

The Rai logo consists of the word "Rai" in a white, bold, sans-serif font, centered within a solid blue square. The background of the entire page is a complex geometric composition of overlapping shapes in shades of blue, teal, and light gray, creating a modern, abstract design.

**Rai**

Relazione  
e bilancio consolidato  
al **31 dicembre 2016**

**Gruppo Rai**



**Relazione  
e bilancio consolidato  
al 31 dicembre 2016  
Gruppo Rai**



---

---

# Indice

Organi Sociali della Capogruppo	4
Struttura del Gruppo	5
Lettera agli Azionisti	6
Situazione economico-patrimoniale e finanziaria consolidata - sintesi	9
Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione	11
Prospetti contabili al bilancio consolidato	131
Note illustrative al bilancio consolidato	137
Attestazione ai sensi dell'art. 154 <i>bis</i> del D. Lgs. 58/98	202
Relazione del Collegio Sindacale	203
Relazione della Società di revisione	205
Corporate Directory	208

## Organi Sociali della Capogruppo

### *Consiglio di Amministrazione*

---

Presidente Monica Maggioni

---

Consiglieri Rita Borioni  
Arturo Diaconale  
Marco Fortis  
Carlo Freccero  
Guelfo Guelfi  
Giancarlo Mazzuca  
Paolo Messa  
Franco Siddi

---

Segretario Nicola Claudio

---

### *Collegio Sindacale*

---

Presidente Biagio Mazzotta

---

Sindaci effettivi Anna Maria Magro  
Roberto de Martino

---

Sindaci supplenti Pietro Floriddia  
M.M. Assunta Protopapa

---

### *Direttore Generale*

---

Antonio Campo Dall'Orto

---

### *Società di Revisione*

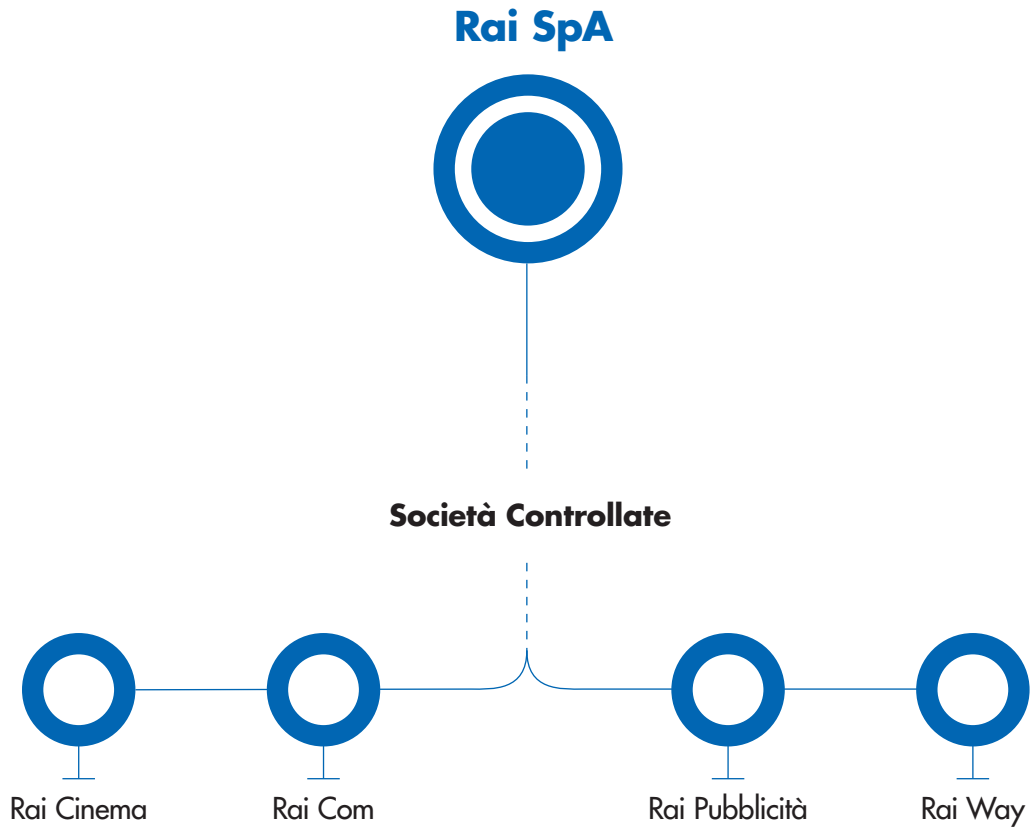
---

PricewaterhouseCoopers

---

# Struttura del Gruppo

(sintesi)



