai, della conduttrice di "Report" Milena Gabanelli e di altri collaboratori esterni per il servizio asseritamente diffamatorio andato in onda nel corso di una trasmissione mandata in onda nel 2012. La richiesta risarcitoria è pari a circa 25 milioni di euro.

- Contenzioso Rai/H3G

Rai ha promosso nei confronti di H3G richiesta di condanna al pagamento della somma di 11,1 milioni di euro per inadempimento del contratto di collaborazione avente ad oggetto la diffusione di contenuti dell'offerta generalista attraverso il sistema DVB-H.

Il Tribunale di Milano, con sentenza in data 24 aprile 2013, ha accolto la domanda di Rai condannando la convenuta al pagamento della somma di 15 milioni di euro.

La pronuncia risulta di particolare interesse in quanto affronta il tema della neutralità tecnologica, enunciando il principio secondo cui il diritto alla cessione a titolo gratuito dei contenuti della programmazione del servizio pubblico, così come richiamato nel contratto di servizio 2007-2009, spetta al solo utente finale e non anche ai titolari delle piattaforme distributive.

Le controversie più importanti in sede penale sono le seguenti:

- Vicenda Agrodolce

Il Presidente di Einstein Fiction ha depositato presso la Procura della Repubblica di Roma una denuncia nei confronti di un giornalista e di altri soggetti, a seguito della quale è stato avviato un procedimento penale per il reato di concussione.

Il Pubblico Ministero ha formulato richiesta di archiviazione del procedimento.

La Procura della Repubblica di Palermo ha avviato altro procedimento, attualmente in fase di indagini preliminari, in relazione al quale allo stato non risultano persone sottoposte ad indagine. Nell'ambito di tale procedimento la Guardia di Finanza ha acquisito documentazione presso gli uffici della concessionaria.

- **Questione amianto**

La Procura della Repubblica di Torino, nell'ambito di due diversi procedimenti, ha contestato a dirigenti Rai, già responsabili della sede del capoluogo di Via Cernaia, il reato di omicidio colposo con violazione della normativa antinfortunistica.

Il primo procedimento pende nella fase delle indagini preliminari.

Il secondo è in fase dibattimentale.

- **Vicenda relativa ad un giornalista**

Il GUP di Roma ha disposto il rinvio a giudizio di un giornalista della Rai per il reato di peculato in danno di Rai per essersi il medesimo appropriato di denaro attraverso l'indebito utilizzo della carta di credito aziendale.

All'esito del dibattimento il Tribunale di Roma ha pronunciato sentenza di assoluzione per difetto dell'elemento soggettivo del reato.

La Procura della Repubblica presso il Tribunale di Roma ha depositato in data 13 maggio 2013 appello avverso la sentenza di assoluzione.

Per quanto concerne il contenzioso in materia di rapporto di lavoro, si segnalano le seguenti controversie:

- **Contenzioso Rai/direttore del TG1**

Nel dicembre 2011 Rai ha trasferito il direttore del TG1 ad altro incarico in ragione della emissione di un decreto che disponeva il giudizio nel procedimento penale sopra riportato.

Il Tribunale di Roma ha riconosciuto la legittimità del provvedimento di trasferimento, rigettando il ricorso per provvedimento d'urgenza promosso dall'interessato.

A seguito dell'esito favorevole delle vicende penali che lo hanno coinvolto, l'interessato ha chiesto la reintegrazione nella posizione di Direttore del TG1, oltre ad un risarcimento del danno all'immagine per 2 milioni di euro e la restituzione di 38 mila euro annui di indennità di funzione, secondo l'istante illegittimamente revocata, e di 65,5 mila euro rimborsati alla Rai.

- **Contenzioso Rai-Rai Corporation/Nabet/Dipendenti Rai Corporation**

Nell'anno 2011 la Rai ha disposto la messa in liquidazione di Rai Corporation, con conseguente risoluzione dei rapporti di lavoro in essere.

Il sindacato NABET ha attivato un procedura nei confronti di Rai e Rai Corporation avanti al Labour Relation Board di New York per far accertare una pretesa condotta illegittima.

Inoltre 13 dipendenti di Rai Corporation hanno proposto ricorso al Giudice del lavoro italiano per far dichiarare la illegittimità del licenziamento e far disporre la reintegrazione presso la Rai, sul presupposto di una intervenuta intermediazione di manodopera.

Le cause promosse dal sindacato americano hanno avuto esito favorevole per Rai Corporation.

In relazione alle domande promosse in Italia dai dipendenti di Rai Corporation, ad oggi, ne sono state rigettate 7.

- Contenzioso Rai/dirigente

La vicenda è relativa a due procedimenti nei confronti di Rai:

- con il primo un dirigente ha impugnato il licenziamento intimatogli dalla Rai per raggiunti limiti di età ed ha chiesto la reintegrazione nel posto di lavoro nonché il risarcimento dei danni conseguenti. Il ricorso è stato integralmente respinto con ordinanza in data 22 maggio 2013;
- con il secondo il dirigente stesso ha chiesto la condanna della Rai a 2 milioni di euro circa per indennità sostitutiva per ferie non godute, compenso addizionale per doppia mansione e applicazione della clausola contrattuale di "compenso addizionale".

Il giudizio non è stato ancora deciso.

- Contenzioso Rai/dirigente

La controversia è relativa al ricorso in via d'urgenza - previa declaratoria dell'illegittimità del provvedimento di destituzione dall'incarico - da parte del direttore di RAI 1, con il quale è stato richiesto la reintegrazione nelle mansioni precedentemente svolte o in altre equivalenti.

La società ha contestato - sotto molteplici profili - la pretesa avversaria e invitato il ricorrente ad optare per tre ipotesi alternative di incarico equivalente.

Decorsi 30 giorni dall'invito, Rai si è riservata il diritto di procedere autonomamente all'assegnazione di uno dei tre incarichi proposti.

Il ricorso è stato accolto con ordinanza in data 20 maggio 2013.

Il provvedimento condanna Rai ad adibire il ricorrente alle mansioni svolte in precedenza (Direttore Rai Uno) o, in alternativa, a mansioni equivalenti.

La vicenda è stata oggetto di accordo intervenuto tra le parti, con il quale l'interessato è stato preposto a settore di suo gradimento.

9. Il servizio pubblico radiotelevisivo ed il contratto di servizio

9.1 La definizione normativa del servizio pubblico radiotelevisivo

Come già evidenziato nel precedente referto, il servizio pubblico generale radiotelevisivo è definito dallo stesso legislatore all'articolo 2, comma 1, lettera h) della legge n. 112 del 2004, secondo cui è *"servizio pubblico generale radiotelevisivo il pubblico servizio esercitato su concessione nel settore radiotelevisivo mediante la complessiva programmazione, anche non informativa, della società concessionaria, secondo le modalità e nei limiti indicati dalla presente legge e dalle altre norme di riferimento"*.

L'articolo 18, comma 3, della citata legge prescrive che la misura del canone radiotelevisivo debba essere tale da consentire alla concessionaria di coprire i costi (anno per anno) che prevedibilmente verranno sostenuti *"per adempiere gli specifici obblighi di servizio pubblico generale radiotelevisivo"*. Si tratta degli adempimenti necessari per lo svolgimento delle attività previste dal precedente articolo 17, comma 2, che rappresentano il contenuto minimo del servizio pubblico in questione.

Con la medesima legge n. 112/2004 è stata rilasciata alla RAI la concessione del servizio pubblico radiotelevisivo per la durata di anni 12, a decorrere dalla data di entrata in vigore della legge stessa. La scadenza della concessione è stata, poi, fissata, come già accennato, al 6 maggio 2016, dall'articolo 48, comma 1, del decreto legislativo n. 177 del 2005 (Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici).

Alla società è affidato in esclusiva il servizio pubblico di diffusione di programmi radiofonici e televisivi, con qualsiasi mezzo tecnico. Inoltre, previa autorizzazione del Ministero delle comunicazioni (ora dello sviluppo economico), la società può avvalersi, per attività inerenti all'espletamento dei servizi concessi, di società controllate.

Il richiamato articolo 17 della legge n. 112 del 2004, definisce i compiti del servizio pubblico generale radiotelevisivo da svolgere sulla base di un Contratto nazionale di servizio stipulato con il Ministero delle comunicazioni (ora dello sviluppo economico) e di Contratti di servizio regionali nonché provinciali, limitatamente alle province autonome di Trento e Bolzano.

La RAI, quale concessionaria del servizio pubblico, è tenuta a corrispondere allo Stato il canone per la concessione del servizio stesso.

La Commissione europea, nel nuovo contesto del processo di liberalizzazione e dei progressi tecnologici intervenuti negli ultimi anni, con la Comunicazione 2009/C 257/01, recante norme sugli aiuti di Stato al servizio pubblico di emittenza

radiotelevisiva, pubblicata il 27 ottobre 2009, ha enunciato il principio - già sostanzialmente affermato dalla precedente comunicazione n. CE2001/C/320/04 - in forza del quale la definizione del servizio pubblico di radiodiffusione, e il suo esercizio da parte dell'organismo cui è intestato, rientra nella competenza degli Stati membri, in conformità del protocollo di Amsterdam.

9.2 Il contenuto del contratto di servizio pubblico relativo al triennio 2010-2012

Giova ricordare che gli obblighi ed i limiti rientranti nell'ambito del servizio pubblico sono stati delineati prima nella convenzione stipulata tra il Ministero delle poste e telecomunicazioni e la RAI, annessa alla concessione assentita nel 1994, e, successivamente, dalla legge n. 112 del 2004.

I criteri e le modalità delle prestazioni sono, invece, definiti nel contratto di servizio pubblico, di durata triennale, da stipulare tra il Ministero vigilante e la RAI-Radiotelevisione S.p.A., dopo l'acquisizione in merito del parere della competente Commissione parlamentare. In caso di ritardo nel rinnovo del contratto, i rapporti tra le parti continuano ad essere regolati secondo la disciplina contenuta nell'ultimo accordo.

Il contratto nazionale di servizio pubblico radiotelevisivo contiene una dettagliata descrizione degli impegni che la società concessionaria assume nei confronti dello Stato per la fornitura del servizio pubblico radiotelevisivo.

Quello relativo al triennio 2010-2012 è stato deliberato dal Consiglio di Amministrazione nella seduta del 3 febbraio 2011 e - a seguito di richieste di modifiche da parte del Ministero dell'economia e delle finanze- è stato approvato nella adunanza del 24 marzo 2011. Il 6 aprile 2011 è stato sottoscritto dal Ministro dello Sviluppo economico.⁷⁰

Nelle premesse di tale contratto, tuttora vigente, non viene più richiamata la convenzione stipulata nel 1994, atteso che la concessione del servizio pubblico a favore della RAI è stata assentita per legge, come già ricordato, fino al 6 maggio 2016 ed i compiti che la concessionaria è tenuta a svolgere sono dettagliatamente indicati negli articoli 45, 46, 47 e 48 del decreto legislativo n. 177 del 2005.

La società RAI è titolare di attività commerciali, consentite dal vigente ordinamento, che generano costi e ricavi non attinenti allo svolgimento del servizio pubblico.

⁷⁰ Pubblicato nella G.U., serie generale, n. 147 del 27 giugno 2011.

Per verificare, in concreto, che il finanziamento pubblico non sovvenzioni l'operatività di mercato, l'Unione europea ha imposto la tenuta di una contabilità separata di cui si riferirà in prosieguo. Tale previsione è stata recepita dal legislatore nazionale nell'articolo 18 della legge n. 112 del 2004, il cui contenuto è stato riprodotto nell'articolo 47 del decreto legislativo n. 177 del 2005.

Il vigente contratto delinea, in modo più dettagliato rispetto al passato, la missione del servizio pubblico, precisando come la stessa consista nel garantire all'utenza un'ampia gamma di programmazione e un'offerta di trasmissioni equilibrate e di ampio genere; accentua, inoltre, la necessità di una effettiva trasparenza nella destinazione e utilizzazione dei finanziamenti percepiti attraverso il canone e del miglioramento della qualità oggettiva (tecnologica e di contenuti) e della qualità percepita dal pubblico.

La RAI si è impegnata, a recepire nel Codice etico, per la parte di competenza, e nella Carta dei doveri:

- il Codice di autoregolamentazione in materia di rappresentazione di vicende giudiziarie nelle trasmissioni radiotelevisive, sottoscritto il 21 maggio 2009;
- il Codice di autoregolamentazione delle trasmissioni di commento degli avvenimenti sportivi, denominato "Codice media e sport", sottoscritto il 25 luglio 2007;
- il Codice TV e minori di cui all'articolo 34 del Testo Unico;
- le previsioni specifiche per i reality, da comunicare alla commissione paritetica di cui all'articolo 29, entro tre mesi dalla entrata in vigore del nuovo contratto.

Nel processo di passaggio alla tecnologia digitale, l'accordo di servizio obbliga la concessionaria ad attuare la conversione delle reti al nuovo sistema secondo i tempi e le modalità indicate dal Ministero dello sviluppo economico, all'ampliamento anche ai nuovi canali digitali del perimetro per la definizione dell'offerta predeterminata di servizio pubblico, con un incremento della quota minima dal sessantacinque al settanta per cento.⁷¹

Il contratto di servizio impone, altresì, lo sviluppo di due canali tematici specifici dedicati ai minori, distinti in relazione alla loro età scolare e pre-scolare.

⁷¹ La RAI riserva una predominante quota della programmazione annuale di servizio pubblico delle reti generaliste, semigeneraliste e tematiche terrestri, distribuite sulle diverse piattaforme.

Come accennato, l'azienda può svolgere, nell'ambito del proprio mercato di riferimento, comprendente l'offerta televisiva, radiofonica e multimediale e le connesse attività strumentali e accessorie, attività commerciali inclusa l'offerta a pagamento in regime di concorrenza, assicurando che le stesse attività siano sviluppate direttamente, o attraverso società controllate e, comunque, con modalità organizzative che evitino il finanziamento incrociato, anche parziale, di risorse pubbliche.

Le regole sulla trasparenza, impongono la pubblicazione sul sito web della società, degli stipendi lordi percepiti dai dipendenti e collaboratori nonché delle informazioni sui costi della programmazione di servizio pubblico, anche tramite il mezzo televisivo e radiofonico, eventualmente con un rinvio allo stesso sito web nei titoli di coda.

L'Autorità Garante per la Concorrenza ed il Mercato, nella segnalazione AS719 del 7 luglio 2010, ha precisato come l'eventuale imposizione alla RAI dell'obbligo di pubblicare le suddette informazioni sul sito web, potrebbe avere ripercussioni negative nel contesto delle imprese radiotelevisive "... atteso che RAI sarebbe l'unico operatore soggetto all'obbligo di rendere pubblici i propri costi ad un livello di dettaglio disaggregato...".

Sulla esposta problematica l'art. 27, comma 8, del contratto di servizio demanda ad una commissione paritetica la valutazione della fattibilità delle modalità applicative, al momento non ancora compiuta.

Infine, in risposta alle esigenze espresse dalla RAI ed evidenziate dalla Corte dei conti nella precedente relazione, laddove si lamentava che "dal precedente contratto di servizio non era possibile dedurre né l'entità del costo complessivo dei servizi che la società concessionaria si è impegnata a svolgere nell'arco del triennio di riferimento, né l'entità dell'integrazione dell'entrata proveniente dal canone di abbonamento ritenuta necessaria per garantire la completa copertura dei costi derivanti dal contratto stesso"...., il contratto 2010 - 2012 introduce clausole di salvaguardia che consentono alla concessionaria di proporre modifiche al Ministero dello sviluppo economico nel caso di significative alterazioni nel rapporto tra costi e ricavi di servizio pubblico.

In tal senso il ruolo della Commissione Paritetica Ministero-RAI è risultato ampliato e rafforzato con il mantenimento del compito di definire le più efficaci modalità operative di applicazione e di sviluppo delle attività e degli obblighi previsti nel contratto nonché con la previsione della possibilità di:

- a) *definire gli opportuni interventi volti a superare le difficoltà di applicazione e di interpretazione eventualmente emergenti;*
- b) *segnalare alle parti contraenti significative alterazioni del rapporto di proporzionalità e di adeguatezza tra missione e costi del servizio pubblico e relativo finanziamento, proponendo le misure idonee a ristabilirlo.*

Il Ministero, inoltre, si è impegnato ad individuare, anche con il coinvolgimento delle amministrazioni competenti, le più efficaci metodologie di contrasto all'evasione del canone radiotelevisivo, proponendo le opportune iniziative legislative e adottando le necessarie misure amministrative.

Nel contratto di servizio, infine, le parti si sono impegnate a procedere, nel periodo della relativa vigenza, sulla base delle segnalazioni e delle proposte della commissione paritetica o di evidenze desumibili dalla contabilità separata, alla revisione del contratto, al fine di ripristinare le più corrette modalità di esercizio del servizio, laddove il rapporto di proporzionalità e di adeguatezza tra missione e costi del servizio pubblico e relativo finanziamento, risulti significativamente alterato.

Il contratto di servizio per il triennio 2013 – 2015 non è stato ancora sottoscritto, ma risulta deliberato dal Consiglio di amministrazione della società.

9.3 Sanzioni irrogate dall'AGCOM

Notevole rilievo assumono i poteri intestati dal TUR all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM), ai fini di rendere effettiva l'osservanza dei principi generali in materia di informazione e di ulteriori compiti di pubblico servizio nel settore radiotelevisivo, nei programmi di informazione e di propaganda, e le competenze attribuite dalle leggi 6 agosto 1990, n. 223, 14 novembre 1995, n. 481 e 31 luglio 1997, n. 249.

Nell'esercizio delle proprie funzioni la citata Autorità, ha irrogato alla RAI nel corso del 2011 e 2012 le seguenti sanzioni:

AGCOM - Delibera n. 44/11/CSP del 16 febbraio 2011, Ordinanza-Ingiunzione per la violazione dell'art. 34, comma 2 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e del paragrafo 2.4 Codice di Autoregolamentazione TV e Minori (Procedimento n. 2191 Cont. 117/10/DICAM). Film "Fantasmi da Marte" trasmesso su Rai 4 il 20 aprile 2010. Sanzione 25.000 euro (notificata 22 marzo 2011).

AGCOM - Delibera n. 68/11/CSP del 10 marzo 2011, Ordinanza-Ingiunzione nei confronti di Rai (emittente per la radiodiffusione in ambito nazionale "Rai 1") per la violazione dell'art. 4, comma 5, della delibera AGCOM 538/01/CSP. Partita Estonia-Italia trasmessa su Rai 1 il 3 settembre 2010. Sanzione 10.329 euro (notificata il 28 marzo 2011).

AGCOM - Delibera n. 113/11/CSP del 10 maggio 2011 - Ordine all'immediato riequilibrio dell'informazione durante la campagna elettorale per le elezioni provinciali e comunali fissate per i giorni 15 e 16 maggio 2011 (Tg1, Tg2, Tg3 e Rai News) e sanzione al TG1. Sanzione 100.000 euro (notificata il giorno 11 maggio 2011).

AGCOM - Delibera n. 132/11/CSP del 23 maggio 2011 (notifica il 26 maggio e trasmessa con nota ALS/RC/0010421) - Sanzione per la violazione dei principi in materia di par condicio e delle disposizioni di attuazione relative alla campagna elettorale per le elezioni provinciali e comunali dei giorni 15 e 16 maggio 2011 con turni di ballottaggio dei giorni 29 e 30 maggio (TG1)- Sanzione 258.230 euro.

AGCOM - Delibera n. 133/11/CSP del 23 maggio 2011 (notifica 26 maggio e trasmessa con nota ALS/RC/0010420) - Sanzione per la violazione dei principi in materia di par condicio e delle disposizioni di attuazione relative alla campagna elettorale per le elezioni provinciali e comunali dei giorni 15 e 16 maggio 2011 con turni di ballottaggio dei giorni 29 e 30 maggio (TG2) - Sanzione 100.000 euro.

AGCM - Procedimento PS/5537 - Provvedimento sanzionatorio del 3 novembre 2011 di Euro 5.000,00 (notificato in giorno 11/11/2011) - Provvedimento relativo a pratica commerciale scorretta in merito alle caratteristiche del sito Internet della Rai e alle informazioni rese al pubblico in merito al pagamento del canone.

AGCOM - Delibera n. 271/11/CSP (notificata il 27/11/2011) - Ordinanza-ingiunzione di pagamento sanzione amministrativa di euro 25.000,00, per violazione delle norme a tutela dei minori (Rai Movie, film Cemento Armato del 9 dicembre 2010 - Proc. n. 59/11/DICAM/2310/SM).

AGCOM - Delibera n. 5/12/CSP, notificata il 17 febbraio 2012, con la quale l'Autorità ha chiuso il procedimento istruttorio avviato nei confronti di Rai, per la trasmissione del film "Tutti giù per terra" sul canale Rai Movie, il giorno 24 novembre 2010, ritenuto lesivo delle disposizioni poste a tutela dei minori telespettatori, irrogando la sanzione pecuniaria di euro 25.000,00 (violazione art. 34 del decreto legislativo n. 177 del 31 luglio 2005, Codice di autoregolamentazione Tv e Minori).

AGCOM - Delibera n. 230/12/CSP, notificata il giorno 23 ottobre 2012, con la quale l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha ingiunto a Rai di pagare una sanzione pecuniaria di 50.000 euro, per la diffusione nell'ambito del TG2 del 5 novembre 2011, ore 13:00, di un servizio giornalistico riguardante il nubifragio di Genova, ritenuto lesivo delle norme poste a tutela dei minori telespettatori (art. 34 del decreto legislativo n. 177 del 31 luglio 2005, art. 1.2 Codice di autoregolamentazione Tv e Minori).

AGCM- Delibera n. 23256 del 31 gennaio 2012 con la quale l'AGCM ha accertato la scorrettezza della pratica commerciale posta in essere da parte di Rai (oltre che della Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato e Lotterie Nazionali Srl) per le erronee informazioni indicate sui biglietti della Lotteria Italia 2008, 2009, 2010 e per la Lotteria di Sanremo 2012, irrogando alla società una sanzione pecuniaria pari a euro 30.000.

Tutte le suddette sanzioni sono state pagate dalla Società.

Con sentenza n. 326 del 23 febbraio 2011, la Corte dei conti, Sezione giurisdizionale per la regione Lazio ha ritenuto costituire danno alle pubbliche finanze la sanzione addebitata alla RAI dall'Autorità per la Garanzia delle Comunicazioni (AGCOM) per la nomina di un direttore generale, già componente della medesima Autorità nel quadriennio precedente (per contrasto, dunque, con la disposizione di cui all'art. 2, comma 9 della legge 14.11.1995, n. 481), in quanto, in particolare, la perdita di esercizio (cui ha contribuito la sanzione in argomento) priva di rilevanti mezzi finanziari l'Azienda pubblica e le toglie competitività sul mercato, con eventuali ulteriori ricadute sulla possibilità di investimenti produttivi e presumibile necessità di ricorso a contribuzioni pubbliche.

10. Piani e Programmi

10.1 Il Piano industriale

Il Piano Industriale 2010-2012, approvato dal Consiglio di Amministrazione il 20 maggio 2010, prevede un complesso di iniziative volte alla razionalizzazione dei costi, anche attraverso interventi di carattere strutturale sul perimetro aziendale. Parte delle azioni pianificate sono state oggetto di rimodulazione all'interno del piano di risanamento approvato nel 2011 e oggetto di ulteriori approfondimenti nel nuovo piano industriale.

Nello stesso anno è stato sviluppato, approvato ed implementato il Piano di Risanamento, approvato nel novembre 2011, in cui sono state inserite azioni a breve e medio termine.

L'attuazione della richiamata programmazione, nel biennio di interesse, è così sintetizzabile:

- 1) approvazione dei modelli di produzione relativi al genere intrattenimento. Sono ancora in fase di analisi i modelli per la radiofonia e il genere informazione;
- 2) perfezionamento del processo di fusione per incorporazione di Rai Trade in Rai Spa con la creazione della Direzione Commerciale - in cui sono confluite anche le attività della Direzione Sviluppo e Coordinamento Commerciale - e della società 01 all'interno della controllante Rai Cinema SpA (marzo 2011). Le citate iniziative sono state realizzate, anche in coerenza con le raccomandazioni espresse dalla Corte dei conti nelle precedenti relazioni al Parlamento, al fine di semplificare gli assetti societari;
- 3) implementazione del progetto per la semplificazione dei processi gestionali ed editoriali che ha portato, anche attraverso successive delibere consiliari, alla soppressione della Vice Direzione Generale per Area produttiva e gestionale e della Vice Direzione Generale per la transizione al digitale terrestre e Strategie Multiplatforma, alla istituzione della Direzione Intrattenimento, alla rimodulazione delle responsabilità della Direzione Fiction e Risorse Televisive, alla creazione delle Direzioni Ottimizzazione Risorse e Sviluppo Strategico e alla definitiva chiusura di Rai Notte (maggio-giugno 2011).

- 4) approvazione e implementazione del progetto per la valorizzazione dell'offerta informativa sportiva con la definizione del modello di produzione per i canali tematici Rai Sport 1 e Rai Sport 2;
- 5) predisposizione di una piattaforma contrattuale per la revisione degli istituti contrattuali relativi ai dipendenti, ancora in fase di negoziazione con le OOSS;
- 6) approvazione di talune azioni di contenimento dei costi generali con il taglio dell'utilizzo delle autovetture di servizio dei Direttori e di alcuni benefit per i dirigenti.

Nel novembre 2011 è iniziato il processo per la liquidazione di Rai Corporation (società di diritto Statunitense).

Per quanto concerne il canale Rai Italia, dopo la cessazione, deliberata a decorrere dal 1° Gennaio 2012, delle autoproduzioni di programmi, il palinsesto è stato realizzato con un più intenso utilizzo della programmazione recente e passata delle reti Rai, ad eccezione di quella delle partite di calcio di Serie A e Serie B attraverso la trasmissione "Giostra dei Gol". E' stato, inoltre, approvato il progetto per la razionalizzazione delle riprese esterne, al fine dell'impiego del personale nella produzione ad alto valore aggiunto. La completa definizione del progetto è condizionata dalla definizione della trattativa con le OOSS.

Nel luglio 2012 la società ha presentato le linee guida del Piano industriale 2013- 2015.

Più in particolare il nuovo piano è stato articolato in 12 interventi principali, denominati "cantieri di lavoro di piano", i cui obiettivi sono rappresentati dal conseguimento dell'"eccellenza dell'offerta", della "tecnologia dell'avanguardia" e dell'equilibrio economico finanziario della società.

In sintesi le principali linee guida sono imperniate sul miglioramento dell'offerta radiotelevisiva (nuovi processi di razionalizzazione dei canali televisivi, ottimizzazione del mix offerta e palinsesto), delle altre proposte (rilancio della radiofonia, sviluppo del web/multimedialità e nuova strategia di Rai World/internazionale) e dei ricavi (riassetto della società SIPRA, ora RAI PUBBLICITA' e sviluppo dei proventi commerciali).

Per il raggiungimento di tali fini si possono distinguere tre diversi ambiti:

- Assetto tecnologico.

Il piano ne prevede il riordino sulla base della digitalizzazione, principalmente della produzione delle testate giornalistiche, nazionali e regionali, ma che investe anche le teche e il processo di produzione, trasmissione e verifica della qualità erogata. Ulteriori miglioramenti sono programmati in relazione al passaggio alla tecnologia in alta definizione, HD, delle infrastrutture audio-video tradizionali, alla rete di trasmissione (Rai Way) e al piano delle frequenze.

- Assetto industriale ed efficienza dei costi.

La programmazione proposta si prefigge l'ottimizzazione del modello produttivo e dell'impianto industriale, l'efficienza dei costi generali, la valorizzazione delle sedi regionali e del patrimonio immobiliare.

- Assetto organizzativo.

In materia primeggia l'intento della revisione delle responsabilità, processi e pratiche di gestione, mediante una nuova organizzazione, lo sviluppo delle competenze e gestione dell'organico (incentivo agli esodi, nuovi inserimenti, formazione valutazione delle prestazioni).

Come già accennato, la realizzazione delle previsioni del piano afferiscono agli anni 2013 – 2015, per cui se ne potrà riferire, relativamente ai risultati raggiunti, nella relazione al Parlamento afferente all'anno 2013.

10.2 Il Piano di produzione e il Piano di programmazione

Il Piano di produzione è costituito da tutte le commesse la cui fase realizzativa è stata avviata negli anni 2011 e 2012. Il costo del singolo ordine costituisce un cespite aziendale che, dal punto di vista del bilancio, dopo essere stato capitalizzato, viene imputato a conto economico in tre quote costanti a partire dal momento di approntamento di ciascuna puntata di ogni produzione (nel caso di produzioni in appalto/coproduzione) o dalla decorrenza dei diritti (nel caso di preacquisto).

La somma dei costi di tutte le commesse appartenenti al piano di produzione rappresenta il Valore della Produzione Avviata (V.P.A.).

Il piano è dettagliato per singolo titolo con evidenza della fascia di programmazione, del genere, del numero dei pezzi, del costo unitario e del costo

complessivo. Quest'ultimo è comprensivo dell'importo del contratto e degli accessori, quali, ad esempio, le spese relative alla congruità e al monitoraggio.

La programmazione (piano di trasmissione) raffigura l'insieme delle commesse che sono andate in onda nell'anno 2011 e 2012. L'aggregato si differenzia dal piano di produzione in quanto è costituito da prodotti fiction già presenti in magazzino ad inizio anno o acquistati nel corso dell'esercizio. Dal punto di vista gestionale, ciascun prodotto fiction viene speso al 100% alla prima messa in onda. Il criterio gestionale di valorizzazione della trasmissione si differenzia dal criterio civilistico utilizzato nel bilancio, per cui il cespite viene imputato a conto economico tra gli ammortamenti in tre quote costanti a partire dalla data di "approntamento" del prodotto, a prescindere dalla sua trasmissione.

Di seguito viene esposta l'analisi della programmazione sviluppata sulla trasmissione 2011 e 2012 delle tre Reti generaliste:

Piano di Produzione 2011

	N. Pezzi	Costo Medio (euro/milioni)	Costo Totale (euro/milioni)
Prime Time			
<i>Serie Lunghe</i>	25	1,304	32,6
<i>Serie</i>	60	1,491	89,5
<i>Tv Movie</i>	4	1,351	5,4
<i>Miniserie</i>	22	1,971	43,4
Totale Prime Time	111	1,539	170,8
Day Time			
<i>Telenovela/Soap</i>	68	0,194	13,2
Totale Day Time	68	0,194	13,2
Totale Piano			184,0

Il valore delle produzioni avviate nel piano 2011 ammonta a 184,0 milioni di euro (il valore delle produzioni avviate nel piano 2010 è stato pari a 182,3 milioni di euro).

In dettaglio, il piano è costituito da 111 serate di Prime Time (pezzi da 100 minuti) per un importo totale di 170,8 milioni di euro e 68 collocazioni di Day Time (pezzi da 27 minuti) per un importo pari a 13,2 milioni di euro.

I formati brevi (miniserie e tv movie) rappresentano il 26,5% del valore complessivo del piano.

Il costo medio di Prime Time del piano è pari a 1,539 milioni di euro.

Le miniserie (formato da 2 serate), rappresentano anche per il 2011 il prodotto "pregiato" con un costo medio di 1,971 milioni di euro. I titoli di media e lunga serialità presentano un costo medio che varia tra 1,3 e 1,5 milioni di euro.

Il piano 2011 viene assorbito per il Prime Time interamente da RaiUno (170,8 milioni di euro) e per il Day Time da Rai Tre (13,2 milioni di euro).

Piano di Produzione 2012

	N. Pezzi	Costo Medio (euro/milioni)	Costo Totale (euro/milioni)
Prime Time			
<i>Serie Lunghe</i>	13	1,094	14,2
<i>Serie</i>	57	1,207	68,8
<i>Tv Movie</i>	7	1,744	12,2
<i>Miniserie</i>	18	2,038	36,7
Totale Prime Time	95	1,388	131,9
Day Time			
<i>Telenovela/Soap</i>	68	0,194	13,2
Totale Day Time	68	0,194	13,2
Totale Piano			145,1

Il valore delle produzioni avviate nel piano 2012 si attesta in 145,1 milioni di euro. In dettaglio, il piano è costituito da 95 serate di Prime Time (pezzi da 100 minuti) per un importo pari a 131,9 milioni di euro e 68 collocazioni di Day Time (pezzi da 27 minuti) per un importo pari a 13,2 milioni di euro. I formati brevi (miniserie e tv movie) rappresentano il 33,7% del valore complessivo del piano.

Il costo medio di Prime Time del piano è pari a 1,388 milioni di euro. Le miniserie (formato da 2 serate) rappresentano anche per il 2012 il prodotto "pregiato", con un costo medio pari 2,038 milioni di euro. I titoli di media e lunga serialità espongono un costo medio che si attesta all'interno di un range compreso tra 1,1 e 1,2 milioni di euro.

Come per il 2011, anche nel 2012 il piano è stato assorbito per il Prime Time interamente da RaiUno (131,9 milioni di euro) e per il Day Time da Rai Tre (13,2 milioni di euro).

Programmazione 2011

Intera Giornata

	Rai Uno	Rai Due	Rai Tre	Totale
Prima Trasmissione				
Ore	213	5	126	344
Costi (euro/milioni)	186,6	1,1	19,3	207,0
Repliche (*)				
Ore	401	167	16	584
Costi (euro/milioni)	0,9	-	-	0,9
Totale				
Ore	614	172	142	928
Costi (euro/milioni)	187,5	1,1	19,3	207,9

(*) il costo delle repliche si riferisce al valore delle versioni ridotte o cinematografiche di prodotti già trasmessi

La programmazione della fiction, sulla quale di seguito verrà analizzato il dettaglio, nella produzione 2011 si è articolata in un numero complessivo di ore pari a 928, di cui 344 ore di prima trasmissione e 584 di replica. Il costo delle suddette ore (riferito alla prima trasmissione), è pari a 207,0 milioni di euro. Rai Uno ha mandato in onda il maggior numero di ore (prima trasmissione e repliche), con un assorbimento della quasi totalità delle sue risorse.

Prima serata

	Rai Uno	Rai Due	Rai Tre	Totale
Prima Trasmissione				
Serate	120	-	10	130
Costi (euro/milioni)	186,6	-	5,8	192,4
Repliche (*)				
Serate	37	2	-	39
Costi (euro/milioni)	0,8	-	-	0,8
Totale				
Serate	157	2	10	169
Costi (euro/milioni)	187,4	-	5,8	193,2

(*) il costo delle repliche si riferisce al valore delle versioni ridotte o cinematografiche di prodotti già trasmessi

La prima serata è caratterizzata dalla prevalenza di serate di Rai Uno, sia in termini di prima trasmissione (120 serate) che di repliche (37 serate). Il costo della prima trasmissione del prime time di Rai Uno ammonta a 186,6 milioni di euro.

⁷² Il costo delle versioni ridotte di prodotti già trasmessi è pari a 0,8 milioni di euro.

Programmazione 2012

Intera Giornata

	Rai Uno	Rai Due	Rai Tre	Totale
Prima Trasmissione				
Ore	211	19	108	338
Costi (euro/milioni)	189,2	10,0	13,2	212,4
Repliche (*)				
Ore	217	270	18	505
Costi (euro/milioni)	0,3	-	-	0,3
Totale				
Ore	428	289	126	843
Costi (euro/milioni)	189,5	10,0	13,2	212,7

(*) il costo delle repliche si riferisce al valore delle versioni ridotte di prodotti già trasmessi

La programmazione della fiction di produzione 2012 presenta un numero complessivo di ore pari a 843, di cui 338 ore di prima trasmissione e 505 di replica. Il costo delle suddette ore (riferito alla prima trasmissione) è ammontato a 212,4 milioni di euro. Rai Uno ha mandato in onda il maggior numero di ore (prima trasmissione e repliche), con un assorbimento della quasi totalità dei suoi costi di trasmissione.

Prima Serata

	Rai Uno	Rai Due	Rai Tre	Totale
Prima Trasmissione				
Serate	124	2	-	126
Costi (euro/milioni)	189,2	2,5		191,7
Repliche (*)				
Serate	24	3	-	27
Costi (euro/milioni)	0,3	-	-	0,3
Totale				
Serate	148	5		153
Costi (euro/milioni)	189,4	2,5		191,9

(*) il costo delle repliche si riferisce al valore delle versioni ridotte o cinematografiche di prodotti già trasmessi

⁷²Incluso il film a prioritario sfruttamento "I Vicerè".

La prima serata di Rai Uno presenta 124 serate di prima trasmissione e 24 serate di repliche. Il costo della prima trasmissione del prime time di Rai Uno ammonta a 189,2 milioni di euro. Il costo delle versioni ridotte di prodotti già trasmessi è pari a 0,3 milioni di euro.

10.2.1 Festival di Sanremo

Nella programmazione, merita menzione, per la rilevanza dei costi e per la notorietà e ricorrenza dell'evento, il festival di Sanremo.

Il Festival della Canzone Italiana è tra le manifestazioni canore più importanti organizzate dalla Rai.

Si svolge, con cadenza annuale (nei mesi di febbraio o marzo), a Sanremo. La sua realizzazione rientra nell'ambito di un più articolato accordo pluriennale con il Comune di Sanremo. La manifestazione rappresenta uno dei maggiori eventi mediatici italiani, trasmesso in diretta dalla televisione e dalla radio in Italia nonché nel circuito dell'eurovisione.

I costi di competenza della Direzione Produzione televisiva per la realizzazione del Festival di Sanremo, si distinguono in costi esterni di produzione (conseguenti all'affidamento a terzi di appalti per la fornitura di beni, servizi e lavori) e costi interni di produzione (risorse interne, umane e materiali, impiegate nella realizzazione dell'evento sulla base di tariffe determinate nell'ambito della procedura di contabilità separata).

Il budget relativo ai costi esterni di produzione, elaborato dalla struttura Pianificazione e Monitoraggio Risorse Produttive della Direzione Produzione televisiva, non è oggetto di formali approvazioni interne ed esterne alla medesima Direzione e viene comunicato, per le vie brevi, alla struttura Gestione Grandi Eventi e Attività Produttive Estero della Direzione stessa, responsabile della realizzazione dell'evento, e alla struttura Riprese Esterne del Centro di Produzione televisiva di Roma, incaricata della realizzazione operativa della commessa editoriale. I costi sono attribuiti alla struttura Riprese Esterne.

La tabella seguente riporta, per le ultime 4 edizioni del Festival, la valorizzazione dei costi esterni di produzione, preventivi (Scheda Proposta Prodotto e Budget) e consuntivi.

(euro)

Anno Edizione	Scheda Proposta Prodotto	Budget	Consuntivo
Sanremo 2013	1.550.000	1.500.000	1.554.129 ⁷³
Sanremo 2012	1.618.500	1.550.000	1.646.586
Sanremo 2011	1.750.000	1.650.000	1.637.526
Sanremo 2010	1.700.000	1.650.004	1.655.233

Il programma è appartenente alla tipologia ad "utilità immediata".

La Direzione Pianificazione e Controllo ha fornito il prospetto riepilogativo dei costi dell'edizione 2011 e 2012, raggruppati secondo lo schema qui di seguito riportato e posti a confronto con gli oneri sostenuti nel 2010.

COSTI TOTALI

Migliaia di Euro	Edizione 2010 consuntivo	Edizione 2011 consuntivo	Edizione 2012 consuntivo	Scostamento 2012 vs. 2011
PUNTATE	5	5	5	-
Convezione comune di Sanremo (a)	9.024	9.024	7.000	-2.024
FESTIVAL				
Costi est. di rete *	8.168	8.393	8.223	-170
Costi est. di produz.	1.442	1.483	1.608	+125
Totale costi esterni (b)	9.610	9.876	9.831	-45
Totale costi (a + b)	18.634	18.900	16.831	-2.069
Costi industriali (c)	1.960	1.665	1.861	+196
Totale costi Festival (d) = (a+b+c)	20.594	20.565	18.692	-1.873
Di cui:				
esterni (a)+(b)	18.634	18.900	16.831	-2.069
industriali (c)	1.960	1.665	1.861	+196
Totale ricavi evento Sanremo	12.750	13.022	13.887	+865
Differ. costi e ricavi	-7.844	-7.543	-4.805	+2.738

* i dati non comprendono le spese sostenute per la realizzazione di sponsorizzazioni e telepromozioni, oggetto di rimborso da parte degli inserzionisti

I costi dell'edizione 2011, pari a 20.565 migliaia di euro, risultano sostanzialmente allineati con quelli dell'edizione 2010, pari a 20.594 migliaia di euro, potendo ritenersi trascurabile la flessione di 29 migliaia di euro (- 0,1 %).

⁷³ Dato provvisorio al 30 luglio 2013.

I ricavi evidenziano una crescita di 272 migliaia di euro (+2,1%) determinando una riduzione del differenziale negativo, comunque sempre elevato, tra costi e ricavi diretti, sceso di 301 migliaia di euro (da 7.844 a 7.543 migliaia di euro).

I costi dell'edizione 2012, pari a 18.692 migliaia di Euro, evidenziano rispetto a quelli dell'edizione 2011, pari a 20.565 migliaia di Euro, una sostanziale riduzione (-1.873 migliaia di euro in termini assoluti cui corrisponde, in termini percentuali, un calo del 9,1%).

I ricavi, al contrario, evidenziano una crescita di 865 migliaia di euro (+6,6%). L'effetto combinato dei due fenomeni ha consentito un significativo calo del differenziale tra costi e ricavi diretti, sceso di 2.738 migliaia di euro (da 7.543 a 4.805 migliaia di euro).

Il "Festival della Canzone Italiana" di Sanremo è un marchio registrato di cui è titolare esclusivo il Comune, al quale fanno capo anche i diritti relativi all'omonimo evento, di particolare rilevanza sociale, culturale e spettacolare.

La manifestazione, al pari della finale e di tutte le partite della nazionale italiana nel campionato mondiale di calcio, è contemplato dalla delibera AGCOM n. 81/98 del 16 dicembre 1998, recante la "Lista degli eventi di particolare rilevanza da trasmettere su canali televisivi liberamente accessibili", ove sono elencati gli avvenimenti di particolare rilevanza per la RAI che non possono essere trasmessi da emittenti televisive in esclusiva e solo in forma codificata.

In definitiva la Rai ha sempre considerato il "Festival" un marchio/evento di carattere strategico e, quindi, fondamentale per il suo palinsesto, come dimostrato dalla rilevazione degli ascolti che, nelle ultime edizioni, ha fatto registrare picchi superiori al 60%, con una sensibile raccolta pubblicitaria (i ricavi pubblicitari e commerciali sono stati pari a 12.750 migliaia di euro per il 2010, a 13.022 per il 2011 e a 13.887 per il 2012). Per quanto riguarda i costi, quelli "esterni di rete", sono rappresentati nella seguente tabella:

COSTI ESTERNI DI RETE*(migliaia di euro)*

FESTIVAL SANREMO	2010	2011	2012	DIFF.
	Consuntivo	Consuntivo	Consuntivo	2011vs2012
	(a)	(b)	(c)	(c-b)
Autori e consulenti	552	474	385	-89
Orchestra (compensi coristi dir. musicale)	757	780	1.097	+317
Conduzione/direzione artistica	825	1.156	1.230	+74
Coconduttori / cast fisso	-	743	1.019	+276
Ospiti	1.942	1.352	711	-641
Regia	116	121	160	+39
Totale risorse artistico/autorali (A)	4.191	4.626	4.602	-24
Scenografia (B)	1.071	998	1.038	+40
Rimborso case discografiche (C)	1.030	933	1.014	+81
Giuria demoscopica (D)	336	357	296	-61
Altri costi di produzione (E)	1.540	1.479	1.273	-206
Totale altri costi esterni di Rete (F) =(B)+(C)+(D)+(E)	3.977	3.767	3.621	-146
Totale costi esterni G=(A+F)	8.168	8.393	8.223	-170

I costi esterni si sono attestati in 8.393 migliaia di euro nel 2011 e in 8.223 migliaia di euro nel 2012.

Detti oneri annoverano quelli relativi alle risorse artistico/autorali, in cui sono riportati i costi sostenuti dalla società per remunerare le prestazioni degli artisti (A) e il totale altri costi esterni (F), afferenti all'approvvigionamento di beni e servizi della rete e agli altri aspetti artistici.

I costi in rassegna, come precisato pari a 8.393 migliaia di euro nel 2011, sono superiori a quelli sostenuti per l'edizione 2010 (8.168 migliaia di euro), di 225 migliaia di euro (+2,8%).

Il loro incremento appare riconducibile pressoché esclusivamente alla dinamica dei "costi delle risorse artistico autorali", la cui crescita rispetto al 2010, pari a 435 migliaia di euro (+10,3%), risulta parzialmente bilanciata dalla flessione di 210 migliaia di euro (-5,3%) registrata dagli "altri costi esterni di rete".

Tra gli incrementi più significativi si segnalano quelli ascrivibili alla "Coconduzione/cast fisso" (+743 migliaia di euro) e alla "Conduzione/direzione artistica" (+331 migliaia di euro), aumenti solo parzialmente compensati dalla contrazione degli oneri relativi agli "Ospiti" (-590 migliaia di euro).

Per quanto riguarda i singoli costi, quelli inerenti alla "Conduzione/direzione artistica" (1.156 migliaia di euro), alla "Coconduzione/cast fisso" (743 migliaia di

euro) e agli "Ospiti" (1.352 migliaia di euro), riguardano i diversi contratti di "prestazione artistica".

Nel 2012 i costi in rassegna, pari a 8.223 migliaia di euro, sono risultati inferiori a quelli sostenuti per l'edizione 2011 (8.393 migliaia di euro), di 170 migliaia di euro (-2,0%).

La flessione appare riconducibile, prevalentemente, alla dinamica degli "altri costi esterni di rete", che si riducono di 146 migliaia di euro rispetto al 2011 (-3,9%), mentre più modesto è l'apporto dei "costi delle risorse artistico autorali" che registrano un calo di 24 migliaia di euro (-0,5%) rispetto al 2011.

Tra gli incrementi più significativi si segnalano quelli riconducibili alle voci "Orchestra" (+317 migliaia di euro) e "Conduttori/cast artistico" (+276 migliaia di euro); la loro incidenza, peraltro, è rimasta neutralizzata dal sensibile abbattimento degli oneri riservati agli "Ospiti" (-641 migliaia di euro).

Anche nel 2012 i costi relativi alla "Conduzione/direzione artistica" (1.230 migliaia di euro), alla "Coconduzione/cast fisso" (1.019 migliaia di euro) e agli "Ospiti" (711 migliaia di euro), sono stati assorbiti dai diversi contratti di "prestazione artistica".

Detti accordi negoziali sono definiti tra le parti (RAI e artista) sulla base di una specifica trattativa, del tutto affrancata da minimi sindacali e, più in generale, da tariffe stabilite.

La Direzione risorse televisive, nella trattativa per la definizione dei contratti di "prestazione artistica", tranne quelli caratterizzati dalla eccezionale popolarità dell'artista, si attiene ai seguenti parametri:

- valore di riferimento del collaboratore, se già è stato impegnato in RAI (se mai impegnato si ha riguardo al valore di professionalità analoghe);
- tipo di impegno qualitativo e quantitativo (necessità di preparazione e relativa complessità, tempi dedicati ecc.);
- durata del programma (durata singola puntata, numero puntate ecc.);
- collocazione oraria del programma (mattino, preserale, prima serata ecc.);
- importanza del programma nei palinsesti (livello ascolti, canale di messa in onda, introiti pubblicitari ecc.).

A tali criteri di base, che vengono sempre presi in considerazione, se ne aggiungono altri, contingenti, che possono determinare un aumento o una diminuzione del compenso "base". Tra i primi (aumento) rilevano, esemplificativamente, l'urgenza, l'eccezionalità della prestazione; tra gli altri (diminuzione) lo specifico interesse dell'artista a partecipare al programma, lo svolgimento di attività promozionali.

In genere per la partecipazione al Festival di Sanremo, gli artisti pongono determinate condizioni che richiedono specifiche valutazioni da parte della RAI con appesantimento dell'iter negoziale.

Sulla base di quanto sopra sinteticamente riportato, le parti arrivano alla definizione del contratto con la relativa fissazione del compenso.

Nella voce "Conduzione/Direzione artistica" sono stati inclusi i contratti di "prestazioni artistiche" del conduttore, del regista e dei direttori d'orchestra.

Nei contratti, oltre alle norme applicate, sono indicate le prestazioni a favore della RAI e le relative modalità di esecuzione nonché il corrispettivo, comprensivo di oneri e trasferte.

Nella voce "ospiti" sono annoverati, invece, i costi sostenuti in riferimento a tutti gli artisti intervenuti in tale qualità nel corso delle cinque puntate del programma.

I relativi contratti sono stati redatti con modalità analoghe a quelle sopra illustrate.

La Direzione Produzione predispose preliminarmente un piano di attività in base al progetto pianificato dalla Rete.

L'organizzazione del Festival di Sanremo nel 2011, come già precisato, ha evidenziato una sostanziale stabilità dei costi totali (20.565 migliaia di euro nel 2011 rispetto a 20.594 migliaia di euro nel 2010).

L'edizione del 2012, è stata caratterizzata, invece, da una significativa riduzione dei costi totali (18.692 migliaia di euro nel 2012 rispetto a 20.565 migliaia di euro nel 2011); inoltre è stata registrata una crescita dei ricavi pubblicitari, pari a complessivi 865 migliaia di euro rispetto alla precedente manifestazione.

Il contenimento dei costi rispetto al pregresso esercizio, congiuntamente all'evoluzione positiva dei ricavi, ha consentito di realizzare un'erosione del differenziale tra ricavi e costi, che si assesta su un valore (-4.805 migliaia di euro) che, seppur negativo, appare in netto miglioramento rispetto al 2011 (-7.543 migliaia di euro).

In sintesi l'andamento dei costi, risulta ancora nettamente superiore ai ricavi pubblicitari, con negativi riflessi sul MOL aziendale.

E' necessario, pertanto, che vengano adottate adeguate iniziative volte a conseguire una più significativa razionalizzazione dei costi.

10.2.2 Fiction

Grossa rilevanza nella programmazione della RAI rivestono gli sceneggiati, comunemente denominati fiction. Le competenti strutture sottopongono all'approvazione del Consiglio di amministrazione il piano annuale con i relativi costi.

Nel piano 2011, la fiction era trasmessa prevalentemente sulla rete 1 (111 puntate) e sulla rete 3 (68 puntate)⁷⁴. La pianificazione dell'anno 2012 ha evidenziato un'inversione dell'indicato rapporto (Rai 1 ha mandato in onda 107 puntate e Rai 3 250)⁷⁵.

⁷⁴ Di seguito si riporta il piano fiction dell'anno 2011.

Titolo	Puntate	Rete	Costi Totali Piano 2011 (V.P.A.) €	Titolo	Puntate	Rete	Costi Totali Piano 2011 (V.P.A.) €
Tutti pazzi per amore 3	13	1	15.600.000	La traviata	2	1	3.500.000
Medico in famiglia 7	13	1	14.500.000	Terra Ribelle 2	6	1	8.400.000
Don Giussani o Quer Pasticciaccio...	2	1	4.400.000	Evita	2	1	3.000.000
La donna della domenica	2	1	4.700.000	Il Restauratore - parte 1°	6	1	8.012.000
Il generale Della Rovere	2	1	4.700.000	Trilussa	2	1	4.000.000
Eva contro Eva	2	1	4.400.000	Poveri ma belli	6	1	8.400.000
Don Matteo 8 - parte 1°	12	1	16.500.000	Il Capitano 3	6	1	8.000.000
Che Dio ci aiuti - parte 2°	4	1	4.400.000	La coppia strana	6	1	8.400.000
Maria	2	1	4.560.000	Il Commissario Montalbano (ep. 23 e 24)	2	1	6.000.000
S.Barbara	1	1	1.800.000	Il giovane Montalbano	6	1	8.000.000
Che Dio ci aiuti - parte 1°	4	1	4.460.000	Nero Wolfe	8	1	11.050.000
L'uomo dei boschi	6	1	8.000.000	L'Olimpiade nascosta	2	1	3.500.000
Cenerentola (accordo quadro)	2	1	4.560.000	Edda e il Comunista	1	1	1.900.000
Sorelle di moda (accordo quadro)	2	1	4.560.000	Dorando Petri	2	1	4.200.000
La nuova squadra 4	6	3	3.400.000	Walter Chiari	2	1	4.200.000
Un posto al sole 16	68	3	13.000.000	Barabba	2	1	2.800.000
La nuova squadra 3	9	3	5.500.000	Dove la trovi un'altra come me	2	1	4.200.000
Un posto al sole 15	60	3	11.600.000	Applausi e sputi (Tortora)	2	1	4.000.000
Titanic	6	1	10.000.000	Tortora	2	1	4.100.000
Gabriella Ferri	6	1	4.200.000	La ragazza Americana	2	1	4.000.000
Rosso San Valentino	6	1	7.800.000	La figlia del capitano	2	1	4.400.000
La donna che ritorna	4	1	5.600.000	La Capitanessa	2	1	4.200.000
Provaci ancora Prof. 4	6	1	8.250.000	Delitto d'amore	2	1	4.000.000
La Befana 2	1	1	1.900.000	Briganti	2	1	4.400.000
Una grande famiglia	6	1	8.000.000	Giovanni Borghi	2	1	3.600.000
				Progetto Dario Argento	2	1	3.800.000
				Demetrio Pianelli	2	1	3.800.000
				Un matrimonio - parte 1°	2	1	3.000.000
				La vita è un mozzico	1	1	1.550.000

⁷⁵ Si riporta il piano fiction 2012.

Titolo	Puntate	Rete	Costi Totali Piano 2012 (V.P.A.) €	Titolo	Puntate	Rete	Costi totali Piano 2012 (V.P.A.) €
Medico in famiglia 8 (26 pte da 50')	13	1	15.500.000	Bentornato Nero Wolfe	8	1	11.250.000
Grace Kelly*	2	1	4.000.000	L'Olimpiade nascosta	2	1	3.500.000
Tutti pazzi per amore 3	13	1	15.600.000	Il Ritorno	1	1	1.000.000
Che Dio ci aiuti 2	8	1	8.800.000	Suor Pasqualina	1	1	800.000
A un passo dal cielo 2	8	1	10.000.000	Paura d'amare 2	6	1	7.800.000
Aladino	2	1	4.560.000	Sposami	6	1	7.800.000
Anna Karenina	2	1	4.560.000	Memorie di Adriano	2	1	4.000.000
Don Matteo 8	12	1	16.500.000	Ne con te ne senza di te (La Capitanessa)	2	1	4.188.000
Che Dio ci aiuti - parte 2°	4	1	4.400.000	Un caso di coscienza 5	6	1	7.500.000
Maria	2	1	4.710.000*	K2 - La montagna d'Italia	2	1	3.000.000
S.Barbara	1	1	1.900.000	Ornana Fallaci	2	1	4.000.000
Un posto al sole 17	250	3	13.250.000*	Paolo Borsellino	1	1	1.900.000
Un posto al sole 16	68	3	13.250.000*	Barabba	2	1	3.000.000
Una buona stagione	6	1	8.000.000	La farfalla granata	1	1	1.900.000
Titanic	6	1	10.000.000	Stirpe di vipere (ep. pilota)	1	1	1.900.000
Provaci ancora Prof. 5	6	1	8.000.000	Eleonora D'Arborea	2	1	4.000.000
Rosso San Valentino	6	1	7.800.000	Trilussa	2	1	4.000.000
Trilogia Anni '70	6	1	9.800.000	Domenico Modugno	2	1	4.300.000
Terra Ribelle 2	8	1	10.800.000	Casa e Bottega	2	1	3.800.000
Nero Wolfe 2*	8	1	10.000.000	L'ultimo Papa Re	2	1	4.300.000
				Delitto d'amore	2	1	4.000.000

Fonte RAI S.p.A.

La tabella seguente pone a confronto i piani relativi agli anni in rassegna e i relativi costi.

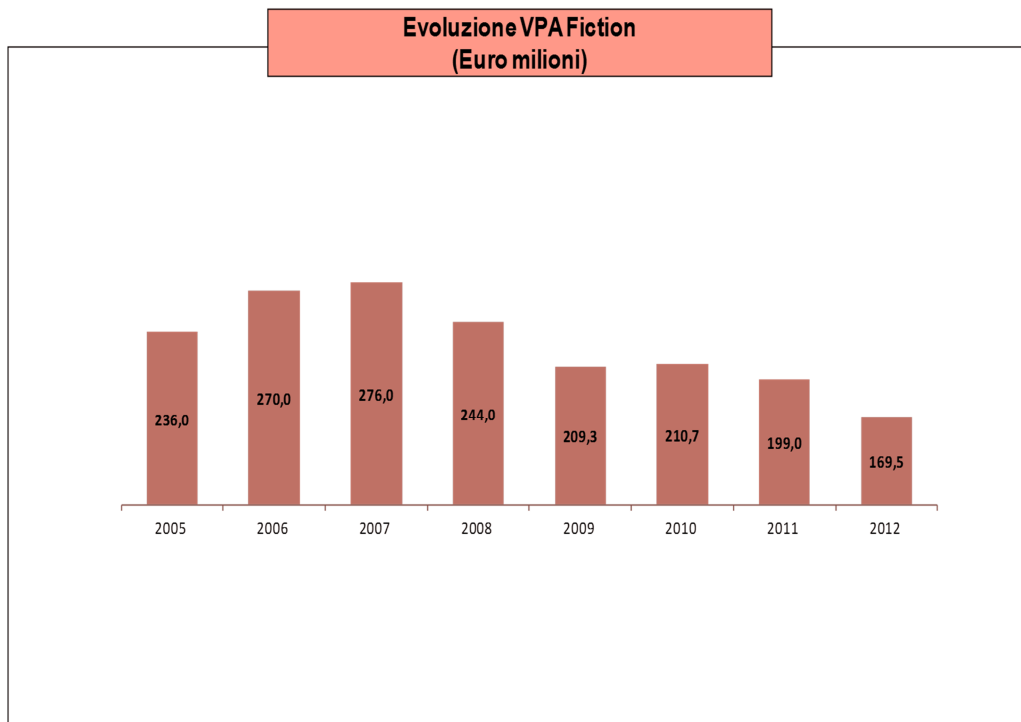
Piani a confronto

	Puntate Rai1	Puntate Rai2	Puntate Rai3	V.P.A.* Fiction euro	V.P.A Cartoni euro	Totale Generale euro
Piano Fiction 2012	107	0	250	164.570.000	15.000.000	179.570.000
Piano Fiction 2011	111	0	68	182.407.000	15.000.000	197.407.000

***V.P.A.** indica il valore complessivo delle produzioni nell'anno di riferimento del piano.

A fronte di 179 puntate per un valore complessivo delle produzioni pari ad euro 197.407.000, registrato nel 2011, nell'anno successivo nel piano sono state inserite 357 puntate con un valore totale di euro 179.570.000.

Il grafico sotto riportato pone in risalto gli investimenti che la società ha perfezionato dal 2005 al 2012.



Fonte RAI S.p.A.

In un contesto connotato dalla espansione dell'offerta televisiva in ragione dell'aumento dei canali di trasmissione e della concorrenza dei nuovi media, il volume

di offerta e gli ascolti delle fiction Rai nel corso del 2011 sono cresciuti in termini assoluti di 14 prime serate e di 140.000 spettatori, rispetto all'anno precedente⁷⁶.

Pur essendo il genere più programmato nella prima serata della Rete 1, lo sceneggiato è leader degli ascolti e fornisce un contributo essenziale anche al prime time di Rai 3⁷⁷.

In via generale la produzione registra una diminuzione dell'8,8%, con un calo d'investimenti dei broadcaster nel settore dai 270 milioni di euro del 2011 ai 255 milioni di euro del 2012⁷⁸. Il descritto andamento deriva dalla contrazione del mercato pubblicitario che ha chiuso il suo anno peggiore con un calo di investimenti nel mercato audiovisivo del -14.3%, posizionandosi ai livelli del 1991: solo Internet conquista un margine positivo (5,3%), mentre la televisione, sebbene assorba da sola oltre la metà del mercato, ha registrato una flessione pari a -15.3%.

Peraltro la crisi economica ha determinato un più alto consumo del mezzo televisivo passato da 246 minuti giornalieri per persona nel 2011, a 253 minuti 2012.

Nonostante il trend negativo, la Rai nel 2013 ha, comunque, incrementato la propria quota di produzione nella fiction⁷⁹.

Rispetto ai quasi 170 milioni di euro investiti nel 2012, il piano di produzione dell'anno in corso prevede investimenti per circa 194 milioni di euro (di cui 179 milioni per la fiction e 15 milioni per i cartoni animati), con una previsione di 120 prime serate per Rai 1, cinque prime serate per Rai 2 e una per Rai 3.

Ulteriore profilo meritevole di richiamo è il cartone animato.

Il contratto di servizio, in aderenza alla normativa di settore europea, impone alla concessionaria di vincolare una quota del 5% del proprio fatturato alla produzione di cartoni animati. Il settore ha registrato una netta ripresa negli ultimi 15 anni, garantendo ricavi con il merchandising nei mercati secondari.

La fiction, in conclusione, rappresenta una delle componenti di maggior pregio del palinsesto di Rai 1, in termini di valore editoriale e di ascolti.

⁷⁶ Sono state complessivamente trasmesse 900 ore di produzione sui canali generalisti, con punte di ascolto che hanno superato i 9,5 milioni di spettatori (Il commissario Montalbano del 14 marzo 2011)

⁷⁷ Si tratta della soap Un Posto al sole la principale telenovela europea trasmessa in prima serata e realizzata da oltre 15 anni presso il centro di produzione Rai di Napoli

⁷⁸ Dati del IV Rapporto sulla fiction, emesso dall'Istituto di Economia dei Media della Fondazione Rosselli per conto dell'APT (Associazione Produttori Televisivi), Sviluppo Lazio e Roma Fiction Fest, aggiornati a marzo 2013.

⁷⁹ Dal 2008, anno d'inizio della crisi, il fatturato delle imprese di fiction si è ridotto di circa un quarto (-24%) e il mercato, caratterizzato da una forte frammentarietà nel numero di soggetti, tende verso la concentrazione: le prime 20 aziende coprono oltre il 70% del mercato. Le prime tre società per volumi di fatturato verso la Rai cumulano il 34% degli investimenti e le prime cinque circa il 45%.

Occorre, peraltro, che le tematiche oggetto del racconto siano coniugate non solo con la necessità di preservare adeguati livelli di share, ma anche ad investimenti che ne giustifichino la produzione.

Sotto quest'ultimo profilo si deve segnalare che:

- il costo di una puntata di fiction Rai è pari a circa 1.37 milioni di euro;
- le lavorazioni per la Rai si mantengono su livelli medi di circa 3-3,5 settimane a puntata, superiori ai valori medi delle produzioni di altri emittenti;
- le lavorazioni stesse sono state spesso delocalizzate;
- la produzione coinvolge spesso i più importanti attori.

Si tratta di fenomeni che devono essere razionalizzati per un efficace contenimento dei costi, senza incidere negativamente sulla qualità della produzione.

In tale contesto si raccomanda una riduzione dei tempi di lavorazione, in linea con le produzioni delle altri emittenti, la valorizzazione dei siti nazionali e, una efficace politica di moral suasion, per una sostanziale riduzione dei costi degli artisti.

Sempre in tema di contenimento dei costi appare utile un proficuo coordinamento delle strutture interne della società coinvolte nella produzione della fiction e una adeguata sinergia con i centri di produzione della società.

Avuto riguardo ai ricavi si raccomanda un più intenso coordinamento con la società controllata Rai Pubblicità per la migliore collocazione sul mercato del prodotto, volta ad identificare e valorizzare tutte le opportunità commerciali, incluso il product placement, e i possibili accostamenti tra i contenuti della fiction e la posizione dell'inserzionista.

Di seguito si riporta un prospetto relativo all'arco temporale 2004 - 2012 nel quale sono indicati i volumi di investimenti di Rai Fiction e di Rai Cinema (la trattazione di quest'ultima è inserita nel successivo paragrafo).

Milioni di Euro	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Rai Fiction	213	217	267	286	303	271	247	220	201
Rai Cinema	277	288	262	258	243	225	227	236	237

10.2.3 Cinema

Nel 2012 il volume degli investimenti, produzione e acquisto diritti, effettuati da Rai Cinema è stato pari a 235 milioni di euro; la parte relativa impieghi di capitale nel cinema di produzione, in funzione degli obblighi di legge, comprensiva della quota attinente ai documentari, si è attestata in 53,5 milioni di euro⁸⁰.

L'apporto alla composizione del budget di produzione del film da parte delle società di produzione e distribuzione cinematografica integrate ai broadcaster nazionali (Rai Cinema e Medusa), costituisce la parte più rilevante dell'ammontare delle "risorse private" investite nel settore.

Le forme contrattuali con cui le due società perfezionano il proprio investimento possono essere diverse: dalla coproduzione all'associazione in partecipazione, all'acquisto o pre-acquisto di diritti di trasmissione. In tal modo, i due principali broadcaster, tramite le società controllate, da un lato ottimizzano le proprie risorse, adempiendo agli obblighi di legge, promuovendo la diffusione del prodotto in sala e alimentando il settore produttivo, e, dall'altro, si assicurano i diritti per la trasmissione di contenuti cinematografici nazionali da inserire nei rispettivi palinsesti televisivi, non più solo generalisti.

La produzione cinematografica si differenzia in modo sostanziale dal resto delle attività della Rai, in quanto non è finalizzata al prioritario utilizzo televisivo, ma viene svolta in funzione della complessiva catena del valore commerciale del film, che trova il suo primo e fondamentale esito economico nella distribuzione nelle sale (theatrical), da cui dipendono i risultati commerciali, le sorti dell'impresa produttiva e la idoneità di generare entrate nei diversi e successivi passaggi (home video, pay, free, ecc.).

Da un punto di vista produttivo, l'apporto di Rai Cinema è ispirato da logica industriale e non di mera contribuzione, circostanza che ne ha valorizzato la posizione di volano del comparto cinematografico italiano.

Con il marchio 01 Distribution, Rai Cinema si colloca, mediamente, al quarto posto della classifica dei distributori, dopo le grandi società internazionali; la sua offerta è costituita da non meno dell'80% da film italiani, di cui una buona parte

⁸⁰ L'entrata in vigore del decreto interministeriale 22 febbraio 2013, fissata alla data del 1 luglio 2013, anche il contributo a carico di Rai Cinema è destinato ad essere incrementato: in base ai conti attuali della Azienda, nel 2014 la crescita sarà del 10% innalzandone l'importo a 60 milioni di euro, mentre nel 2015 l'impegno arriverà a 70 milioni.

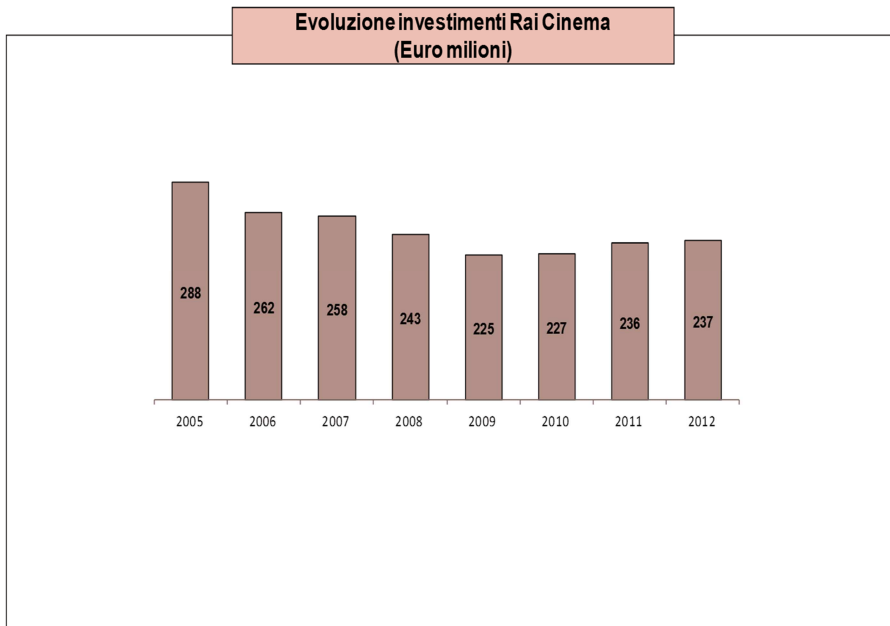
d'autore, mentre la quota di mercato di dominio ha oscillato negli ultimi anni tra il 9% e l'11% (quasi il 20% di quota di mercato sui film italiani nel 2012)⁸¹.

Nel corso degli anni, l'attività di distribuzione nelle sale cinematografiche ed home video svolta da 01 Distribution ha neutralizzato i costi. Infatti, nonostante le difficoltà endemiche al settore (riduzione ingressi, ridimensionamento home video), l'attività di commercializzazione dei diritti cinematografici nel complesso ha generato dal 2001 margini diretti positivi per oltre 160 milioni di euro a beneficio del conto economico consolidato, contribuendo altresì a massimizzare i ritorni sugli sfruttamenti successivi e inoltre all'assolvimento degli obblighi di investimento nel cinema italiano⁸².

Nella prospettiva editoriale, l'attività svolta coniugando servizio pubblico e mercato, ha imposto a Rai Cinema di amalgamare qualità e intrattenimento, con buoni risultati in termini di gradimento da parte di pubblici diversi, in molti casi complementari a quello televisivo. Nel corso degli anni Rai Cinema ha incrementato la base produttiva e contribuito alla realizzazione dei film di molti produttori indipendenti collaborando con circa 350 registi, 250 società di produzione, e realizzando, con un investimento complessivo di circa 560 milioni di euro, 450 film di cui oltre 210 tra opere prime e seconde, dimostrando attenzione per i giovani talenti. Inoltre sono stati prodotti documentari (125), di positivo impatto televisivo, trasmessi su vari canali (Speciale Tg1, Raitre, Rai Edu, Rai Storia) e, poi, destinati a Rai Cinema Channel, il nuovo canale web di Rai Cinema, creato sia come supporto promozionale dei film, sia come canale per contenuti inediti come backstage, presenza ai festival, documentari e la prima linea di film creati appositamente per il web. Il sottostante grafico rappresenta i volumi di investimento perfezionati da Rai Cinema nell'arco temporale 2005 - 2012.

⁸¹ Per quanto riguarda i primi cinque mesi del 2013, i buoni successi dei film distribuiti nei primi tre mesi hanno consentito a Rai Cinema con 01 di essere la prima società di distribuzione cinematografica del Paese, con un box office di oltre 41 milioni di euro e una quota di mercato di circa il 22% sul totale delle presenze (21.5% sugli incassi).

⁸² Si devono anche segnalare operazioni di rilievo nell'ultimo biennio con l'acquisto di Library (Titanus, Cristaldi, Mgm, VideA), utilizzabili su tutte le piattaforme dell'offerta Rai per un elevato numero di anni; gli acquisti di pacchetti di titoli selezionati da grandi fornitori europei e americani (Paramount, Warner); l'accordo pluriennale con Disney per rifornire il magazzino 2011-2014; l'accordo pluriennale con CBS e gli accordi con i fornitori europei (ZDF, Beta/Eos, Bavaria, Telepool, RTL).



Fonte RAI S.p.A.

I ricavi della società derivano dalla commercializzazione di diritti e contenuti, dalla cessione di pay TV e, ovviamente, dalla distribuzione di cinema e home video. Questi ultimi sono i proventi prevalenti e si attestano alla soglia superiore al 50%.

La sottostante tabella riporta i ricavi di Rai Cinema dal 2007 al 2012; dai dati in essa contenuti si rileva il loro calo dall'esercizio 2007.

Ricavi Rai Cinema (Euro milioni)									
	2007	2008	2009	2010	2011	Budget 2012	1^ Ripr. 2012	2^ Ripr. 2012	3^ Ripr. 2012
Comm.ne diritti e contenuti	20	23	18	16	20	8	17	19	27
Diritti e contenuti	10	6	5	4	9	3	7	6	14
Cessione Pay TV	10	17	13	12	11	5	10	13	13
Distribuzione cinema e HV	56	55	41	43	43	32	32	34	32
Totale Ricavi Rai Cinema (*)	76	78	59	59	63	40	49	53	59

(*) Include i ricavi di 01 Distribution

Fonte RAI S.p.A.

In conclusione anche gli anni in rassegna evidenziano un saldo negativo tra costi e ricavi, rispetto al quale si rende necessaria l'adozione di significative iniziative volte ad attenuarne l'entità.

11. Contabilità separata

11.1 La disciplina legislativa

Ai sensi dell'articolo 47 del TUR (art.18 della legge n. 112 del 2004), il trasferimento pubblico derivante dal canone radiotelevisivo, percepito dalla società concessionaria, è utilizzabile esclusivamente ai fini dell'adempimento dei compiti di servizio pubblico generale che le sono affidati. A tal fine, in attuazione dei principi enunciati dal Protocollo sul sistema di radiodiffusione pubblica negli Stati membri della Ue, è previsto che la concessionaria predisponga il bilancio di esercizio, indicando in una contabilità separata i ricavi derivanti dal gettito del canone e gli oneri sostenuti nell'anno solare precedente per la fornitura del servizio pubblico, sulla base dello schema approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni. Il controllo della contabilità viene esercitato da una società di revisione scelta dalla citata Autorità, tra quelle iscritte nell'apposito albo tenuto presso la Consob, diversa da quella incaricata della revisione del bilancio di esercizio della Rai. L'affidamento è, poi, formalizzato dalla concessionaria. Oltre che dall'entrata proveniente dal canone di abbonamento, i costi del servizio pubblico sono coperti anche dai ricavi pubblicitari derivanti dalla gestione dello stesso servizio, come si desume dall'articolo 10, comma 3, del contratto di servizio.

La competenza in ordine al procedimento per la verifica dell'effettivo adempimento, da parte della società concessionaria, dei compiti di servizio pubblico ad essa affidati, ed all'irrogazione delle eventuali sanzioni, è attribuita all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (art. 48 TUR).

Come accennato, nella contabilità separata debbono essere esposti i ricavi derivanti dal gettito del canone e gli oneri sostenuti per la fornitura del servizio pubblico radiotelevisivo, riferiti all'anno precedente.

Varie sono le finalità che hanno reso necessaria la separazione della contabilità relativa alla gestione del servizio pubblico da quella generale dell'Azienda.

In primo luogo tale rappresentazione contabile evidenzia che solo detta gestione è finanziata con fondi pubblici. La contabilità separata, quindi, è finalizzata ad isolare, nella complessiva attività, quella attinente al servizio pubblico, onde evitare che gli altri settori di intervento della società nel mercato, possano essere supportati, anche in parte, da risorse pubbliche e, in sostanza, ad *"assicurare la trasparenza e la responsabilità nell'utilizzo del finanziamento pubblico"*.

Soltanto la tenuta di una contabilità separata, dalla quale emergano le "attività distinte", i costi relativi a ciascuna di esse e i metodi imputazione e di ripartizione delle entrate e delle uscite, consente l'individuazione degli oneri ascrivibili al servizio di interesse economico generale e di calcolare l'importo corretto del trasferimento pubblico, definibile compensazione.

Si tratta di un istituto previsto dall'ordinamento comunitario, al fine di tutelare la trasparenza dei flussi finanziari interni a un complesso aziendale nella prospettiva, tra l'altro, di evitare sovvenzioni incrociate fra i diversi comparti.

Assume, dunque, particolare rilievo nel contesto del finanziamento pubblico di servizi di interesse economico generale ai sensi dell'articolo 86 Trattato CE, per garantire che i finanziamenti assicurati dallo Stato non eccedano la corretta remunerazione delle attività di servizio pubblico affidate ad una azienda.

Al riguardo, e proprio con riferimento al servizio pubblico radiotelevisivo, la Commissione europea - nel chiudere con il provvedimento datato 20 aprile 2005 il procedimento n. E 9/2005 (ex C 62/1999) relativo al canone di abbonamento - ha enunciato il principio secondo cui "il rispetto delle disposizioni di cui all'articolo 18 e all'articolo 19 della legge n. 112/2004 (ora articoli 47 e 48 del TUSMAR dei servizi di media audiovisivi e radiofonici) e dei principi indicati dalla commissione paritetica (relazioni con le controllate commerciali e sfruttamento commerciale del servizio pubblico) garantiranno la trasparenza della contabilità della Rai e il mantenimento del finanziamento pubblico entro il costo netto del servizio pubblico. Tali disposizioni impediranno la sovracompensazione del costo netto supplementare affidato alla Rai. Qualsiasi compensazione oltre tali limiti violerebbe la presente decisione e, conformemente alla comunicazione, sarebbe incompatibile con il mercato comune. Inoltre dette disposizioni escludono il rischio di indebite distorsioni di concorrenza sui mercati commerciali nei quali è attivo il gruppo Rai".

L'atto di chiusura della Commissione dava atto che "le autorità italiane hanno già apportato sufficienti modifiche al meccanismo del canone di abbonamento per garantirne la compatibilità con il mercato comune secondo la presente raccomandazione...".

Per evitare che il finanziamento pubblico possa comportare un vantaggio per l'impresa che lo riceve, lo stesso non può eccedere i costi determinati dall'adempimento degli obblighi di servizio pubblico.

La compensazione deve essere effettivamente utilizzata per garantire l'esercizio del servizio pubblico con la conseguenza che ove sia impiegata per operare in altri mercati non è giustificata.

Sotto distinta angolazione, la connessione esistente tra il gettito del canone e gli oneri da sostenere per l'adempimento dei compiti del servizio pubblico radiotelevisivo assume rilievo anche in sede di determinazione dell'importo del canone, la cui misura deve essere tale da consentire alla società concessionaria di poter fronteggiare i costi che prevedibilmente verranno sostenuti nell'anno successivo per adempiere gli specifici obblighi di servizio pubblico radiotelevisivo generale, come desumibili dall'ultimo bilancio "trasmesso", prendendo in considerazione anche il tasso di inflazione programmato per l'anno "in corso" e le esigenze di sviluppo tecnologico dell'impresa (art. 47, comma 3).

Il Testo unico dei servizi dei media audiovisivi e radiofonici (TUSMAR), assegna alla società concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo, il gettito del canone di abbonamento alla radiotelevisione per l'adempimento dei compiti di servizio pubblico generale ad essa affidati, indicati nell'articolo 45, comma 2 e nel contratto nazionali di servizio.

La stessa disposizione sottopone la contabilità separata al controllo di una società di revisione, scelta dall'Autorità e incaricata dalla Rai.

Il compito di determinare la misura del canone, ai sensi dell'articolo 47, comma 3, del TUSMAR, è intestato al Ministro dello sviluppo economico che vi provvede con decreto. La stessa disposizione enuncia il principio della copertura del costo del servizio.

La descritta normativa ha trovato attuazione sulla base della disciplina elaborata dalla Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e trasfusa, in particolare, nelle delibere:

- n. 102/05/CONS del 10 febbraio 2005, con la quale: sono state approvate le linee guida per la separazione contabile, individuando criteri di riferimento (identificazione e contenuto dei tre aggregati contabili, disciplina dei rapporti interni e trattamento dei mancati ricavi attribuibili a specifici vincoli di legge); previsto che il sistema della contabilità separata entrasse a regime a partire dalla contabilità dell'esercizio 2005; ribadito che i conti separati debbano essere sottoposti al controllo di una società di revisione all'uopo nominata da Rai e scelta dall'Autorità;
- n. 186/05/CONS del 9 giugno 2005, di approvazione dello schema di contabilità separata, presentato dalla concessionaria;
- n. 541/06/CONS del 20-21 settembre 2006, di approvazione: di talune modifiche allo schema stesso, finalizzate ad una più agevole intellegibilità delle relative risultanze; di modalità operative per il calcolo del vincolo di

affollamento pubblicitario, della partita non contabile che rappresenta la valorizzazione della pubblicità aggiuntiva figurativa spettante alla componente "commerciale" della Rai al fine di assimilarla, nella logica della separazione contabile, ad un operatore nazionale privato.

Alla stregua dei richiamati interventi, lo schema della contabilità separata, individuando i criteri per l'imputazione ai vari aggregati dei volumi economici rilevanti, rappresenta il documento fondamentale della contabilità regolatoria, e, cioè, lo strumento per quantificare i costi del servizio pubblico, perno, come già accennato, per la determinazione della misura del canone unitario.

La Comunicazione della Commissione europea sul servizio pubblico radiotelevisivo 2009/C 257/01 pubblicata il 27 ottobre 2009, con riferimento alla contabilità separata, si occupa delle modalità di esposizione dei ricavi e dei costi.

Per le entrate è richiesto un analitico rendiconto delle fonti e dell'importo di tutti i proventi che derivano dall'esercizio di attività di servizio pubblico, distinti da quelli estranei al servizio pubblico.

Per le uscite, la disciplina è più rigorosa e articolata: viene imposto l'obbligo della separazione e registrazione distinta tra i costi relativi alle attività di servizio pubblico e quelli privi di tale afferenza.

Gli oneri finalizzati ad entrambe le attività, sono ripartiti secondo il criterio di imputazione contabile della proporzionalità, se possibile e rilevante.

Ove, invece, una stessa risorsa venga utilizzata per svolgere sia attività di servizio pubblico sia commerciale *"le voci comuni di spesa dovranno essere imputate in base alla loro differenza dei costi totali dell'azienda con e senza attività di servizio pubblico evitando le sovvenzioni incrociate contabilizzando i costi comuni"*.⁸³

La separazione contabile impone che la gestione della RAI venga suddivisa figurativamente in due distinte sezioni: la prima costituita dai costi e dai ricavi imputabili alla gestione del servizio pubblico (aggregato A), la seconda costituita dai costi e dai ricavi attinenti alla gestione per il mercato (aggregato B).

Il sistema contabile dovrebbe, pertanto, essere impostato in modo tale da garantire l'effettivo isolamento della maggior parte dei dati rappresentativi della gestione fin dall'inizio dell'esercizio, al fine di ridurre il più possibile il ricorso a procedure basate sull'applicazione di parametri, ancorché consentite dallo schema di contabilità approvato dall'AGCOM.

⁸³Punto 67 della Comunicazione della Commissione europea sul servizio pubblico radiotelevisivo 2009/C 257/01 pubblicata il 27 ottobre 2009.

11.2 La forma e contenuto dello schema della contabilità separata

Lo schema in cui vanno riportati i dati della contabilità separata, è predisposto dalla RAI ed approvato dall'Autorità per la garanzia delle Comunicazioni. I criteri seguiti per la determinazione degli aggregati iscritti nel documento debbono essere *"applicati in modo coerente e obiettivamente giustificati e definendo con chiarezza i principi di contabilità analitica secondo cui vengono tenuti i conti separati"*.

A tal fine, l'Autorità ha introdotto una distinzione tra la programmazione di servizio pubblico predeterminata dalla legge e dai contratti di servizio e quella di carattere commerciale che - essendo rimessa alla discrezionalità imprenditoriale della concessionaria- deve essere svolta rispettando, comunque, i vincoli stabiliti dalle disposizioni legislative, contrattuali e dagli atti di indirizzo della competente Commissione parlamentare.

La distinzione comporta che l'attività della RAI venga suddivisa, come accennato, figurativamente in due "gestioni" separate, definite, rispettivamente, aggregato A ed aggregato B, rispondenti a logiche operative diverse: la prima improntata allo svolgimento del servizio pubblico, la seconda a criteri esclusivamente di mercato.

In particolare nell'aggregato A, secondo le indicazioni dell'AGCOM, sono comprese le Direzioni/Strutture che svolgono attività di servizio pubblico e nell'aggregato B sono iscritte quelle di carattere commerciale. A tale regola, di carattere generale, fanno eccezione quelle strutture di carattere editoriale la cui attività rientra in entrambi gli aggregati. La programmazione televisiva (sostanzialmente di utilità immediata) gestita dalle Reti può, infatti, alternativamente essere annoverata all'interno dell'aggregato A o dell'aggregato B, in funzione della tipologia e dei contenuti del programma.

E' stato previsto un terzo aggregato, denominato C, che comprende le Direzioni/Strutture di servizio, i cui costi - con un sistema di *"transfer charge"* - vengono trasferiti ai primi due aggregati.

Occorre aggiungere che le risultanze dello schema della contabilità separata devono essere armonizzate, a livello di risultato operativo, con l'esito netto del bilancio civilistico della società concessionaria. In particolare, l'utile o la perdita dell'esercizio devono essere raccordati con il risultato della contabilità separata, sommando algebricamente a tale ultimo valore, le partite finanziarie, straordinarie e fiscali, non annoverate nella contabilità separata.

Alla concessionaria del servizio pubblico, secondo la giurisprudenza comunitaria, oltre alla copertura dei costi specifici, deve essere garantito un margine di utile adeguato

alla remunerazione del capitale investito (art. 1 comma 4, della citata delibera dell'Autorità), inserendo nella contabilità separata l'importo dei relativi costi figurativi.

La contabilità in rassegna, come precisato, riguarda unicamente l'attività della società concessionaria nell'ambito del servizio pubblico radiotelevisivo, ma deve, comunque, prendere in considerazione i rapporti intercorrenti con le società partecipate, per come sono recepiti nel bilancio civilistico.

Si riportano, di seguito, gli aggregati A e B della contabilità separata, per gli esercizi 2010 e 2011 (confrontati al 2009), ove sono illustrati i valori che concorrono alla formazione dei risultati richiesti dalla legge (Art. 47, comma 1, TUR) e dalla deliberazione n. 102/05 dell'AGCOM (art.1, comma 4).

Detti conti annuali separati hanno superato con esito positivo il riscontro della società di revisione scelta dalla AGCom.

Valori in milioni di euro

Contenuto dello schema della contabilità separata esercizi 2009-2011						
	Contabilità separata esercizio 2009		Contabilità separata esercizio 2010		Contabilità separata esercizio 2011	
	Aggregato A	Aggregato B	Aggregato A	Aggregato B	Aggregato A	Aggregato B
Canone di abbonamento	1.645,4		1.685,4		1.708,3	
Pubblicità (1)		803,4		825,2		672,8
Altri ricavi	130,5	49,9	130,2	12,1	104,7	78,6
Costi diretti+costo del capitale+Costi transfer charge intercompany	(1.561,1)	(508,8)	(1.650,4)	(468,0)	(1.619,2)	(455,7)
Costi transfer charge interni	(652,2)	(226,6)	(646,3)	(211,1)	(691,8)	(183,9)
Primo margine di cui all'art. 47, c. 1, TUR	(437,4)	117,9	(481,1)	158,2	(498,0)	111,8
Pubblicità residua (1)	100,1		116,9		210,9	
Margine finale (art. 1, c. 4, Del. 102/05/Cons.)	(337,3)	117,9	(364,2)	158,2	(287,1)	111,8
(1) Distribuzione della pubblicità						
<i>Pubblicità totale iscritta in bilancio</i>		908,6		942,4		883,9
<i>Pubblicità attribuita al servizio pubblico</i>	454,9	(460,0)	480,6	(481,0)	481,0	(481,2)
<i>Vincolo di affollamento</i>	(354,8)	354,8	(363,8)	363,8	(270,2)	270,2
Pubblicità attribuita agli aggregati A e B	100,1	803,4	116,8	825,2	210,8	672,9

L'applicazione dello schema di contabilità separata al bilancio civilistico della Rai pone in evidenza la seguente situazione al 31 dicembre 2011:

1. **Aggregato A** – Le risorse da canone integralmente imputate al servizio pubblico specifico (inclusi i ricavi da convenzioni), non sono risultate sufficienti a pareggiare i costi sostenuti dalla concessionaria per l'assolvimento dei compiti di servizio pubblico ad essa assegnati. Emerge, infatti, un disavanzo di 498 milioni di euro, quale differenza tra i ricavi complessivi pari a 1.813 milioni di euro e i costi diretti e indiretti (transfer charge), ammontanti a 2.311 milioni di euro.

Il deficit è ridotto mediante l'attribuzione al servizio pubblico dei ricavi commerciali da pubblicità, che residuano dopo aver imputato all'aggregato "commerciale" le risorse tratte dal mercato corrispondenti a quelle che un operatore privato avrebbe raccolto.

L'inserimento nella contabilità separata di tali ultimi ricavi, consente di attenuare l'entità del canone annuale che gli utenti devono corrispondere, posto che ove dette entrate non fossero computate, il gettito del prelievo dovrebbe corrispondere ai costi globali del servizio pubblico, con aumento, in valore assoluto, della misura del canone annuale per utente.