## Lettera agli Azionisti del Presidente del Consiglio di Amministrazione

### *Signori Azionisti,*

l'esercizio 2016 della Rai si chiude con risultati economici ed editoriali significativi grazie alle numerose azioni messe in campo dall'Azienda ed all'importante modifica strutturale del sistema di esazione del canone, attuato con la riscossione del tributo tramite il pagamento delle bollette elettriche.

Il provvedimento sul "canone in bolletta" ha permesso di allargare notevolmente la base degli abbonati (da circa 16,5 milioni a circa 22 milioni di famiglie), consentendo di assorbire la riduzione a 100 Euro del canone unitario e garantendo maggiore equità tra i cittadini. Questa innovazione, la più importante modifica strutturale nella composizione delle risorse Rai degli ultimi decenni, pur particolarmente complessa sul piano tecnico e amministrativo è avvenuta con pieno successo e con ampia accettazione da parte dell'opinione pubblica, a riprova che il legame di fiducia, tra cittadini e Servizio Pubblico, anche in termini di necessità finanziarie, è assai più forte di quanto venga spesso e talvolta strumentalmente rappresentato.

Sul piano editoriale e tecnologico passi importanti sono stati fatti nei processi di innovazione con numerose offerte di nuovi programmi e con il lancio di Rai Play.

Rai Play, in particolare è una risposta di successo alle nuove modalità di consumo dei media, che vedono la grande crescita della fruizione di contenuti e video mediante smartphone e tablet, e proprio per questo è uno strumento insostituibile per avvicinare i post-adolescenti, un segmento di popolazione fondamentale per il futuro.

Nel settore televisivo è continuato il successo della fiction, genere nel quale l'investimento Rai corrisponde a più del 70% della produzione nazionale, contribuendo in maniera determinante al rafforzamento ed alla innovazione dell'industria nazionale dell'audiovisivo.

I primi 20 titoli di fiction italiana più seguiti sono stati di produzione Rai, con una progettualità editoriale mirata anche allo sviluppo di nuovi linguaggi e nuove storie in grado di competere maggiormente sui mercati internazionali come nel caso della serie "I Medici" che è stata già venduta in diversi paesi.

Numerose le novità anche nel campo dell'intrattenimento, con la ricerca di nuovi artisti e personaggi, con proposte coraggiose (la Prima della Scala in prima serata il 7 dicembre 2016) e con esperimenti di programmi originali ma di successo, come con l'étoile della danza Roberto Bolle e la rock star Mika.

L'informazione, settore decisivo per ogni Servizio Pubblico, conferma la propria affidabilità nei confronti dei cittadini, con ascolti dei tg Rai decisamente superiori a quelli di qualsiasi concorrente nazionale

In tempi di rapidissimi cambiamenti tecnologici, di moltiplicarsi di piattaforme e offerte, di mutamenti nelle modalità di consumo da parte dei cittadini, l'informazione



è tuttavia sottoposta a sfide importanti e nuovi rischi: la manipolazione delle fonti, le false notizie, il rischio di disintermediazione dal giornalismo professionale, con la crescita dei "social networks" e del consumo "fai da te" da parte degli utenti.

In questo contesto, in tutto il mondo, il Servizio Pubblico, sganciato dalla asfissiante ricerca commerciale di clicks e likes ha un ruolo ancora più importante che in passato nel garantire accuratezza, imparzialità, indipendenza e nel favorire una consapevole formazione delle opinioni.

Le mutate condizioni di scenario impongono tuttavia alla Rai, per raggiungere questi obiettivi, anche un profondo ripensamento nell'assetto dell'offerta informativa, rimasto sostanzialmente immutato negli ultimi 50 anni.