La pubblicità riconosciuta all'aggregato di servizio pubblico ammonta a 210,9 milioni di euro.

Il deficit da finanziare si attesta, pertanto, in 287,1 milioni di euro (498 – 210,9).

Nel 2010 lo squilibrio tra i relativi costi e ricavi, era stato pari a euro 481 milioni, ridotto a 364 milioni per effetto dell'imputazione della pubblicità residua di euro 117 milioni.

2. **Aggregato B** – Le risorse pubblicitarie assegnate all'aggregato corrispondono a quelle di cui disporrebbe un operatore privato nazionale. Il margine economico risulta positivo per 111,8 milioni di euro (nel 2010 per 158 milioni), con un tasso di redditività attestato su un livello inferiore a quello del principale *competitor*.

Ai fini comparativi è riportato il confronto sintetico tra le risultanze della contabilità separata 2009, 2010 e 2011:

Valori in milioni di euro

Confronto sintetico contabilità separata				
Anni di riferimento		2009	2010	2011
Tipo di aggregazione	<i>Aggregato A</i>	(337,3)	(364,1)	(287,1)
	<i>Aggregato B</i>	117,9	158,2	111,9

Il decremento del deficit dell'aggregato del servizio pubblico specifico e predeterminato dal 2010 al 2011 (da 364,1 a 287,1 milioni di euro) è riconducibile, secondo l'analisi effettuata dalla stessa Società, all'assenza di grandi eventi sportivi, presenti negli esercizi pari (Olimpiadi estive e Mondiali di calcio), il cui rilevante costo di acquisizione è ascrivibile al servizio pubblico e alla rappresentazione contabile nel richiamato contesto. Contribuisce, inoltre, l'effetto del contratto di servizio secondo cui almeno il 70% della programmazione annuale televisiva è destinato a favore del servizio pubblico predeterminato.

In relazione alle perdite evidenziate nella esposizione contabile in rassegna, nei vari esercizi, la società RAI ha chiesto, in più occasioni, al Ministero vigilante di provvedere a corrispondere gli importi alla stregua delle obbligazioni derivanti dal contratto di servizio, secondo cui i costi del servizio pubblico devono essere bilanciati dal gettito del canone (e dalla pubblicità residua).

In tale contesto la società ha formalizzato nell'anno 2010 un atto di intimazione di pagamento, a firma congiunta del Presidente e del Direttore generale, nei confronti del MEF chiedendo il pagamento delle somme non erogate per compensare i costi del servizio pubblico.

Queste ultime ammontano, nel periodo 2005 al 2009, come ricordato dal Collegio sindacale nella relazione sul bilancio di esercizio dell'anno 2010, a 1,3 miliardi di euro. In relazione alle somme rivendicate dalla società, il Ministero stesso non ha, al momento, espresso alcuna considerazione sulla loro spettanza o sulla loro misura.

Il modello di contabilità separata al bilancio civilistico della Rai al 31 dicembre 2012, espone le seguenti risultanze:

CONTABILITA' SEPARATA 2012	A	B
Canone di abbonamento	1.747,8	
Pubblicità		523,6
Altri ricavi	82,3	74,0
Ricavi transfer charge interni		
Costi diretti + costo del capitale	1.673,0	445,7
- costi diretti	1.269,7	258,3
- transfer charge intercompany	362,8	175,8
- costo del capitale	40,5	11,6
Costi transfer charge interni	654,1	179,8
MARGINE DI CUI ALL'ART. 47, COMMA 1, TUR	-497,0	-27,9
Pubblicità residua	151,1	
MARGINE DI CUI ALL'ART. 1, COMMA 4, DELIBERA 102/05/CONS	-346,0	-27,9
PUBBLICITÀ	A	B
- pubblicità totale da bilancio		674,9
- pubblicità servizio pubblico	382,2	-382,4
- vincolo affollamento pubblicitario	-231,2	231,2
PUBBLICITÀ NETTA	151,1	523,6

Aggregato A – le risorse da canone integralmente imputate al servizio pubblico specifico non sono sufficienti a pareggiare i costi sostenuti dalla concessionaria per l'assolvimento dei compiti di servizio pubblico. Emerge un disavanzo di 497 milioni di euro, quale differenza tra ricavi complessivi pari a 1.830 milioni di euro e costi diretti e indiretti (transfer charge) ammontanti a 2.327 milioni di euro.

Lo sbilancio è ridotto, a beneficio degli utenti, mediante l'imputazione al servizio pubblico della quota dei ricavi commerciali derivanti da pubblicità, residuati dopo l'inclusione nell'aggregato "commerciale" delle risorse tratte dal mercato corrispondenti a quelle che avrebbe raccolto un operatore privato. La pubblicità riconosciuta all'aggregato di servizio pubblico ha raggiunto la somma di 151 milioni di euro. Lo squilibrio, quindi, ammonta a 346 milioni di euro.

Aggregato B – le risorse iscritte nell'allegato corrispondono alle entrate derivanti da pubblicità di cui disporrebbe un operatore privato nazionale. Il margine economico risulta negativo per 27,9 milioni di euro.

In sintesi si rileva un deficit di 346,0 milioni di euro per l'aggregato A e di 27,9 milioni di euro per l'aggregato B, importo sostanzialmente equivalente al costo figurativo del capitale.

La percentuale dei costi attribuiti direttamente agli aggregati, come emerge dai dati sopra riportati, è piuttosto elevata, sostanzialmente allineata agli esercizi precedenti e pari al 70,2% per l'aggregato A e al 69,4% per l'aggregato B.

Rispetto agli esiti del 2011, la contabilità separata dell'anno 2012, evidenzia le seguenti risultanze a livello di secondo margine.

Valori in milioni	2012	2011	2012 VS 2011
Aggregato A	-346	-287	-59
Aggregato B	-28	112	123

I saldi dell'aggregato di servizio pubblico peggiorano rispetto al 2011 per effetto della flessione dei proventi derivanti dalla pubblicità, di quelli provenienti dalle convenzioni con la Pubblica Amministrazione e dei costi correlati ai grandi eventi sportivi, presenti esclusivamente negli esercizi pari, e risultano in parte attenuati da riduzioni di costi nella programmazione televisiva in quelli di struttura.

Gli esiti economici dell'aggregato di servizio pubblico, dal 2005, anno di avvio della contabilità separata, al 2012, messi a confronto con il risultato operativo conseguito negli stessi anni, sono sintetizzati nella tabella di seguito riportata.

Valori in milioni di euro	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Deficit Aggregato A	-346,0	-287,1	-364,1	-337,2	-335,3	-159,0	-296,3	-221,0
Risultato operativo Rai S.p.A.	-215,7	-23,5	-160,3	-144,2	-54,2	64,5	-74,1	17,7

Il decreto di determinazione del canone radiotelevisivo per l'anno 2013, al pari degli omologhi provvedimenti adottati negli anni precedenti, è articolato nel richiamo della normativa applicabile, nella valutazione dei risultati esposti della contabilità separata 2011 e del bilancio civilistico dello stesso anno della concessionaria, nonché nella previsione dei costi per l'espletamento del servizio pubblico nello stesso anno 2013.

La misura del canone unitario è stata determinata adeguandola in relazione al tasso di inflazione programmato per il 2013 avuto anche riguardo al costo del servizio pubblico⁸⁴.

In sostanza anche per il 2013, il canone è stato fissato in relazione alle dinamiche inflattive e non tanto sulla base del principio di copertura dei costi del servizio pubblico, circostanza ben comprensibile ove si esaminino le risultanze della contabilità separata del 2011 e i ricavi attesi nel 2013 dalla riscossione del canone.

Con la conseguenza che nella fissazione dell'importo del canone, sembra trovare cittadinanza più il sistema regolatore del price cap, che non quello di copertura dei costi del servizio pubblico da applicare concretamente alla stregua degli esiti evidenziati dalla contabilità separata⁸⁵.

Il delineato e composito sistema, poi, risulta ulteriormente aggravato dal fatto che alla determinazione del canone non seguono i ricavi complessivi attesi stante l'alto tasso di evasione dal relativo pagamento.

Per la quota netta del canone unitario di abbonamento spettante alla concessionaria, l'evasione, nell'anno 2012, ha raggiunto il livello di circa 600 milioni di euro, come più avanti si preciserà, a fronte di ricavi complessivi da canone iscritti nel bilancio 2012 per 1.747,8 milioni di euro.

In allegato si riportano i principi regolatori che ispirano il modello di separazione contabile.

In applicazione degli stessi, per le finalità della contabilità separata, le risorse pubblicitarie di Rai S.p.A.- pari nel 2012 a 674,9 milioni di euro - sono state imputate come segue:

- 523,6 milioni di euro corrispondono alla valorizzazione dei ricavi che potenzialmente Rai avrebbe potuto raccogliere sul palinsesto contenuto nell'aggregato B, qualora avesse goduto degli stessi limiti di

⁸⁴ Decreto del Ministro dello sviluppo economico 20 dicembre 2012, con il quale è stato disposto l'aumento del canone di abbonamento 2013 da 112 € a 113,50 €.

⁸⁵ Il price-cap configurava il previgente sistema di adeguamento del canone utilizzato, l'ultima volta, nel Contratto di Servizio 2003-2005 tra il Ministero delle Comunicazioni e la Concessionaria. Sulla base di tale pregresso meccanismo, la variazione percentuale del canone per l'anno risultava dalla sommatoria di tre componenti:

- i. la somma tra l'inflazione programmata fissata dal Governo per l'anno n e una quota del differenziale tra il tasso di inflazione tendenziale (ultimo valore disponibile alla data di emanazione del decreto ministeriale) e programmato per l'anno n-1;
- ii. una penalizzazione connessa all'eventuale mancata realizzazione dell'ammontare globale degli investimenti/costi previsti per l'anno n-1 e una maggiorazione/penalizzazione legata al raggiungimento di specifici e misurabili obiettivi qualitativi e/o quantitativi caratteristici della missione della RAI;
- iii. l'impatto economico, totale o parziale, dei progetti aggiuntivi eventualmente previsti per l'anno n in rapporto al fatturato da canoni di abbonamenti dell'esercizio n-1.

affollamento validi per i concessionari privati nazionali (15% giornaliero e 18% orario per gli spot ⁸⁶;

- 151,1 milioni di euro integrano, a beneficio degli utenti, il finanziamento statale al fine di compensare almeno parzialmente lo sbilancio dell'aggregato A;
- 0,2 milioni di euro corrispondono alla pubblicità non tabellare di strutture aziendali di staff che confluisce nell'aggregato C.

Sempre con riferimento all'aggregato A, si deve considerare che le risorse pubbliche della concessionaria vanno poste a confronto con gli oneri sostenuti per la fornitura del servizio, onde consentire la determinazione del costo di fornitura del servizio pubblico generale radiotelevisivo coperto dal canone di abbonamento e di assicurare la trasparenza e la responsabilità nell'utilizzo del finanziamento pubblico (articolo 47, comma 1, del TUSMAR).

L'aggregato stesso, quindi, presenta come primo margine quello derivante dal confronto tra i due citati volumi, rapporto che rappresenta il primo momento di valutazione sull'adeguatezza delle risorse finanziarie riconosciute alla concessionaria.

Se il saldo è positivo, il canone eccede il costo per la fornitura del servizio e, quindi, si è in presenza di una sovracompensazione; ove, invece, risulti di segno negativo, si deve giungere alla conclusione che il canone stesso non copre interamente il costo sostenuto per l'adempimento della missione pubblica, con esclusione della l'esistenza di sovracompensazioni.

L'aggregato B può ospitare le sole risorse derivanti dal mercato.

Come già accennato, a termini dell'articolo 38 del TUSMAR:

- la trasmissione di messaggi pubblicitari da parte della concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo non può eccedere il 4% dell'orario settimanale di programmazione ed il 12% di ogni ora.
- la trasmissione di spot pubblicitari televisivi da parte delle emittenti e dei fornitori di contenuti televisivi in ambito nazionale diversi dalla concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo non può eccedere il 15% dell'orario giornaliero di programmazione ed il 18% di ogni ora;
- il tempo massimo di trasmissione quotidiana dedicato alla pubblicità da parte delle emittenti televisive in ambito nazionale diversi dalla concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo è portato al 20% se comprende forme di pubblicità diverse dagli spot pubblicitari

⁸⁶ La percentuale giornaliera è portata al 20% se comprende forme di pubblicità diverse dagli spot.

come le telepromozioni, fermi restando i limiti di affollamento giornaliero e orario (omissis) per gli spot pubblicitari.

La previsione della contabilità separata determina la necessità di superare la descritta penalizzazione in quanto l'attività che ricade nell'ambito dell'aggregato B deve sottostare ai medesimi vincoli e beneficiare delle stesse potenzialità stabiliti per i concessionari privati.

I costi dell'aggregato B, afferenti ai compiti di servizio pubblico non predeterminato (oltre ovviamente quelli che scaturiscono dallo svolgimento di vere e proprie attività commerciali) devono essere integralmente coperti da risorse tratte dal mercato, segnatamente da quello pubblicitario.

Conseguentemente le risorse pubblicitarie sono prioritariamente indirizzate all'aggregato B⁸⁷.

In sintesi, nel citato aggregato deve essere riportato un ammontare di risorse commerciali in linea con quelle di cui disporrebbe un operatore privato nazionale avente una struttura dell'offerta televisiva e risultati di ascolto analoghi a quelli della concessionaria pubblica⁸⁸.

La differenza tra la pubblicità di competenza della parte "commerciale" ed i connessi costi - anch'essi ripartibili tra quelli diretti, del capitale impiegato e dei transfer charge (interni ed intercompany) - rappresenta il risultato economico dell'aggregato B.

⁸⁷ Per la quantificazione della quota parte di ricavi pubblicitari inclusa nell'aggregato B, l'articolo 45, comma 2, del TUSMAR ricomprende alla lettera o) il rispetto dei limiti di affollamento pubblicitario previsti dall'articolo 38; inoltre la delibera 102/05/CONS dell'AgCOM, all'articolo 1, comma 4, stabilisce che "qualora i vincoli di legge comportino un mancato ricavo da attribuirsi all'aggregato commerciale, il meccanismo dei transfer charges dovrà evidenziare l'onere corrispondente nell'aggregato di servizio pubblico.

⁸⁸ Il riferimento fondamentale - nel caso specifico, ed alla luce della attuale situazione di mercato - è costituito dalle risorse raccolte dal principale competitor privato nazionale che dispone anch'esso di tre reti televisive generaliste (e di un comparabile bouquet di canali semigeneralisti e tematici).

11.3 Raccordo tra contabilità separata e bilancio d'esercizio

Di seguito si riporta il prospetto di raccordo tra il risultato operativo degli aggregati regolamentari e il risultato netto del bilancio civilistico di Rai S.p.A..

CONTABILITA' SEPARATA 2012	A	B	C	A+B+C	RAI S.P.A
Canone di abbonamento	1.747,8			1.747,8	1.747,8
Pubblicità		523,6	0,2	523,8	674,9
Altri ricavi	82,3	74,0	63,1	219,4	219,4
Ricavi transfer charge interni			834,0	834,0	
Costi diretti + costo del capitale	1.673,0	445,7	897,3	3.015,9	2.857,8
- costi diretti	1.269,7	258,3	862,7	2.390,7	2.857,8
- transfer charge intercompany	362,8	175,8	0,0	538,6	
- costo del capitale	40,5	11,6	34,6	86,7	
Costi transfer charge interni	654,1	179,8		834,0	
MARGINE DI CUI ALL'ART. 47, COMMA 1, TUR	-497,0	-27,9	0,0	-524,9	-215,7
Pubblicità residua	151,1				
MARGINE DI CUI ALL'ART. 1, COMMA 4, DELIBERA 102/05/CONS	-346,0	-27,9	0,0	-373,8	-215,7
Partite in riconciliazione				128,1	-30,0
- service intercompany				71,4	
- costo del capitale				86,7	
- partite finanziarie				20,5	20,5
- partite straordinarie				-48,8	-48,8
- partite fiscali				-1,7	-1,7
UTILE (PERDITA) DELL'ESERCIZIO				-245,7	-245,7
PUBBLICITÀ	A	B	C		
- pubblicità totale da bilancio		674,9			
- pubblicità servizio pubblico	382,2	-382,4	0,2		
- vincolo affollamento pubblicitario	-231,2	231,2	0,0		
PUBBLICITÀ NETTA	151,1	523,6	0,2		
RICONCILIAZIONE					
Margine di cui all'art.1, comma 4, Delibera 102/05/CONS	-373,8				
Costo medio del capitale	86,7				
Transfer charge Gruppo	71,4				
Risultato operativo 2012	-215,7				

La perdita di esercizio 2012 (245,7 milioni di euro) si raccorda alle risultanze della contabilità separata attraverso l'impatto delle partite finanziarie, straordinarie e fiscali.

Le voci di collegamento tra margine della contabilità separata 2012 pari a -374 milioni di euro - importo derivante dalla somma algebrica tra il deficit dell'aggregato A (- 346 milioni di euro) e quello dell'aggregato B (- 28 milioni di euro) - e risultato operativo del bilancio di esercizio pari a -215,7 milioni di euro, sono costituite dal costo medio del capitale di Rai S.p.A. e dagli effetti della sostituzione dei corrispettivi contrattuali tra Rai e le controllate Rai Way e Rai Cinema con il sistema transfer charge.

Per quanto concerne i ricavi, l'importo del canone di abbonamento, come risultante dal bilancio di esercizio al 31.12.2012, è riportato nella contabilità separata in importo comprendente il valore delle cartelle esattoriali per il recupero della morosità.

I proventi derivanti dalla pubblicità sono prioritariamente attribuiti all'aggregato B, con scomputo della quota riferibile al servizio pubblico specifico e valorizzazione del vincolo di affollamento al fine di pervenire alla pubblicità che l'aggregato stesso avrebbe potuto raccogliere qualora fosse assimilato ad un operatore commerciale⁸⁹.

L'imputazione viene effettuata sulla base della rilevazione dei "contatti" pubblicitari sviluppati dagli spot⁹⁰.

Si tratta di un costo che prescinde dalla teorica possibilità di frazionare il prezzo di vendita in funzione del canale che ospita le inserzioni e della relativa fascia oraria nonché di determinate tipologie di target socio-economico, principalmente di derivazione commerciale.

Le telepromozioni e le sponsorizzazioni, essendo inserite all'interno dei programmi, sono attribuite agli stessi e, di conseguenza, ai rispettivi aggregati di destinazione.

⁸⁹ Nonché la parte residuale della pubblicità attribuita alle strutture di staff presente nell'aggregato C.

⁹⁰ La pubblicità tabellare si distingue in:

- interna al programma (within) - la valorizzazione dello spot (mediata dai contatti) segue la destinazione del programma; ad esempio, se di servizio pubblico specifico anche il ricavo dello spot trasmesso al suo interno va attribuito all'aggregato A;

- interstiziale, tra due programmi (between) - il problema che si pone in questa fattispecie è tipicamente di prevalenza: quale dei due programmi, il precedente o il successivo, "trascina" lo spot. La scelta assume rilievo nel solo caso di differente natura dei due programmi. Tuttavia, ad evitare il ricorso a più driver per la stessa tipologia di pubblicità, quella interstiziale, lo schema ha optato per una soluzione unitaria, imputando tale categoria di pubblicità sulla base dei contatti within relativi ai due aggregati.

Le elaborazioni sono state effettuate con il software denominato "Arianna" della società Nielsen TAM Italia, facente parte del gruppo Nielsen Media Research, leader mondiale nella rilevazione dei sistemi Television Audience Measurement.

Il quadro sintetico della ripartizione della pubblicità televisiva (generalista e semigeneralista / tematica), radiofonica e complessiva è il seguente:

PUBBLICITÀ TV <i>milioni di euro</i>	Aggregato A	Aggregato B	Totale
Tabellare	305,2	234,5	539,7
Telepromozioni/Sponsorizzazioni	53,1	50,2	103,3
Totale TV	358,4	284,7	643,0
Peso percentuale	55,7%	44,3%	

PUBBLICITÀ RADIO <i>milioni di euro</i>	Aggregato A	Aggregato B	Totale
Tabellare	19,3	6,8	26,1
Telepromozioni/Sponsorizzazioni	4,6	0,6	5,1
Totale RF	23,9	7,4	31,3
Peso percentuale	76,4%	23,6%	

milioni di euro	Aggregato A	Aggregato B	Aggregato C	Totale
Pubblicità	382,2	292,5	0,2	674,9

La pubblicità totale effettiva di Rai S.p.A. (prescindendo quindi dall'impatto determinato dal vincolo di affollamento sulla stessa ripartizione), risulta imputata per il 56,6% all'aggregato A e per il 43,3% all'aggregato B; una quota del tutto marginale è inclusa nell'aggregato C.

In relazione al vincolo di affollamento pubblicitario, si deve considerare che, per la pubblicità tabellare televisiva, la relativa quantificazione si incentra sulla valorizzazione dei contatti aggiuntivi disponibili per il palinsesto di servizio pubblico non predeterminato della Rai.

Da un punto di vista metodologico, si rileva che il costo contatto utilizzato per valorizzare la pubblicità tabellare televisiva generalista è, come previsto dalle prescrizioni regolamentari, quello del competitor⁹¹.

Sulla base dei menzionati presupposti, esso ammonta nel 2012 a 231,2 milioni di euro, così dettagliati:

<i>milioni di euro</i>	Vincolo Pubblicitario
Tabellare	210,7
Telepromozioni/Sponsorizzazioni	20,4
Totale Vincolo Affollamento	-231,2

Gli altri ricavi ammontano complessivamente a 219,4 milioni di euro, e sono ripartiti per il 37,5% nell'aggregato A, ove affluiscono gli introiti per le convenzioni istituzionali (prevalentemente con la Presidenza del Consiglio dei Ministri e la Provincia Autonoma di Bolzano) e i proventi di competenza di programmi accreditati nello stesso aggregato.

La restante parte si suddivide tra l'aggregato B, dove sono imputate le attività commerciali svolte nei confronti di terzi (cessione diritti, servizi telefonici, ecc), e l'aggregato C (che ospita, prevalentemente, servizi forniti a società del gruppo e incrementi di immobilizzazioni in corso).

⁹¹ L'azienda ha preso a riferimento i contatti sviluppati nell'esercizio 2012 dalle Reti Mediaset (medesima fonte AGB). La differenza tra il 30% (quota di palinsesto generalista della concessionaria non soggetta a vincoli specifici di servizio pubblico) dei contatti del competitor e quelli effettivamente attribuiti all'aggregato B, rappresenta la stima dei contatti aggiuntivi di cui l'aggregato "commerciale" RAI disporrebbe in ipotesi di affollamento allineato a quello dei privati.

I contatti stessi sono stati valorizzati al costo contatto lordo Mediaset, provvedendo ad applicare a tale importo una percentuale di abbattimento idonea a riflettere la struttura delle commissioni riconosciute dalla Rai alla propria concessionaria di pubblicità Sipra, ora Rai Pubblicità. Analogo procedimento è stato applicato per le telepromozioni e sponsorizzazioni televisive, operando il differenziale tra quelle iscritte nell'aggregato B e quelle corrispondenti alla quota del 30% degli introiti del competitor (comprendenti anche le televendite, precluse alla concessionaria pubblica), calcolati avvalendosi delle stime elaborate da Nielsen Media Research. Anche in questa fattispecie, il confronto ha tenuto conto della struttura delle commissioni riconosciute dalla Rai alla propria concessionaria di pubblicità, in modo da rendere omogenei e confrontabili i dati dei due operatori.

ALTRI RICAVI <i>milioni di euro</i>	Aggregato A	Aggregato B	Aggregato C
Convenzioni istituzionali	32,3		
Altri ricavi e recuperi costi	50,0	74,0	63,1
TOTALE	82,3	74,0	63,1

Il quadro complessivo dei costi diretti, che annoverano quello del lavoro, quelli esterni e gli ammortamenti, è sintetizzato dalla seguente tabella.

COSTI DIRETTI * <i>milioni di euro</i>	Aggregato A	Aggregato B
Reti	209,6	205,9
Testate	604,2	-
Sedi regionali	94,3	-
Radiofonia	72,9	7,1
Fiction	202,8	-
Altri costi esterni	85,8	45,3
Totale	1.269,7	258,3 ⁹²

La riconducibilità dei programmi e dei connessi ricavi e costi agli aggregati A e/o B segue due criteri fondamentali: appartenenza della Direzione di riferimento ad un aggregato ovvero caratteristiche anagrafiche/editoriali dei programmi nei casi di Direzioni la cui destinazione non sia univoca (reti televisive e radiofoniche)

Nel caso delle Direzioni (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai 4, Rai 5, Rai Premium e Rai Movie e canali radio) che non destinano univocamente la loro produzione ad uno dei due aggregati, ma ad entrambi, i programmi sono stati classificati sulla base delle caratteristiche anagrafiche/editoriali⁹³.

⁹² I costi esterni sono quelli sostenuti dalle Direzioni verso economie terze per acquisti di beni e prestazioni di servizi; il costo del lavoro - riguardante sia personale a tempo indeterminato che a tempo determinato; ammortamenti di diritti televisivi di utilità ripetuta di acquisto (prodotto Rai Cinema) e di produzione interna (Fiction).

⁹³ L'attribuzione dei generi elementari, sulla base del contenuto prevalente e della specifica linea editoriale, è stata curata per conto della Rai dalla Nielsen TAM Italia, che, come riferito dall'azienda, vanta una

La società ha provveduto a rettifiche e allineamenti dell'allocazione degli spazi di palinsesto fra gli aggregati ai parametri previsti nel Contratto di Servizio secondo cui la programmazione televisiva generalista RAI annovera almeno una quota percentuale del 70% di servizio pubblico predeterminato, fermo restando il limite per Rai Tre fissato all'80%.

Tenuto conto che nel 2012 gli spazi effettivamente coperti da programmi rispondenti ai requisiti di servizio hanno ecceduto i livelli sopra ricordati (72,8% per le reti generaliste e 89,1% per Rai 3), sono stati spostati nell'aggregato B i minuti di programmazione eccedenti i limiti sopra elencati. Rispetto al 2011, stante la sostanziale invarianza della percentuale di programmazione di servizio pubblico (72,6% nel 2011), la percentuale di migrazione all'aggregato B è rimasta praticamente invariata (dal 2,6% al 2,8%).

I suddetti spazi eccedenti di programmazione sono stati valorizzati al relativo costo e ricavo medio⁹⁴.

In particolare, per quanto concerne i costi/ricavi, è stata scorporata – per raggiungere le percentuali previste dal Contratto di Servizio – solo parte della programmazione ad utilità immediata, in quanto l'unica non specificamente regolata nelle conferenti disposizioni.

La sintesi degli spostamenti è appresso riportata:

pluriennale esperienza nello specifico ambito della rilevazione televisiva e offre garanzie in qualità di società indipendente riconosciuta da tutto il mercato.

Va inoltre tenuto presente che le informazioni relative al genere sono a livello di puntata, mentre le informazioni di costo/ricavo sono a livello di programma. Pertanto:

- nell'aggregato A sono inseriti i programmi le cui puntate trasmesse siano univocamente classificate con generi predeterminati di servizio pubblico;
- nell'aggregato B sono inseriti i programmi le cui puntate trasmesse abbiano univocamente generi non predeterminati di servizio pubblico;
- per i programmi che presentano differenze di genere tra le puntate, i costi/ricavi della matricola vengono ripartiti tra l'aggregato A e B sulla base della prevalenza dei minuti relativi ai generi di servizio e non. Per i costi/ricavi relativi a programmi non trasmessi - il cui valore economico è di scarsa rilevanza - e quindi non codificati con il genere elementare, è stato utilizzato il genere contabile.

⁹⁴ Il criterio utilizzato per valorizzare i minuti da spostare è stato quello di calcolare:

- Costi: costo medio orario (diretto ed indiretto) per fascia dei prodotti di immediata classificati nell'aggregato A, moltiplicato per il tempo eccedente;
- Ricavi diretti: ricavo medio orario per fascia dei ricavi puntualmente attribuiti ai programmi di immediata presenti nell'aggregato A, moltiplicato per il tempo eccedente;
- Pubblicità tabellare: valorizzazione media oraria per fascia dei contatti inseriti nei programmi di immediata, moltiplicato per il tempo eccedente.

Spostamento 30% Programmazione milioni di euro	A	B
Costi diretti	-15,8	15,8
Costi indiretti	-14,5	14,5
Ricavi pubblicitari e commerciali	10,6	-10,6
Effetto economico complessivo	-19,7	19,7

La voce trasferimenti "transfer charge interni" accoglie il costo pieno dei servizi, considerato al netto dei ricavi conseguiti, oggetto di scambio fra i tre aggregati. Con riferimento alle attività di supporto tecnico (servizi generali, informativi, produttivi e di radiofonia) i transfer charge sono determinati attraverso l'analisi delle prestazioni oggetto di scambio e risultano comprensivi della remunerazione del capitale investito⁹⁵.

Per le altre attività, essenzialmente le strutture di staff, il citato sistema sconta, invece, l'applicazione di specifiche procedure per il ribaltamento dei costi.

Per quanto concerne i trasferimenti esterni "transfer charge esterni", si osserva quanto segue:

- i costi operativi sostenuti da Rai Way per la fornitura dei servizi a Rai S.p.A., al netto dei ricavi realizzati dalla società stessa per i servizi erogati a favore delle società controllate/terzi, sono attribuibili all'aggregato A. Dal totale dei costi operativi sono stati esclusi quelli relativi a servizi erogati attraverso l'utilizzo di risorse esterne alla rete Rai Way (per i quali il criterio generale non è applicabile) e quelli afferenti a servizi erogati a favore di strutture collocate nell'aggregato C, la cui successiva attribuzione agli aggregati A e B segue il sistema del transfer charge delle strutture stesse;
- per Rai Cinema, il transfer charge verso la Capogruppo è realizzato attraverso la determinazione del costo pieno di ciascun titolo in portafoglio della società controllata. Per quanto riguarda le quote di ammortamento, la loro configurazione riflette il costo storico sostenuto per: l'acquisto dei diritti, gli apporti di co-produzione, i costi per l'edizione e le spese accessorie

⁹⁵ Il processo di determinazione dei Transfer Charge può essere distinto in tre fasi: 1) attribuzione dei costi ai Nodi di contabilità industriale; 2) determinazione del costo delle attività/servizi erogati per Nodo di contabilità industriale; 3) attribuzione alle strutture riceventi.

capitalizzate⁹⁶. I costi operativi sono imputati in proporzione agli ammortamenti, ai ricavi e alle percentuali di personale diretto agli aggregati. I costi e i ricavi relativi all'attività propriamente commerciale svolta da Rai Cinema e le quote di costo e ricavo di competenza di terze parti sono imputate agli aggregati secondo le stesse regole definite per gli ammortamenti, poiché sono attribuibili a livello di singolo titolo. Pertanto, nell'aggregato A confluiscono esclusivamente le componenti della gestione commerciale riferita al prodotto italiano ed europeo in conformità alla legge n. 122 del 1998.

- per quanto riguarda le altre Società Controllate (Rai Net, Rai Corporation, Rai World), in considerazione della modesta entità dei valori espressi dalle stesse rispetto alle dimensioni complessive della contabilità separata, l'azienda ha proceduto all'imputazione diretta dei valori dei singoli Contratti di Servizio alle strutture Rai che beneficiano delle prestazioni.

In relazione, infine, al capitale investito, la ripartizione tra gli aggregati evidenzia, la registrazione nell'aggregato A dell'attivo immobilizzato riferito per la gran parte ai diritti audiovisivi (fiction di produzione) e l'allocazione nell'aggregato C dell'attivo materiale, costituito principalmente dai cespiti relativi all'area della produzione e a quella immobiliare.

L'attivo circolante riflette, congiuntamente alle dinamiche del ciclo attivo e passivo, la diversa natura dell'attività degli aggregati, e indica una concentrazione dei crediti nell'aggregato B rispetto al saldo negativo dell'aggregato C e, in misura inferiore, di quello A.

Alla data del 31 dicembre 2012 il capitale investito - calcolato come media fra i valori al 31 dicembre 2011, al 30 giugno 2012 ed al 31 dicembre 2012 - ammonta complessivamente a 331,7 milioni di euro⁹⁷.

⁹⁶ Alla stregua di tali principi, l'attribuzione di quote di ammortamento ai singoli aggregati, è così sintetizzabile:

Aggregato A

- Attività di produzione italiana o europea;
- Acquisto diritti Free TV italiano ed europeo;
- Acquisto diritti diversi da Free TV italiani o europei;
- Acquisto di Full Rights italiani ed europei.

Aggregato B

- Acquisto diritti Free TV non italiano o europeo;
- Acquisto diritti Full Rights non italiani o europei: sono imputate le quote di ammortamento dal 3° al 7° anno (relative al costo di ammortamento del periodo di validità del diritto Free TV).

⁹⁷ Nella configurazione utilizzata non si è tenuto conto del TFR e delle partecipazioni finanziarie e della fiscalità.

CAPITALE INVESTITO NETTO <i>milioni di euro</i>	Aggregato A	Aggregato B	Aggregato C
Immobilizzazioni	408,1	10,2	370,0
Capitale circolante	-157,7	49,4	-348,3
Totale	250,5	59,5	21,7

Le risultanze della contabilità separata tengono conto, in linea con quanto previsto dalle delibere dell'AGCom, di un'equa remunerazione del capitale investito.

In particolare, il costo del capitale incluso nell'aggregato A è pari a 40,5 milioni di euro ed è stato ottenuto applicando un tasso di rendimento (WACC-WeightAverageCost of Capital) - calcolato sulla base della teoria del capital assetpricing model - del 16,2%.

Lo stesso tasso, in quanto riferito ad attività correlate in termini di rischio, è stato applicato per la quota del costo del capitale trasferita dall'aggregato C all'aggregato A attraverso il meccanismo dei transfer charge interni.

Il costo del capitale dell'aggregato B è, invece, pari a 11,6 milioni di euro e risulta correlato ad un tasso di rendimento del 19,4% che esprime, in sostanza, la maggiore volatilità associata all'attività diversa da quella di servizio pubblico in senso stretto.

COSTO MEDIO DEL CAPITALE <i>milioni di euro</i>	Aggregato A	Aggregato B	Aggregato C
Costo del capitale	40,5	11,6	34,6

Il costo del capitale di pertinenza dell'aggregato C, è stato ripartito fra gli aggregati A e B utilizzando la struttura dei flussi di transfer charge.

11.4 Contabilità separata come strumento per la trasparenza e la responsabilità nell'utilizzo del finanziamento pubblico

I bilanci dell'esercizio 2011 e 2012, come pure quelli riferiti agli anni precedenti, non annoverano la contabilità separata dell'esercizio di competenza, stante la diversa tempistica stabilita in materia dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni. Ai sensi dell'articolo 3, commi 3 e 4, della delibera n. 102/05/CONS del 10 febbraio 2005, infatti, la contabilità separata va compilata da parte della RAI entro 60 giorni dall'approvazione del bilancio d'esercizio e la società di revisione deve completare i suoi lavori entro i successivi 60 giorni.

Nulla viene disposto in ordine alle modalità da seguire per rendere pubblico il documento contabile. Lo stesso è trasmesso alla menzionata Autorità ed al Ministero vigilante affinché quest'ultimo possa tenerne conto in sede di determinazione della misura del canone di abbonamento.

Nella Relazione degli Amministratori al bilancio d'esercizio sono riportati soltanto i risultati intermedi e finali della contabilità separata dell'esercizio precedente.

La Corte ribadisce, come esplicitato nella precedente relazione, la necessità di includere nel bilancio di esercizio la contabilità separata afferente al medesimo anno, come prescritto dalle vigenti disposizioni di legge.

Ciò consentirebbe un'informazione tempestiva, ampia e più completa sull'andamento della gestione della società concessionaria del servizio pubblico, offrendo, fra l'altro, la possibilità di confrontare i dati della contabilità stessa con quelli del bilancio d'esercizio cui si riferisce.

Si deve osservare, al riguardo, che, in linea generale, il sistema contabile applicato per la rilevazione dei fatti gestionali non soddisfa di per sé l'esigenza della trasparenza, ma ne costituisce il necessario presupposto. La trasparenza sul reperimento e sull'impiego delle risorse finanziarie trova efficace espansione mediante la pubblicità dei conti, che, nel caso di specie, dovrebbe avvenire con l'inserimento della contabilità separata nel bilancio d'esercizio, o tramite l'accesso ai conti stessi, al fine di consentire all'esterno la verifica dei criteri di rilevazione e di aggregazione effettivamente seguiti per la determinazione del loro valore e una loro valutazione

Va rilevato, comunque, che il Contratto di Servizio riferito al triennio 2010-2012, contiene specifica clausola che estende la conoscibilità delle risultanze della contabilità separata nella prospettiva di una concreta ed effettiva trasparenza.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 6, infatti « Al fine di migliorare la trasparenza nella gestione economico finanziaria del servizio pubblico, la Rai è tenuta a pubblicare

sul proprio sito web il documento, comprensivo dei criteri metodologici, sui conti annuali separati certificati dalla società di revisione scelta, ai sensi dell'articolo 47, comma 2, del Testo Unico, dall'Autorità da cui risulti, sulla base dell'apposito schema approvato dalla medesima Autorità, la destinazione delle risorse pubbliche e, in particolare, a fornire adeguata comunicazione circa i costi afferenti la programmazione televisiva e la programmazione radiofonica rientranti nell'ambito delle attività di servizio pubblico».

In ottemperanza a tale disposizione, a partire dal bilancio 2011, i conti annuali separati, non appena approvati dal CDA Rai e dalla società di revisione vengono pubblicati sul sito web della società.

12. Il canone di abbonamento

12.1 Il canone quale strumento di finanziamento pubblico

Il canone radiotelevisivo configura un'imposta la cui riscossione è demandata tradizionalmente all'Amministrazione Finanziaria dello Stato e, oggi, alla Agenzia delle Entrate⁹⁸.

In particolare, si tratta un'imposta di scopo diretta a finanziare il servizio pubblico radiotelevisivo e, cioè, di una prestazione in denaro, dovuta per un obbligo unilaterale, al di fuori di qualsiasi schema contrattuale⁹⁹.

Al riguardo l'articolo 1, primo comma, del regio decreto legge 21 febbraio 1938, n. 246 dispone che "chiunque detenga uno o più apparecchi atti od adattabili alla ricezione delle radioaudizioni è obbligato al pagamento del canone di abbonamento, giusta le norme di cui al presente decreto".

L'aspetto centrale del pagamento del canone è costituito, quindi, dalla "detenzione" dell'apparecchio, e, cioè, dalla disponibilità del soggetto della cosa.

In tale contesto si è ritenuta la legittimità dell'imposizione fondata non sulla possibilità del singolo utente di usufruire del servizio pubblico radiotelevisivo, al cui finanziamento il canone è destinato, ma sulla semplice detenzione di un apparecchio televisivo, indipendentemente dall'utilizzo che ne venga fatto.

Il pagamento del canone di abbonamento per le radioaudizioni, a norma dell'articolo 1 del regio decreto-legge 21 febbraio 1938, n. 246, convertito dalla legge 4 giugno 1938, n. 880, è dovuto unicamente per la dimora abituale di ciascuna famiglia anagrafica, come definita dall'articolo 4 del decreto del Presidente della Repubblica 30 maggio 1989, n. 223, ed è stabilito in misura fissa, indipendentemente dal numero di apparecchi riceventi detenuti dalla famiglia stessa.

L'obbligo tributario relativo alla corresponsione del canone, è riferito alla detenzione degli indicati apparecchi per uso privato (ordinario) ovvero in esercizi commerciali o, comunque, al di fuori dell'ambito familiare (speciale); la sua misura è annualmente determinata dal Ministro dello sviluppo economico, in osservanza dei parametri enunciati nel decreto legislativo n. 177 del 2005.

Sono soggetti al pagamento del canone di abbonamento ordinario, coloro che, per uso privato, detengono un apparecchio atto o adattabile alla ricezione di programmi radiotelevisivi, anche provenienti dall'estero, con qualsiasi mezzo e

⁹⁸ Vedasi al riguardo le sentenze della Corte costituzionale n°. 284/2002, n°. 219/89 e n°. 535/88 e della Corte di cassazione n°. 8549/93, n°. 11808/91 e n°. 864/83.

⁹⁹ Corte costituzionale n°. 284/2002.

tecnologia diffusi, indipendentemente dalla quantità e dalla qualità dei programmi captati¹⁰⁰.

Sono tenuti al pagamento del canone di abbonamento speciale per il servizio radiotelevisivo coloro che detengono apparecchi atti o adattabili alla ricezione dei programmi radiofonici o televisivi, con qualsiasi mezzo e tecnologia diffusi, in esercizi pubblici o in locali aperti al pubblico o comunque al di fuori dell'ambito familiare nonché coloro che detengono apparecchi riceventi impiegati a scopo di lucro diretto o indiretto. Il canone speciale si applica a 5 categorie di contribuenti e prevede 5 livelli di prezzo¹⁰¹.

In materia di riscossione del canone di abbonamento, i rapporti tra la RAI ed il Ministero delle finanze (ora dell'economia e delle finanze), sono stati disciplinati fino al gennaio 2001 da convenzioni stipulate dal competente ufficio del Ministero e successivamente approvate con decreto del Ministro, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale. L'uso del decreto ministeriale per l'approvazione della convenzione le conferiva natura sostanzialmente regolamentare, con efficacia normativa "erga omnes". La pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale del decreto e della convenzione si

¹⁰⁰La Corte costituzionale, con le sentenze del 12 maggio 1988, n. 535, e del 17-26 giugno 2002, n. 284, ha riconosciuto al canone la natura sostanziale di imposta.

¹⁰¹CATEGORIA A

alberghi con 5 stelle e 5 stelle lusso con un numero di camere pari a o superiore a cento: euro 6.696,32 annui.

CATEGORIA B

alberghi con 5 stelle e 5 stelle lusso con un numero di camere inferiore a cento e superiore a venticinque; residence turistico-alberghieri con 4 stelle; villaggi turistici e campeggi con 4 stelle; esercizi pubblici di lusso e navi di lusso: euro 2.008,91annui.

CATEGORIA C

alberghi con 5 stelle e 5 stelle lusso con un numero di camere pari o inferiore a venticinque; alberghi con 4 e 3 stelle e pensioni con 3 stelle con un numero di televisori superiore a dieci; residence turistico-alberghieri con 3 stelle; villaggi turistici e campeggi con 3 stelle; esercizi pubblici di prima e seconda categoria; sportelli bancari: euro 1.004,44annui.

CATEGORIA D

alberghi con 4 e 3 stelle e pensioni con 3 stelle con un numero di televisori pari o inferiore a dieci; alberghi, pensioni e locande con 2 e 1 stella; residenze turistiche alberghiere e villaggi turistici con 2 stelle; campeggi con 2 e 1 stella; affittacamere; esercizi pubblici di terza e quarta categoria; altre navi; aerei in servizio pubblico; ospedali; cliniche e case di cura; uffici: euro 401,76annui.

CATEGORIA E

strutture ricettive di cui alle lettere A), B), C) e D) con un numero di televisori non superiore ad uno; circoli; associazioni; sedi di partiti politici; istituti religiosi; studi professionali; botteghe; negozi e assimilati; mense aziendali; scuole, istituti scolastici non esenti dal canone: euro 200,91 annui.

L'importo del canone di abbonamento speciale alla radio è unico ed ammonta ad euro 29,54

inquadra negli adempimenti necessari per garantire il rispetto del principio della trasparenza dell'azione amministrativa in materia.

A seguito della convenzione con l'Agenzia delle Entrate stipulata il 2 gennaio 2001 e valida sino al 31 agosto 2014, la riscossione del canone avviene con le seguenti modalità:

- invio da parte di RAI - Direzione Abbonamenti - di un preavviso di pagamento entro la scadenza per il rinnovo (art.3);
- invio da parte di RAI - Direzione Abbonamenti - di un numero di avvisi da 2 a 4 verso gli abbonati morosi (in realtà, per ottimizzare il recupero, se ne inviano spesso fino a 6) (art.9);
- iscrizione a ruolo e la notifica delle cartelle di pagamento ad opera dei concessionari della riscossione (ora Equitalia Nord, Centro e Sud), normalmente nel corso dell'anno successivo a quello di scadenza del pagamento (art.10).

Il canone ordinario viene incassato dall'Agenzia delle Entrate.

Successivamente il Ministero delle Economia e delle Finanze corrisponde il finanziamento pubblico attribuendo alla Rai la quota di spettanza (erogata su base previsionale), in 4 rate trimestrali.

La stessa viene calcolata depurando l'incasso dell'importo della tassa di concessione governativa, della quota di contributo alla Accademia di S. Cecilia e dell'IVA.

Il descritto sistema di trasferimento dei fondi alla concessionaria, limita la formazione di liquidità all'interno del trimestre. Per sopperire a dette carenze, la policy aziendale prevede l'utilizzo di strumenti finanziari a basso rischio e con controparti di rating elevato.

Per contro i fabbisogni finanziari raggiungono importi elevati, non supportati dai trasferimenti, con conseguente copertura da parte di linee di credito.

In base alla convenzione, la RAI è tenuta, tra l'altro, a mettere a disposizione dell'Agenzia delle Entrate il personale e le strutture necessari per gli adempimenti di

natura amministrativo-contabile e per la trattazione di pratiche relative a contestazioni, recuperi e rimborsi connessi alla gestione degli abbonamenti.

A tal fine, l'articolo 28, comma 2, del contratto di servizio, impone alla RAI di assegnare all' *"Ufficio Registro Abbonamenti Radio e TV (U.R.A.R.-TV) di Torino strutture, mezzi, e personale....., nonché i locali occorrenti.."*.

Gli obblighi della suddetta convenzione, secondo l'attuale organizzazione, sono assolti dalla "Direzione Amministrazione Abbonamenti", con sede in Roma. Ad essa fanno capo:

- 1 struttura di staff -"Pianificazione e Coordinamento", ubicata a Torino;
- 3 strutture di *line* ubicate a Torino: Gestione abbonamenti; Normativa e Morosità; Sviluppo abbonamenti;
- 19 funzioni regionali ubicate presso ciascuna Sede regionale, oltre a 2 funzioni presso le province autonome di Trento e Bolzano.

Il contingente di personale complessivamente addetto allo svolgimento del servizio consta di 380 nel 2012, a fronte delle 405 unità in servizio nel 2011 e delle 349 unità nel 2010.

L'Agenzia delle entrate, attraverso lo *"Sportello Abbonamenti alla Televisione"* (S.A.T.), oltre a curare la procedura dell'accertamento dell'entrata, vigila anche sull'attività svolta in materia dalla RAI in esecuzione della convenzione e provvede alla erogazione di quanto di sua competenza.

La riscossione del canone per gli abbonamenti speciali per i pubblici esercizi non è disciplinata dalla convenzione con l'Agenzia delle Entrate, ed è, pertanto, curata direttamente dalla società.

A tal fine la Direzione Abbonamenti invia gli avvisi di pagamento (solitamente in numero di 4); la riscossione coattiva (prevista in convenzione anche per il canone speciale) avviene anch'essa tramite cartella esattoriale (come per gli abbonamenti ordinari). Nel prospetto che segue sono riportati i dati relativi alla consistenza numerica degli abbonati.

Andamento canoni abbonati			
Anni di riferimento	2010	2011	2012
Nuovi	415.001	401.958	506.486
Rinnovi	15.580.879	15.629.150	15.614.136
Totale abbonati paganti	15.995.880	16.031.108	16.120.622
Morosi	865.244	903.856	963.091
Iscritti a ruolo	16.861.124	16.934.964	17.083.713
Disdette	310.368	328.118	357.737

La Rai, quale gestore di un servizio pubblico, da molti anni pubblica un annuario ove sono riportati informazioni articolate, anche a livello comunale, sugli abbonamenti alla televisione. Nel documento pubblicato nel 2013, oltre ai dati assoluti sul numero di abitanti, di famiglie e di abbonati iscritti a ruolo nel 2012, vengono, per i soli abbonamenti ad uso privato, indicate la densità di iscritti a ruolo per 100 famiglie residenti e quella di iscritti a ruolo per 100 famiglie soggette a canone.

I dati ISTAT relativi ad abitanti e famiglie si riferiscono all'ultimo aggiornamento disponibile, in genere al 31 dicembre dell'anno precedente a quello di riferimento della pubblicazione del volume.

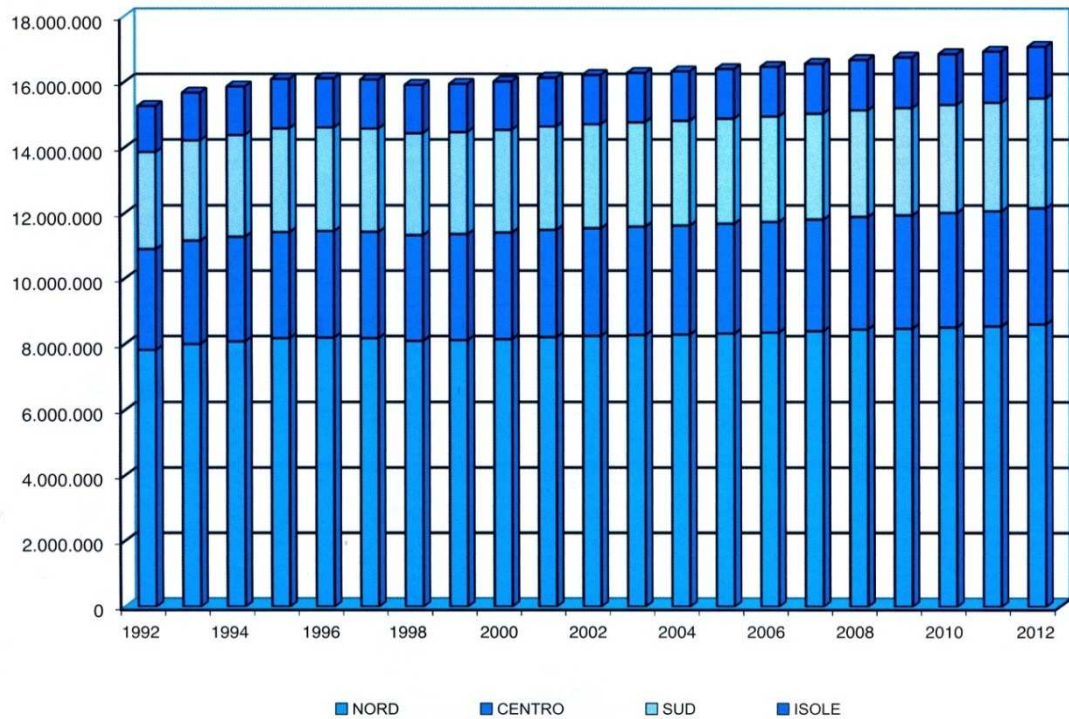
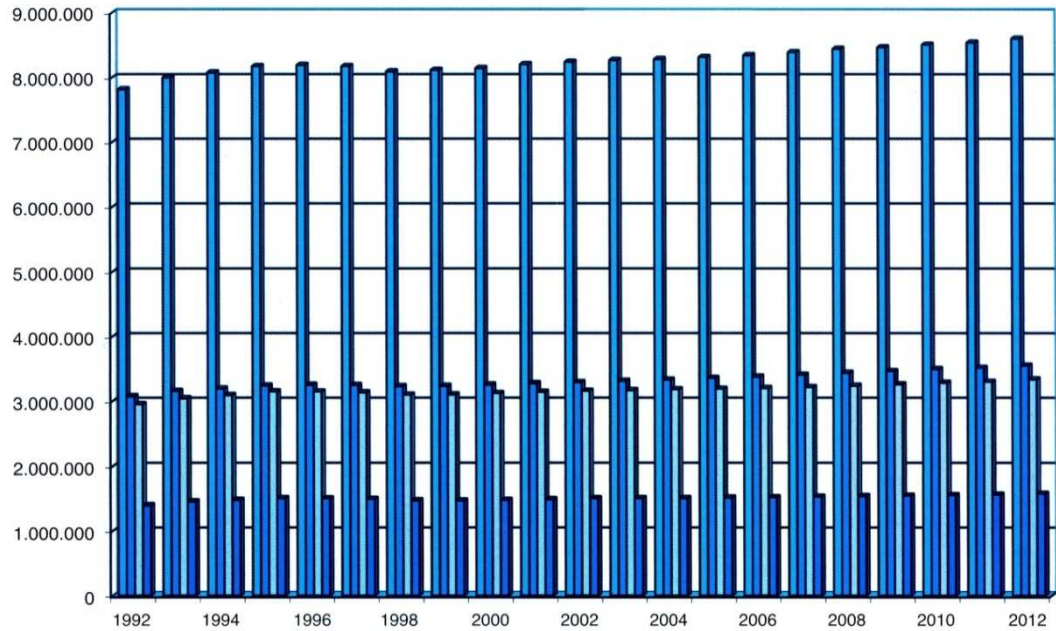
Per effetto della rilevazione censuaria svolta nel 2011 che ha comportato una revisione, a volte anche molto consistente dei dati anagrafici, ed una successiva ricostruzione delle serie storiche basate sulle variazioni anagrafiche registrate durante l'intervallo intercensuario, l'ISTAT ha reso disponibili i dati riferimenti alla data del 31 dicembre 2010.

L'Istituto fornisce, a livello comunale, solo il numero di famiglie residenti al 31 dicembre di ogni anno e stime annuali sul possesso di apparecchi radiotelevisivi, significative a livello regionale, ma non elabora informazioni sulle famiglie con residenza distinta dal domicilio, mentre i dati sulle famiglie coabitanti vengono desunti solo in occasione delle rilevazioni censuarie.

Nell'annuario la stima delle famiglie obbligate al pagamento del canone è stata effettuata sottraendo dal numero di famiglie residenti il numero di famiglie che non posseggono un apparecchio radiotelevisivo e il numero di famiglie coabitanti (ottenute attraverso una proiezione dei dati censuari e tenendo conto, soprattutto, dell'evoluzione del fenomeno dei residenti stranieri e della relazione che sussiste tra presenza straniera e coabitazioni).

I seguenti grafici rappresentano il numero dei soggetti iscritti a ruolo per il pagamento del canone radiotelevisivo nel periodo 1992 - 2012, suddiviso per aree geografiche.

**ABBONAMENTI ALLA TELEVISIONE ISCRITTI A RUOLO
DAL 1992 AL 2012**



Gli elementi riportati nel volume sovrastimano, per stessa ammissione dei redattori, la consistenza effettiva di famiglie obbligate alla corresponsione del canone, posto che vi sono incluse anche quelle con doppia residenza.

Conseguentemente le informazioni sulla densità degli utenti iscritti a ruolo su 100 famiglie sottoposte all'obbligo del pagamento del canone, costituiscono una sottostima dei dati reali.

Per le stesse ragioni risulta sovrastimata la percentuale di evasione che è pari al complemento a 100 della densità.

I dati definitivi e completi della rilevazione censuaria 2011 consentiranno un calcolo più accurato delle famiglie sottoposte all'obbligo del pagamento del canone che, ovviamente, non coincidono con le quelle residenti a ragione del mancato possesso dell'apparecchio radiotelevisivo, delle doppie residenze e delle coabitazioni.

12.2 L'entrata proveniente dal canone di abbonamento

Nel prospetto che segue sono indicati, per ogni esercizio in riferimento, il ricavo dai canoni di abbonamento, quello dalla pubblicità, in cui sono compresi anche i ricavi da promozioni e sponsorizzazioni, e quello derivante dalla prestazione di servizi speciali rientranti nelle convenzioni stipulate dalla RAI con pubbliche amministrazioni e da altre prestazioni. Sono esclusi i ricavi dalla vendita di beni.

I dati sono stati desunti dal conto economico e dai prospetti illustrativi contenuti nella Nota Integrativa.

(milioni di euro)

Ricavi RAI						
Anni di riferimento	2010	%	2011	%	2012	%
Canone (a)	1.661,4	60,6%	1.689,1	61,4%	1.729,2	67,8%
Pubblicità (b)	942,4	34,4%	883,9	32,1%	674,9	26,5%
Altre (c)	136,5	5,0%	177,9	6,5%	145,2	5,7%
Totale	2.740,3	100%	2.750,9	100%	2.549,3	100%
Valore della produzione	2.886,0		2.875,0		2.684,0	
Entrate/val. produz.	95,0%		95,7%		95,0%	

(a) Compresa le utenze speciali.

(b) Compresa quelle per promozioni e sponsorizzazioni.

© servizi speciali da convenzioni e altre prestazioni.

Dal prospetto sopra riportato si evince una crescita dei ricavi derivanti dai canoni di abbonamento sia nel 2011 rispetto al 2010 (pari a circa 28 milioni di euro) sia nel 2012 rispetto al 2011 (pari a circa 40 milioni di euro), ascrivibile all'aumento del numero degli abbonati e all'incremento della misura unitaria del canone, passato da euro 110,50 a euro 112¹⁰².

Il ricavo in rassegna, come emerge dai dati riportati nei precedenti prospetti, è la fonte più importante delle risorse finanziarie della RAI e supera mediamente di circa 30 punti percentuali quella proveniente dalla raccolta pubblicitaria.

L'entrata derivante dalla pubblicità è, invece, in netto calo essendo passata da 883,9 milioni di euro del 2011 a 674,9 milioni di euro nel 2012.

La voce "Altre entrate" concorre alla formazione del valore complessivo nella misura di circa 6,5 punti percentuali nel 2011 contro i 5,7 del 2012.

L'entrata complessiva di queste fonti rappresenta circa il 95% del valore della produzione. Da ciò discende la fondamentale importanza che assume l'entrata proveniente dai canoni di abbonamento per la gestione della RAI.

Nel prospetto che segue è indicato l'importo annuo del canone di abbonamento a partire dall'esercizio 2010.

Importo annuo canone			
Anni di riferimento	2010	2011	2012
Canone	109,0	110,5	112,0

Nell'arco di nove anni, dal 2002 al 2012 il canone è aumentato di 18,2 euro corrispondente ad un incremento medio annuo dell'1,7%.

¹⁰²Dette somme sono comprensive dell'IVA e della tassa di concessione governativa.

12.3 L'evasione dall'obbligo di pagamento del canone di abbonamento

Permane anche per il 2012, nonostante la crescita dell'entrata, il problema della evasione dal pagamento del canone radiotelevisivo.

Per poter contrastare efficacemente il fenomeno, come già esposto nella precedente relazione, sarebbe necessario procedere all'acquisizione dei nominativi dei potenziali possessori di apparecchi televisivi.

Ad avviso della RAI, tali nominativi possono essere ricavati consultando gli archivi anagrafici in possesso dei Comuni, alcuni dei quali, come evidenzia la stessa società, oppongono un netto rifiuto, adducendo argomentazioni fondate sul rispetto dei vincoli posti dalla legislazione in materia anagrafica e sulla disciplina della privacy.

Per contrastare tali obiezioni, la Rai si è munita di pareri favorevoli da parte del Ministero dell'interno e del Garante per la protezione dei dati personali. Ha, inoltre, svolto attività finalizzate ad illustrare ai responsabili degli Uffici anagrafici, anche mediante apposite riunioni, il quadro normativo che legittimerebbe la comunicazione dei dati in parola.

Ciononostante, una parte dei Comuni, secondo l'Azienda, continua a negare la fornitura dei dati contenuti nei loro archivi, sulla base della mancanza di una precisa disposizione di legge che preveda un esplicito obbligo in tal senso.

In passato, i dati personali potevano essere ricavati dagli elenchi telefonici.

In seguito alle prescrizioni adottate in materia dal Garante per la protezione dei dati personali, solo un'esigua quantità è utilizzabile a tale fine. Possibilità ulteriormente limitata per effetto di una sentenza (12/5/2005) del Tribunale di Roma, impugnata in appello dalla società, che ha ritenuto non legittimato lo "Sportello Abbonamenti alla Televisione" (S.A.T.) - e per suo conto la Rai - all'utilizzazione dei dati provenienti da archivi privati, anche se acquisiti con il consenso degli interessati.

In sostanza, tale statuizione ha vietato alla Rai di raccogliere i dati personali di coloro che acquistano apparecchi televisivi presso i rivenditori e di trattare ulteriormente i dati già ottenuti. Tali notificazioni, che fino al 1994 dovevano essere obbligatoriamente fornite alla società, rivestono particolare importanza, evidenziando l'obiettivo possesso di un apparecchio televisivo.

Con sentenza depositata il 3 maggio 2010 la Corte di Appello di Roma ha riformato la suddetta sentenza, annullando il provvedimento con cui il Garante per la protezione dei dati personali in data 5 dicembre 2001 aveva vietato alla concessionaria del servizio pubblico la raccolta ed il trattamento dei dati personali comunicati dai rivenditori di apparecchi radiotelevisivi.

Il Garante stesso ha proposto ricorso per Cassazione avverso la pronuncia emessa in grado di appello.

L'impugnazione, pur impedendo il passaggio in giudicato, non rimuove l'esecutività del provvedimento giurisdizionale di secondo grado. Pertanto la Rai ha proposto - con tre successive istanze - all'Agenzia delle Entrate (il cui assenso è necessario in quanto è quest'ultima che può raccogliere i dati dai rivenditori predisponendo le relative richieste), di riattivare la collaborazione con i rivenditori.

Al momento, tuttavia, l'Agenzia stessa si è espressa nel senso di attendere il passaggio in giudicato della sentenza d'appello.

Quanto alle visite dirette, gli accertamenti domiciliari da parte di dipendenti dell'Azienda, a suo tempo previsti dal citato regio decreto-legge n. 246 del 1938, non hanno mai trovato concreta applicazione, stante la mancata adozione del decreto interministeriale (Finanze, Giustizia e Interno) previsto dallo stesso testo normativo.

Pertanto, l'attività di prevenzione e contrasto all'evasione è svolta, quasi esclusivamente, con azioni di persuasione nei confronti dei soggetti individuati come potenziali evasori, nei due seguenti modi:

a. Mailing.

Si tratta di lettere firmate dal Direttore della Direzione Amministrazione Abbonamenti, che espongono il timbro dell'Agenzia delle Entrate, con le quali si invitano i potenziali possessori di apparecchi televisivi a regolarizzare la loro posizione. Ogni anno ne vengono spedite circa 9 milioni;

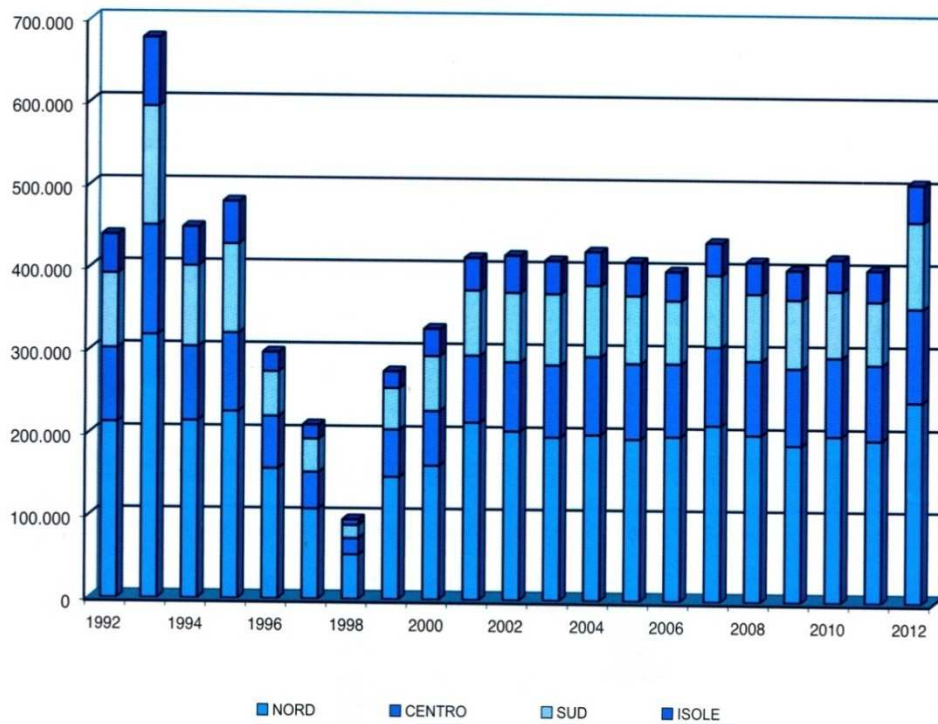
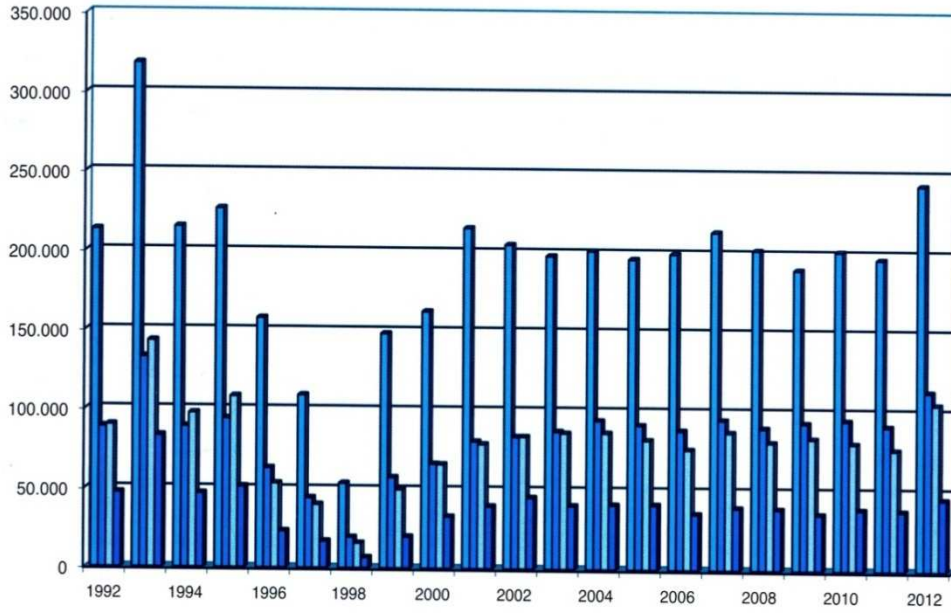
b. visite informative degli incaricati RAI.

Le visite, effettuate sotto il controllo delle sedi regionali, presso il domicilio di coloro che non risultano intestatari di abbonamento, si risolvono in un invito a normalizzare la situazione di omesso pagamento della imposta, non essendo consentito dall'ordinamento l'ingresso nelle abitazioni da parte degli incaricati, al fine di accertare la presenza di un apparecchio radiotelevisivo.

Le descritte iniziative consentono, ogni anno, il pagamento del canone da parte di circa 400.000 utenti; il relativo introito è sufficiente a compensare i minori ricavi ascrivibili alle cessazioni in seguito a disdetta, garantendo, in tal modo, un modesto incremento della consistenza complessiva dei soggetti che adempiono la loro obbligazione tributaria.

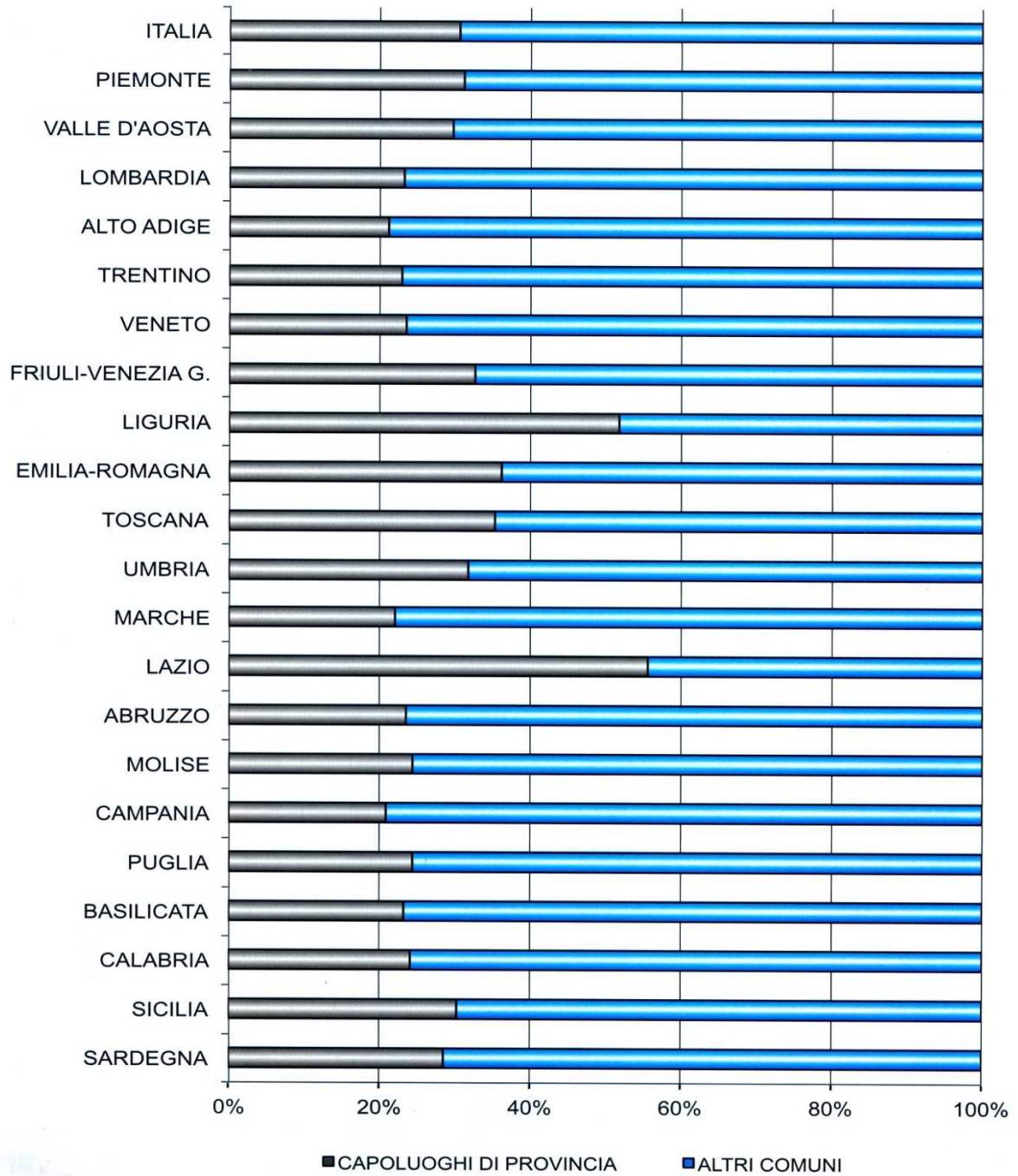
Le tabelle che seguono consentono di apprezzare la consistenza delle nuove utenze nell'ampio arco temporale 1992 - 2012, ripartita per aggregato territoriale, e il rapporto tra le iscrizioni a ruolo dei soggetti residenti nei capoluoghi e quelle registrate nei restanti comuni della regione.

NUOVI ABBONAMENTI ALLA TELEVISIONE DAL 1992 AL 2012



Fonte RAI S.p.A.

**ABBONAMENTI ALLA TELEVISIONE ISCRITTI A RUOLO
USO PRIVATO
(rapporto tra capoluoghi di provincia e altri comuni)
AL 31 DICEMBRE 2012 NELLE REGIONI**



Palese si rivela la insufficienza dei descritti strumenti per contrastare l'evasione.

Ulteriore riduzione del gettito derivante dal pagamento del canone, è riconducibile alle situazioni di esonero dal versamento del tributo. Viene in rilievo, al riguardo, la disdetta dell'*abbonamento* per "suggellamento", prevista dall'articolo 10 del regio decreto legge n. 246 del 1938. In origine essa rappresentava il modo con cui la legge consentiva a chi non potesse o non intendesse più fruire delle trasmissioni radio, di essere affrancato dal pagamento del canone, richiedendo il decreto "insaccamento" dell'apparecchio da parte degli Uffici Tecnici di Finanza (UTF) e della Guardia di Finanza. In realtà, la norma che attribuiva la competenza alla Guardia di Finanza per il "suggellamento" è stata abrogata, rimanendo vigente solo per gli UTF, che, secondo quanto affermato dalla stessa Azienda, non riescono ad offrire la necessaria collaborazione, in quanto da tempo impegnati esclusivamente nell'esazione delle accise.

Di fatto, quindi, tutti coloro che richiedono il "suggellamento" - per ora il fenomeno ha interessato circa 13.000 abbonati l'anno - possono legittimamente continuare a detenere l'apparecchio senza pagare il canone radiotelevisivo, in attesa di un "insaccamento" che, nei fatti, difficilmente potrà avvenire.

Diversa e più complessa problematica è connessa all'evoluzione tecnologica, che consente di ricevere le trasmissioni televisive su piattaforme diverse dallo strumento televisivo tradizionale e normalmente destinate anche ad altre utilizzazioni (ad es. i personal computer ed i telefoni cellulari di ultima generazione).

In un primo momento si era posto il dubbio interpretativo sulla obbligatorietà del pagamento del canone da parte dei possessori dei citati apparecchi. La stessa Società e il Ministero vigilante, peraltro, hanno escluso, in tali casi, l'obbligo di corrispondere il canone radiotelevisivo.

In particolare il Ministero dello Sviluppo Economico - Dipartimento per le comunicazioni, si è pronunciato il 22 febbraio 2012 sull'interpretazione dell'espressione "apparecchi atti od adattabili" alla ricezione delle trasmissioni radiotelevisive, enunciando i seguenti principi.

- 1) Il "servizio di radiodiffusione" riguarda solo la distribuzione del segnale audio/video attraverso piattaforma terrestre e piattaforma satellitare, con esclusione quindi di diverse forme di distribuzione, come la web-radio, la weg.tv, l'IPTV.
- 2) Solo il possesso degli apparecchi atti od adattabili a ricevere il segnale audio/video attraverso la piattaforma terrestre e/o satellitare, è sottoposto all'obbligo del pagamento del canone radiotelevisivo. Ne consegue che l'uso di personal computer, anche collegati in rete, se consente l'ascolto e/o la visione dei programmi radiotelevisivi via internet, e non attraverso la ricezione del segnale digitale terrestre o satellitare, non è assoggettabile a canone.
- 3) Un apparecchio si intende atto a ricevere le radioaudizioni solo se include nativamente un sintonizzatore, un decodificatore ed un trasduttore del segnale. Il sintonizzatore preleva il segnale di antenna; il decodificatore lo decompone e lo traduce nel formato idoneo ad essere riproducibile dall'apparecchio; il trasduttore converte il segnale elettrico ricevuto dal sintonizzatore ed interpretato dal decodificatore in segnale audio/video, rendendolo ascoltabile.
- 4) Un apparecchio si intende "adattabile" a ricevere le radioaudizioni solo se include almeno il sintonizzatore.

Quindi, in estrema sintesi, un apparecchio è assoggettabile a canone radiotelevisivo a condizione che incorpori almeno un sintonizzatore.

Il valore complessivo dell'evasione relativa al canone ordinario è stimata dalla società in oltre 600 milioni di euro all'anno. Di fatto il valore dell'evasione del canone ordinario è pari a circa un quinto del fatturato complessivo del Gruppo RAI.

Di seguito sono evidenziati alcuni dati significativi per la comprensione del fenomeno:

- Stima famiglie non abbonate: oltre 6.000.000.
- Avvisi inviati fra il 2011 e il 2012 (prime comunicazioni e solleciti): oltre 12.000.000.
- Nuovi abbonamenti ordinari:
 - a. 364.423 nel 2011 (di cui : 218.414 da attività di mailing e 105.468 da agenti e spontanei 40.541).

- b. 445.365 nel 2012 (di cui : 234.715 da attività di mailing e 108.872 da agenti e spontanei 101.778).

Rispetto all'evasione del canone ordinario, le potenziali utenze televisive non paganti sono pari a 6.027.399 e, cioè, al 26,51% delle famiglie.

Si tratta di una media estremamente elevata ove raffrontata con quella europea che si attesta intorno all'8%.

L'evasione è differenziata nel territorio: nel nord Italia è stimata in 2.539.042 utenze (23,13%), nel centro 834.593 (19,42%), nel sud 1.665.558 (33,83%) e nelle isole 988.206 (38,95%).

Nel prospetto che segue sono indicate le percentuali di evasione dal pagamento del canone ordinario riferite agli anni dal 2008 al 2012:

Evasione canone					
Anni di riferimento	2008	2009	2010	2011	2012
Percentuale di evasione	26,1%	26,5%	26,7%	26,5%	26,0%

Fonte: RAI

Per quanto si riferisce all'evasione dal pagamento del canone speciale, si premette che il mercato potenziale complessivo di riferimento è di circa 1.350.000 "esercizi".

Nel 2011 le utenze speciali sono state pari a n. 287.000 (228.000 TV + 59.000 radio), con un ricavo annuo di circa 60 milioni di euro; nel 2012 hanno raggiunto la quota di n. 331.000 (270.000 TV + 61.000 radio), con un ricavo annuo di circa 70 milioni di euro.

Il mancato introito potenziale, nel caso teorico che tutti gli "esercizi" non paganti (circa 1.000.000), siano accessoriati con un apparecchio radiotelevisivo e, quindi, siano tutti assoggettati al pagamento del canone, si posiziona intorno alla somma di 170 milioni di euro annui.

Il volume del ricavo potenziale si attesterebbe, quindi, in 230 milioni di euro nel 2011 e in 240 milioni di euro nel 2012. La valutazione dell'Azienda, al riguardo, è che

l'evasione dal pagamento dei canoni speciali sia valutabile nella misura del 65-70% dei citati 1.000.000 "esercizi", corrispondenti circa a 100 milioni di euro all'anno.

La situazione del canone speciale aggiornata al 31 dicembre 2011 e al 31 dicembre 2012, viene esposta nelle tabelle seguenti.

ABBONAMENTI 2011

Tipologia ¹⁰³	Abbonati TV	Abbonati Radio	Totale Abbonati
Albergatori	25.993	124	26.117
Altre strutture ricettive	22.310	131	22.441
Sanità	6.575	196	6.771
Esercizi pubblici	108.941	19.534	128.475
Enti pubblici	2.226	5	2.231
Poste	23		23
Studi professionali	5.707	1.723	7.430
Uffici	10.284	1.856	12.140
Altri	44.679	34.354	79.033
Totale	226.738	57.923	284.661

¹⁰³ Le utenze da canone speciale sono distinte in:

- Albergatori (Alberghi, pensioni, motel, affittacamere, villaggi turistici)
- Circoli (Associazioni culturali e sportive)
- Sanità (case di cura, case di riposo, ospedali)
- Esercizi pubblici (Ristoranti, bar, birrerie, pizzerie)
- Enti pubblici (ministeri, comuni, province, regioni , sedi di partito, associazioni sindacali) Poste (uffici postali)
- Studi professionali (avvocati, geometri, dentisti, commercialisti, etc.)
- Uffici e laboratori (agenzie, uffici, banche, artigiani, fotografi e laboratori)
- Altri (scuole professionali parrucchieri, negozi).

ABBONAMENTI 2012

Tipologia ¹⁰⁴	Abbonati TV	Abbonati Radio	Totale Abbonati
Albergatori	52.948	267	53215
Altre strutture ricettive	24.359	369	24.728
Sanità	8.915	239	9.154
Esercizi pubblici	94.013	18.673	112.686
Enti pubblici	10.048	82	10.130
Poste	20		20
Studi professionali	7.795	1.814	9.609
Uffici	15.773	2.806	18.579
Altri	51.193	35.019	86.212
Totale	265.064	59.269	324.333

L'attività svolta dalla RAI nel 2011 e 2012 per la riscossione del canone speciale, può essere sintetizzata nella tabella seguente:

riscossione canone speciale	2011	2012
numero avvisi inviati	802.878	1.368.728
numero nuove utenze speciali	37.535	61.121

¹⁰⁴ Vedasi precedente nota 45.

Le nuove utenze speciali acquisite nel 2012, appaiono significativamente superiori a quelle ottenute nel 2011 (+23.586). La ragione della migliore performance conseguita nel 2012 è da ricercare nel quadro della maggiore attenzione alla complessiva lotta all'evasione fiscale, nella più elevata resa dell'attività di mailing nonché nell'introduzione, avvenuta con il decreto legge 6 dicembre 2011, n. 201, convertito dalla legge 22 dicembre 2011, n. 214, dell'obbligo per società ed imprese di indicare nella relativa dichiarazione dei redditi, tra l'altro, il numero di abbonamento speciale alla radio o alla televisione.

12.4 La morosità degli abbonati

Gli abbonati morosi vengono individuati dalla struttura preposta sulla base dei pagamenti ricevuti nel termine del 31 gennaio dell'anno di competenza, esteso ai 30 giorni successivi con sanzione amministrativa ridotta.

Nel sottostante quadro è indicata l'incidenza percentuale del numero degli abbonati morosi sugli iscritti e quella delle disdette sugli abbonati paganti.

Morosità abbonati				
Anni di riferimento	2009	2010	2011	2012
Percentuale di incidenza				
a) <i>Morosi/totale iscritti</i>	4,7%	5,1%	5,3%	5,6%
b) <i>Disdette/abbonati paganti</i>	2,0%	1,9%	2,1%	2,1%

In forza della vigente convenzione, la RAI è tenuta a fornire all'Agenzia delle Entrate il supporto necessario per recuperare, in via "bonaria", i canoni, gli interessi e le sanzioni non corrisposti dagli utenti entro le suddette scadenze.

La riscossione coattiva, successiva al recupero bonario, in passato di competenza del S.A.T. (Servizio Abbonamenti Televisivi), è ora svolta dalla società concessionaria della riscossione "Equitalia". Pertanto, attualmente il S.A.T. (Servizio Abbonamenti Televisivi), e per suo conto la Rai, cura soltanto il recupero bonario della morosità. Gli interventi della Rai, nella procedura di recupero della morosità, consistono

nell'invio di un formale avviso di pagamento, eventualmente seguito da uno o più solleciti.

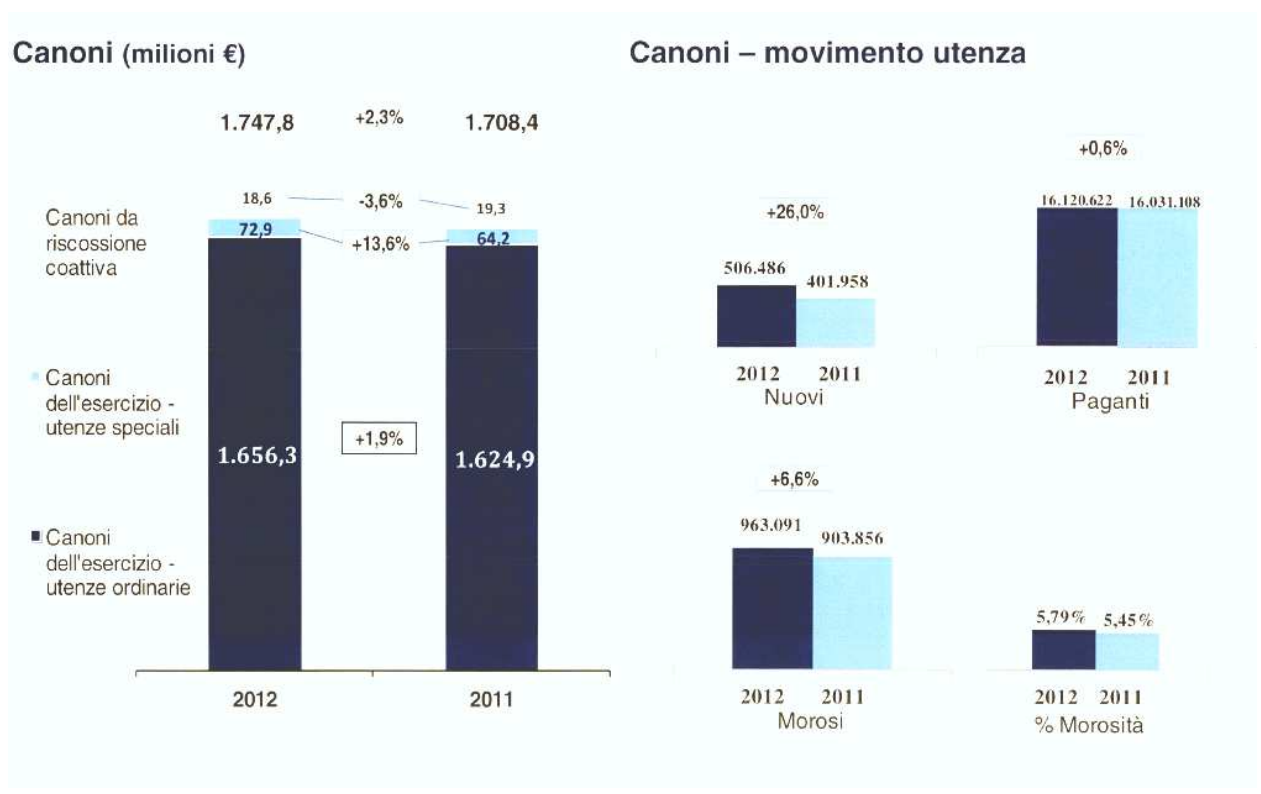
I nominativi di coloro i quali non abbiano provveduto al tempestivo pagamento vengono trasmessi alla concessionaria "Equitalia" per l'emissione della cartella e la successiva ed eventuale procedura esecutiva (pignoramento e vendita coattiva).

Il Collegio sindacale, come emerge dai relativi verbali, ha ripetutamente segnalato, anche nel corso degli esercizi presi in considerazione nei precedenti referti, l'esigenza di interventi, anche normativi, per risolvere l'annoso problema dell'evasione dal pagamento del canone e quello della morosità, rappresentando che la marcata insufficienza del gettito derivante da tale ricavo, nelle nuove misure previste, rende difficoltoso l'adempimento da parte della concessionaria degli obblighi connessi al servizio pubblico.

Nel nuovo Piano Industriale, la RAI prevede l'identificazione di azioni finalizzate al contenimento dell'evasione del canone di abbonamento.

Allo stato, peraltro, con gli attuali strumenti legali disponibili, come rilevato anche dal Collegio sindacale, il fenomeno non viene efficacemente contrastato.

Il seguente prospetto consente una visione globale del ricavo derivante dal canone radiotelevisivo, negli anni di riferimento, e il relativo movimento di utenza.



Fonte RAI S.p.A.

13. Gli altri ricavi.

13.1 I ricavi commerciali

Il processo di risanamento dei conti pubblici nazionali e la conseguente contrazione della spesa, ha determinato, tra l'altro, un progressivo ridimensionamento delle iniziative della Pubblica Amministrazione che, negli anni precedenti, avevano dato origine a convenzioni stipulate con la Rai, con un'ulteriore perdita di risorse commerciali per la società, che ha interessato i principali accordi e convenzioni con la Presidenza del Consiglio dei Ministri, con amministrazioni centrali dello Stato e con enti locali.

I ricavi del gruppo Rai sono gestiti dalla direzione commerciale e dalle società controllate nonché, marginalmente, da altre direzioni della Capogruppo.

I proventi possono essere distinti in relazione alla tipologia di derivazione e alla struttura che ne cura l'acquisizione al bilancio, secondo il seguente schema:

ANNO 2012

Direzione Commerciale Rai	▶ Convenzioni	43	135
	▶ Commercializzazione diritti	27	
	▶ New business	4	
	▶ Edizioni Musicali	7	
	▶ Canali tematici	4	
	▶ Home video	4	
	▶ Library sportive	46	
Rai Cinema	▶ Distribuzione cinema e home video	32	59
	▶ Vendita diritti Pay TV	13	
	▶ Altre commercializzazioni e rimborsi	14	
Rai Way	▶ Servizi di trasmissione e diffusione	35	35
Sipra / Rai Net	▶ Affitti, cambi merce	6	7
	▶ Altri accordi commerciali	1	
Altre Direzioni Rai	▶ Cessione di diritti e contenuti	12	34
	▶ Rimborsi/recuperi di spesa	22	
			270

Fonte RAI S.p.A.

Nel periodo 2007 – 2012, la flessione dei ricavi commerciali è risultata superiore ai 140 milioni di euro.