Al riguardo sono state avviate riflessioni e progetti per un nuovo piano dell'informazione, che richiede tuttavia analisi accurate, scelte complesse ed adattamenti organizzativi e produttivi delicati. L'obiettivo, che non può che essere di lungo respiro, è quello di dotare la Rai di un sistema di produzione e offerta più moderno, più efficiente e più coerente con i cambiamenti del pubblico e della società, ma sempre fedele ai principi di completezza e pluralismo che sono alla base stessa della nostra missione pubblica.

Si tratta di processi che richiedono impegno e che devono confrontarsi con inevitabili difficoltà ed errori, ma anche con un quadro istituzionale, normativo e di opinione pubblica in continuo e frequente mutamento.

Nel corso dell'anno, oltre al "canone in bolletta", sempre più numerosi provvedimenti sono intervenuti nelle procedure di acquisizione di beni e servizi, nella fissazione di limiti alle retribuzioni ed ai compensi di collaborazione, nel rispetto delle nuove normative anti corruzione.

La Rai è naturalmente impegnata ad adempiere puntualmente a tutte le disposizioni, ma non può non osservarsi che la sempre maggiore attrazione in ambito "pubblicistico" dell'Azienda ne riduce sempre più il profilo di impresa con riflessi sull'efficienza, sull'autonomia delle scelte editoriali e sulla velocità dei processi in un momento in cui, per l'Azienda, è invece vitale una rapida risposta alla sfida dell'innovazione.

Il 2016 è stato, infine, un anno importante dal punto di vista della definizione della missione. È stata infatti avviata la procedura di rinnovo della concessione per il Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale.

Il Consiglio dei Ministri ha deliberato, con decreto del 28 aprile 2017 attualmente in via di pubblicazione, la concessione in esclusiva alla Rai, per una durata decennale a decorrere dal 30 aprile 2017, dell'esercizio del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale sull'intero territorio nazionale, approvando contestualmente l'annesso schema di convenzione.

In un contesto, anche tecnologico, in continua e rapida evoluzione/trasformazione e con una crescente presenza di operatori stranieri di grandi dimensioni, la decisione del Governo di confermare l'assegnazione esclusiva a Rai di queste attività essenziali per il nostro Paese, e per una durata che consente di fare piani a lungo termine, è una scelta importante, certamente meritata per la grande storia dell'Azienda, ma che dovrà essere meritata anche in futuro con un impegno sempre maggiore.

Una volta completata la procedura, verrà poi negoziato e sottoscritto con il Ministero dello Sviluppo Economico il Contratto di Servizio quinquennale con cui saranno individuati diritti e obblighi della nostra Società.

La certezza e la stabilità del quadro giuridico e della disciplina della governance, insieme all'auspicata definizione del livello del canone unitario su un orizzonte pluriennale in modo da garantire certezza e adeguatezza delle risorse finanziarie pubbliche, consentiranno alla Rai di affrontare le prossime sfide concentrandosi esclusivamente sulle migliori e più efficaci modalità per assolvere il mandato che le è stato affidato nell'interesse di tutto il Paese.

In definitiva, in un momento storico particolarmente complesso e difficile per l'intero mondo dei media, un Servizio Pubblico radiotelevisivo, solido e indipendente, la prima vera forma storica di mass-media, appare ancor più che in passato, come uno strumento vitale e necessario, per garantire alla cittadinanza un'offerta ricca, moderna e responsabile.

Pienamente consapevoli di questo impegno, puntiamo sul contributo creativo e appassionato dei nostri dipendenti e collaboratori e sui tanti diversi talenti ed eccellenze che lavorano con la nostra Azienda per costruire una Rai forte e apprezzata. Lo dobbiamo a noi stessi e a tutti gli italiani con cui ogni giorno entriamo in contatto.

## Situazione economico-patrimoniale e finanziaria consolidata - sintesi

### Gruppo Rai

#### Conto economico consolidato

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio 2016</b>	Esercizio 2015	Variazione
Ricavi esterni	2.809,5	2.493,1	316,4
Costi esterni complessivi	(1.151,3)	(988,6)	(162,7)
Costo del personale	(1.031,7)	(977,0)	(54,7)
Margine operativo lordo	626,5	527,5	99,0
Risultato ante imposte	45,4	(29,7)	75,1
<b>Risultato di esercizio</b>	<b>18,1</b>	<b>(25,6)</b>	<b>43,7</b>