In dettaglio il decremento ha interessato le singole tipologie di provento nelle misure evidenziate nel sottostante quadro:

Direzione Commerciale Rai	▶ Convenzioni	-47	-55
	▶ Commercializzazione diritti	-12	
	▶ New business	-17	
	▶ Edizioni Musicali	-2	
	▶ Canali tematici	-1	
	▶ Home video	-4	
	▶ Library sportive	+28	
Rai Cinema	▶ Distribuzione cinema e home video	-24	-17
	▶ Vendita diritti Pay TV	+3	
	▶ Altre commercializzazioni e rimborsi	+4	
Rai Sat	▶ Contratto SKY ed altri ricavi	-56	-56
Rai Way	▶ Servizi di trasmissione e diffusione	-2	-2
Altre controllate	▶ Affitti, cambi merce	-	-1
	▶ Ricavi diversi	-1	
Altre Direzioni Rai	▶ Cessione di diritti e contenuti	-14	-9
	▶ Rimborsi/recuperi di spesa	+5	
			-140

Fonte RAI S.p.A.

I più significativi decrementi hanno riguardato il contratto con la società SKY e gli altri ricavi di competenza di Rai Sat nonchè le convenzioni. La prima delle indicate voci di entrata si è completamente azzerata nel 2009, stante il mancato rinnovo del richiamato contratto che aveva consentito ricavi per 53 milioni di euro, mentre l'altra ha evidenziato una notevolissima contrazione (- 47 milioni di euro).

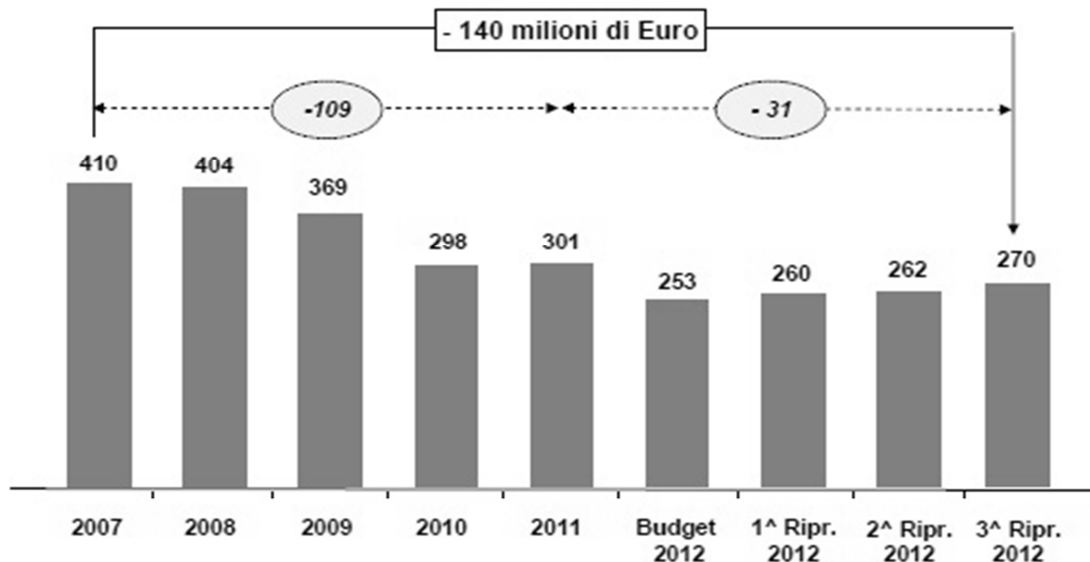
Il dettaglio analitico della rappresentata situazione è così sintetizzabile:

▶ Convenzioni con la Presidenza del Consiglio dei Ministri (PCM, Rai Italia e Minoranze linguistiche)	- 30	} -48
▶ Convenzioni con la Pubblica Amministrazione	- 18	
▶ Commercializzazione dei diritti e dei contenuti Rai	- 42	} -67
▶ Distribuzione cinema e home video (HV)	- 28	
▶ Trasmissione e diffusione	- 2	
▶ Altri ricavi	5	
▶ Accordi con i club calcistici	+ 28	} 28
▶ Contratto Rai Sat – Sky	- 53	} -53
Ricavi Commerciali 2012 (euro milioni)	270	- 140

Fonte RAI S.p.A.

Il progressivo peggioramento dei proventi in rassegna è stato mitigato dalla crescita di alcune entrate (Library sportive, vendita diritti pay - tv, altre commercializzazioni, rimborsi e recuperi) pari a 40 milioni di euro.

L'andamento dei proventi commerciali dal 2007 al 2012 è rappresentata nel seguente grafico.



Fonte RAI S.p.A.

I ricavi commerciali, avuto riguardo alla loro tipologia, possono essere distinti in diverse categorie: commercializzazione di diritti e contenuti, convenzioni con la

Presidenza del Consiglio, distribuzione cinema e home video, trasmissione e diffusione, convenzioni con la pubblica amministrazione, accordi di calcio e altro.

Il loro peso e andamento, nel lungo periodo preso a riferimento, sono esposti nelle sottostanti risultanze.

	2007	2008	2009	2010	2011	Budget 2012	1^ Ripr. 2012	2^ Ripr. 2012	3^ Ripr. 2012	Δ 2012-2007
Comm.ne diritti e contenuti	123	117	106	86	75	65	72	72	81	-42
Convenzioni PCM	52	57	57	47	43	22	22	22	22	-30
Distribuzione cinema e HV	64	61	47	50	48	36	36	38	36	-28
Trasmissione e diffusione	37	39	39	38	35	35	35	35	35	-2
Convenzioni PA	35	29	27	25	19	19	19	17	17	-18
Altro	28	29	28	33	36	30	30	32	33	5
Totale	339	332	304	279	256	207	214	216	224	-115
Accordi sport (*)	18	17	32	19	45	46	46	46	46	28
Contratto Sky	53	55	33	-	-	-	-	-	-	-53
Totale Ricavi Commerciali	410	404	369	298	301	253	260	262	270	-140

Fonte RAI S.p.A.

14. Gli interventi per il riequilibrio della gestione

Come già accennato gli ultimi anni sono stati caratterizzati da una grave crisi economica.

Per la RAI la congiuntura negativa ha inciso profondamente sui ricavi, in particolare quelli derivanti dalla pubblicità e dalle convenzioni con gli enti pubblici.

Per fronteggiare la descritta situazione, l'Azienda è intervenuta sul fronte dei costi, operando razionalizzazioni e riduzioni di spesa.

In una situazione caratterizzata dalla sostanziale costanza degli assetti produttivi ed industriali, si è agito sui costi esterni e sugli investimenti, in particolare nell'area prodotto, che rappresenta oltre l'ottanta per cento del totale delle risorse allocate.

Parallelamente agli interventi gestionali sull'area del prodotto, l'Azienda ha agito anche sui costi di struttura, con risultati, peraltro, di modesto impatto.

La strategia di contenimento dei costi applicata agli investimenti nelle opere audiovisive, sia di Fiction che di Cinema, ha prodotto una riduzione di quasi 15 milioni di euro nel 2011 rispetto all'esercizio precedente, prossima ai 120 milioni di euro se raffrontata con i volumi di investimento del 2007.

La Corte ritiene che i risultati raggiunti non siano sufficienti ai fini di un effettivo riequilibrio della gestione, tenuto anche conto dell'andamento del mercato della pubblicità e di tutti gli altri fattori che incidono negativamente sui ricavi.

Nell'attuale contesto economico è necessario pianificare un sostanziale contenimento dei costi, soprattutto quelli della produzione, avuto riguardo al contesto reale nel quale si iscrive l'attività della RAI e, quindi, tenendo conto delle reali entrate e, in particolar modo della drastica riduzione dei ricavi derivanti da pubblicità e da attività commerciali, non compensata, se non in misura marginale, dall'incremento dei proventi da canone radiotelevisivo.

Del resto una rigorosa razionalizzazione dei costi permetterebbe di neutralizzare gli squilibri rilevati nella contabilità separata e, ove coniugata ad una efficace lotta all'evasione del pagamento del canone radiotelevisivo, inciderebbe sulla misura del canone stesso, determinandone il decremento a beneficio della collettività che lo corrisponde.

15. Il Digitale terrestre

Il digitale terrestre è sistema di trasmissione di canali televisivi che utilizza il linguaggio digitale come tecnica per garantire una maggiore e migliore propagazione del segnale televisivo rispetto al vecchio sistema analogico¹⁰⁵.

La nuova tecnica Digital Terrestrial Television (DTT), configura una modalità con la quale è possibile comprimere il segnale della trasmissione, occupando meno frequenza; essa consente di diffondere fino a cinque programmi televisivi per multiplex, con canali audio e servizi interattivi aggiuntivi, mentre con il sistema analogico era possibile la trasmissione di un solo. L'insieme di canali televisivi diffusi su una singola rete digitale configura un multiplex o mux.

Il citato sistema di propagazione del segnale televisivo non è tipico del solo digitale terrestre, ma anche della tv satellitare e via cavo.

All'interno di un mux possono essere trasmessi in ogni frequenza televisiva una determinata quantità di dati digitali, nello standard utilizzato in Italia fino a 24 Mb/s, che contengono più canali televisivi o radiofonici.

Con le attuali tecniche di compressione, nel digitale terrestre in Italia per ogni vecchia frequenza analogica è possibile trasmettere in un mux fino a 5 canali televisivi a qualità standard, pur non esistendo, quello indicato, un numero prestabilito; peraltro, per garantire una buona qualità dell'immagine e del suono, attualmente, vengono irradiati cinque canali.

Un numero superiore, infatti, inciderebbe, peggiorandola, la qualità della diffusione, mentre un numero inferiore la eleva.

Quest'ultima evenienza si verifica per l'alta definizione (HD) che sfrutta un multiplex con la trasmissione al massimo due canali.

Per gli utenti i principali benefici derivanti dall'introduzione della DTT sono:

- un maggior numero di programmi disponibili (fino al quintuplo di quelli prima offerti);
- una migliore qualità immagine/audio fino all'alta definizione;
- la possibilità di partecipazione attiva e immediata ai programmi televisivi (espressione di preferenze, selezione di prodotti, ecc.) con semplici azioni sul telecomando, invece che con l'effettuazione di telefonate o l'invio di SMS;

¹⁰⁵ Il digitale terrestre offre, oltre ad una scelta più ampia e variegata di canali, una superiore qualità di immagini in confronto alla precedente tecnologia analogica: la visione in formato cinematografico (16:9) e la possibilità di trasmettere in alta definizione. Il sonoro, di qualità comparabile al Compact Disc, può essere multicanale, Dolby Digital o multilingua.

- la possibilità di usare il mezzo televisivo per acquisire servizi di informazione e di pubblica utilità;
- minori emissioni elettromagnetiche: la DTT richiede potenze di trasmissione inferiori rispetto a quella analogica.

Secondo la normativa europea, entro il 31 dicembre 2006 tutte le trasmissioni avrebbero dovuto essere messe in onda utilizzando una modalità in digitale e tutti i cittadini dell'Unione europea avrebbero dovuto munirsi di un dispositivo in grado di convertire o ricevere il segnale digitale.

Il calendario nazionale, approvato con decreto ministeriale del 10 settembre 2008, indicava l'anno 2012 come termine per la transizione alla tecnologia digitale terrestre delle trasmissioni televisive in tutto il territorio italiano.

Per tale attività la RAI riferisce di aver ricevuto dal 2007 al 2010 circa 57 milioni di euro quale contributo specifico da parte del Ministero dello sviluppo economico, come si dirà meglio in prosieguo. Per il 2011 sono stati ottenuti contributi per circa 2,5 milioni di euro, mentre nessun finanziamento è stato corrisposto per l'anno 2012.

La calendarizzazione indicata dal decreto ministeriale ha previsto che in Italia il passaggio alla nuova tecnologia avvenisse sulla base di switch off per "aree tecniche" (spegnimento delle trasmissioni in tecnologia analogica ed accensione delle stesse in tecnologia digitale).

Per ogni area tecnica, si è resa indispensabile la riprogettazione della rete di impianti di diffusione in tecnica digitale in modo da ottimizzare le trasmissioni risultanti. Nel delineato ed innovativo contesto, la Rai ha dovuto divulgare, in maniera efficace e pervasiva, i dettagli del cambiamento alla popolazione interessata, fornendo l'aiuto necessario durante la transizione e monitorando la qualità dei propri segnali digitali; inoltre, ha dovuto procedere ad accordi con gli enti locali al fine di agevolare il processo di transizione anche nelle aree marginali.

Tra il 2008 ed il 2010 è stato completato il passaggio al digitale nelle regioni Sardegna, Valle d'Aosta, Piemonte, Trentino Alto Adige, Lazio, Campania, Lombardia, Veneto, Emilia Romagna e Friuli Venezia Giulia.

La transizione alla nuova tecnologia nelle regioni Liguria, Toscana, Marche, Umbria, Abruzzo e provincia di Viterbo, si è perfezionata nel corso del 2011. In particolare il 2 novembre 2011 si è concluso lo switch off della regione Liguria (esclusa la provincia di La Spezia), coinvolgendo circa 1,4 milioni di abitanti. Il 2 dicembre è stata la volta di Toscana ed Umbria, della provincia di La Spezia e della provincia di Viterbo; in questa occasione sono stati coinvolti oltre di 5,2 milioni di cittadini. Il 21

dicembre, con lo switch off della regione Marche, il passaggio al digitale ha interessato più di 1,5 milioni di abitanti.

Il 4 luglio 2012, con la conversione dell'area di Palermo, il passaggio al digitale terrestre in Italia è stato completato.

Per ovviare all'impossibilità di coprire completamente il territorio italiano con i segnali digitali terrestri, dal 1 agosto 2009 è stata resa operativa la piattaforma satellitare gratuita Tivù Sat, costituita da RAI, Mediaset e Telecom Italia Media, ma aperta a tutte le emittenti digitali, sia terrestri che satellitari.

Tivù Sat replica su satellite l'offerta digitale in chiaro gratuita trasmessa via etere, garantendo così una copertura totale del territorio. I contenuti vengono trasmessi via satellite da Eutelsat Hotbird 13° est e l'offerta comprende anche servizi quali l'ordinamento canali (LCN) automatico e l'EPG. L'accesso ai contenuti di Tivù Sat avviene tramite una smart card inclusa nei decoder in vendita. Alla fine del 2011, Tivù Sat annoverava oltre 1.300.000 smart card attivate; nel 2012 più di 1.700.000.

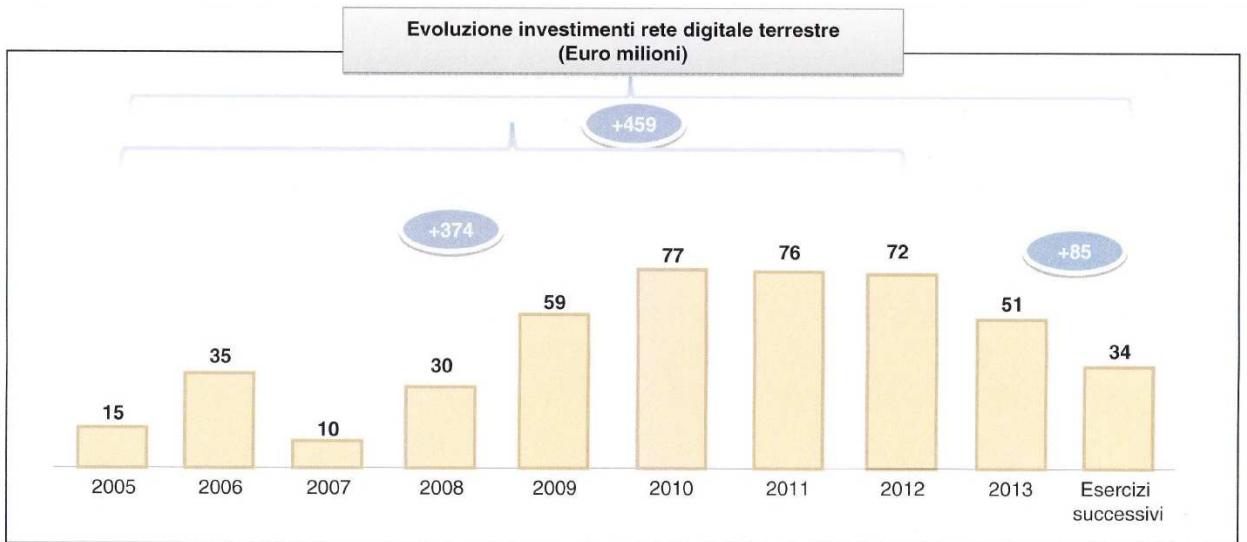
Il passaggio alla tecnologia digitale ha generato un impatto determinante sui conti economici aziendali, in particolare sotto il profilo finanziario.

L'Azienda è riuscita a finanziare il progetto anche con le proprie risorse, tenuto conto che la partecipazione pubblica ha coperto solo in parte le esigenze di investimento.

A tal proposito, si segnala che i contributi stanziati a favore della concessionaria hanno riguardato, principalmente, lo sviluppo della rete per i primi 2 anni (circa 50 milioni di euro). Per gli esercizi successivi, il contributo è stato nettamente inferiore, per un ammontare medio annuo di quasi 3 milioni di euro fino al 2011.

La Rai, per la copertura del territorio per lo sviluppo della rete digitale, ha investito, sino al 2012, 374 milioni di euro. Ulteriori impieghi di risorse per oltre 80 milioni di euro, sono previsti negli esercizi 2013 e 2014.

L'analisi delle spese per il digitale terrestre sostenute dalla società, viene esposta, nel dettaglio annuale, dal seguente diagramma.



Fonte RAI S.p.A.

Le sottostanti tabelle evidenziano i risultati degli ascolti (nell'orario di maggior affollamento – prime time - e durante l'intera giornata), delle emittente digitali free, ottenuti nel biennio in rassegna, e l'andamento delle stesse nel 2012 rispetto all'anno precedente.

PRIME TIME

2011			2012		ASCESA DISCESA resp..2011	posizione rispetto 2011	
1	Rai 4	1,01	1	Iris	1,13	↑	1
2	Iris	0,91	2	Rai 4	1,13	↓	-1
3	Boing	0,84	3	Rai Premium	1,06	↑	2
4	La5	0,80	4	Rai Movie	0,94	↑	2
5	Rai Premium	0,66	5	La5	0,84	↓	-1
6	Rai Movie	0,62	6	Real Time	0,76	↑	1
7	Real Time	0,59	7	Boing	0,75	↓	-4
8	K2	0,46	8	Cielo	0,64	↑	6
9	Rai YoYo	0,43	9	Rai YoYo	0,59	=	=
10	Rai 5	0,25	10	Italia 2	0,45	//	//

INTERA GIORNATA (2:00/25:59)

2011			2012		ASCESA DISCESA resp..2011	posizione rispetto 2011	
1	Boing	1,15	1	Real Time	1,37	↑	2
2	Rai 4	0,99	2	Rai Premium	1,23	↑	4
3	Real Time	0,93	3	Rai 4	1,10	↓	-1
4	Iris	0,85	4	Iris	1,10	=	=
5	La5	0,83	5	Boing	0,96	↓	-4
6	Rai Premium	0,78	6	Rai Movie	0,91	↑	3
7	K2	0,74	7	Rai YoYo	0,89	↑	1
8	Rai YoYo	0,69	8	La5	0,83	↓	-3
9	Rai Movie	0,58	9	Cielo	0,62	↑	5
10	La7d	0,29	10	K2	0,59	↓	-3

Fonte RAI S.p.A.

16. Modalità di gestione dei rischi finanziari

Come risulta dalla Relazione sulla gestione degli Amministratori, la società RAI, per far fronte al rischio di variazione dei tassi di interesse e dei cambi, stipula contratti derivati a copertura di specifiche posizioni.

I differenziali di interesse da incassare o pagare sugli *Interest Rate Swap* sono imputati a conto economico per competenza lungo la durata del contratto. Quelli maturati e non liquidati alla data di chiusura dell'esercizio, o liquidati anticipatamente rispetto alla competenza economica, sono esposti nella voce "*Ratei e risconti*".

I contratti derivati di copertura dal rischio di cambio sono posti in essere a fronte di impegni negoziali in valuta e comportano l'adeguamento del valore del debito sottostante. Il premio o lo sconto, scaturiti dal differenziale tra il *cambio a pronti* e *a termine* dell'operazione di copertura, sono iscritti nel conto economico in rapporto alla durata del contratto.

I rischi finanziari ai quali è esposto il Gruppo sono monitorati con strumenti informatici e statistici. Una *policy* regola la gestione finanziaria, con l'obiettivo di preservare il valore aziendale attraverso la continua vigilanza dell'esposizione e l'attuazione di strategie di copertura, attuate dalla Capogruppo, anche per conto delle società controllate.

In particolare:

- Il rischio di cambio è significativo in relazione all'esposizione in dollari statunitensi originata dall'acquisto di diritti sportivi denominati in valuta da parte di Rai e di diritti cinematografici e televisivi da parte di Rai Cinema. Nel 2011 tali impegni hanno generato pagamenti per circa 65 milioni di dollari per RAI (per il Gruppo per 220 milioni di dollari nel 2011 e 175 milioni di dollari nel 2012). La gestione è realizzata a far data dalla sottoscrizione dell'impegno commerciale, spesso di durata pluriennale, e si pone come obiettivo la salvaguardia del controvalore in euro degli impegni stimati in sede di ordine o di budget. Le strategie di copertura sono attuate attraverso strumenti finanziari derivati – che si sostanziano in acquisti a termine, swaps e strutture opzionali - senza assumere mai, come accennato, carattere di speculazione finanziaria. La *policy* di gruppo prevede limiti operativi cui deve attenersi l'attività di copertura.
- Il rischio tasso è anch'esso regolamentato dalla *policy* aziendale, in particolare per l'esposizione di medio-lungo termine, con specifici limiti operativi. In relazione

all'accensione del finanziamento a medio termine di seguito descritto, sono stati stipulati contratti di Interest Rate Swap per 205 milioni di euro, allo scopo di trasformare in tasso fisso il costo del finanziamento, erogato a tasso variabile e, quindi, soggetto alla volatilità di mercato.

- Il rischio di credito sugli impieghi di liquidità è limitato in quanto la *policy* aziendale prevede l'utilizzo di strumenti finanziari a basso rischio e con controparti di rating elevato. Sia nel corso del 2011 che del 2012 sono stati utilizzati, per le temporanee eccedenze di cassa, unicamente depositi vincolati o a vista con remunerazioni prossime al tasso Euribor.

- Il rischio di liquidità è gestito attraverso linee di affidamento a breve termine presso il sistema bancario per un importo per il 2011 di circa 475 milioni di euro e per il 2012 di circa 450 milioni di euro, sufficienti a fronteggiare i periodi di massimo scoperto in corso d'anno.

La capogruppo, inoltre, ha attivato un finanziamento di 220 milioni di euro nella tipologia stand-by con scadenza nel 2012 con un gruppo di sette banche nazionali e internazionali e, nel maggio 2011, ha sottoscritto un finanziamento di 295 milioni di euro con alcune banche, utilizzato per 210 milioni di euro al 31/12/2011 al fine di consolidare la propria struttura finanziaria in considerazione della crisi economica generale.

Sono venuti a scadenza nel febbraio 2013, i finanziamenti nella tipologia stand per un importo di 90 milioni di euro e una linea di factoring a valere sui crediti della società SIPRA, ora RAI PUBBLICITA', per circa 50 milioni di euro.

I citati finanziamenti consentono di coprire i periodi di scoperto che si verificano durante l'anno dovuti anche alla procedura di trasferimento al bilancio della società, della quota del canone radiotelevisivo da parte del Ministero dell'Economia e delle Finanze (attraverso quattro rate posticipate a fine trimestre) che, nel biennio in rassegna, come nell'esercizio precedente, ha generato rischi di liquidità per i ritardi significativi del versamento.

L'azienda, infine, a fronte dei rilevanti investimenti richiesti dal progetto del Digitale Terrestre, nel corso del 2012 ha sottoscritto con la Banca Europea degli Investimenti uno specifico finanziamento di 100 milioni di Euro a lungo termine, la cui erogazione è ripartita in due tranche nel corso del 2013.

Di seguito si riporta il fair value dei derivati riferiti alla data del 31 dicembre dei due anni in rassegna.

FAIR VALUE DERIVATI AL 31 dicembre 2011

	Nozionale 31.12.2011 migliaia di USD	Fair value al 31.12.2011 migliaia di Euro
Strumenti finanziari derivati di copertura		
- su cambi (1):		
. acquisti a termine e swaps	2.850	71
. strategie opzionali in acquisto su valute (Collar)	43.650	3.737
. opzioni valutarie	3.700	208
	50.200	4.016
- su tassi di interesse (2)		
. Interest Rate Swap	v. nota (3)	(6.065)
		(6.065)
Operazioni di copertura c/ Rai Cinema		
- su cambi (4):		
. acquisti a termine e swaps	7.700	25
. strategie opzionali in acquisto su valute (Collar)	54.000	2.299
. opzioni valutarie	-	-
	61.700	2.324

(1) Le operazioni sono effettuate a copertura di contratti commerciali denominati in USD, nel rispetto della policy di Gruppo.

(2) Operazioni di Irs a copertura del finanziamento a medio termine di Rai SpA.

(3) Nozionale di riferimento 205 milioni di Euro.

(4) Le operazioni sono effettuate per conto di Rai Cinema nell'esecuzione di uno specifico mandato, a copertura di contratti commerciali sottoscritti dalla stessa e denominati in USD, nel rispetto della policy di Gruppo.

FAIR VALUE DERIVATI AL 31 dicembre 2012

	Nozionale 31.12.2012 milioni di USD	Nozionale 31.12.2012 milioni di CHF	Fair value al 31.12.2012 milioni di Euro
Strumenti finanziari derivati di copertura			
- su cambi (1):			
. acquisti a termine e swaps	13,5	1,0	..
. strategie opzionali in acquisto su valute	33,8	-	(0,2)
	47,2	1,0	(0,2)
- su tassi di interesse (2)			
. Interest Rate Swap	v. nota (3)		(7,6)
			(7,6)

(1) Le operazioni sono effettuate a copertura di contratti commerciali denominati in USD e CHF, nel rispetto della policy di Gruppo.

(2) Operazioni di Irs a copertura del finanziamento Rai di 295 milioni di Euro.

(3) Nozionale di riferimento 205 milioni di Euro.

17. Gestione economica, patrimoniale e finanziaria

17.1 Notazioni di sintesi

Nel biennio in rassegna, la Società ha redatto il bilancio di esercizio nel rispetto delle disposizioni di cui all'art. 2423 e seguenti del codice civile, e sulla scorta dei principi contabili e dei criteri di valutazione nella prospettiva della continuità aziendale.

I principi contabili applicati sono rimasti invariati rispetto al precedente esercizio, con l'unica eccezione, riguardante il solo bilancio della capogruppo, della valutazione delle partecipazioni in società controllate e collegate che, a partire dall'esercizio 2012, sono registrate con il metodo del patrimonio netto in luogo del metodo del costo, adottato fino al 31 dicembre 2011.

Le ragioni di tale cambiamento sono ispirate dalla necessità di fornire una migliore rappresentazione della propria situazione patrimoniale, economica e finanziaria e di incrementare la consistenza dei mezzi propri, che, in tal modo, si allineano a quelli del bilancio consolidato. In sede di prima applicazione si è, quindi, proceduto a rilevare i maggiori valori delle partecipazioni conseguenti agli utili determinatisi nei precedenti esercizi con effetto su una apposita riserva di rivalutazione di partecipazioni non distribuibile che rappresenta l'effetto pregresso determinato dalla variazione del principio contabile. L'utile o la perdita d'esercizio della partecipata, debitamente rettificato, è imputato nel conto economico nello stesso esercizio al quale il risultato si riferisce.

I bilanci sono composti dallo Stato Patrimoniale, dal Conto Economico, dalla Nota Integrativa e sono corredati dalla Relazione degli Amministratori sull'andamento della gestione. Il controllo contabile ai sensi dell'art 2049 bis del codice civile – ora revisione legale ai sensi del decreto legislativo 27 gennaio 2010, n. 39 - è stato esercitato dalla società di revisione.

Considerato che dalla Nota Integrativa possono desumersi in modo compiuto ed analitico tutte le informazioni sulle componenti del bilancio, in questa sede si pongono in evidenza i fatti gestionali o le operazioni contabili che hanno particolarmente inciso sul risultato degli esercizi in esame. Sulla regolarità dei valori iscritti in bilancio e della compilazione dei documenti contabili si sono espressi favorevolmente sia il Collegio sindacale che la società di revisione.

L'andamento gestionale della RAI nel biennio 2010-2011 è sintetizzabile nei seguenti principali indicatori economico/finanziari/patrimoniali:

(valori in milioni di euro)

Principali indicatori				
	Anni di riferimento	2010	2011	2012
RAI S.p.A.	Risultato netto	(128,4)	39,4	(245,7)
	Patrimonio netto	374,8	427,5	294,1
	Posizione finanziaria netta	3,7	0,8	(122,7)
Gruppo	Risultato netto	(98,2)	4,1	(244,6)
	Posizione finanziaria netta	(150,4)	(272,4)	(366,2)

Il risultato 2011 si mostra in netto miglioramento rispetto al consuntivo dell'esercizio precedente che chiudeva con una perdita di 128,4 milioni di euro (98,2 milioni di euro a livello di Gruppo).

Di contro, nello stesso anno, viene ad emersione un peggioramento della stabilità finanziaria, di cui costituisce segnale la negativa posizione finanziaria netta di Gruppo, pari a 272,4 milioni di euro (150,4 milioni nel 2010). Per quanto riguarda RAI spa, invece, la posizione finanziaria netta appare positiva, ancorchè in misura più contenuta rispetto all'esercizio precedente (0,8 milioni di euro nel 2011 contro 3,7 milioni di euro nel 2010, pari a -78% circa). La crescita dell'indebitamento, nonostante il risultato economico in sostanziale equilibrio, è determinata, secondo la società, in maniera significativa dalla variazione di alcune poste di capitale d'esercizio, principalmente per ritardati incassi di crediti da convenzioni per servizi resi a favore dello Stato e per rilevanti esborsi a fronte di futuri grandi eventi sportivi (Campionati Europei e Mondiali di calcio, Olimpiadi estive).

Il risultato 2012 espone un netto peggioramento rispetto all'esercizio precedente che chiudeva con un utile di 39,4 milioni di euro (4,1 milioni di Euro a livello di Gruppo).

Pur in presenza dell'adeguamento del canone unitario - in linea con il trend storico e ancorato al tasso inflattivo - e della crescita degli utenti paganti, fattori che hanno consentito l'acquisizione di maggiori risorse per 39,4 milioni di euro, è proseguita la discesa, avviatasi nel 2008, dei ricavi pubblicitari che, nel 2012, è stata pari a quasi 210 milioni di euro (circa 220 al livello consolidato), corrispondente a una flessione di circa il 23%.

Sul versante dei costi operativi – pur scontando la presenza, come in ogni esercizio pari, di grandi eventi sportivi – si è rafforzata, a perimetro costante ossia a sostanziale invarianza degli assetti produttivi e dell'ampiezza dell'offerta, la tendenza al contenimento della spesa. Senza considerare l'incidenza degli oneri sostenuti per i grandi eventi sportivi, ammontante a circa 140 milioni di euro, il decremento dei costi si è attestato intorno ai 110 milioni di euro.

Il conto economico recepisce anche gli oneri che deriveranno dal rinnovo del contratto collettivo di lavoro di quadri, impiegati e operai, scaduto il 31 dicembre 2009, siglato nel febbraio 2013.

Sul risultato, infine, incidono oneri straordinari netti per 48,8 milioni di euro (50,9 milioni di euro a livello di Gruppo) principalmente connessi agli accantonamenti per incentivazioni all'esodo mirate alla riduzione dei costi di struttura attraverso pensionamenti anticipati dei dipendenti.

La posizione finanziaria netta di gruppo a fine esercizio, negativa per 366,2 milioni di euro, presenta un notevole peggioramento rispetto al precedente esercizio di 93,8 milioni di euro, pari ad oltre il 74%.

Quella di Rai spa risulta fortemente peggiorata ove si consideri che a fronte di un risultato positivo registrato nel 2011, di 0,8 milioni di euro, nel 2012 è stato registrato un esito di segno opposto pari a 122,7 milioni di euro.

17.2 Lo stato patrimoniale

Nei prospetti che seguono sono riportati i dati dello stato patrimoniale degli esercizi 2010 - 2012 di RAI SpA.

(migliaia di euro)

STATO PATRIMONIALE - ATTIVO		2010	2011	2012
A	Crediti v/soci per versamenti ancora dovuti			
B	Immobilizzazioni			
	I. Immobilizzazioni immateriali			
	3. Diritti di brevetto industriale e diritti di utilizzazione delle opere dell'ingegno	220.801	222.443	182.798
	4. Concessioni, licenze, marchi e diritti simili	17.998	14.677	11.290
	6. Immobilizzazioni in corso e acconti	202.091	184.711	215.160
	7. Altre	10.491	11.724	9.859
	Totale immobilizzazioni immateriali	451.381	433.555	419.107
	II. Immobilizzazioni materiali			
	1. Terreni e fabbricati	129.898	176.343	168.067
	2. Impianti e macchinari	108.080	99.570	110.017
	3. Attrezzature industriali e commerciali	5.144	4.346	3.875
	4. Altri beni	28.561	26.626	27.045
	5. Immobilizzazioni in corso e acconti	50.031	55.699	50.408
	Totale immobilizzazioni materiali	321.714	362.584	359.412
	III. Immobilizzazioni finanziarie			
	1. Partecipazione in			
	a) imprese controllate e non consolidate	304.851	297.345	425.359
	b) imprese collegate	1.612	1.611	9.718
	d) altre imprese	750	812	825
	2. Crediti			
	a) verso imprese controllate	-	11	66
	d) verso altri			
	importi esigibili entro l'esercizio successivo	203	218	433
	importi esigibili oltre l'esercizio successivo	4.998	8.211	9.155
	3. Altri titoli	3.750	3.737	1.444
	Totale immobilizzazioni finanziarie	316.164	311.945	447.000
	Totale immobilizzazioni	1.089.259	1.108.084	1.225.519
C	Attivo circolante			
	I. Rimanenze			
	1. Materie prime, sussidiarie e di consumo	646	587	611
	4. Prodotti finiti e merci	280	779	1.042
	Totale rimanenze	926	1.366	1.653
	II. Crediti			
	1. v/ clienti	283.231	351.883	261.153
	2. v/ imprese controllate	595.131	705.699	538.770
	3. v/ imprese collegate	127	340	201
	4 bis. Crediti tributari	54.968	48.632	102.113
	4 ter. Imposte anticipate	41.268	27.915	33.514
	5. v/ altri	63.500	157.160	56.606
	Totale crediti	1.038.225	1.291.629	992.357
	III. Attività finanziarie che non cost. immob.			
	6. Altri titoli		-	-
	Tot. attività finanziarie che non cost. immob.		-	-
	IV. Disponibilità liquide			
	1. Depositi bancari e postali	1.842	18.239	10.228
	2. Assegni	27	21	52
	3. Denaro e valori in cassa	409	400	362
	Totale disponibilità liquide	2.278	18.660	10.642
	Totale attivo circolante	1.041.429	1.311.655	1.004.652
D	Ratei e risconti	41.140	44.359	20.698
	TOTALE ATTIVO	2.171.828	2.464.098	2.250.869

Le immobilizzazioni immateriali (sostanzialmente i costi dei programmi televisivi) e quelle materiali (costituite prevalentemente da terreni, fabbricati industriali e impianti e macchinari), subiscono entrambe una flessione nel 2012 ascrivibile principalmente al saldo fra incrementi conseguenti a investimenti dell'esercizio e decrementi per le quote di ammortamento.

Va osservato che le immobilizzazioni immateriali, negli esercizi in rassegna, evidenziano un calo in valore assoluto rispetto ai valori del 2010 (451.381 migliaia di euro nel 2010, 433.555 migliaia di euro nel 2011 e 419.107 migliaia di euro nel 2012).

Opposto fenomeno ha interessato le immobilizzazioni materiali, il cui trend rende evidente un aumento dei rispettivi volumi rispetto al 2010, ancorchè nel 2012 si registri un valore (359.412 migliaia di euro) lievemente inferiore al risultato del 2011 (362.584 migliaia di euro).

Le immobilizzazioni finanziarie, che nel 2011 (311.945 migliaia di euro) erano risultate inferiori a quelle del 2010 (316.164 migliaia di euro), nel 2012 si attestano in 447.000 migliaia di euro, crescita riconducibile alla applicazione del principio contabile di valutazione delle partecipazioni in società controllate e collegate al patrimonio netto.

Nel complesso gli investimenti in programmi televisivi (prevalentemente fiction) effettuati nel 2010 ammontano a 284.785 migliaia di euro, mentre nel 2011 scendono a 255.300 migliaia di euro e nel 2012 ancora a 244.665 migliaia di euro.

Come rilevato dal Collegio dei sindaci nella relazione al bilancio, nella voce immobilizzazioni immateriali non figurano i costi di impianto e ampliamento nonché di ricerca, sviluppo e pubblicità aventi utilità pluriennali.

Per quanto riguarda i crediti, quelli iscritti nel 2011, pari a 1.291.629 migliaia di euro, evidenziano, rispetto al precedente esercizio, un incremento di 285.403 migliaia di euro; anche i debiti iscritti nello stesso anno per 1.307.705 migliaia di euro, registrano una crescita di 252.242 migliaia di euro rispetto al 2010.

Al contrario i crediti annotati nel 2012, ammontati a 92.357 migliaia di euro, mettono in risalto la netta diminuzione, pari a 299.272 migliaia di euro rispetto al 2011, esito che ha interessato pure i debiti, iscritti per 1.164.236 migliaia di euro, con una riduzione di 143.469 migliaia di euro.

I crediti per imposte differite attive - esposti nei limiti dei benefici fiscali conseguibili in esercizi futuri - sono, in buona parte, relativi all'imponibile fiscale negativo dell'esercizio che trova integrale compensazione con gli imponibili fiscali delle controllate nell'ambito del consolidato fiscale 2012 e alle differenze temporanee di nuova iscrizione relative a immobilizzazioni in programmi, di certo recupero in quanto

trasformabili in credito d'imposta; come negli anni scorsi, non sono stati iscritti a bilancio crediti per imposte differite attive su perdite IRES, eccedenti gli imponibili fiscali apportati dalle società controllate.¹⁰⁶

(migliaia di euro)

STATO PATRIMONIALE - PASSIVO		2010	2011	2012
A PATRIMONIO NETTO				
I. Capitale		242.518	242.518	242.518
IV. Riserva legale		6.977	6.977	8.944
VII. Altre riserve		253.774	138.714	288.349
VIII. Utili (perdite) portati a nuovo		-	-	-
IX. Utile (perdita) dell'esercizio		(128.467)	39.339	(245.663)
TOTALE PATRIMONIO NETTO		374.802	427.548	294.148
B Fondi per rischi ed oneri				
1. Per trattamento di quiescenza e obblighi simili		150.502	154.821	153.849
2. Per imposte, anche differite		9.889	7.215	4.209
3. Altri		227.357	225.931	308.388
Totale fondi per rischi ed oneri		387.748	387.967	466.446
C Trattamento fine rapporto di lavoro subordinato		305.142	296.114	288.759
D Debiti				
4. Debiti v/ banche				
<i>importi esigibili entro l'esercizio successivo</i>		147.979	72.527	174.964
<i>importi esigibili oltre l'esercizio successivo</i>		-	210.000	196.667
6. Acconti		747	3.077	2.823
7. Debiti v/ altri fornitori		557.103	658.686	510.925
9. Debiti v/ imprese controllate		166.657	177.281	121.583
10. Debiti v/ imprese collegate		5.646	4.256	4.304
11. Debiti v/ controllanti		-	-	-
12. Debiti tributari		71.806	67.665	45.782
13. Debiti v/ istituti previdenza e sicurezza sociale		45.030	47.825	46.464
14. Altri debiti		60.495	66.388	60.724
Totale debiti		1.055.463	1.307.705	1.164.236
E Ratei e risconti				
		48.673	44.764	37.280
TOTALE PASSIVO		2.171.828	2.464.098	2.250.869

Per quanto concerne i debiti, particolare attenzione meritano quelli finanziari verso banche: nel 2011 ammontano complessivamente a 282.527 migliaia di euro, con un incremento netto di 134.548 migliaia di euro rispetto all'anno precedente,

¹⁰⁶Relazione sul bilancio di esercizio del Collegio sindacale.

crescita rilevata anche nel 2012 (371.631 migliaia di euro, con un incremento netto di 89.104 migliaia di euro rispetto al 2011).

Nel prospetto che segue sono riportati il valore complessivo dei crediti iscritti nell'attivo circolante, senza distinzione in ordine alle scadenze, quello delle disponibilità liquide e quello dei debiti.

(valori in milioni di euro)

Crediti e Debiti				
Anni di riferimento		2010	2011	2012
A -	Crediti	1.038	1.292	992
B -	Disponibilità liquide	2	19	11
C -	Totale crediti (A+B)	1.040	1.311	1.003
D -	Totale debiti	1.055	1.308	1.164
Differenza tra totale crediti e totale debiti (C-D)		-15	3	-161

L'andamento dei crediti e debiti nel biennio, appare di segno opposto. Indipendentemente dalle scadenze, si nota che mentre per l'esercizio 2011 il volume dei crediti è superiore a quello dei debiti, per l'anno nel 2012 risulta inferiore la massa dei crediti.

Particolarmente rilevante appare il differenziale tra le due entità, positivo nel 2011, per circa 3 milioni di euro, e nettamente negativo alla chiusura dell'anno successivo con uno squilibrio di 161 milioni di euro

Per quanto riguarda i crediti Rai nei confronti delle società controllate, la maggior parte di essi, come emerge dal quadro seguente, si riferisce ai rapporti commerciali e finanziari con le società stesse. I crediti verso le società collegate, per entrambi gli esercizi, sono, invece, di importo assai modesto.

(valori in milioni di euro)

Crediti Rai/Controllate			
Anni di riferimento	2010	2011	2012
Crediti verso Società controllate	595	706	539
Crediti complessivi iscritti in bilancio	1.038	1.292	992
Incidenza	57,3%	54,6%	54,3%

I debiti di Rai spa nei confronti delle controllate evidenziano importi poco rilevanti, come si evince dalla sottostante rappresentazione.

(valori in milioni di euro)

Debiti Rai/Controllate			
Anni di riferimento	2010	2011	2012
Debiti verso Società controllate	167	177	122
Debiti complessivi iscritti in bilancio	1.055	1.308	1.164
Incidenza	15,8%	13,5%	10,5%

Dai dati sopra esposti si evince che, indipendentemente dalle scadenze, per entrambi gli esercizi il volume dei crediti è superiore a quello complessivo dei debiti.

Il quadro sottostante riporta le componenti che influiscono sul valore del patrimonio netto.

(valori in milioni di euro)

Principali variazioni del Patrimonio netto			
Anno di riferimento	2010	2011	2012
Totale Patrimonio netto al 1° gennaio	497,1	374,8	427,5
<i>Variazione Capitale Sociale</i>	-	-	-
<i>Variazione Fondo di Riserva</i>	-	-	-
<i>Distribuzioni Utili</i>	-	-	-
<i>Avanzo Fusione Rai Click</i>	6,1	13,4	-
<i>riserva da valutazione delle partecipazioni al PN</i>			112,3
<i>Utile (Perdita) dell'esercizio</i>	(128,4)	39,3	(245,7)
Totale Patrimonio netto al 31 dicembre	374,8	427,5	294,1

La principale causale di variazione del valore del patrimonio netto, al termine dei rispettivi esercizi, è determinata dal risultato economico: negativo nel 2010, decisamente positivo nel 2011 e nuovamente negativo nel 2012.

17.3 Lo stato patrimoniale riclassificato

I "Prospetti supplementari", annessi al bilancio d'esercizio, consentono di poter riclassificare i dati dello stato patrimoniale.

Per un utile raffronto vengono esposti gli omologhi elementi afferenti al 2010.

In seguito alla fusione per incorporazione della società controllata Rai Trade in Rai spa, avvenuta nel corso del 2011 con effetti contabili retrodatati al 1° gennaio 2011, al fine di assicurare una comparazione omogenea tra i due esercizi è stato elaborato un dato di riferimento risultante dal consolidamento delle due società.

(valori in migliaia di euro)

RICLASSIFICAZIONE STATO PATRIMONIALE		2011	2012
A	IMMOBILIZZAZIONI		
	Immobilizzazioni immateriali	433.554	419.107
	Immobilizzazioni materiali	362.583	359.412
	Immobilizzazioni finanziarie	311.946	447.001
	Totale	1.108.083	1.225.520
B	Capitale di esercizio		
	Rimanenze di magazzino	1.366	1.653
	Crediti commerciali	750.270	535.376
	Altre attività	277.232	211.983
	Debiti commerciali	-799.509	-612.231
	Fondi per rischi ed oneri	-387.967	-466.446
	Altre passività	-226.642	-190.250
	Totale	(385.250)	(519.915)
C	Capitale investito (A+B)	722.833	705.605
	dedotte le passività di esercizio		
D	Trattamento fine rapporto di lavoro subordinato	(296.114)	(288.759)
E	Capitale investito (C-D)	426.719	416.846
	dedotte le passività d'esercizio e il TFR - coperto da:		
F	Capitale proprio		
	Capitale versato	242.518	242.518
	Riserve e risultati a nuovo	145.691	297.293
	Utile/perdita d'esercizio	39.339	(245.663)
		427.548	294.148
G	Indebitamento finanziario netto a m/l termine	210.000	295.000
H	Indebitamento finanziario netto a breve termine (disponibilità monetarie nette)		
	Debiti finanziari a breve	116.318	104.035
	Disponibilità e crediti finanziari a breve	-327.147	-276.337
		(210.829)	(172.302)
I	(*) Indebitamento finanziario netto totale (G+H)	(829)	122.698
L	Totale (F+I)	426.719	416.846

(*) *Disponibilità finanziaria netta totale*

Il prospetto pone in luce l'incremento del valore negativo del capitale d'esercizio nel 2012 (+134,4 milioni), dovuto principalmente alla diminuzione dei crediti commerciali (-28,6%) e all'aumento dei fondi per rischi e oneri (+20,2%), i cui effetti sono stati parzialmente compensati dalla diminuzione dei debiti verso fornitori (-23,4%). Nel 2011 era stata registrata, invece, una diminuzione del valore negativo del capitale d'esercizio, rispetto al 2010, per 28 milioni di euro.

Si rileva, inoltre, un incremento delle immobilizzazioni, derivato, in particolare, della crescita di quelle finanziarie, conseguente alla già citata prima applicazione del criterio di valutazione delle società controllate e collegate a patrimonio netto.

Quest'ultimo elemento è analiticamente scomposto nel sottostante quadro.

(valori in milioni di euro)

Partecipazioni			
Anni di riferimento	2010	2011	2012
Imprese controllate	304,8	297,3	425,4
Imprese collegate	1,6	1,6	9,7
Altre imprese	0,8	0,8	0,8
Totali	307,2	299,7	435,9

Il dividendo proveniente dalle società partecipate è iscritto tra i "*proventi da partecipazione*" del conto economico della RAI.

Il valore del patrimonio netto, l'utile o la perdita dell'esercizio, la percentuale di partecipazione e la quota di patrimonio netto di pertinenza Rai delle società del gruppo, sono riportati nel quadro sottostante. Si deve segnalare che la quota di patrimonio netto di spettanza della capogruppo, non corrisponde al valore iscritto tra le immobilizzazioni finanziarie del suo bilancio, atteso che, a tal fine, viene tenuto conto, come accennato, del costo di acquisto o di sottoscrizione delle partecipazioni, rettificato in caso di perdita durevole di valore.

(valori in migliaia di euro)

PARTECIPAZIONI IN IMPRESE CONTROLLATE E COLLEGATE								
Situazione al	31/12/2011				31/12/2012			
	P.N. partecipata	Utile/perdita (-)	Quota partecipazione %	Quota corrispondente P.N. partecipata	P.N. partecipata	Utile/perdita (-)	Quota partecipazione %	Quota corrispondente P.N. partecipata
Imprese controllate								
<i>RaiWorld (NewCo Rai International)</i>	3.977	940	100%	3.977	5.691	1714	100%	5.691
<i>Rai Cinema</i>	241.732	17.960	100%	241.732	257.819	16.087	100%	257.819
<i>Rai Corporation*</i>	1.656	(524)	100%	6.671	1.891	268	100%	1.891
<i>Rai Trade**</i>	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Rai Way</i>	121.845	16.883	100%	121.845	125.175	3.330	100%	125.175
<i>RaiNet</i>	10.251	1.720	100%	10.251	12.056	1.805	100%	12.056
<i>Sipra</i>	31.892	6.162	100%	31.892	31.980	88	100%	31.980
Imprese collegate								
<i>Audiradio***</i>	539	-432	27	146	-128	-2	27%	-35
<i>Auditel</i>	1.263	7	33,0%	417	1.263	7	33,0%	417
<i>San Marino RTV</i>	5.387	(368)	50,0%	2.694	4.727	(660)	50%	2.363
<i>Euronews (già Secemie)</i>	21.330	1.309	21,54%	4.594	24.343	1.884	20,56%	5.005
<i>Tivù</i>	3.852	1655	48,16%	1.855	4.121	1069	48,16%	1.985

* in liquidazione

** fusa per incorporazione in RAI spa nel corso del 2011 con effetti econ. E fisc. Dal 1/01/2011

*** dati al 31/12/2011 :valori da bilancio 2010

dati al 31/12/2012: il deficit patrimoniale è coperto da un fondo per oneri di pari importo

17.4 Il conto economico

(valori in migliaia di euro)

CONTO ECONOMICO RAI Spa		2010	2011	2012
A	Valore della produzione			
	1. Ricavi delle vendite e delle prestazioni	2.740.323	2.751.712	2.550.013
	2. Variazione delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	59	55	263
	3. Variazione dei lavori in corso su ordinazione	-	- 9	-
	4. Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	14.200	13.999	16.321
	5. Altri ricavi e proventi	131.492	108.598	117.395
	a) contributi in conto esercizio	6.633	7.663	9.813
	b) plusvalenze da alienazioni	1.704	217	61
	c) altri	123.155	100.718	107.521
	Totale valore della produzione	2.886.074	2.874.355	2.683.992
B	Costi della produzione			
	6. Per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	22.703	22.607	22.932
	7. Per servizi	811.621	796.077	747.173
	8. Per godimento di beni di terzi	827.564	683.584	758.871
	9. Per il personale	911.046	935.249	922.623
	a) salari e stipendi	652.642	667.318	661.150
	b) oneri sociali	184.261	188.538	184.647
	c) trattamento di fine rapporto	47.391	49.674	48.097
	d) trattamento di quiescenza e simili	12.772	14.489	12.260
	e) altri costi	13.980	15.230	16.469
	10. Ammortamenti e svalutazioni	374.644	356.602	330.874
	a) ammortam. delle immobilizzazioni immat.	278.045	262.041	238.791
	b) ammortam. delle immobilizzazioni materiali	59.978	59.009	59.618
	c) altre svalutazioni delle immobilizzazioni	34.695	29.184	28.272
	d) svalutazione dei crediti compresi nell'attivo circolante e delle disponibilità liquide	1.926	6.368	4.193
	11. Variazione delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci*	-242	60	-24
	12. Accantonamenti per rischi	15.611	9.561	12.200
	13. Altri accantonamenti	515	1.401	8.975
	14. Oneri diversi di gestione	82.903	92.489	95.716
	a) minusvalenze da alienazioni	1.076	3.587	1.527
	b) canone di concessione	28.206	28.007	27.944
	c) altri	53.621	60.895	66.245
	Totale costi della produzione	3.046.365	2.897.630	2.899.340
	Differenza tra valore e costi della produzione	(160.291)	(23.275)	(215.348)

CONTO ECONOMICO RAI Spa	2010	2011	2012
Proventi e oneri finanziari			
15. Proventi da partecipazioni	62.407	80.189	-
a) dividendi da imprese controllate	57.602	80.098	-
b) dividendi da imprese collegate	41	55	-
c) dividendi da altre imprese	-	-	-
d) altri proventi da partecipazioni	4.764	36	-
16. Altri proventi finanziari	4.605	7.785	8.747
a) da crediti iscritti nelle immobilizzazioni - altri	11	35	16
b) da titoli iscritti nelle immobilizzazioni che non costituiscono partecipazioni	73	88	90
c) da titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	-	-	-
d) proventi diversi dai precedenti	-	-	-
- interessi e commissioni da imprese controllate	4.179	7.070	7.738
- interessi e commissioni da imprese collegate	-	-	4
- interessi e commissioni, da altri e proventi vari	342	592	899
17. Interessi e altri oneri finanziari	(5.072)	(9.814)	(15.708)
a) interessi e commissioni a imprese controllate non consolidate	(146)	(409)	(788)
b) interessi e commissioni a imprese collegate	(2)	(6)	(4)
d) interessi e commissioni ad altri e oneri vari	(4.924)	(9.399)	(14.916)
17. bis Utili e Perdite su cambi	2.401	1.415	3.100
Totale proventi e oneri finanziari	64.341	79.575	- 3.861
Rettifiche di valore di attività finanziarie			
18. Rivalutazioni	465	2.677	24.790
a) di partecipazioni	465	2.677	24.761
b) di immobilizzazioni finanziarie che non costituiscono partecipazioni	-	-	29
19. Svalutazioni	3.061	6.654	762
a) di partecipazioni	3.051	6.434	374
b) di immobiliz finanz che non sono partecipaz	10	220	388
Totale rettifiche di valore di attività finanziarie	(2.596)	(3.977)	24.028
Proventi e oneri straordinari			
20. Proventi	415	14	13.421
b) sopravvenienze e insussistenze attive	415	14	13.421
c) altri	-	-	-
21. Oneri	(45.470)	(4.786)	(62.200)
a) minusvalenze da alienazioni	-	-	-
b) imposte relative ad esercizi precedenti	(172)	(410)	0
c) altri	(45.298)	(4.376)	(62.200)
Totale proventi e oneri straordinari	(45.055)	(4.772)	(48.779)
Risultato prima delle imposte	-143.601	47.551	(243.960)
22. Imposte sul reddito dell'esercizio	15.134	- 8.212	- 1.703
23. Utile/Perdita dell'esercizio	-128.467	39.339	-245.663

I valori più significativi possono essere così esposti:

(valori in migliaia di euro)

Principali Indicatori di bilancio					
	Anni di riferimento	2010	2011	2012	D '11/'12
A)	VALORE DELLA PRODUZIONE	2.886.074	2.874.355	2.683.992	-6,6%
B)	COSTI DELLA PRODUZIONE	(3.046.365)	(2.897.630)	(2.899.340)	0,1%
	Differenza	(160.291)	(23.275)	(215.348)	825,2%
	Risultato prima delle imposte	(143.601)	47.551	(243.960)	-613,0%
22 -	Imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate	15.134	(8.212)	(1.703)	-79,3%
23 -	Utile (perdita) dell'esercizio	(128.467)	39.339	-245.663	-724,5%

Il 2011 registra un tendenziale miglioramento della gestione, che chiude con un saldo (differenza tra valore e costi della produzione) negativo di 23 milioni di euro (nel 2010 di 160 milioni di euro) ed un risultato economico positivo che si attesta in 39,3 milioni di euro.

Il miglioramento è ascrivibile alla diminuzione dei costi della produzione che hanno registrato un calo del 4,9% rispetto al 2010.

Come in precedenza accennato, nel 2012, invece, si registra una peggioramento della gestione, che presenta un saldo negativo per 215 milioni di euro (-23 milioni di euro nel 2011) e una perdita netta dell'esercizio di 245,7 milioni di euro (nel 2011 un utile di 39,3 milioni di euro).

Il peggioramento, secondo la società, è ascrivibile principalmente alla diminuzione dei proventi, in particolare di quelli pubblicitari che, come già accennato, sono in calo di quasi 210 milioni di euro (-23% rispetto al 2011).

I costi della produzione sono sostanzialmente invariati rispetto al 2011 (+0,1%) pur scontando la presenza, come in ogni esercizio pari, degli oneri per i grandi eventi sportivi.

17.5 Il conto economico riclassificato

Nel prospetto che segue sono riportati i dati riclassificati dei conti economici 2010, 2011 e 2012, risultanti dai "Prospetti supplementari" allegati al bilancio civilistico della società RAI S.p.A.. La riclassificazione è necessaria per effettuare l'analisi per *margini*.

In seguito alla fusione per incorporazione della società controllata Rai Trade in Rai spa, avvenuta nel corso del 2011 con effetti contabili retrodatati al 1° gennaio 2011, al fine di assicurare un confronto omogeneo tra i due esercizi è stato elaborato un dato di riferimento risultante dal consolidamento delle due società.

(valori in migliaia di euro)

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO			
Anni di riferimento	2010	2011	2012
Ricavi	2.820.911	2.824.821	2.625.551
Variazione rimanenze prodotti finiti e in corso di lavorazione, semilavorati	59	55	263
Variazioni dei lavori in corso su ordinaz.	0	(9)	0
Incrementi di immob. per lavori interni	14.200	13.999	16.321
Valore della produzione tipica	2.835.170	2.838.866	2.642.135
Consumi di beni e servizi esterni	(1.738.873)	(1.581.787)	(1.612.662)
Valore aggiunto	1.096.297	1.257.079	1.029.473
Costo del lavoro	(911.045)	(935.248)	(922.623)
Margine operativo lordo	185.252	321.831	106.850
Ammortamento programmi	(257.382)	(240.274)	(217.371)
Altri Ammortamenti	(68.014)	(68.123)	(68.769)
Altri stanziamenti rettificativi	(36.621)	(35.774)	(32.852)
Stanziamenti a fondi rischi e oneri	(15.857)	(10.817)	(20.992)
Saldo proventi e oneri diversi	32.330	9.662	17.427
Risultato operativo	(160.292)	(23.495)	(215.707)
Proventi e oneri finanziari	1.924	-614	-3.861
Risultato delle partecipazioni	59.821	76.431	24.387
Risultato prima di componenti straordinarie	(98.547)	52.322	(195.181)
Proventi ed oneri straordinari	(45.054)	(4.771)	(48.779)
Risultato prima delle imposte	(143.601)	47.551	(243.960)
Imposte dirette	15.134	(8.212)	(1.703)
Utile (perdita) del periodo	(128.467)	39.339	(245.663)

Il seguente aggregato, pone a raffronto il conto economico delle due annualità in rassegna, evidenziando gli scostamenti registrati nel 2012.

Gruppo (milioni €)	2012	2011	Δ
Ricavi	2.642,1	2.838,9	-196,8
Costi esterni complessivi	-1.612,6	-1.581,8	-30,8
Costi esterni	-1.469,6	-1.581,8	112,2
Grandi Eventi Sportivi	-143,0	0,0	-143,0
Costo del personale	-922,6	-935,3	12,7
MARGINE OPERATIVO LORDO	106,9	321,8	-214,9
Ammortamenti	-286,2	-308,4	22,2
Accantonamenti e oneri netti	-36,4	-36,9	0,5
RISULTATO OPERATIVO	-215,7	-23,5	-192,2
Gestione finanziaria	20,5	75,8	-55,3
Gestione straordinaria	-48,8	-4,8	-44,0
RISULTATO ANTE IMPOSTE	-244,0	47,5	-291,5
Imposte	-1,7	-8,2	6,5
RISULTATO DI ESERCIZIO	-245,7	39,3	-285,0

Fonte RAI S.p.A.

Il risultato ottenuto sottraendo dal totale della produzione quello dei consumi di materie e servizi esterni, escluso il costo del lavoro, riflette l'attitudine dell'azienda a creare valore aggiunto al proprio interno. Quello della Rai dopo la crescita conseguita nel 2011, risulta in flessione nel 2012.

Il margine operativo lordo, considerato un indicatore tra i più importanti in quanto non influenzato da valori oggetto di stime (ammortamenti e accantonamenti per fondi), riassume la capacità dell'azienda di generare utili attraverso la propria attività tipica o caratteristica. Il valore di tale margine, positivo nel 2011, ha registrato nel 2012 (pur rimanendo positivo), al pari del valore aggiunto, una diminuzione di circa 215 milioni di euro rispetto all'esercizio precedente.

Il risultato operativo, che si ottiene escludendo dal confronto tra ricavi e costi la classe dei proventi ed oneri finanziari e straordinari espone un risultato negativo, in

peggioramento di 192 milioni di euro nel 2012 rispetto al 2011 (anno in cui si era attestato, sempre in negativo, a poco meno di 23,5 milioni di euro).

Il risultato prima delle componenti straordinarie, ha lo scopo di evidenziare se i risultati complessivi delle attività, che costituiscono la gestione tipica dell'Azienda, riescano a mantenere l'equilibrio economico. Nel 2011 si è assistito ad un miglioramento del differenziale di 46 milioni di euro rispetto al 2010, mentre il successivo esercizio, raffrontato al precedente, ha registrato un peggioramento di circa 247 milioni di euro.

Il risultato prima delle imposte ha l'obiettivo di evidenziare l'incidenza dell'imposizione tributaria sul risultato economico della gestione. In merito si evidenzia che nel 2011, a differenza del precedente esercizio, le imposte sul reddito hanno influito negativamente sul risultato d'esercizio. Ciò in relazione all'iscrizione di maggiori imposte dirette e di minor imposte differite attive riguardanti le perdite fiscali della società che hanno trovato immediata compensazione con i redditi imponibili apportati dalle società del Gruppo aderenti al consolidato fiscale.

Il carico fiscale, costituito dal saldo tra fiscalità corrente e differita, nel 2012 è risultato inferiore per circa 6 milioni di euro rispetto al 2011.

Di seguito sono riportati un raffronto tra le singole componenti dei ricavi, con il differenziale registrato nel 2012 nonché un prospetto dei dati disaggregati relativi alla composizione dei ricavi degli esercizi di riferimento, quali risultano dai prospetti contenuti nella nota integrativa dei bilanci. L'importo complessivo dei ricavi non coincide con quello riportato nella corrispondente voce dello schema del conto economico riclassificato, nella quale sono confluiti anche i proventi iscritti in altre articolazioni del conto stesso.



Fonte RAI S.p.A.

Rispetto al 2010, l'andamento dei ricavi derivanti dal canone radiotelevisivo nel 2011 presenta una crescita di circa 1,7 %; a confronto con tale ultima annualità, per il 2012 si annota un innalzamento del 2,4%.

Come già accennato, l'incremento discende dall'aggiornamento del suo importo unitario e da quello del numero degli utenti paganti.

Nel prospetto che segue sono riportati l'importo complessivo del ricavo da pubblicità, quello derivante da canoni di abbonamento e il valore percentuale del primo sul secondo.

(valori milioni di euro)

Importi complessivi da ricavo				
Anni di riferimento	2010	2011	2012	□ '11/'12
A. - Ricavi da pubblicità	942,4	883,9	674,9	-23,6%
B. - Ricavi da canoni di abbonamento	1.661,40	1.689,10	1.729,20	2,4%
A/B	56,72 %	52,33%	39,03%	-25,4%

Il peso dei proventi derivanti dalla pubblicità sull'entrata riferita al pagamento da parte degli utenti del canone radiotelevisivo, si è notevolmente attenuata dal 2008 e presenta nel biennio in rassegna, in misura maggiore nel 2012, un consistente affievolimento. Il fenomeno è riconducibile essenzialmente alla diminuzione degli introiti pubblicitari aziendali.

Le altre componenti di ricavo, rappresentate dai servizi speciali e da altre prestazioni, nel 2012 hanno evidenziato un decremento. La diminuzione della prima voce del 40%, è in buona parte ascrivibile ai minori proventi originati da servizi speciali e convenzioni a favore dello Stato.

Avuto riguardo al volume totale dei ricavi, il canone vi concorre per circa il 68%, la pubblicità per il 26% e le restanti voci per il 6%.

Sempre con riferimento al 2012, i ricavi delle vendite e delle prestazioni rappresentano il 95% del valore della produzione. Il ricavo da canone radiotelevisivo assorbe la quota del 64%, la pubblicità del 25% e le restanti voci dell'11%.

L'analisi dei dati esposti evidenzia come il bilancio della società si fondi sostanzialmente, come già evidenziato, sui ricavi da pubblicità e da canone.

Per il canone di abbonamento, in considerazione di un tasso di evasione particolarmente elevato, stimato attorno al 27% per i canoni ordinari, si pone, quindi, l'esigenza improcrastinabile di una revisione dei meccanismi di accertamento e di riscossione, mediante adozione di efficaci strumenti normativi volti al contenimento del fenomeno. Esigenza ancor più sentita ove si analizzi il mercato della pubblicità televisiva, in progressiva contrazione negli ultimi anni e in netto calo nel 2012.

Tale intervento dovrebbe comunque essere coniugato ad una rigorosa razionalizzazione dei costi al fine di un effettivo miglioramento dei risultati di gestione.

Tanto più che analizzando un ampio periodo, quale l'arco temporale 2007 - 2012, è agevole constatare la sostanziale caduta del mercato pubblicitario che ha inciso sui ricavi della società in modo devastante con una riduzione di poco meno di 500 milioni di euro a fronte dei 1.235 milioni incassati nel 2007, con una riduzione percentuale intorno al 40%.

A ciò si aggiunga che la indicata diminuzione, ove attualizzata, risulterebbe di gran lunga più robusta. Infine le stime per il 2013 prevedono un ulteriore sensibile abbattimento del provento derivante da pubblicità.

Nel delineato scenario una politica di rigida riduzione dei costi si rende indispensabile, specie con riferimento alle trasmissioni che si ritengono finanziate esclusivamente con i ricavi di cui si tratta.

I costi dei servizi esterni e per il godimento dei beni di terzi, quali risultano dai prospetti contenuti nella nota integrativa dei bilanci degli esercizi in riferimento, sono di seguito rappresentati, con indicazione, per ogni componente, del valore effettivo e della percentuale di scostamento rispetto al corrispondente importo del precedente esercizio.

valori migliaia di euro

Anni di riferimento	2010	2011	2012	D '11/'12
Servizi esterni				
Prestazioni di lavoro autonomo	140.977	138.608	130.666	-5,73%
Servizi per acquisiz. e produz. programmi	165.037	154.632	137.361	-11,17%
Servizi complementari all'acquisizione e produzione di programmi	61.721	61.791	51.854	-16,08%
Diarie, viaggi servizio, trasferim. personale	28.926	24.397	24.034	-1,49%
Servizi per costi accessori del personale	10.929	11.017	11.683	6,05%
Manutenzioni e riparazioni	20.098	19.222	18.682	-2,81%
Servizi documentazione ed informazione	44.731	43.121	43.275	0,36%
Assicurazioni e prevenzioni	18.396	17.906	17.389	-2,89%
Pubblicità e propaganda	7.666	7.034	8.714	23,88%
Servizi generali	72.886	68.622	60.379	-12,01%
Servizi di erogazione	19.427	22.170	23.873	7,68%
Spese promozionali e di distribuzione nostre produzioni	6.444	4.040	1.408	-65,15%
Diffusione, trasporto segnale da contratto di servizio, e altri costi Rai Way	184.909	190.335	188.871	-0,77%
Prestazioni da contratto di servizio RAINET	6.706	6.806	6.908	1,50%
Altri	22.768	26.376	22.076	-16,30%
Totale	811.621	796.077	747.173	-6,14%

Anni di riferimento	2010	2011	2012	D '11/'12
Godimento di beni di terzi				
Canoni di leasing	784	814	634	-22,11%
Affitti passivi e noleggi	65.967	65.818	58.301	-11,42%
Diritti di utilizzazione opere	107.125	101.487	97.068	-4,35%
Diritti di ripresa	293.146	212.600	310.094	45,86%
Acquisto passaggi da Rai Cinema	345.784	294.049	284.716	-3,17%
Altri diritti	14.758	8.816	8.058	-8,60%
Totale	827.564	683.584	758.871	11,01%

Il costo complessivo dei servizi esterni nel 2012, rispetto al precedente esercizio, si è ridotto del 6,1% (nel 2011 è diminuito del 1,9% rispetto al 2010), mentre gli oneri complessivi sostenuti per il godimento di beni di terzi espone una crescita dell'11%, in conseguenza, prevalentemente, della presenza nel 2012 dei costi per i grandi eventi sportivi (Campionati di calcio e Olimpiadi invernali) .

Tra i costi complessivi un'importanza notevole continua a rivestire quello del personale, di cui si è già riferito nell'apposito paragrafo, che nel 2012 ha evidenziato una riduzione dell'1,3% nei confronti del precedente esercizio.

17.6 Il rendiconto finanziario

I dati del rendiconto finanziario di seguito esposti sono desunti dall'apposito prospetto annesso al bilancio degli esercizi in esame.

(valori in migliaia di euro)

RENDICONTO FINANZIARIO			
Anni di riferimento	2010	2011	2012
A Disponibilità monetarie nette iniziali			
(indebitamento finanziario netto a breve iniziale)	40.552	3.781	210.829
B Flusso monetario da attività di esercizio			
Utile (perdita) del periodo	(128.467)	39.339	(245.663)
Ammortamenti	325.396	308.397	286.140
Plus o minusvalenze da realizzo di immobilizzazioni	(5.392)	3.336	1.466
Rivalutazioni o svalutazioni di immobilizzazioni	37.304	33.177	4.251
Variazione del capitale d'esercizio	81.316	(10.718)	134.630
Variazione netta del fondo TFR	(18.035)	(10.493)	(7.355)
Totale	292.122	363.038	173.469
C Flusso monetario da attività di investimento in immobilizzazioni			
Investimenti in immobilizzazioni:			
- immateriali	(277.800)	(265.138)	(241.227)
- materiali	(48.873)	(100.310)	(57.548)
- finanziarie	(9.598)	(5.762)	(5.404)
Prezzo di realizzo, o valore di rimborso, di immobilizzazioni e altre variazioni	7.638	4.744	7.183
Totale	(328.633)	(366.466)	(296.996)
D Flusso monetario da attività di finanziamento			
Nuovi finanziamenti		210.000	85.000
Conferimenti dei soci			
Avanzo di fusione			
Contributi in conto capitale			
Rimborsi di finanziamenti			
Rimborsi di capitale proprio			
Totale	-	210.000	85.000
E Distribuzione di utili			
	(260)		
F Flusso monetario del periodo (B+C+D+E)			
	(36.771)	206.572	(38.527)
G Disponibilità monetarie nette finali (A+F)			
(indebitamento finanziario netto a breve finale)	3.781	210.829	172.302

Rispetto al 2010, il 2011 registra la crescita delle disponibilità monetarie nette.

L'incremento è dovuto alla concessione, da parte di un gruppo di banche, di un finanziamento a medio termine di 210 milioni. Senza tale componente la posizione finanziaria netta avrebbe esposto un netto decremento.

La stessa disponibilità, nel 2012, presenta una sensibile riduzione, nonostante un consistente flusso monetario generato da attività di finanziamento (85 milioni di euro).

La posizione finanziaria complessiva nel 2012 è negativa per 122,7 milioni di euro, in conseguenza di una disponibilità netta a breve termine pari 172,3 milioni di euro e di un indebitamento finanziario a medio/lungo termine di 295,0 milioni di euro; essa, inoltre, presenta un peggioramento di 123,5 milioni di euro rispetto alle risultanze del precedente esercizio.

17.7 Il Bilancio consolidato

Il bilancio consolidato comprende quello della la Rai e quello di tutte le società italiane ed estere (ad esclusione di quelle in liquidazione), delle quali la capogruppo detiene - direttamente o indirettamente - la maggioranza dei voti esercitabili nell'assemblea ordinaria.

Sono consolidate con il metodo integrale le seguenti società (i dati del capitale sociale sono riferiti alla data del 31 dicembre 2012):

- Rai Cinema SpA; capitale sociale Euro 200.000.000; azionisti: Rai 100%.
- RAI World SpA; capitale sociale Euro 1.300.000; azionisti: Rai 100%.
- RaiNet SpA; capitale sociale Euro 5.160.000; azionisti: Rai 100%.
- Rai Way SpA; capitale sociale Euro 70.176.000; azionisti Rai 100%.
- SIPRA, ora RAI PUBBLICITA' SpA; capitale sociale Euro 10.000.000; azionisti: Rai 100%.

Si segnala inoltre che, con atto di fusione del 23 febbraio 2011, avente efficacia retroattiva al 1° gennaio 2011, la società Rai Trade è stata oggetto di fusione per incorporazione in Rai spa e che, con atto di fusione del 21 marzo 2011, avente efficacia retroattiva al 1° gennaio 2011, la società 01 Distribution Srl è stata oggetto di fusione per incorporazione in Rai Cinema SpA.

In data 29 novembre 2011 il Consiglio di Amministrazione della Rai ha deliberato la chiusura della società Rai Corporation, di cui era azionista nella misura del 100%.

Quest'ultima aveva un capitale sociale di \$ 500.000,00.

Poiché è venuta meno la continuazione dell'attività dell'impresa, il bilancio della società è stato redatto con criteri di liquidazione. In conseguenza di ciò la società non è più consolidata con il metodo integrale, ma è stata valutata con quello del patrimonio netto.

Con lo stesso metodo sono state valutate:

- Audiradio Srl (in liquidazione); capitale sociale Euro 258.000; quote: Rai 27%, terzi 73%.
- Auditel Srl; capitale sociale Euro 300.000; quote: Rai 33%, terzi 67%.
- Euronews - Società Anonyme; capitale sociale Euro 4.032.840; azionisti: Rai 20,56%, terzi 79,44%.
- San Marino RTV SpA; capitale sociale Euro 516.460; azionisti: Rai 50%, E.Ra.S. 50%.
- Tivù Srl; capitale sociale Euro 1.001.886; quote: Rai 48,16%, terzi 51,84%.

17.7.1 Il conto economico consolidato

Il conto economico del bilancio consolidato è di seguito riportato.

(valori in milioni di euro)

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO			
Anni di riferimento	2010	2011	2012
A Valore della produzione			
1. Ricavi delle vendite e delle prestazioni	2.962,0	2.923,6	2.704,9
2. Variazione delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	0,2	-	-
3. Variazioni dei lavori in corso su ordinazione	(0,6)	0,1	-
4. Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	27,6	24,4	25,1
5. Altri ricavi e proventi			
<i>a) contributi in conto esercizio</i>	8,2	9,2	11,1
<i>b) plusvalenze da alienazioni</i>	1,7	3,1	0,1
<i>c) altri</i>	102,2	80,9	92,9
Totale valore della produzione	3.101,3	3.041,3	2.834,1
B Costi della produzione			
6. Per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	29,1	28,0	27,1
7. Per servizi	736,5	700,2	648,1
8. Per godimento di beni di terzi	534,2	436,5	519,5
9. Per il personale			
<i>a) salari e stipendi</i>	725,9	733,1	726,8
<i>b) oneri sociali</i>	205,8	207,9	204,0
<i>c) trattamento di fine rapporto</i>	52,8	55,0	53,8
<i>d) trattamento di quiescenza e simili</i>	14,0	15,2	13,4
<i>e) altri costi</i>	16,0	16,6	17,3
10. Ammortamenti e svalutazioni			
<i>a) ammortam. delle immobilizz. immateriali</i>	532,9	512,9	488,2
<i>b) ammortam. delle immobilizz. materiali</i>	108,6	117,1	127,8
<i>c) altre svalutazioni delle immobilizzazioni</i>	43,4	30,0	31,3
<i>d) svalutaz. dei crediti compresi nell'attivo circolante e delle disponibilità liquide</i>	8,4	6,3	6,3
11. Variaz. delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	0,1	1,1	0,3
12. Accantonamento per rischi	17,2	13,7	16,6
13. Altri accantonamenti	2,2	4,5	10,3
14. Oneri diversi di gestione			
<i>a) minusvalenze da alienazioni</i>	1,5	4,4	4,0
<i>b) canone di concessione</i>	28,2	28,0	27,9
<i>c) altri</i>	63,9	68,0	75,8
Totale costi della produzione	3.120,7	2.978,5	2.998,5
	(19,4)	62,8	(164,4)

Anni di riferimento	2010	2011	2012
Proventi e oneri finanziari			
15. Proventi da partecipazioni (+)			
<i>c) dividendi da altre imprese</i>	-	-	-
<i>d) altri proventi da partecipazioni</i>			
16. Altri proventi finanziari (+)			
<i>a) da crediti iscritti nelle immobilizzazioni</i>			
- <i>altri</i>	-	-	-
<i>b) da titoli iscritti nelle immobilizzazioni</i>			
<i>che non costituiscono partecipazioni</i>	0,1	0,1	0,1
<i>d) proventi diversi dai precedenti</i>			
- <i>interessi e commiss. da altri e proventi vari</i>	1,6	1,1	1,3
17. Interessi e altri oneri finanziari (-)			
<i>d) interessi e commissioni ad altri e oneri vari</i>	(5,10)	(9,60)	(15,50)
17.bis Utili/Perdite (-) su cambi	3	(0,90)	3,1
Totale proventi e oneri finanziari	(0,4)	(9,3)	(11,0)
Rettifiche di valore di attività finanziarie			
18. Rivalutazioni (+)			
<i>a) di partecipazioni</i>	1,1	1,1	1,2
<i>b) di immobilizzazioni finanziarie che non</i>			
<i>costituiscono partecipazioni</i>			
19. Svalutazioni (-)			
<i>a) di partecipazioni</i>	(0,1)	(6,8)	(0,6)
<i>b) di immobilizzazioni finanziarie che non</i>			
<i>costituiscono partecipazioni</i>	-	(0,2)	(0,3)
Totale rettifiche di valore di attività finanziarie	1,0	(5,9)	0,3
Proventi e oneri straordinari			
20. Proventi (+)			
<i>a) plusvalenze da alienazioni</i>			
<i>b) sopravvenienze e insussistenze attive</i>	0,6	0,1	18,0
<i>c) altri</i>	-	-	-
21. Oneri (-)			
<i>a) minusvalenze da alienazioni</i>			
<i>b) imposte relative ad esercizi precedenti</i>	(0,3)	(2,5)	(0,1)
<i>c) sopravvenienze e insussistenze passive</i>	(0,5)	-	-
<i>d) altri</i>	(45,40)	(4,40)	(68,80)
Totale proventi e oneri straordinari	(45,6)	(6,8)	(50,9)
Risultato prima delle imposte	(64,4)	40,8	-226,0
22. Imposte sul reddito dell'esercizio	(33,8)	(36,7)	(18,6)
26. Utile/perdita (-) dell'esercizio	(98,2)	4,1	-244,6

I risultati del conto economico consolidato del biennio, possono essere così sintetizzati:

(valori in milioni di euro)

Risultati conto economico consolidato				
Anni di riferimento	2010	2011	2012	Δ '11/'12
Risultato prima delle imposte	(64,4)	40,8	(226,0)	-653,9%
Imposte	(33,8)	(36,7)	(18,6)	-49,3%
Utile (perdita)	(98,2)	4,1	(244,6)	-6065,9%
Quota della Capogruppo	(98,2)	4,1	(244,6)	-6065,9%
Quota di terzi	0	0	0	0,0%

Il bilancio consolidato pone in risalto, sotto l'aspetto informativo, la partecipazione praticamente totalitaria della RAI nelle società controllate. Al riguardo va segnalato che la maggior parte delle attività svolte da queste ultime attengono ai compiti istituzionali della capogruppo.

Nel seguente prospetto sono posti a raffronto gli esiti del conto economico relativi al biennio in rassegna.

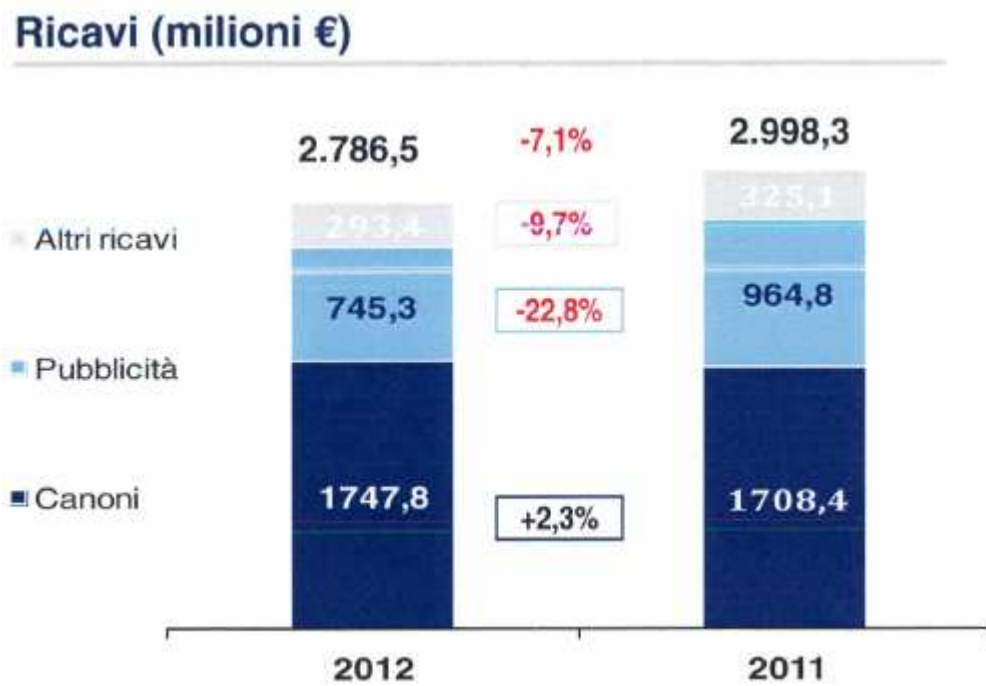
Conto Economico Consolidato

Gruppo (milioni €)	2012	2011	Δ
Ricavi	2.786,5	2.998,3	-211,8
Costi esterni complessivi	-1.284,8	-1.250,8	-34,0
Costi esterni	-1.141,8	-1.250,8	109,0
Grandi Eventi Sportivi	-143,0	0,0	-143,0
Costo del personale	-1.015,3	-1.027,8	12,5
MARGINE OPERATIVO LORDO	486,4	719,7	-233,3
Ammortamenti	-603,8	-617,3	13,5
Accantonamenti e oneri netti	-47,3	-39,8	-7,5
RISULTATO OPERATIVO	-164,7	62,6	-227,3
Gestione finanziaria	-10,4	-15,0	4,6
Gestione straordinaria	-50,9	-6,8	-44,1
RISULTATO ANTE IMPOSTE	-226,0	40,8	-266,8
Imposte	-18,6	-36,7	18,1
RISULTATO DI ESERCIZIO	-244,6	4,1	-248,7

Fonte RAI S.p.A.

Dalle emergenze contabili sopra riportate, si desume che nel 2012 i ricavi sono ammontati a 2.786,5 milioni di euro, in diminuzione di 211,8 milioni di euro rispetto all'annualità precedente, quando si erano attestati in 2.998,3 milioni di euro.

L'andamento dei ricavi è rappresentato nel seguente grafico.

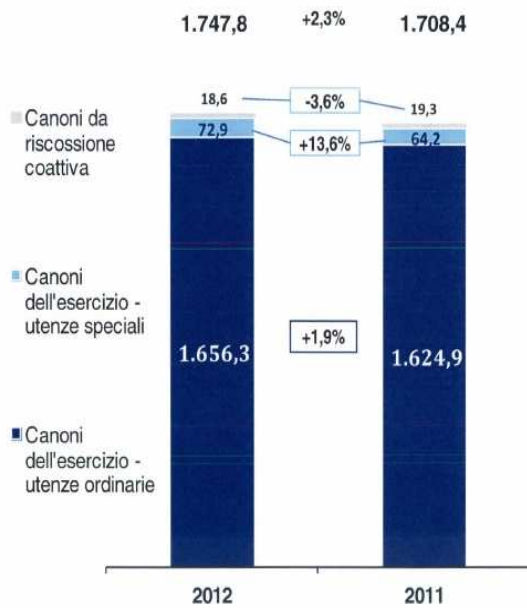


Fonte RAI S.p.A.

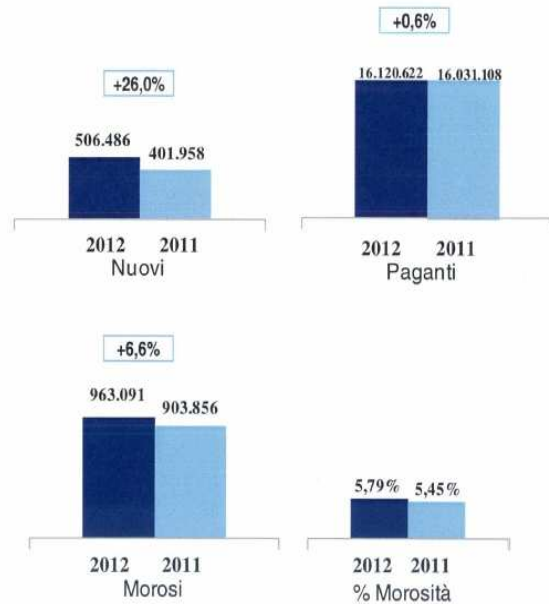
Come si evince agevolmente dalla rappresentazione, la contrazione dei ricavi è imputabile, principalmente, alla consistente perdita di fatturato pubblicitario e al calo dei proventi commerciali, solo in minima parte neutralizzata dalla crescita dell'entrata da canone.

L'andamento delle singole voci di entrata della società, è rappresentata nei grafici che seguono.

Canoni (milioni €)



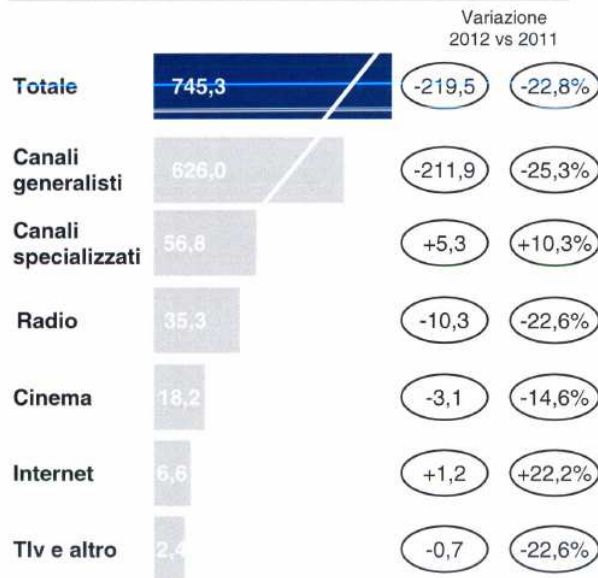
Canoni – movimento utenza



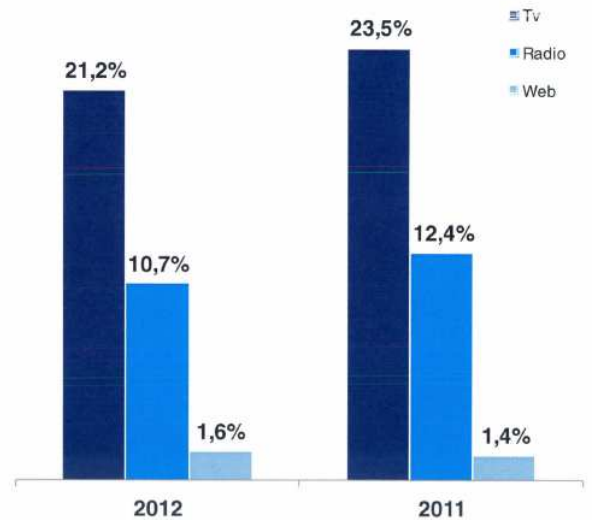
Fonte RAI S.p.A.

Per quanto riguarda i proventi da canone, la crescita registrata nel 2012 (+39,4 milioni di euro) rispetto al precedente esercizio, trae fondamento dall'incremento della misura unitaria del tributo, passato da euro 110,50 a euro 112,00, dall'innalzamento della platea dei nuovi utenti e dei soggetti, solo attenuato dall'aumento della morosità, e dalla crescita della consistenza delle utenze speciali (72,9 milioni di euro nel 2012 contro 64,2 milioni di euro nel 2011, + 13,6%).

Ricavi da Pubblicità (milioni €)



Quota di mercato Rai – Pubblicità (%)



Fonte RAI S.p.A.