#### Struttura patrimoniale consolidata

(in milioni di Euro)	<b>31.12.2016</b>	31.12.2015	Variazione
Capitale proprio	476,6	492,8	(16,2)
Indebitamento (disponibilità) finanziario netto	549,6	362,4	187,2
<b>Totale struttura patrimoniale</b>	<b>1.026,2</b>	<b>855,2</b>	<b>171,0</b>

#### Investimenti consolidati

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio 2016</b>	Esercizio 2015	Variazione
Investimenti in programmi	472,6	474,7	(2,1)
Investimenti tecnici	85,9	101,3	(15,4)
<b>Totale investimenti</b>	<b>558,5</b>	<b>576,0</b>	<b>(17,5)</b>

#### Personale del Gruppo

(in unità)	<b>31.12.2016</b>	31.12.2015	Variazione
A tempo indeterminato e determinato	13.230	13.078	152
di cui a tempo determinato	741	810	(69)



# Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione

La missione	12
Lo scenario del mercato	12
Gli obiettivi raggiunti	21

Il prodotto Rai: offerta e performance	24
Mappa dell'offerta Rai	24
L'offerta editoriale	26
La performance dell'offerta Rai	35

Le attività	39
La televisione	40
La radio	76
Digital	82
Attività commerciali	88
Altre attività	94

Il quadro normativo e regolamentare	104
-------------------------------------	-----

Sintesi economico-patrimoniale e finanziaria del Gruppo Rai	109
Highlights	110
Prospetti riclassificati	112
Analisi dei risultati consolidati	113

Altre informazioni	127
Fatti occorsi dopo la chiusura dell'esercizio	128
Prevedibile evoluzione della gestione	129

## La missione

La missione della Rai è rappresentata dal suo **ruolo di Servizio Pubblico generale radiotelevisivo**.

La Concessionaria, in forza di apposite fonti normative, nazionali e comunitarie, è tenuta ad adempiere a precise obbligazioni in tema di qualità e quantità della programmazione, ulteriormente dettagliate nel Contratto di Servizio stipulato con il Ministero dello Sviluppo Economico.

Il **Contratto di Servizio** attualmente vigente è quello riferito al triennio 2010-2012 tutt'ora in vigore per effetto dell'articolo 36 del medesimo Contratto.

Il Contratto prevede per Rai prescrizioni rispetto ai livelli di servizio e vincoli nello svolgimento della propria attività editoriale.

Il Contratto di Servizio stabilisce una connessione evidente tra la Rai, gli individui e la collettività, rispondendo a bisogni rilevanti per la crescita dell'individuo e per la creazione di una coscienza sociale.

Tra i temi editoriali sono degni di menzione l'attenzione alla formazione e al lavoro, all'informazione e all'approfondimento, ai temi sociali e culturali, a bambini e adolescenti, alla figura femminile, allo sport e all'intrattenimento, alle minoranze linguistiche e alla promozione all'estero del Paese per gli stranieri così come per le tante comunità di italiani che vi risiedono.

## Lo scenario del mercato

Il processo di convergenza multimediale, in atto da molti anni, ha subito nel 2016 un'accelerazione decisiva, mostrando una compiuta maturità industriale attraverso significativi mutamenti di perimetri aziendali e ri-focalizzazioni su nuovi *core-business*, determinando decisivi mutamenti nello scenario competitivo di riferimento.

In linea con quanto si sta verificando nel mercato europeo e globale, anche in Italia il settore media si trova ad affrontare una sempre crescente competizione multi-dispositivo e multi-piattaforma, che impone a tutti gli operatori del settore di innovare costantemente e sviluppare nuovi approcci al mercato, al fine di competere, oltre che con i tradizionali concorrenti, con nuovi attori, nazionali e internazionali.

Il processo di convergenza ha raggiunto nel corso dell'anno un tale livello di maturità da innalzare ulteriormente il già elevatissimo livello di competizione, grazie a modelli di consumo che esaltano qualità dei contenuti, tecnologia della piattaforma distributiva e disponibilità di larghe basi di consumatori.

La specializzazione degli editori tradizionali sulla qualità dei propri contenuti in questo mercato non è più sufficiente, in quanto il time-budget mediale, e le conseguenti risorse disponibili, si ripartiscono tra molteplici modalità distributive, in cui la tecnologia disponibile, unitamente al dispositivo di fruizione e alla capacità di soddisfare i bisogni mediiali delle audience, rendono competitor operatori che provengono da mondi e business precedentemente separati.

Gli editori tradizionali hanno quindi attuato un continuo processo di revisione dei propri perimetri aziendali e delle proprie offerte al pubblico, cercando di rafforzare nel proprio processo produttivo e distributivo gli elementi più deboli tra quelli considerati vincenti nel nuovo scenario: contenuti, tecnologia, audience, dati.

Alla luce dell'importanza di questi nuovi paradigmi, tutti gli operatori del settore hanno dato vita a una ristrutturazione e a un potenziamento organico delle proprie attività nell'ottica sopra riportata; a questo processo, alcuni Gruppi hanno affiancato un atteggiamento più aggressivo per promuovere importanti operazioni societarie, travalicanti consolidati ambiti territoriali, tecnologici, editoriali e tali da cambiare fisionomia a mercati e comparti apparentemente consolidati.

Partendo da ciò che è accaduto nell'ex editoria cartacea, notiamo che i grandi Gruppi di settore si stanno orientando verso una logica di

razionalizzazione e di integrazione sempre più crossmediale delle proprie offerte, per attrarre pubblici esigenti e con consumi fluidi. In tale ottica si colloca l'acquisizione da parte di Mondadori della divisione media online della maggiore società italiana di e-commerce. Con l'acquisizione dei *vertical content* di Banzai, Mondadori non solo ha inglobato alcuni dei siti più popolari in Italia (*GialloZafferano*, *Cookaround*, *Pianetadonna*, *Studenti.it*, *Soldionline*, *FilmTv*, *Liquida*), ma anche il *know how* nei new media, la competenza nelle piattaforme digitali e la capacità di raggiungere target pregiati.

In questo quadro di nuove alleanze, integrazioni e razionalizzazioni, si colloca l'accordo per la fusione tra il Gruppo L'Espresso (editore de *La Repubblica*) e Itedi (che edita *La Stampa* e *Il Secolo XIX* e detiene il 100% della concessionaria pubblicitaria Publikompass). L'integrazione darà vita al leader italiano nel settore dell'informazione multimediale quotidiana sia a livello nazionale sia locale; la combinazione industriale, dato il forte presidio del Gruppo L'Espresso nella crossmedialità, consentirà di sviluppare importanti sinergie.

Non meno importante, l'operazione che ha riguardato la società editrice, tra gli altri, di *Corriere della Sera* e *Gazzetta dello Sport*: Cairo Communication, all'esito dell'offerta pubblica di acquisto e scambio (OPAS), ha acquisito il controllo del gruppo RCS. Da tale operazione è nato un grande Gruppo editoriale multimediale capace di creare, in una logica multipiattaforma, grande valore comunicazionale dalla realizzazione di importanti sinergie tra quotidiani, periodici, libri e tv.

Sul fronte del mercato radiofonico si registra il consolidamento del Gruppo Mediaset che – dopo aver acquisito nel 2015 il 19% di RB1 SpA – azionista con i soci fondatori del 92,8% di Finelco – è salita a luglio 2016 al 72,12% del capitale sociale, dando vita al polo *RadioMediaset*.

A livello internazionale, Liberty Global – operatore anglo-americano che controlla canali del calibro di Amc e ITV, leader nell'offerta cavo in diversi Paesi europei – e Netflix hanno firmato un accordo che prevede la distribuzione dei contenuti di quest'ultima agli abbonati della prima.

Spostando l'attenzione al mercato americano dell'over-the-top, si segnala l'operazione conclusa da Microsoft, che ha rilevato LinkedIn per 26,2 miliardi di Dollari, una valorizzazione che attribuisce alla società una grande potenzialità prospettica. Con questa operazione, Microsoft, che ha più di 1,2 miliardi di utenti e dispone

di una liquidità di oltre 90 miliardi di Dollari, prova ad uscire dall'angolo 'off-line' in cui era stata relegata cercando di unire il mondo del *professional cloud* a quello del *professional network*. LinkedIn, con i suoi 430 milioni di utenti profilati, identificabili e *updated*, consentirà a Microsoft di creare una rete integrata altamente competitiva, con ampie possibilità di sviluppo nell'online, nella profilazione dei target e del cross-selling con il mondo Windows.