Come già accennato la crisi dei ricavi della Rai è sostanzialmente riconducibile alla caduta del mercato della pubblicità. Nel 2012 la raccolta pubblicitaria ha consentito un introito complessivo di 745,3 milioni di euro, inferiore a quello registrato nel 2011, quando si era attestato in 964,8 milioni di euro. Il calo di 219,5 milioni di euro è stato risentito, prevalentemente, dai canali generalisti (-211,9 milioni di euro) e solo in misura marginale nel settore radiofonico (-10,3 milioni di euro). Opposta tendenza ha interessato i canali specializzati (+5,3 milioni di euro) e web (+1,2 milioni di euro)

Le attività commerciali hanno generato proventi per 325,1 milioni di euro nel 2011 e 293,4 milioni di euro nel 2012. La riduzione di tale ultima annualità (-31,7 milioni di euro), ha coinvolto i servizi speciali da convenzione (-22,4 milioni di euro), la distribuzione cinematografica e home video (-11,7 milioni di euro) e le cessioni diritti a squadre di calcio (-7,6 milioni di euro).

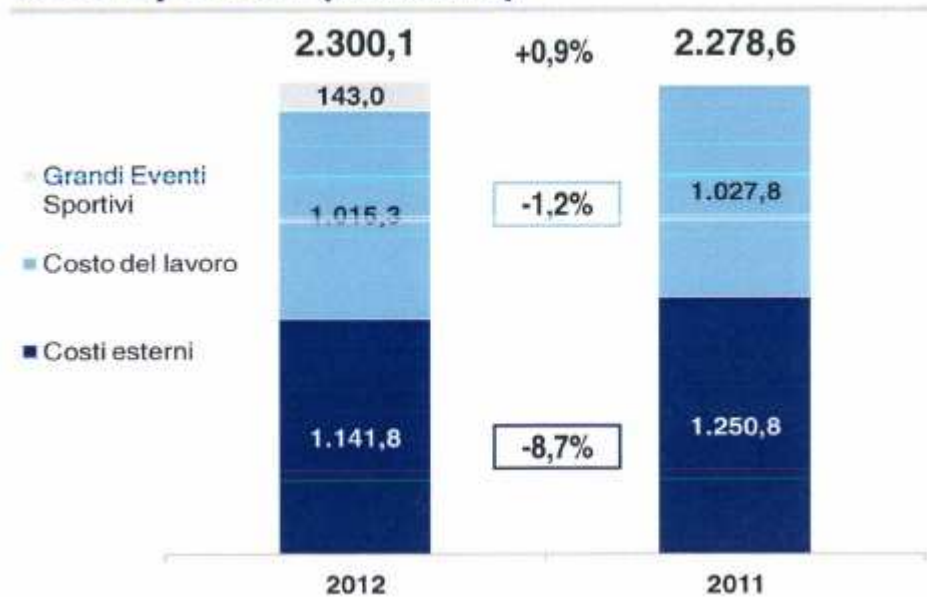
Sul versante dei costi, le cui voci e raffronti vengono esposti nel sottostante prospetto, spiccano nel 2012 quelli afferenti ai grandi eventi sportivi (143 milioni di euro) relativi ai diritti del campionato europeo di calcio e delle olimpiadi estive, inclusi 8,1 milioni di euro di costi di produzione di tali eventi.

Il costo del lavoro che nel 2011 aveva raggiunto l'importo di 1.027,8 milioni di euro, nel 2012 si è ridotto a 1.015,3 milioni di euro (-12,5 milioni di euro), per gli effetti positivi determinati dalle azioni di incentivazioni all'esodo, avvenute nell'anno

precedente, e per la sostanziale stabilità delle politiche retributive che hanno permesso di compensare gli incrementi da automatismi contrattuali e quelli derivanti dalla stabilizzazione dei precari.

Anche i costi esterni hanno registrato una considerevole diminuzione nel 2012 (-109 milioni). Il passaggio da un volume di 1.250,8 milioni di euro nel 2011, a quello di 1.141,8 milioni di euro nel 2012, configura l'effetto delle azioni di contenimento esercitate dalla società.

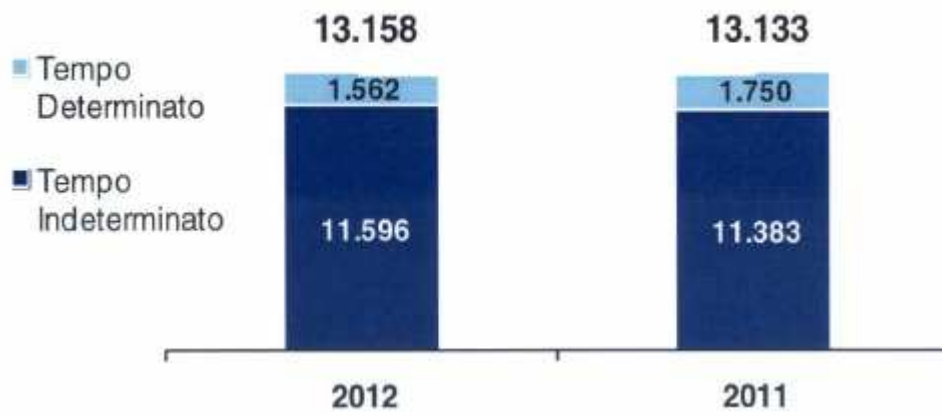
Costi operativi (milioni €)



Fonte RAI S.p.A.

Sempre con riferimento ai costi, si deve segnalare che la forza di lavoro media del gruppo Rai, pari a 13.133 unità nel 2011 e n. 13.158 unità nel 2012, presenta un lieve decremento rispetto ai valori della prima delle indicate annualità (+25 unità).

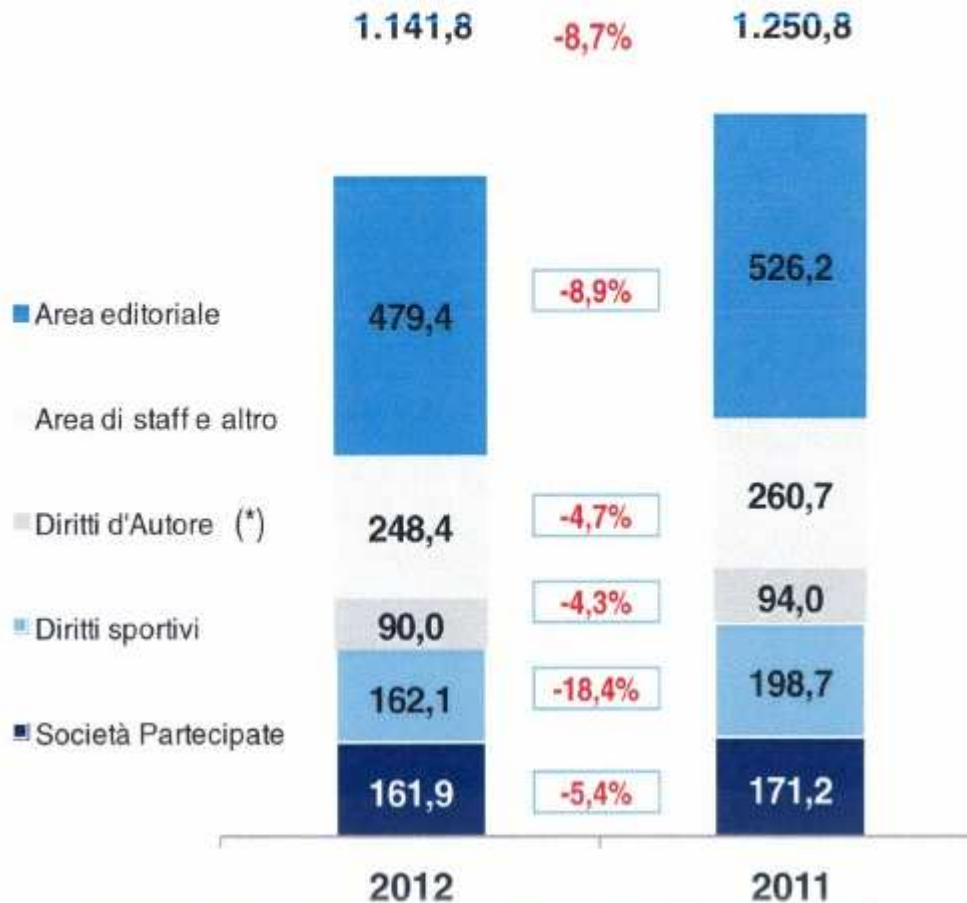
Forza Lavoro Media



Fonte RAI S.p.A.

Per quanto riguarda i costi esterni, se ne riporta il dettaglio nella seguente rappresentazione.

Dettagli costi esterni (milioni €)



(*) Sono evidenziati i costi per diritti d'autore non allocati alle singole aree aziendali

Fonte RAI S.p.A.

Il margine operativo lordo si è attestato in 719,7 milioni di euro nel 2011 e in 486,4 milioni di euro nel 2012. Il calo registrato nell'ultima delle annualità citate (-233,3 milioni di euro pari al -32,4%) scaturisce dall'impatto del costo per i grandi eventi sportivi e dal contenimento degli oneri operativi che, come accennato, ha interessato costi esterni e del personale; l'indicatore pone in luce una percentuale sui ricavi che passa dal 24,0% del 2011 al 17,5% del 2012.

Per gli ammortamenti, quelli in programmi ammontano a 487,1 milioni di euro nel 2011 e a 463,2 milioni di euro nel 2012, con una diminuzione per tale ultimo anno di - 23,9 milioni di euro, correlata all'andamento degli investimenti.

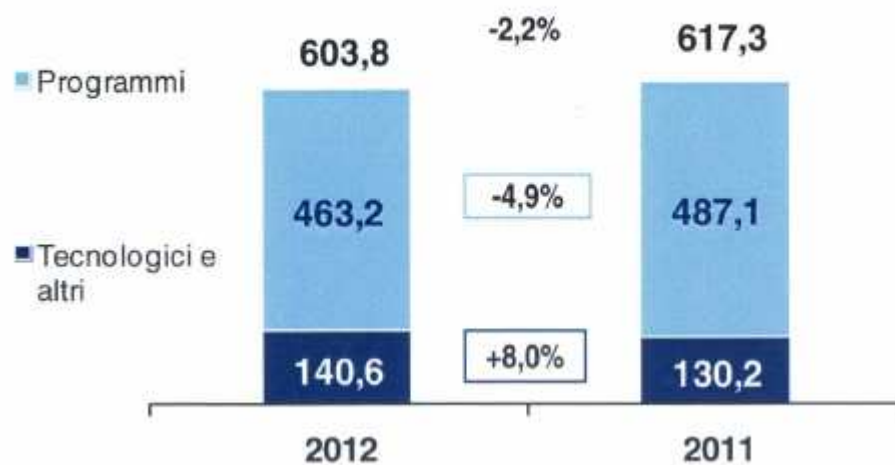
Gli altri ammortamenti, pari a 130,2 milioni di euro nel 2011 e a 140,6 milioni di euro nel 2012, risultano in crescita di 10,4 milioni di euro, nonostante la flessione degli investimenti, per effetto dell'entrata in esercizio degli investimenti, anche pregressi, di Rai Way nel digitale terrestre.

Gli investimenti in programmi (491,9 milioni di euro nel 2011 e 470,4 milioni di euro, nel 2012) presentano, nel biennio di riferimento, una riduzione di - 21,5 milioni di euro. Detto andamento ha interessato, in particolare, cinema (-9,1 milioni di euro) e fiction -6,7 milioni di euro).

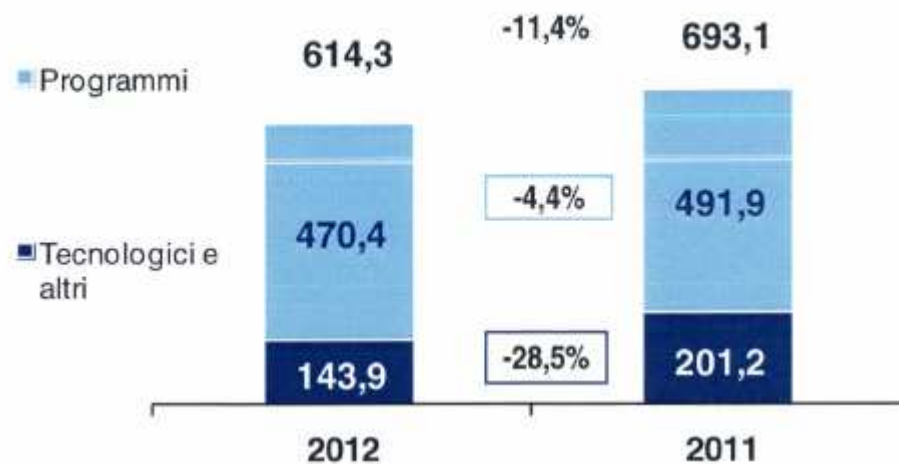
Gli altri investimenti, il cui volume ha raggiunto l'importo di 201,2 milioni di euro nel 2011 e di 143,9 milioni di euro nel 2012, evidenziano un decremento di - 57,3 milioni di euro, ascrivibile, prevalentemente, all'acquisizione nel 2011 del complesso della DEAR (52,5 milioni di euro).

I sottostanti grafici rappresentano l'andamento di ammortamenti e investimenti.

Ammortamenti (milioni €)



Investimenti (milioni €)



Fonte RAI S.p.A.

Il risultato operativo, conseguito nel biennio in rassegna, ha evidenziato un profilo positivo per il 2011 (62,6 milioni di euro) ribaltato nel 2012 (-164,7 milioni di euro), con un calo in valore assoluto di -214 milioni di euro. Il descritto esito negativo si iscrive nell'alveo della diminuzione degli introiti pubblicitari e degli oneri connessi ai grandi eventi sportivi, fattori parzialmente attenuati dai risparmi realizzati sui costi esterni.

Va data menzione anche dell'incidenza degli oneri straordinari netti.

Attestati in -6,8 milioni di euro nel 2011, nel 2012 hanno raggiunto l'importo di -50,9 milioni di euro (-44,1 milioni di euro rispetto al 2011). Si riferiscono, prevalentemente, agli oneri deliberati per incentivazione all'esodo del personale (53 milioni di euro), integrati in seguito a definizione delle modalità di calcolo degli incentivi (5 milioni di euro), e allo stanziamento del costo aggiuntivo relativo al trattamento previdenziale previsto per i giornalisti (10,4 milioni di euro); fattore della loro attenuazione è risultata l'IRES di esercizi precedenti di cui era stato chiesto il rimborso per piena deducibilità dell'IRAP relativa a spese del personale (16,8 milioni di euro).

Il risultato netto, positivo nel 2011 nella misura di 4,1 milioni di euro, nel 2012 è stato sensibilmente negativo con una perdita di 244,6 milioni di euro, che ha determinato un peggioramento di 248,7 milioni di euro rispetto al risultato dell'anno precedente. A tale esito hanno concorso il negativo risultato operativo e l'incremento degli oneri straordinari

17.7.2 Lo stato patrimoniale consolidato

Lo stato patrimoniale consolidato afferente all'anno 2011, indica la consistenza del patrimonio netto in 535,3 milioni di euro superiore a quella del 2010, quando ha raggiunto la soglia di 530,8 milioni di euro; l'incremento è dovuto essenzialmente all'utile dell'esercizio (4,1 milioni di euro). Nel 2012, in conseguenza della perdita d'esercizio (-244,6 milioni), si è registrato un vigoroso calo che ne ha determinato l'ammontare in 290,90 milioni di euro.

Va segnalata la rilevante entità dei debiti, iscritti per 1.348,8 milioni di euro nel 2011, e per 1.237,3 milioni nel 2012 (seppure in decremento), in particolare i debiti verso banche ed i debiti verso fornitori.

Ancor più significativi appaiono i debiti finanziari di gruppo che, come risulta, in particolare, dal prospetto relativo alla struttura patrimoniale riclassificata, assommano, a 272,4 milioni di euro nel 2011 e a 366,2 milioni di euro nel 2012.

Come già accennato, dal 2011 la società Rai Corporation non è più consolidata con il metodo integrale, ma è valutata con quello del patrimonio netto. Al fine di assicurare un confronto omogeneo, i valori di raffronto del sottostante prospetto di struttura patrimoniale riclassificata sono stati rettificati per recepire gli effetti del deconsolidamento della società.

valori in milioni di euro

Struttura Patrimoniale consolidata riclassificata			
Anni di riferimento	2010	2011	2012
Immobilizzazioni	1.597,7	1.639,7	1.610,7
Capitale di esercizio	(577,1)	(505,1)	(635,0)
Trattamento di fine rapporto	(339,4)	(326,9)	(318,6)
Capitale investito netto	681,2	807,7	657,1
Capitale proprio	530,8	535,3	290,9
Disponibilità finanziarie nette	150,4	272,4	366,2
	681,2	807,7	657,1

Valori in milioni di euro

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO – ATTIVO			
Anni di riferimento	2010	2011	2012
B Immobilizzazioni			
I. Immobilizzazioni immateriali			
1. Costi di impianto e di ampliamento	-	-	-
3. Diritti di brevetto industriale e diritti di utilizzazione delle opere dell'ingegno	648	642,3	568,7
4. Concessioni, licenze, marchi e diritti sim.	18,1	14,7	11,3
6. Immobilizzazioni in corso e acconti	283	261,9	311,6
7. Altre	15,6	13,7	11,7
Totale immobilizzazioni immateriali	964,70	932,60	903,30
II. Immobilizzazioni materiali			
1. Terreni e fabbricati	185	232,9	221,4
2. Impianti e macchinari	262	293,1	339,6
3. Attrezzature industriali e commerciali	11	10	8,4
4. Altri beni	32,4	29,5	29,9
5. Immobilizzazioni in corso e acconti	123	116,8	84,3
Totale immobilizzazioni materiali	613,4	682,3	683,6
III. Immobilizzazioni finanziarie			
1. Partecipazione in			
a) imprese controllate non consolidate	-	1,7	1,9
b) imprese collegate	8,7	9,7	9,7
d) altre imprese	0,8	0,8	0,8
2. Crediti			
d) verso altri			
importi esigibili entro l'esercizio successivo	0,7	0,2	0,7
importi esigibili oltre l'esercizio successivo	5,6	8,7	9,2
3. Altri titoli	3,8	3,7	1,5
Totale immobilizzazioni finanziarie	19,6	24,8	23,8
Totale immobilizzazioni	1.597,70	1.639,70	1.610,70
C Attivo circolante			
I. Rimanenze			
1. Materie prime, sussidiarie e di consumo	2,2	1,3	1,3
3. Lavori in corso su ordinazione	0,1	0,2	0,2
4. Prodotti finiti e merci	2,2	2	1,7
Totale rimanenze	4,5	3,5	3,2
II. Crediti			
1. v/ clienti			
importi esigibili entro l'esercizio successivo	655,6	703,7	518,3
importi esigibili oltre l'esercizio successivo	-	-	4,1
2. v/ imprese controllate non consolidate	-	-	-
3. v/ imprese collegate	0,1	0,3	0,2
4 bis. Crediti tributari	56,3	52,9	105,1
4 ter. Imposte anticipate			
importi esigibili entro l'esercizio successivo	43,9	30,7	38,1
importi esigibili oltre l'esercizio successivo	4,3	5,6	5,5
5. v/ altri			
importi esigibili entro l'esercizio successivo	53,8	161,5	60,5
importi esigibili oltre l'esercizio successivo	20,2	7	9
Totale crediti	834,2	961,7	740,8
III. Attività finanziarie che non cost. immob.			
IV. Disponibilità liquide			
1. Depositi bancari e postali	2,5	18,4	10,4
2. Assegni	-	-	0,1
3. Denaro e valori in cassa	0,5	0,4	0,4
Totale disponibilità liquide	3	18,8	10,9
Totale attivo circolante	841,70	984,00	754,90
D Ratei e risconti	46,1	45,8	22,5
TOTALE ATTIVO	2.485,50	2.669,50	2.388,10

Valori in milioni di euro

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO-PASSIVO			
Anni di riferimento	2010	2011	2012
A PATRIMONIO NETTO			
I. Quote della Capogruppo			
I. Capitale sociale	242,5	242,5	242,5
IV. Riserva legale	7,0	7,0	9,0
VII. Altre riserve	379,5	281,7	284,0
VIII. Utili (perdite) portati a nuovo	-	-	-
IX. Utile (perdita) dell'esercizio di gruppo	(98,2)	4,1	(244,6)
TOTALE PATRIMONIO NETTO DI GRUPPO	530,8	535,3	290,9
II. Quote di terzi			
1. Capitale, riserve di terzi	-	-	-
2. Utile (perdita) dell'esercizio di terzi	-	-	-
TOTALE PATRIMONIO NETTO DI TERZI	0	0	0
TOTALE PATRIMONIO NETTO	530,8	535,3	290,9
B Fondi per rischi ed oneri			
1. Per trattamento di quiescenza e obblighi simili	151,8	155,6	154,6
2. Per imposte, anche differite	12	11,5	8,2
3. Altri	238,9	245,8	340,4
Totale fondi per rischi ed oneri	402,7	412,9	503,2
C Trattamento fine rapporto di lavoro subordinato			
	339,4	326,9	318,6
D Debiti			
4. Debiti v/ banche	148,8	283,3	372,4
5. Debiti v/ altri finanziatori			
importi esigibili entro l'esercizio successivo	1,3	1,3	0,1
importi esigibili oltre l'esercizio successivo	1,6	0,7	0,7
6. Acconti			
importi esigibili entro l'esercizio successivo	4,3	3,4	5
importi esigibili oltre l'esercizio successivo	1,5	-	-
7. Debiti v/ altri fornitori	796,2	846,3	676,5
9. Debiti v/ controllate non consolidate	-	7,5	3,6
10. Debiti v/ imprese collegate	5,6	4,3	4,3
12. Debiti tributari	77,6	71,4	49,6
13. Debiti v/ istituti previdenza e sicurezza sociale	50,3	52,7	51,4
14. Altri debiti	74,7	77,9	73,7
Totale debiti	1.161,9	1.348,8	1.237,3
E Ratei e risconti			
	50,7	45,6	38,1
TOTALE PASSIVO	2.485,50	2.669,50	2.388,10

Struttura patrimoniale - Consolidato

Gruppo (milioni €)	Dicembre 2012	Dicembre 2011	Δ
Immobilizzazioni	1.610,7	1.639,7	-29,0
Materiali	683,6	682,3	1,3
Programmi	868,1	895,3	-27,2
Altre	59,0	62,1	-3,1
Capitale d'esercizio	-635,0	-505,1	-129,9
Crediti a altre attività	766,5	1.011,0	-244,5
Debiti e altre passività	-898,3	-1.103,2	204,9
Fondi	-503,2	-412,9	-90,3
Trattamento di fine rapporto	-318,6	-326,9	8,3
CAPITALE INVESTITO NETTO	657,1	807,7	-150,6
Capitale proprio	290,9	535,3	-244,4
Capitale sociale	242,5	242,5	-
Riserve	293,0	288,7	4,3
Risultato del periodo	-244,6	4,1	-248,7
Indebitamento finanziario netto	366,2	272,4	93,8
TOTALE COPERTURE	657,1	807,7	-150,6

Fonte RAI S.p.A.

In sintesi gli esiti economici, possono così sintetizzarsi:

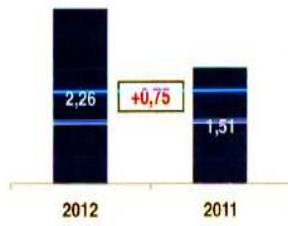
- a. capitale d'esercizio:** nel 2011 era pari a 764,9 milioni di euro, mentre nel 2012 è passato a 635,0 milioni di euro. Il decremento di 129,9 milioni di euro, rinviene, prevalentemente, da minori ricavi da pubblicità e da servizi da convenzione, nonché dalla riduzione delle "altre attività", dovuta all'annotazione nel conto economico dei diritti dei grandi eventi sportivi iscritti, nell'esercizio precedente, nell'attivo. Il calo è risultato attenuato per effetto della diminuzione dei debiti verso fornitori;
- b. capitale investito netto:** è ammontato nel 2011 a 807,7 milioni di euro e nel 2012 a 657,1. La diminuzione, pari a 150,6 milioni di euro, discende dalla riduzione del capitale di esercizio;
- c. immobilizzazioni:** si sono attestate nel 2011 in 1.839,7 milioni di euro e in 1.610,7 milioni di euro nel 2012. Il calo, nella misura di 29 milioni di euro, è ascrivibile, in gran parte, alla riduzione della componente film;
- d. capitale proprio:** la perdita di esercizio, registrata nel 2012, ha determinato la diminuzione del capitale proprio nella misura di 244,4 milioni di euro essendo

tale volume passato da 535,3 milioni di euro del 2011 a 290,9 milioni di euro;

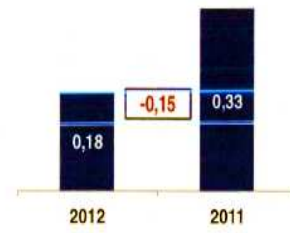
- e.** posizione finanziaria netta: nel 2011 era pari a -272,4 milioni di euro, mentre nell'anno successivo si è attestata in -366,2 milioni di euro, in peggioramento, di 93,8 milioni di euro, per la forte contrazione degli introiti pubblicitari attenuata dal recupero dei crediti verso lo Stato per servizi resi in convenzione e dal contenimento della spesa;
- f.** cash flow: nel 2011 era stato pari a -118,2 milioni di euro, mentre nel 2012 si è attestato nel valore, altrettanto negativo, di euro -93,8 milioni di euro. Sul flusso di cassa di tale ultima annualità, si sono riverberati effetti di opposto segno: quello negativo costituito dalla forte contrazione degli introiti pubblicitari, e quello positivo rinveniente dal recupero dei crediti da convenzioni per servizi speciali per conto dello Stato e dal contenimento degli esborsi per spese di esercizio. La differenza positiva di 150,8 milioni di euro tra risultato netto e variazione della posizione finanziaria netta, è sostanzialmente riconducibile a stanziamenti a fondi privi di effetto monetario nell'esercizio, all'iscrizione a conto economico di costi per diritti dei grandi eventi sportivi, già anticipati in precedenti esercizi, e all'incasso di crediti pregressi per servizi da convenzione con lo Stato.

Nei grafici sottostanti sono riportati gli indici reddituali e patrimoniali, con riferimento al biennio in rassegna, e gli scostamenti registrati nell'anno 2012.

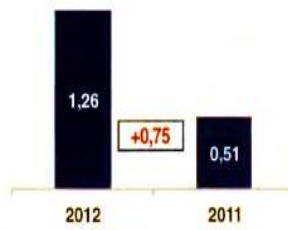
Capitale investito netto / Capitale Proprio



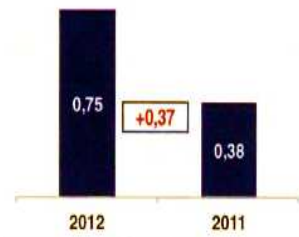
Patrimonio netto / Immobilizzazioni



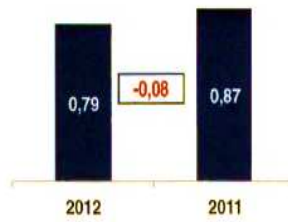
Debiti finanziari / Capitale Proprio



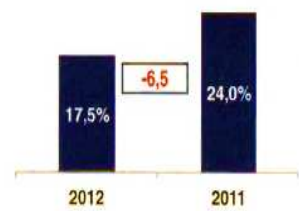
Debiti finanziari / MOL



Attività correnti / Passività correnti



Margine operativo lordo su vendite



Fonte RAI S.p.A.

18. Considerazioni conclusive

Il biennio 2011 – 2012 ha presentato, sotto i profili gestionali e patrimoniali, risultanze diverse che necessitano di separata illustrazione.

Nel 2011 la capogruppo ha chiuso il bilancio con un utile di 39,3 milioni di euro contro una perdita di 128,5 milioni di euro registrata nell'anno precedente.

In corrispondente andamento sono risultati i valori del conto economico consolidato, positivo per 4,1 milioni di euro rispetto alla perdita di 98,2 nel 2010.

Il patrimonio netto di Rai SpA è, quindi, aumentato da 374,8 milioni di euro a 427,5 milioni di euro, di cui 185 milioni di euro utilizzabili per copertura perdite.

Rilevanti, però, sono stati i debiti finanziari di gruppo, pari a 282,5 milioni contro i 148,8 milioni di euro del 2010.

In particolare è emerso il persistente sbilancio tra ricavi e costi della produzione, negativo per 23,3 milioni di euro, segnale preoccupante per la situazione economico-patrimoniale e finanziaria della Società di proprietà pubblica.

Sul versante dei ricavi, l'introito derivante dal pagamento del canone radiotelevisivo ha rappresentato il 60,5% del totale delle entrate aziendali, contro il 31,3% della pubblicità e l'8,2 % degli altri ricavi.

L'adeguamento del canone unitario, in linea con il trend storico, ancorato al tasso inflattivo, ha determinato – anche per effetto del positivo contributo della riscossione coattiva - maggiori risorse pubbliche per 23 milioni di euro. Su tale risultato ha favorevolmente inciso la dinamica dei nuovi abbonati, ancorché in flessione rispetto al 2010: gli utenti paganti hanno superato la soglia dei 16 milioni di famiglie.

Il canone radiotelevisivo registra un tasso di evasione particolarmente elevato, stimato nell'ordine del 27%, superiore per quasi 19 punti percentuali alla media europea.

Un progressivo allineamento allo standard europeo, con un conseguente recupero di importanti risorse, stimate nell'ordine di 500 milioni di euro annui, presupporrebbe una revisione dei meccanismi di riscossione, da integrare con un rafforzamento degli strumenti normativi di argine all'evasione, oggi palesemente insufficienti.

L'efficace contrasto all'evasione contribuirebbe notevolmente a riequilibrare la posizione economico-finanziaria della società.

Peraltro, come rilevato anche dal Collegio sindacale della società, al momento non sono state introdotte misure adeguate volte a contenere il fenomeno.

Anche il ricavo derivante dalla pubblicità ha evidenziato sostanziali flessioni rispetto agli esercizi pregressi, per circa 59 milioni di euro rispetto al 2010.

Gli altri ricavi, ossia quelli tipicamente commerciali, presentano – nonostante la generale fase di debolezza economica – una leggera ripresa rispetto all'esercizio precedente, nell'ordine di quasi 3 milioni di euro.

Per quanto riguarda i costi operativi – pur scontando l'assenza, come in ogni esercizio dispari, di quelli afferenti ai grandi eventi sportivi – si è rafforzata, a perimetro costante, ossia a sostanziale invarianza dei layout produttivi, la tendenza alla diminuzione della spesa.

Rispetto al 2010, infatti, nel 2011 si assiste ad un decremento dei costi pari al 5,9 %: la loro riduzione ha anche interessato anche la voce "servizi per acquisizione e produzione di programmi" che ha registrato un decremento di circa 20,6 milioni.

Il costo del personale è cresciuto del 2,7 % rispetto al pregresso esercizio, aumento giustificato dalla Società, con l'assorbimento delle unità della controllata RAI Trade e con uno stanziamento legato a premi per i dipendenti non erogato (circa 16,6 milioni).

Nel 2012 i profili di criticità nella gestione della RAI, nonostante il positivo risultato economico del 2011, sono riemersi.

L'esercizio, infatti, ha chiuso con una perdita di 245,7 milioni di euro a causa anche degli oneri per grandi eventi sportivi e per un accantonamento straordinario di 62 milioni di euro circa per incentivazione all'esodo del personale; conseguentemente il patrimonio netto si è ridotto a 294 milioni per effetto della diminuzione delle riserve per il ripianamento delle perdite registrate nel periodo.

Anche il conto economico consolidato evidenzia una perdita pari a 244,6 milioni di euro.

Il costo netto del personale, considerando solo salari e stipendi, è risultato in diminuzione rispetto al 2011; ove, invece, si prendano in considerazione le altre componenti, comunque riferibili alla spesa in argomento, si assiste ad un aumento generato soprattutto da un accantonamento di 62 milioni di euro stanziati per il piano di esodo agevolato.

Sul versante dei ricavi si deve osservare che l'attuale congiuntura economica ha prodotto effetti estremamente negativi sul tessuto produttivo/imprenditoriale e,

conseguentemente, sui consumatori finali: restringendo l'analisi al contesto in cui opera la Rai, la crisi economica ha determinato una sostanziale riduzione degli investimenti pubblicitari.

Dopo la pesante diminuzione - per circa 230 milioni di euro - sofferta nel biennio 2008-2009 ed il recupero di poco superiore a 30 milioni di euro del 2010, i ricavi pubblicitari hanno ceduto per circa 59 milioni di euro nel 2011, corrispondenti a poco più di 6 punti percentuali.

Nel 2012 si è aggiunta una ulteriore riduzione di circa 210 milioni.

Il ricavo derivante dalla pubblicità si è attestato in 745,3 milioni euro e ha evidenziato una diminuzione in valore assoluto di 254,7 milioni euro concentrata nei canali generalisti (-27,3%).

In calo sono risultati anche gli omologhi introiti della radiofonia e del cinema.

Al riguardo si deve rappresentare che la previsione dei proventi derivanti da pubblicità, è rimasta disattesa (- 25,5%), esito immaginabile stante la situazione del mercato di riferimento che sin dal 2008 ha evidenziato, come più volte accennato, un drastico abbattimento.

Un cenno va riservato alla pubblicità radiofonica.

Già a partire dal 2010 sono venuti meno i tradizionali sistemi di rilevazione degli ascolti.

La prolungata interruzione della rilevazione Audiradio e la circolazione di stime di ascolto provenienti da ricerche non condivise (e in alcuni casi, come Eurisko Media Monitor, condotte con finalità diverse da quella della misurazione puntuale ed esaustiva dell'ascolto di ogni singolo mezzo), hanno determinato, infatti, una situazione di obiettiva incertezza sul fronte della valorizzazione degli spazi pubblicitari.

Anche gli altri ricavi, ossia quelli tipicamente commerciali oltre le convenzioni con la Pubblica Amministrazione, hanno evidenziato un calo rispetto alla timida ripresa registrata nel 2011.

Sul fronte della gestione si deve rilevare come, indipendentemente dal diverso panorama di offerta e dalle difficoltà sul fronte dell'acquisizione delle risorse, le modalità di progettazione editoriale e la relativa fase di implementazione produttiva siano rimaste sostanzialmente ancorate a modelli poco adeguati rispetto al nuovo mercato di riferimento.

L'innovativo contesto, caratterizzato da un'alta penetrazione della tecnologia nella diffusione del prodotto televisivo, pone con assoluta centralità la questione

dell'offerta della Rai agli utenti, da orientare verso il recupero degli ascolti delle reti generaliste e l'incremento di quelli relativi ai canali tematici.

In tale scenario particolare importanza riveste il Web, che rappresenta uno dei veicoli della produzione radiotelevisiva. Nell'attuale mercato, quindi, è auspicabile il potenziamento del posizionamento della società in tale settore di intervento.

Lo sviluppo del web, infatti, configura una opportunità per rafforzare, rinnovare e modernizzare la collocazione del servizio pubblico, al fine di renderlo adeguato alle future esigenze e generare nuove significative utilità commerciali, pubblicitarie o di altro genere, anche attraverso l'innovazione dei modelli di offerta e di business

L'analisi dei ricavi "WEB", comprensivi della raccolta Rai Pubblicità e You Tube, evidenzia, un non adeguato sfruttamento di tale settore di mercato, circostanza comprovata anche dal posizionamento della società, non in linea con la competizione.

Anche l'offerta internazionale risente di una impostazione non adeguata alle attuali esigenze del mercato.

La collocazione internazionale della RAI - peraltro prevista dall'ordinamento e dalla convenzione stipulata con la Presidenza del Consiglio dei ministri- è imperniata su un genere di programmazione finalizzato prevalentemente al mantenimento dell'identità culturale nazionale e della memoria del Paese, ma non si propone la penetrazione commerciale di nuovi mercati e lo sviluppo di iniziative imprenditoriali, così da accrescere la conoscenza e la diffusione del sistema Italia.

A ciò si aggiungano le difficoltà di esportazione di cinema e fiction, trattandosi di generi spesso eccessivamente orientati sul contesto nazionale, anche in termini di formato, mentre i palinsesti internazionali privilegiano modelli a lunga serialità, e tenuto conto del vincolo costituito dalla disponibilità dei diritti per trasmettere al di fuori del territorio nazionale.

In sintesi, fondamentali per la riqualificazione della presenza internazionale della Rai, appaiono il miglioramento dell'offerta da sviluppare dando spazio ad una programmazione destinata non solo alle comunità italiane, ma alla più ampia platea interessata al sistema Italia.

Sotto il profilo organizzativo, oltre la rivisitazione dei processi attinenti al decreto legislativo n. 231 del 2001, la Corte deve segnalare la necessità di integrare i protocolli denominati "Gestione del pre-contenzioso ai fini del decreto legislativo n. 231 del 2001" e "Gestione del contenzioso, etc.", entrambi risalenti al 26 settembre 2007, ai fini di una loro armonizzazione con le nuove regole, nonché l'esigenza di adeguamento del modello previsto dalla stessa normativa, alle previsioni contenute

nella legge n. 190 del 2012 e al Piano Nazionale Anticorruzione, recentemente approvato.

La Corte raccomanda, inoltre, di assumere tempestivamente le azioni correttive nel settore dell'oggettistica promozionale e degli omaggi aziendali, al fine di evitare spese effettuate in violazione delle istruzioni aziendali e, soprattutto, in mancanza di precise indicazioni riguardanti l'inerenza aziendale della spesa, anomalie riscontrate in sede di audit.

Per quanto riguarda la produzione, si devono segnalare gli elevati costi riconducibili al festival di Sanremo, che anche nel 2012 sono risultati nettamente superiori ai ricavi, dando luogo ad uno sbilancio che, sebbene inferiore a quello registrato negli anni precedenti, si è rivelato di consistente dimensione.

Anche per la fiction, che rappresenta una delle più rilevanti componenti del palinsesto della società, i costi affrontati sono stati ingenti.

Al riguardo si segnala la necessità non solo di un generale contenimento della spesa, ma anche di coniugare le tematiche oggetto del racconto con la necessità di preservare adeguati livelli di share e con investimenti che ne giustifichino la produzione.

In tale contesto si raccomanda un efficace contenimento dei costi (riduzione dei tempi di lavorazione, in linea con le produzioni delle altre emittenti, valorizzazione dei siti nazionali, efficace politica di moral suasion per una sostanziale diminuzione dei costi degli artisti).

Sebbene l'esito della gestione del 2011 sia stato in generale positivo, si deve rappresentare che la società non ha ancora perfezionato un rigoroso piano di razionalizzazione e contenimento dei costi, tanto più necessario avuto riguardo ai negativi risultati delle gestioni precedenti e all'andamento negativo rilevato nel corso 2012.

In sintesi è mancata una manovra che potesse consentire di contrastare il sensibile calo dei ricavi, riducendo drasticamente e razionalmente i costi della gestione ed attivando iniziative volte ad incrementare le entrate, ove possibile.

Al riguardo si ritiene necessario promuovere efficaci interventi finalizzati a contrastare il fenomeno dell'evasione dal pagamento del canone. In particolare dette iniziative, non adottate o anche solo pianificate nel corso del biennio in rassegna, vanno assunte dalla RAI in ordine al canone speciale, riscosso direttamente dalla società.

Del pari necessaria appare la riduzione dei costi di produzione, senza peraltro incidere sulla qualità dell'offerta radiotelevisiva, specie in relazione alla programmazione che l'azienda ritiene finanziata con fondi diversi da quelli derivanti dal gettito del canone radiotelevisivo.

Nel delineato contesto, va segnalata l'esigenza di assumere tutte le iniziative che si riterranno più idonee per mantenere sotto stretto controllo l'andamento del costo del lavoro e degli oneri connessi, sia per la Società che per il Gruppo, considerata l'incidenza di oltre il 30% di tale fattore sul costo della produzione ed attesa la difficoltà di conseguire maggiori introiti dalle attuali fonti di entrata.

La rigorosa razionalizzazione dei costi permetterebbe di neutralizzare gli squilibri rilevati nella contabilità separata e, ove coniugata ad una efficace lotta all'evasione del pagamento del canone radiotelevisivo, inciderebbe sulla misura del canone stesso, consentendone la diminuzione a beneficio della collettività che lo corrisponde.

Si continua a rilevare d'altro canto anche l'inadeguatezza del contratto di servizio (stipulato tra il Ministero dello Sviluppo Economico e la RAI) in tema di copertura dei costi che lo svolgimento del servizio pubblico comporta.

Al riguardo si segnala che in sede di rinnovo del contratto di servizio, vengono definite le attività di Servizio pubblico, ma non anche le risorse pubbliche aggiuntive da rapportare alla nuova entità dei compiti affidati e che dovrebbero derivare, sulla base della vigente normativa, dagli introiti da canone e dalla parte della raccolta pubblicitaria da esporre nel pertinente aggregato.

La Corte ribadisce il giudizio, espresso nei precedenti referti, secondo cui il modello della contabilità separata, sicuramente valido per dimostrare all'Unione europea che il finanziamento pubblico non supera il costo complessivo sostenuto dalla concessionaria per lo svolgimento del servizio pubblico, non può essere assunto quale strumento unico ed esclusivo per determinare la misura del canone di abbonamento, in quanto alcuni valori in essa contenuti provengono da procedure basate sull'applicazione di parametri numerici e sull'ipotetica applicazione di vincoli normativi previsti per la generalità degli operatori del settore.

A conferma della suesposta analisi devono essere sottolineati i reiterati risultati negativi dell'aggregato A della contabilità separata, ove sono esposti i ricavi derivanti dalla riscossione dei canoni di abbonamento ed i relativi costi sostenuti per il Servizio pubblico, in attuazione delle previsioni del contratto di servizio.

L'aggregato, da quando si è data applicazione alla disposizione dell'art. 47 del decreto legislativo n. 177 del 2005 sulla contabilità separata - che prevede l'obbligo di copertura dei costi del servizio pubblico - è risultato costantemente in disavanzo: 335

milioni nel 2008, 337 milioni nel 2009, 364 milioni nel 2010, 287 milioni nel 2011 e 346 milioni nel 2012.

La situazione non è bilanciata dai risultati dell'aggregato B, ove sono esposti i ricavi ed i costi dell'attività commerciale. Sino al 2011 è stato registrato un avanzo, sebbene con margini favorevoli sempre più esigui, a causa della contrazione del mercato pubblicitario (149 milioni di euro nel 2008, 118 milioni di euro nel 2009, 158 milioni di euro nel 2010 e 111 milioni di euro nel 2011). Tanto più che, nel 2012, l'aggregato stesso ha evidenziato un esito negativo (- 28 milioni di euro).

In relazione alle perdite evidenziate nell'aggregato A, nei vari esercizi, la società ha chiesto in più occasioni al Ministero dello sviluppo economico di provvedere a corrispondere gli importi alla stregua delle obbligazioni derivanti dal contratto di servizio, secondo cui i costi del servizio pubblico devono essere coperti dal gettito del canone (e dalla pubblicità residua).

Nel 2010, ha formalizzato atto di intimazione nei confronti del ministero stesso chiedendo il pagamento delle somme non erogate per compensare i costi del servizio pubblico.

Queste ultime ammontano, nel periodo 2005 al 2012, a 2,3 miliardi di euro. In relazione a quanto preteso dalla società il Ministero dello sviluppo economico non ha, allo stato, espresso alcuna considerazione.

Il vigente contratto di servizio, peraltro, proprio in relazione alle esposte esigenze, ha introdotto talune clausole di salvaguardia che consentono alla società di proporre modifiche, nel caso di significative alterazioni nel rapporto tra costi e ricavi di servizio pubblico, da sottoporre alla valutazione di una apposita Commissione paritetica tra il Ministero vigilante e la Concessionaria stessa, strumento che non è stato attivato nel corso degli anni 2011 e 2012.

Nella prospettiva illustrata nel Piano Industriale della società 2010-2012, dell'insorgenza, nell'immediato futuro, di gravi difficoltà per il perseguimento dell'equilibrio di bilancio, a causa soprattutto della prevista riduzione dei ricavi pubblicitari, la RAI ha valutato, in linea con quanto rilevato da questa Corte, al fine del contenimento dei costi della produzione, l'opportunità di porre in liquidazione o incorporare talune società controllate, in rapporto al perseguimento dei propri scopi, trasferendo alle sue strutture le attività svolte dalle società soppresse.

In tale contesto nel 2011 sono intervenute talune modifiche organizzative dichiaratamente rivolte alla razionalizzazione ed ottimizzazione del modello organizzativo della società. Nello stesso periodo è stato portato a compimento il processo di fusione per incorporazione di RAISat S.p.A. in RAI S.p.A., avviato l'anno precedente; omologa iniziativa ha interessato Rai Trade S.p.A. e Rai Net S.p.A., società incorporate nel corso del 2011.