La priorità strategica individuata da Microsoft per il social si basa su uno sviluppo che si avvicini alle logiche di Facebook, conservando la funzione specifica per aziende, manager e professionisti. In tale direzione vanno le novità annunciate tra la fine del 2016 e l'inizio del 2017: l'inserimento in *home page* delle *News Feed*, con il flusso di notizie postate dai propri contatti; lo sviluppo di un *messenger* per dialogare in tempo reale con colleghi e/o *recruiters*; l'inserimento di una *chat box* per la visione condivisa di video.

L'integrazione tra contenuti, pubblici e know-how di provenienza geografica e culturale diversa in un insieme sinergico anche dal punto di vista tecnologico era certamente anche l'obiettivo della partnership strategica e industriale disciplinata con un contratto sottoscritto ad aprile 2016 tra il Gruppo Mediaset e Vivendi, società francese attiva nel campo del cinema (*Groupe Canal Plus*), della musica (*Universal Music Groupe*) e dei videogames (*Ubisoft* e *Gameloft*), nonché azionista di riferimento di Telecom Italia. La transazione prevedeva l'acquisto da parte della società transalpina dell'89% di Mediaset Premium e uno scambio azionario bilanciato e paritario: il 3,5% di azioni Vivendi in cambio del 3,5% di Mediaset. Almeno tre le ricadute positive per le parti: il rilancio dell'offerta Pay tv di entrambe le società (*Mediaset Premium* e *Canal Plus*), una efficace competizione in Europa con l'operatore globale Sky e anche il contrasto all'inesorabile avanzata degli Ott americani specializzati nell'unione tra contenuti, tecnologia, dati e audience variegata, primo fra tutti Netflix, attraverso la produzione e la distribuzione in comune di contenuti audiovisivi e la creazione di una piattaforma tv globale over-the-top. Il progetto di Vivendi, forte della sua partecipazione in Telecom Italia, prevedeva anche il lancio di un'offerta congiunta con la Telco e con altre società dei due Gruppi: un unico abbonamento con la banda larga di Telecom Italia, i contenuti di *Mediaset Premium*, la musica di *Universal Music Group*, i film di Warner Bros e Universal e i giochi di *Gameloft*.

Malgrado la portata innovativa e crossmediale dell'intesa, successivamente alla sottoscrizione, è insorto tra le Parti un importante contenzioso

legale che ha pregiudicato l'esecuzione del contratto.