E' stata altresì deliberata la chiusura della Società Rai Corporation e avviate le conseguenti procedure di liquidazione sempre nell'ambito del progetto di revisione.

Il nuovo assetto organizzativo, ad avviso della Società, persegue il fine di ridurre il numero delle strutture creando idonei presidi di governo e controllo.

Si tratta di operazioni la cui motivazione strategica comune risiede nella necessità di agevolare il coordinamento gestionale delle attività che la separazione societaria rende difficoltoso, generando inefficienze organizzative e di processo.

La Corte, pur constatando la diminuzione delle società (da 8 società nel 2010 a 5 nel 2011) rappresenta la necessità di una rigorosa verifica della loro attuale necessità nel contesto di un proficuo contributo delle stesse nel perseguimento degli interessi della capogruppo, avuto anche riguardo alla circostanza che, in termini di valore aggiunto, l'apporto complessivo delle controllate appare assai modesto, in quanto, ad eccezione di Sipra (ora Rai Pubblicità), la quasi totalità del fatturato è verso la RAI, come emerge dai risultati del conto economico consolidato, senza alcuna significativa espansione all'esterno del perimetro delle proprie attività, in modo da conseguire consistenti ricavi al di fuori di quelli derivanti dalle commesse della capogruppo.

A quanto precede va aggiunto che la RAI, oltre ad avere obbligatoriamente un'organizzazione strutturale e regionale estesa su tutto il territorio nazionale, come disposto dalle leggi in vigore, ha affrontato un impegnativo piano di investimenti, stabilito per legge, per l'adeguamento impiantistico al sistema digitale terrestre (DTT), per il quale la Società ha lamentato l'insufficienza dei contributi pubblici sin qui stanziati.

In questa difficile congiuntura, più che in ogni altra passata circostanza, diventa inderogabile per la concessionaria che il contratto di servizio per il triennio 2013 - 2015 venga negoziato dando effettiva attuazione a principi già presenti nei precedenti contratti. Più in particolare, al principio secondo il quale il finanziamento delle attività di servizio pubblico deve essere garantito con carattere di certezza e congruità, per il triennio di vigenza, attraverso il canone radiotelevisivo.

La Corte ribadisce, la decisiva necessità che l'Azienda attivi comunque ogni misura organizzativa, di processo e gestionale idonea ad eliminare residue inefficienze e sprechi, proseguendo, laddove possibile e conveniente, nel percorso di internalizzazione delle attività e concentrando gli impegni finanziari sulle priorità effettivamente strategiche, con decisioni di spesa che siano - singolarmente e nel loro complesso - strettamente coerenti con il quadro di riferimento.

Nell'attuale panorama economico è necessario pianificare un sostanziale contenimento dei costi, soprattutto quelli della produzione, avuto riguardo al contesto reale nel quale si iscrive l'attività della RAI e, quindi, tenendo conto delle reali entrate e, in particolar modo della drastica riduzione dei ricavi derivanti da pubblicità e da attività commerciali, non compensata, se non in misura marginale, dall'incremento dei proventi da canone radiotelevisivo.

Allegato 1 - Principi regolatori del modello di separazione contabile.

Allegato 2 - Confronto bilancio di esercizio e budget 2012

Allegato 1 - Principi regolatori del modello di separazione contabile.

I principi regolatori che ispirano il modello di separazione contabile, sono di seguito sinteticamente illustrati:

- Causalità - i ricavi, i costi e il capitale impiegato sono imputati in base all'analisi diretta della loro origine, ovvero della causa che ha determinato il conseguimento del ricavo, il sostenimento del costo, l'acquisto di un'attività o l'insorgere di una passività; se non è possibile l'analisi diretta, l'attribuzione avviene su base misurabile, non arbitraria, fondata sulla relazione con costi direttamente imputabili; negli altri casi si applica un criterio di imputazione generale;
- oggettività - l'attribuzione è effettuata in modo oggettivo;
- coerenza - i principi e le metodologie di assegnazione sono uniformi nel corso del tempo; eventuali modifiche devono essere supportate da adeguata motivazione;
- trasparenza - metodologia di attribuzione trasparente;
- parametri quantitativi - utilizzo di parametri quantitativi, configurati alla stregua dei criteri di ragionevolezza, dimostrabilità e obiettività.

Si tratta di principi il cui valore viene espresso sulla base di una gradazione decrescente di rilevanza, con la conseguenza che nei casi dubbi occorre privilegiare quello più importante secondo la scala gerarchica sopra riportata.

Per quanto riguarda i costi, il criterio seguito è quello del costo interamente distribuito, come prescritto dalla delibera n. 102/05/CONS dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

La base di costo è costituita dai costi storici fondati sulla spesa realmente sostenuta; pertanto i valori utilizzati sono gli stessi impiegati per la redazione del bilancio di esercizio della concessionaria, con la sola eccezione di quelli figurativi inclusi in forza delle indicazioni dell'AgCOM (onere figurativo per l'equa remunerazione del capitale investito e quello per il vincolo di affollamento pubblicitario).

I criteri di valutazione e le convenzioni contabili adottate sono di conseguenza conformi a quelle contenute nella nota integrativa al bilancio di esercizio.

L'imputazione delle voci di ricavo, costo e capitale investito è conforme al principio di causalità e, quindi, alla determinazione per attività.

Al fine di rappresentare gli esiti gestionali ordinari dei segmenti di attività identificati dall'Autorità, la contabilità separata si snoda fino al livello del risultato operativo.

La delibera n. 102/05/CONS prescrive che lo schema di separazione contabile della concessionaria debba essere idoneo ad evidenziare le attività aziendali in tre distinti aggregati contabili:

- A) aggregato di servizio pubblico al quale vengono attribuite le voci dei costi e dei ricavi relative alle attività di produzione e programmazione riconducibili al servizio pubblico secondo quanto previsto dalla legge n. 112/04;
- B) aggregato commerciale al quale vengono attribuite le voci dei costi e dei ricavi relative alle attività di produzione, programmazione e vendita con finalità commerciali;
- C) aggregato servizi tecnici al quale vengono attribuite le voci dei costi e dei ricavi relative alle attività strumentali di supporto e trasmissione finalizzate alla realizzazione, conservazione e messa in onda dei programmi.

Lo schema di separazione contabile approvato dall'Autorità definisce il contenuto di ciascun aggregato:

- Aggregato A**
 - costi e ricavi relativi alle attività riconducibili al servizio pubblico specifico, tipizzato e disciplinato dalla Legge 112/2004 (ora dal TUSMAR) e dai Contratti di Servizio nazionali di durata triennale cui essa rinvia;
 - onere figurativo del vincolo sulla pubblicità;
- Aggregato B**
 - costi e ricavi inerenti all'attività di programmazione non specificatamente prevista dalla Legge e dai Contratti di Servizio, ma comunque riconducibile – secondo l'espressa previsione del richiamato art. 7, co. 4, del TUSMAR - alla missione della Concessionaria Pubblica;
 - ricavo figurativo del vincolo sulla pubblicità;
 - costi e ricavi relativi ad attività commerciali svolte direttamente da Rai S.p.A.;
 - attività di programmazione commerciale in tecnica digitale su blocchi non riservati al Servizio Pubblico;
- Aggregato C**
 - costi e ricavi relativi alle attività strumentali di supporto;
 - ricavi (transfer charge) relativi alla cessione di servizi agli aggregati A e B.

L'assegnazione delle attività aziendali agli aggregati risponde, quindi, alle prescrizioni legislative e regolamentari contenute nel TUSMAR, nel contratto di servizio nazionale 2010-2012, approvato con d.m. 6 aprile 2011 e pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 147 del 27 giugno 2011.

Più in particolare, l'articolo 45, comma 2, del TUSMAR disciplina le attività che il servizio pubblico deve comunque garantire (contenuto minimo inderogabile) e rinvia al contratto di servizio nazionale la definizione degli obblighi ulteriori.

In sintesi, i compiti minimi della concessionaria pubblica sono i seguenti:

- diffusione di tutte le trasmissioni televisive e radiofoniche di pubblico servizio con copertura integrale del territorio nazionale;
- trasmissioni televisive e radiofoniche (contenuti: educazione, informazione, formazione, promozione culturale; accesso alla programmazione, tutela minoranze linguistiche, misure a tutela persone portatrici di handicap sensoriali, ecc.);
- costituzione di una società per la produzione, la distribuzione e la trasmissione di programmi radiotelevisivi all'estero;
- trasmissione, in orari appropriati, di contenuti destinati specificamente ai minori;
- conservazione degli archivi storici radiofonici e televisivi;
- destinazione di una quota dei ricavi complessivi annui alla produzione di opere europee;
- realizzazione delle infrastrutture per la trasmissione radiotelevisiva su frequenze terrestri in tecnica digitale e realizzazione di servizi interattivi digitali di pubblica utilità;
- rispetto dei limiti di affollamento pubblicitario previsti dall'articolo 38 del TUSMAR;
- articolazione in sedi regionali e valorizzazione e potenziamento dei centri di produzione decentrati;
- realizzazione di attività di insegnamento a distanza.

Il contratto di servizio 2010 - 2012 ha, poi, previsto compiti aggiuntivi di servizio pubblico, di cui i principali sono:

- per le reti generaliste terrestri (Raiuno, Raidue e Raitre), destinazione (come previsto all'art. 9, comma 1) di almeno il 70% della programmazione annuale televisiva compresa nella fascia oraria tra le ore 6 e le ore 24 e almeno l'80% per la sola terza rete alle predeterminate tipologie di generi elencati e dettagliati al successivo co. 2 (informazione e approfondimento

generale, programmi e rubriche di servizio, programmi e rubriche di approfondimento culturale, informazione e programmi sportivi, programmi per minori e produzioni audiovisive italiane ed europee). Si tratta di una disposizione fondamentale per la predisposizione della contabilità separata in quanto contribuisce a tracciare il confine che segna il passaggio dalla programmazione televisiva contenuta nell'aggregato A (di servizio pubblico predeterminato) a quella assegnata all'aggregato B (altra programmazione). La previsione in rassegna fornisce il parametro quantitativo fisso utilizzato anche per valorizzare il vincolo sulla pubblicità. Indipendentemente dalla percentuale consuntivata dalle diverse tipologie di programmi, infatti, i costi (e quindi anche i ricavi) verranno coerentemente rettificati per replicare la distribuzione prevista contrattualmente (70% all'aggregato A e 30% all'aggregato B).

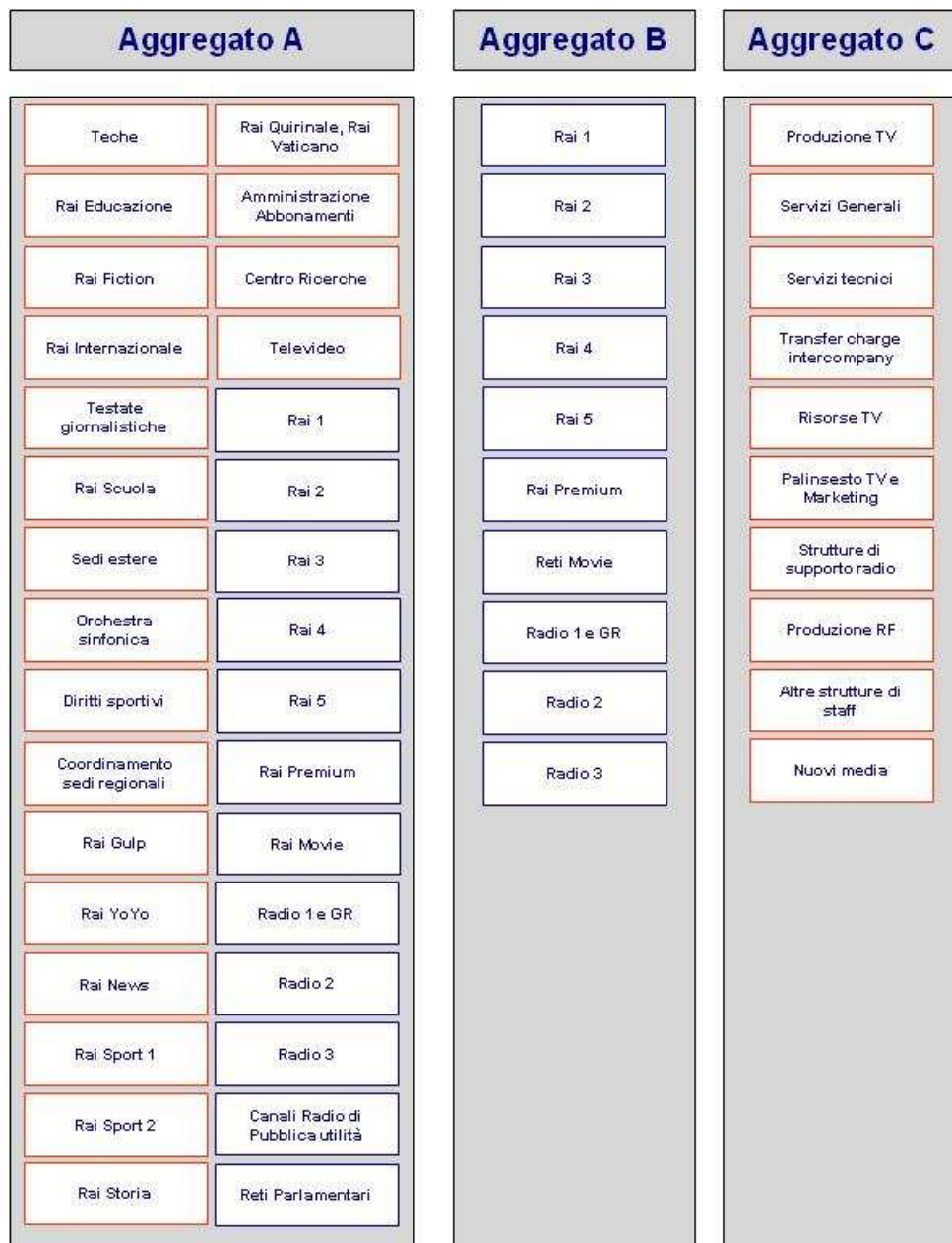
- per le reti semigeneraliste e tematiche, destinazione di almeno il 70% della programmazione annuale televisiva a predeterminate tipologie di generi (art. 9 comma 1);
- offerta televisiva sportiva, con riferimento ad eventi nazionali e internazionali (art. 9, comma 2, lett. d);
- offerta radiofonica - indicazione dei generi predeterminati che la concessionaria deve garantire (notiziari, informazione, cultura, società, musica, servizio e pubblica utilità) con destinazione agli stessi di non meno del 70% per i canali nazionali Radio Uno e Radio Due e di non meno del 90% per Radio Tre (art. 10 comma 2). Tale disposizione condiziona l'attribuzione dei programmi ai due aggregati editoriali, analogamente a quanto vale per la televisione;
- programmazione televisiva per i minori, offerta dedicata alle persone con disabilità, offerta per l'estero, programmi dell'accesso, iniziative specifiche per la valorizzazione delle istituzioni e delle culture locali, informazione istituzionale nazionale ed europea, informazione relativa ai servizi di pubblica utilità, educazione finanziaria ed economica, audiovisoteche;
- transizione alla tecnologia digitale (Capo II artt. 5 e segg.) con impegno ad attuare il processo di conversione delle reti alla tecnologia digitale, realizzando - previa assegnazione di risorse frequenziali coerenti per numero e caratteristiche con le finalità contrattuali - cinque multiplex;
- diffusione della programmazione televisiva, nella fase di transizione alle trasmissioni in tecnica digitale, attraverso almeno una piattaforma

distributiva di ogni piattaforma tecnologica (art. 22, comma 1) e messa a disposizione della propria programmazione di servizio pubblico a tutte le piattaforme commerciali, nell'ambito di negoziazioni eque, trasparenti e non discriminatorie (art. 22, comma 3).

Sulla base di quanto sopra esposto, il conto economico delle direzioni aziendali che hanno il compito e la responsabilità dello svolgimento di attività elencate nel menzionato apparato legale e contrattuale, confluisce nell'aggregato contabile di competenza.

Restano estranee alla richiamata disciplina le strutture la cui attività rientra in entrambi gli aggregati di carattere "editoriale"; la programmazione televisiva (sostanzialmente di utilità immediata) gestita dalle Reti può infatti alternativamente rientrare nell'alveo dell'aggregato A o di quello B. Per effetto della disciplina del Contratto di Servizio, anche la programmazione radiofonica confluisce in entrambi gli aggregati.

La ripartizione delle direzioni e strutture tra gli aggregati è sintetizzata nella seguente tavola:



Fonte RAI S.p.A.

A maggior specificazione di quanto sopra enunciato, si svolgono brevi considerazioni su talune aree di attività:

- Rai Way: è la società del Gruppo responsabile della fornitura di tutti i servizi di trasmissione, distribuzione e diffusione di segnali e programmi audiovisivi in tecnica analogica, digitale terrestre e satellitare. Inoltre, la società ha sviluppato linee di business verso clienti terzi, quali il servizio di tower-rental (ospitalità, presso la propria rete, degli impianti di altri operatori,

prevalentemente di telecomunicazioni), la gestione di servizi e trasmissione, trasporto e diffusione di segnali audio/video. Sulla base della normativa nazionale e comunitaria, tutti i costi operativi sostenuti da Rai Way per la fornitura dei servizi a Rai S.p.A. (escluse alcune limitate tipologie di costo), ed al netto dei ricavi realizzati dalla società stessa per i servizi erogati a favore delle società controllate/terzi, sono attribuiti all'aggregato del servizio pubblico specifico¹⁰⁷;

- altre società controllate: per alcune società (Rai Net, che presidia e sviluppa le piattaforme internet del Gruppo; Rai Corporation - per la quale l'Assemblea degli Azionisti in data 31 maggio 2012 ha deliberato lo scioglimento ai sensi della Business Corporation Law-, che assicurava la gestione dell'Ufficio di corrispondenza di New York nonché la fornitura di altri servizi di carattere editoriale e produttivo; Rai World, che gestisce, su mandato Rai, i rapporti contrattuali in essere con i soggetti terzi che curano la distribuzione del canale Rai Italia e, dal primo di aprile 2012, l'attività organizzativa del concorso a premi denominato "Prix Italia"), non si è proceduto alla determinazione dei servizi prestati sulla base della metodologia del costo pieno e della remunerazione del capitale investito, in ragione della modesta entità dei rispettivi apporti a raffronto del complesso dei costi aziendali;
- palinsesto notturno: la programmazione relativa al palinsesto notturno non è specificamente disciplinata dal contratto di servizio, che concentra gli impegni della Rai nella fascia oraria compresa tra le ore 6 e le ore 24. Tale spazio può pertanto essere utilizzato dalla società senza vincoli specifici di programmazione, potendo, peraltro, rientrare nel computo degli spazi affollabili secondo criteri di mercato. Dai conti annuali 2005 si è proceduto alla separazione del palinsesto notturno fra i due aggregati secondo i criteri generali;
- canone di concessione: il relativo onere, pari all'1% del fatturato, come previsto dalla delibera dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni n. 170/03/CONS del 21 maggio 2003, è ripartito tra i due aggregati sulla base dei rispettivi ricavi effettivi.

¹⁰⁷ Articolo 45 comma 2 lettera a) e art. 47 del TUSMAR nonché paragrafo 6.4. "Requisiti di trasparenza per la valutazione degli aiuti di Stato" della Comunicazione della Commissione europea relativa all'applicazione delle norme sugli aiuti di Stato al servizio pubblico di emittenza radiotelevisiva (2009/C 257/01) pubblicata sulla Gazzetta ufficiale dell'Unione europea del 27 ottobre 2009. Tale Comunicazione sostituisce quella, di pari oggetto, del 2001 (2001/C 320/04), pubblicata sulla Gazzetta ufficiale dell'Unione europea del 15 novembre 2001.

L'assetto organizzativo della società definisce missione e responsabilità economiche delle singole direzioni che compongono le diverse aree in cui è articolata l'azienda. Dalla struttura organizzativa discendono le regole per la rilevazione contabile e gestionale delle variabili economiche di competenza in termini di:

- costi e ricavi esterni di esercizio, riguardanti sia l'attività di programmazione che le funzioni tecniche e di supporto;
- costi esterni per investimenti, aventi ad oggetto beni immateriali e materiali;
- costo del personale assegnato alle singole direzioni.

Il sistema contabile prevede la rilevazione dei costi/ricavi diretti o investimenti di ciascuna articolazione organizzativa attraverso centri di profitto e centri di costo, con i seguenti parametri:

- i ricavi ed i costi esterni diretti di ciascuna direzione sono registrati, secondo il piano dei conti civilistico, in appositi centri di profitto e centri di costo che consentono di:
 - rilevare separatamente i costi attinenti l'attività delle singole unità organizzative che gerarchicamente dipendono dalla direzione;
 - riepilogare i costi e i ricavi della direzione in un unico centro di profitto;
- l'attività delle singole dipendenze della direzione può a sua volta essere dettagliata mediante l'utilizzo di strumenti contabili diversi, "oggetti di costo", destinati a registrare:
 - i costi e ricavi diretti riguardanti le commesse di programma, nel caso delle strutture editoriali e di produzione;
 - i costi e ricavi diretti di altre micro attività, registrati in appositi ordini interni.

Tali strumenti contabili, unitamente all'utilizzo di piani dei conti gestionali raccordati sistematicamente con il piano dei conti civilistico, consentono lo sviluppo del complesso delle analisi di tipo gestionale.

Il modello approvato dall'Autorità, come accennato, ha suddiviso le attività aziendali relative alla programmazione in due aggregati, facendo confluire nel primo la quella attinente al servizio pubblico "predeterminata" dalla normativa e nel secondo il palinsesto rimesso all'autonomia imprenditoriale dell'editore pubblico.

Tra gli obblighi specifici del servizio pubblico, l'articolo 45, comma 2, lett. o) del TUSMAR annovera quello del rispetto dei limiti di affollamento del 4% settimanale e del 12% dell'orario previsto dall'articolo 38 (oltre alle limitazioni relative alle forme di pubblicità diverse dagli spot), con disposizione per sua natura compressiva della

libertà di impresa, ma giustificata proprio dall'espletamento della missione del servizio pubblico radiotelevisivo in regime di finanziamento duplice.

Il tema delle risorse pubblicitarie e dei limiti di affollamento deve essere analizzato insieme alla programmazione editoriale che la genera.

Più precisamente, la programmazione inclusa nell'aggregato B non è sottoposta a vincoli specifici, salva l'osservanza dei criteri dettati dalla legge e gli indirizzi impartiti dalla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi.

In sostanza, la distinzione tra obblighi specifici (aggregato A) e obblighi aspecifici (aggregato B) di servizio pubblico, e la destinazione integrale della risorsa pubblica per l'assolvimento dei primi e la limitazione degli indici di affollamento pubblicitario sia nella programmazione a tipologia predeterminata sia in quella non predeterminata, concorrono al raggiungimento dell'obiettivo cui unitariamente tendono, e, cioè, quello di assicurare l'equilibrio tra costi e ricavi, con ragionevole margine di utile, nella gestione del servizio pubblico generale radiotelevisivo complessivamente considerato.

Il modello di contabilità separata, quindi, è strutturato in modo che la pubblicità da inserire nell'aggregato B sia in linea con quella di un operatore commerciale, eliminando - figurativamente, per le finalità proprie della contabilità separata - la penalizzazione (e consentendo le stesse ulteriori opportunità) sui limiti di affollamento.

Questa scelta è rintracciabile nella seguente disposizione (art. 1, comma 4) della delibera n. 102/05/CONS dell'Autorità: "Qualora i vincoli di legge comportino un mancato ricavo da attribuirsi all'aggregato commerciale, il meccanismo dei transfer charges dovrà evidenziare l'onere corrispondente nell'aggregato di servizio pubblico".

In sostanza, l'Autorità ha disposto che la contabilità separata contenga uno strumento giuridico ed operativo rappresentativo della valorizzazione del vincolo pubblicitario e adatto a uniformarsi alle differenti logiche di funzionamento cui i due aggregati devono rispondere.

Il vincolo conferisce alle attività "commerciali" dell'aggregato B la stessa natura di quelle svolte da operatori privati, nel quadro di una generale uniformità di trattamento (a prescindere dalla natura, pubblica o privata, dell'editore) necessaria a rendere la separazione reale e non fittizia o formale.

La pubblicità "residua", definibile quale differenza tra quella effettivamente raccolta dalla concessionaria sull'intero palinsesto e quella spettante all'aggregato B in assenza di penalizzazioni, non giustificabili in presenza della separazione delle attività aziendali, viene utilizzata - ovviamente sino al limite del pareggio dell'Aggregato A

(saldo zero) - a parziale copertura dell'eventuale deficit dell'aggregato A, con conseguente vantaggio per i contribuenti¹⁰⁸.

Allegato 2 - Confronto bilancio di esercizio e budget 2012

Un utile raffronto, ai fini della valutazione dell'attività della società, è quello afferente agli scostamenti, rispetto al bilancio preventivo, registrati in sede di consuntivo.

La tabella che segue espone gli aggregati più significativi del conto economico del gruppo, quelli inseriti nel budget 2012 e le differenze rilevate al termine del ciclo annuale di gestione.

Conto Economico Consolidato

Gruppo (milioni €)	2012	Budget 2012 (*)	Δ
Ricavi	2.786,5	3.028,6	-242,1
Costi esterni complessivi per beni e servizi	-1.284,8	-1.330,2	45,4
Costi esterni per beni e servizi	-1.141,8	-1.187,1	45,3
Grandi Eventi Sportivi	-143,0	-143,1	0,1
Costo del personale	-1.015,3	-1.036,2	20,9
MARGINE OPERATIVO LORDO	486,4	662,2	-175,8
Ammortamenti	-603,8	-603,2	-0,6
Accantonamenti e oneri netti	-47,3	-9,5	-37,8
RISULTATO OPERATIVO	-164,7	49,5	-214,2
Gestione finanziaria	-10,4	-13,7	3,3
Gestione straordinaria	-50,9	10,0	-60,9
RISULTATO ANTE IMPOSTE	-226,0	45,8	-271,8
Imposte	-18,6	-44,7	26,1
RISULTATO DI ESERCIZIO	-244,6	1,1	-245,7

(*) Budget 2012 riclassificato secondo lo schema civilistico, che riporta nel costo del personale i costi relativi ai TD di produzione, delle diarie forfetizzate, compensi aggiuntivi a giornalisti (complessivamente classificati nel Budget tra i costi esterni) e oneri per il contenzioso (classificati nel Budget tra gli accantonamenti)

Fonte RAI S.p.A.

I dati sopra riportati consentono di poter formulare alcune osservazioni.

¹⁰⁸ Infatti la sommatoria del finanziamento statale e delle risorse di mercato non può in ogni caso eccedere il costo totale delle attività di servizio pubblico specifico.

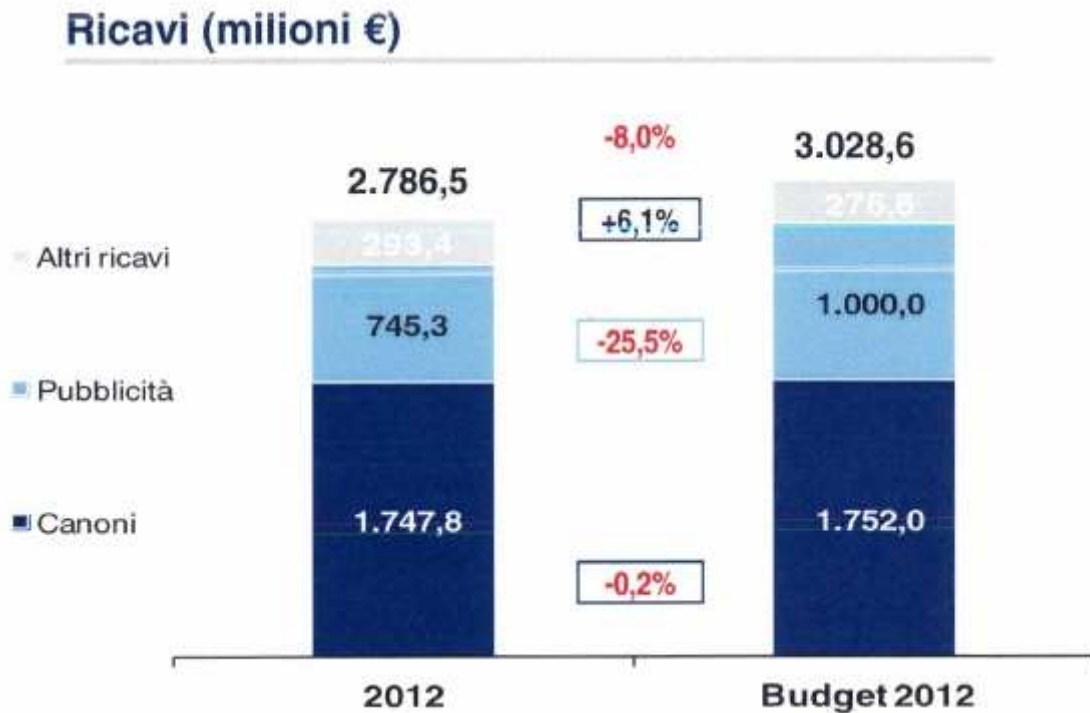
Per quanto concerne i ricavi, se ne constata la forte riduzione rispetto alle previsioni inserite nel budget (-242 milioni di euro). Le cause dello scostamento, vanno individuate nella rilevante contrazione del fatturato pubblicitario, solo marginalmente ridotto in valore assoluto per effetto della esigua crescita dei ricavi commerciali.

Il ricavo di cui si tratta si è attestato in 745,3 milioni euro e ha evidenziato una diminuzione in valore assoluto di 254,7 milioni euro concentrata nei canali generalisti (-27,3%). In calo sono risultati anche gli omologhi introiti della radiofonia e del cinema. Al riguardo si deve rappresentare che la previsione dei proventi derivanti da pubblicità, è rimasta clamorosamente disattesa (- 25,5%), esito immaginabile stante la situazione del mercato di riferimento che sin dal 2008 ha evidenziato, come più volte accennato, un drastico abbattimento.

Il gettito proveniente dal canone radiotelevisivo, pari a 1.747,8 milioni euro appare sostanzialmente in linea con le previsioni (1.752 milioni euro).

Gli altri ricavi, in totale 293,4 milioni euro, evidenziano un incremento di 16,8 milioni euro rispetto alle previsioni. La relativa crescita trae vigore, prevalentemente, dall'aumento del fatturato relativo alla commercializzazione dei diritti pay e da una differente classificazione contabile degli aspetti economici dell'area della distribuzione.

Il raffronto tra i ricavi previsti e quelli realizzati viene di esposto nella seguente raffigurazione.

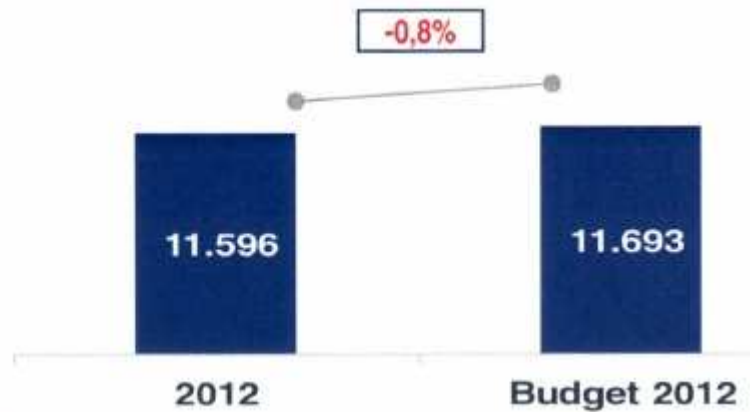


Sul versante dei costi, le cui voci e raffronti vengono esposti nel sottostante prospetto, la previsione afferente ai grandi eventi sportivi (143 milioni di euro) si è posta in asse con le previsioni. I costi esterni, ammontati a 1.141,8 milioni euro, si sono ridotti di 45 milioni di euro (-3,8%) rispetto al Budget, in virtù di azioni di contenimento avviate nel corso dell'esercizio. Il costo del lavoro ha raggiunto la soglia di 1.015,3 milioni euro, evidenziando una diminuzione di 20,9 milioni euro, riconducibile agli effetti della politica di incentivazione all'esodo, alla sostanziale stabilità delle politiche retributive e al contenimento di componenti variabili della retribuzione, quali, ad esempio, il compenso per lavoro straordinario.



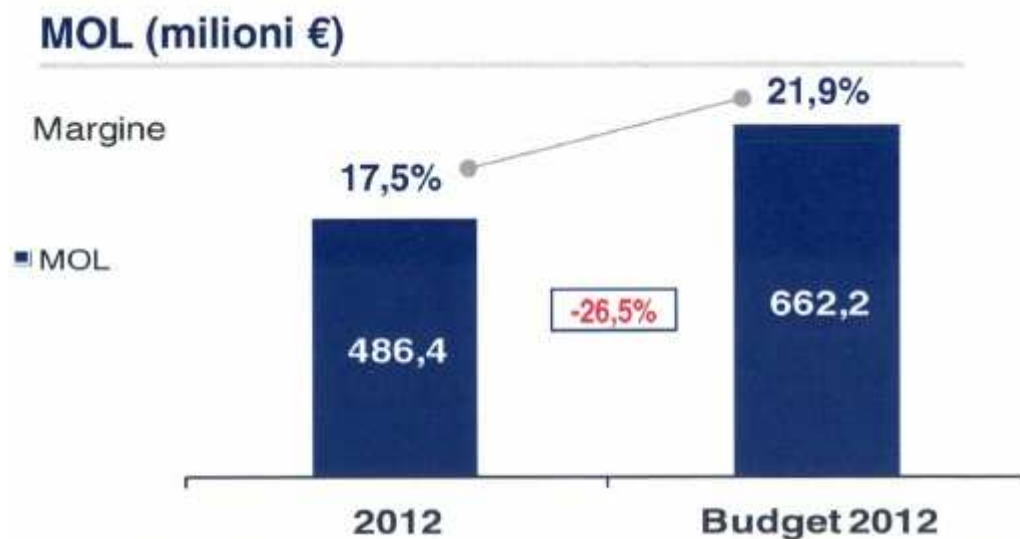
Fonte RAI S.p.A.

In proposito si deve segnalare che la forza di lavoro media del personale a tempo indeterminato del Gruppo Rai risulta in leggera flessione, attestandosi a 11.596 unità contro le 11.693 stimate nel budget, come si evince dal sottostante quadro.

FORZA LAVORO MEDIA (PERSONALE A TEMPO INDETERMINATO)

Fonte RAI S.p.A.

Alla stregua di quanto sinora descritto, appare consequenziale il calo del margine operativo lordo (-176 milioni di euro) per effetto della flessione dei ricavi e della manovra di riduzione dei costi operativi che, come accennato, ha interessato costi esterni per beni e servizi (-47 milioni euro) e costo del personale (- 19 milioni euro); l'indicatore pone in luce una percentuale sui ricavi che passa dal 21,9% stimato in budget al 17,5% consolidato nella gestione.



Fonte RAI S.p.A.

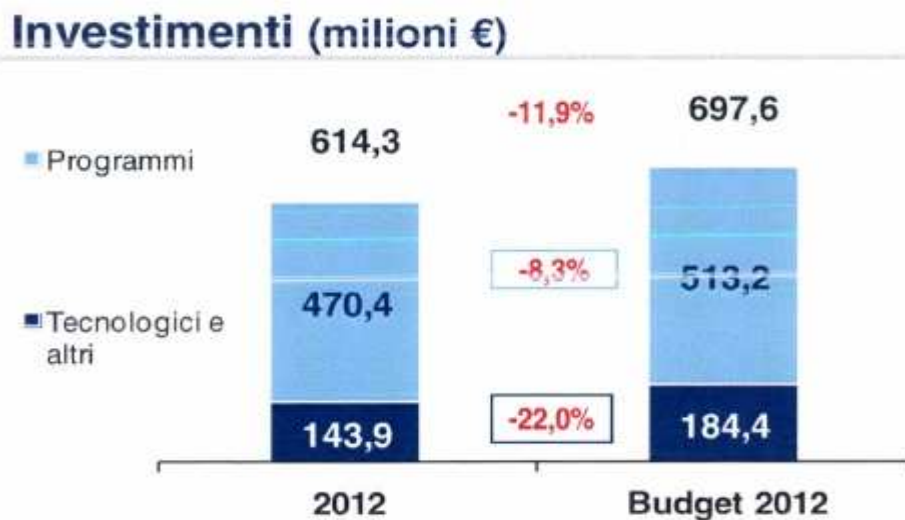
Per gli ammortamenti, quelli in programmi ammontano a 463,2 milioni di euro, con una diminuzione di 9,8 milioni di euro rispetto al budget, derivante dall'andamento degli investimenti. Gli altri ammortamenti, pari a 140,6 milioni di euro, risultano in crescita di 10,4 milioni di euro, nonostante la flessione degli investimenti, per effetto

dei maggiori ammortamenti sui cespiti in essere ad inizio anno rispetto a quanto previsto.

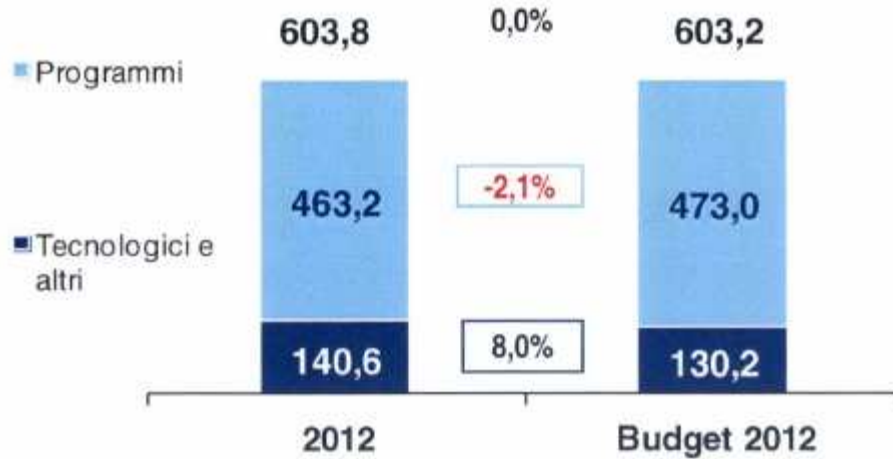
Gli investimenti in programmi, pari a 470,4 milioni di euro, presentano una riduzione di 42,8 milioni di euro rispetto alle previsioni. Detto andamento ha interessato, in particolare, gli investimenti fiction, stimati prudenzialmente nel budget in attesa dell'approvazione del piano di produzione avvenuta nel mese di marzo 2012, e quelli riferiti agli accordi con club calcistici, conclusi per un numero inferiore di squadre rispetto alle aspettative.

Gli altri investimenti, il cui volume ha raggiunto l'importo di 143,9 milioni di euro, hanno subito una contrazione di 40,5 milioni di euro, nel più ampio contesto della flessione degli investimenti Rai Way relativi, principalmente, all'infrastruttura digitale terrestre.

I sottostanti grafici rappresentano le variazioni, rispetto alle previsioni, di ammortamenti e investimenti.



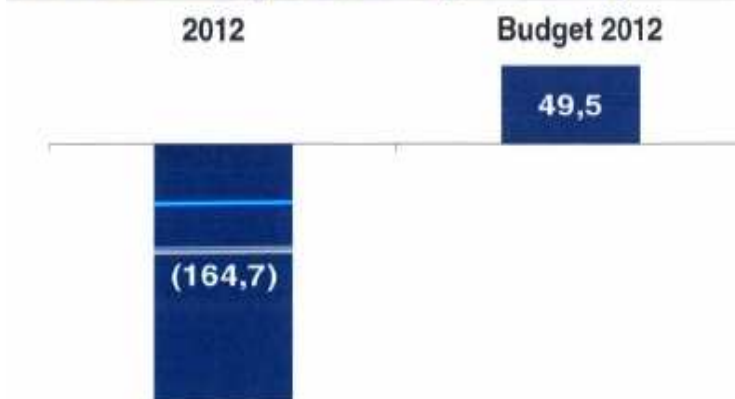
Ammortamenti (milioni €)



Fonte RAI S.p.A.

Il risultato operativo, pari a 164,7 milioni di euro, si presenta in calo (-214 milioni di euro), a causa della contrazione della raccolta pubblicitaria, del MOL, dei maggiori oneri per accantonamenti indotti dalla svalutazione del prodotto fiction e dell'aggiornamento della riserva matematica relativa al fondo pensioni integrative.

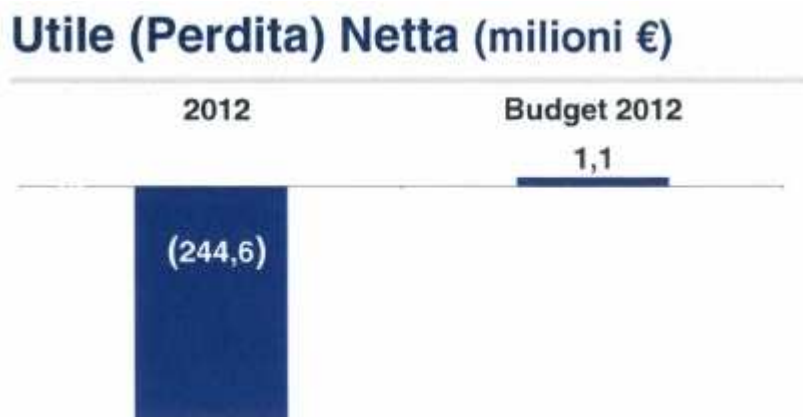
Risultato operativo (milioni €)



Fonte RAI S.p.A.

La perdita di 244,6 milioni di euro, in peggioramento di 245,7 milioni di euro rispetto al budget, consegue alla riduzione del risultato operativo e all'assunzione di oneri straordinari netti.

Questi ultimi hanno gravato per 50,9 milioni di euro (-60,9 milioni di euro rispetto al budget), e si riferiscono, prevalentemente, alla incentivazione all'esodo del personale (53 milioni euro), integrati, in seguito a definizione delle modalità di calcolo degli incentivi (5 milioni euro), e allo stanziamento del costo aggiuntivo relativo al trattamento previdenziale previsto per i giornalisti (10,4 milioni di euro), parzialmente compensati dal provento per IRES di esercizi precedenti, chiesto a rimborso per piena deducibilità dell'IRAP relativa a spese del personale (16,8 milioni di euro).



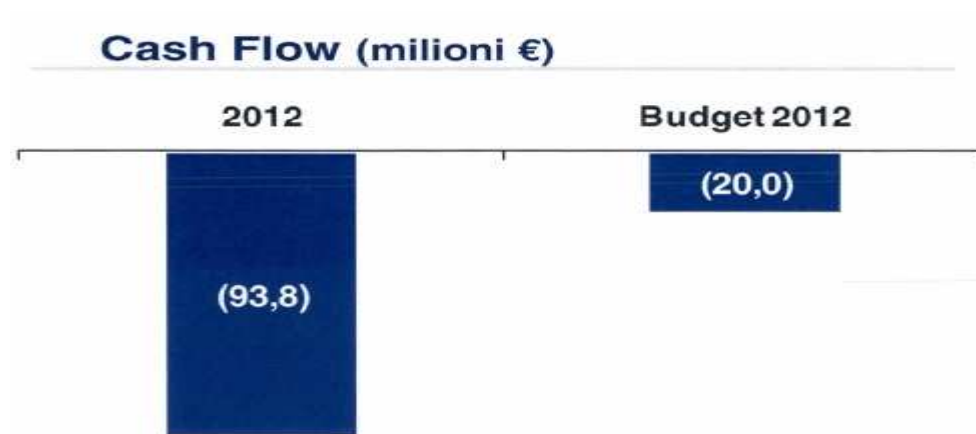
Fonte RAI S.p.A.

Per quanto concerne la posizione finanziaria netta, pur beneficiando - rispetto a quanto stimato in Budget - di una migliore situazione del 2011 e di minori investimenti, si aggrava di ulteriori 46,2 milioni di euro in relazione al decremento del margine operativo lordo e si attesta in - 366,2 milioni di euro.



Fonte RAI S.p.A.

Il cash flow dell'esercizio diminuisce di 73,8 milioni di euro rispetto al Budget, stante il netto calo dei ricavi pubblicitari.



Fonte RAI S.p.A.