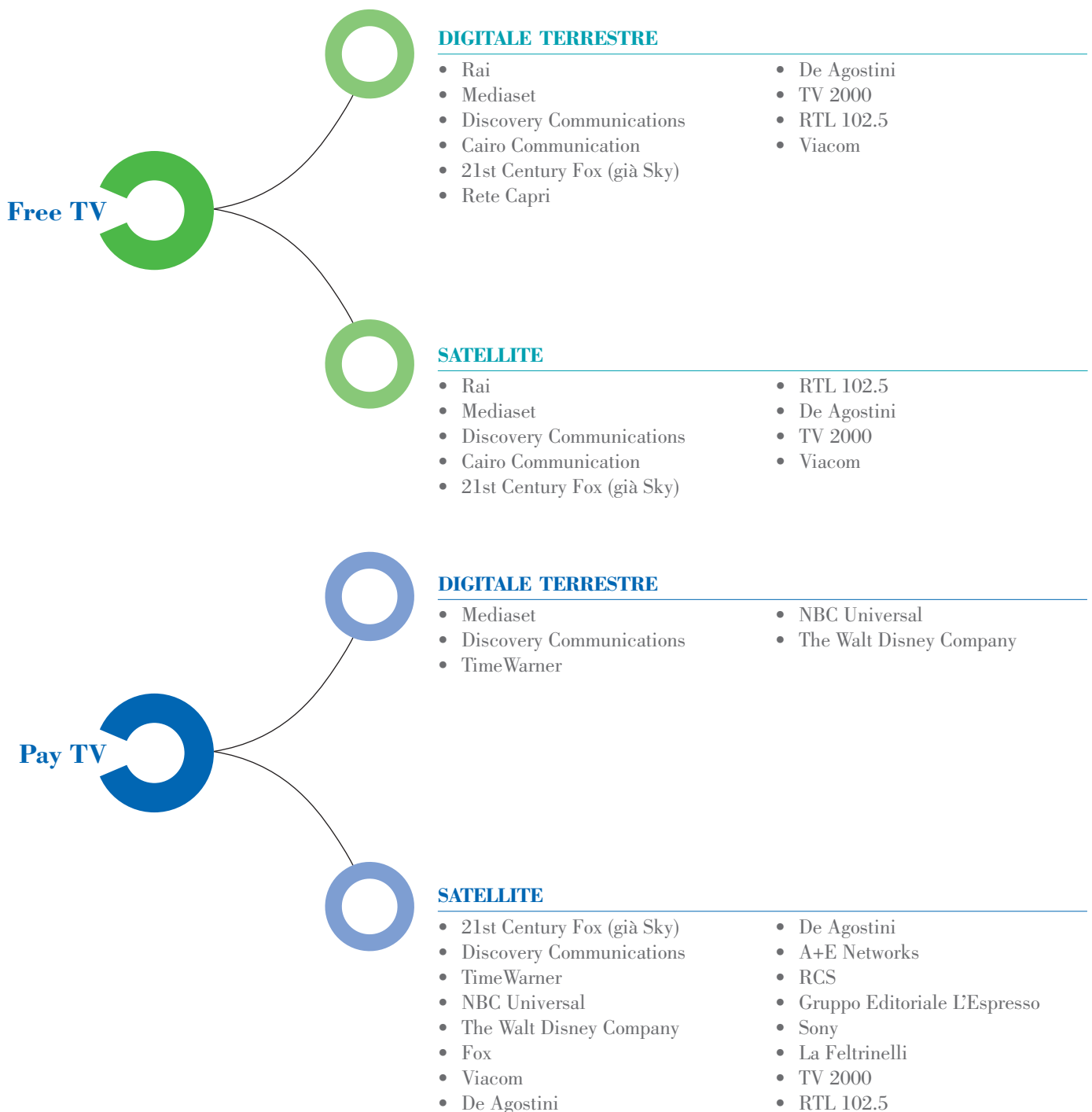
Nel frattempo Telecom, a fine dicembre, ha deliberato di accelerare la strategia 'quadruple play' entrando nella produzione di contenuti premium per la banda ultralarga e l'avvio del procedimento di societizzazione delle attività di TIMvision. La nuova società avrà come missione quella di presentare al mercato un'offerta video arricchita di nuovi contenuti premium prodotti e

coprodotti a livello nazionale e internazionale. TIMvision sarà quindi lo strumento per assicurare al gruppo la disponibilità di contenuti in esclusiva per la banda ultralarga che permetteranno uno sviluppo accelerato dell'utilizzo della fibra allargando l'offerta di prodotti e servizi in IPTV.

In tal senso, a livello internazionale, su scala di gran lunga più ampia, si inserisce il tentativo di fusione, attualmente al vaglio delle competenti autorità, tra AT&T, storica società di telefonia

## Principali operatori televisivi operanti in Italia

(Fonte Rai)





americana, la cui rete di telecomunicazioni copre 127 nazioni nel mondo e che fornisce servizi vocali, video e trasferimento dati via Internet a privati, aziende e agenzie governative, nonché servizi televisivi di diversa natura e l'editore Time Warner, il cui perimetro di attività spazia dal cinema (Warner Bros.), alla televisione (Hbo, Cinemax, Tnt, Cnn, Cartoon Network, Cw) e al web (Machinima, DramaFever).

In uno scenario che vede il mondo digital diventare sempre più importante e centrale nel mercato globale, in particolare nel comparto dei media, le aziende, le istituzioni e le organizzazioni in generale non possono più permettersi di trascurare l'enorme mole di dati prodotta dalle tante forme di interazione digitale che ormai tutte le attività organizzate comportano. Per le Media Company questi nuovi concetti assumono rilevanza ancora maggiore, sia per le opportunità derivanti dalla personalizzazione dei contenuti e delle esperienze di fruizione, sia per le minacce derivanti dai grandi operatori globali della comunicazione, capaci di abbattere ogni barriera nazionale e di fornire al pubblico capacità così sofisticate di comunicazione da rendersi addirittura indispensabili, nonché di fornire loro, oltre a enormi vantaggi economici, anche una possibilità di influenza sull'opinione pubblica senza precedenti.

Gli operatori più avanzati stanno sviluppando piattaforme tecnologiche, veri e propri giacimenti di *big data*, attraverso cui è possibile raccogliere, elaborare e organizzare grandi quantità di dati

provenienti da varie fonti, al fine di costruire puntuali profilazioni del pubblico e di veicolare conseguentemente esperienze di fruizione quanto più appaganti e personalizzate possibili (*customer engagement*). In tal senso sono, ad esempio, i due sistemi lanciati da Sky per una migliore pianificazione ed efficacia delle campagne pubblicitarie, AdSmart e AdVance. Questo processo di trasformazione, che rappresenta una grande opportunità e allo stesso tempo una grande sfida per le aziende, impone il passaggio ad approccio strategico (*business intelligence*) nella produzione e gestione dei dati di profilazione, attivando nuove strategie e modelli di business.

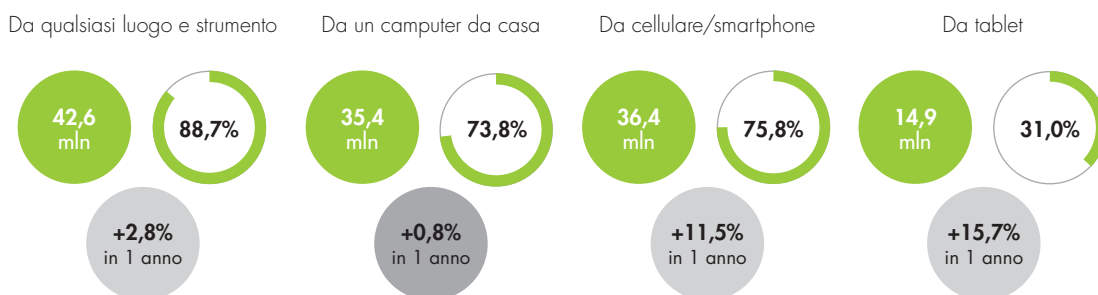
In tal senso Rai, nel corso del 2016, ha avviato con il lancio della App e del portale RaiPlay sia un'estensione del ventaglio delle piattaforme disponibili per la propria offerta sia una serie di azioni volte ad implementare un sistema per l'utilizzo mirato dei big data derivanti. Ciò per ragioni editoriali e di servizio, con l'obiettivo di massimizzare il valore della customer experience, attraverso percorsi guidati e suggerimenti personalizzati rispetto alle preferenze individuali di fruizione.

Nel 2016 poi è divenuta sempre più chiara la consapevolezza di come i device mobili, principalmente gli smartphone, abbiano radicalmente modificato le abitudini di consumo mediatico. È innegabile come negli ultimi anni tali apparati abbiano assunto nella vita dei cittadini una centralità sempre maggiore, rendendo il tempo

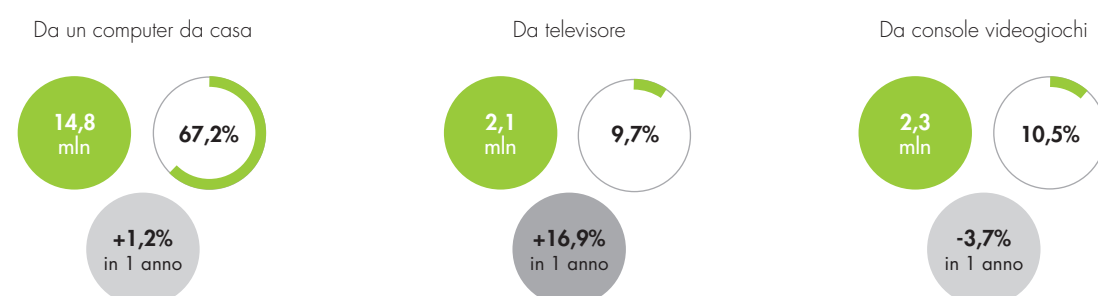
### Disponibilità di accesso alla rete internet da diversi device

(Fonte Audiweb, dicembre 2016)

#### Italiani 11/74 anni



#### Famiglie con un componente fino a 74 anni



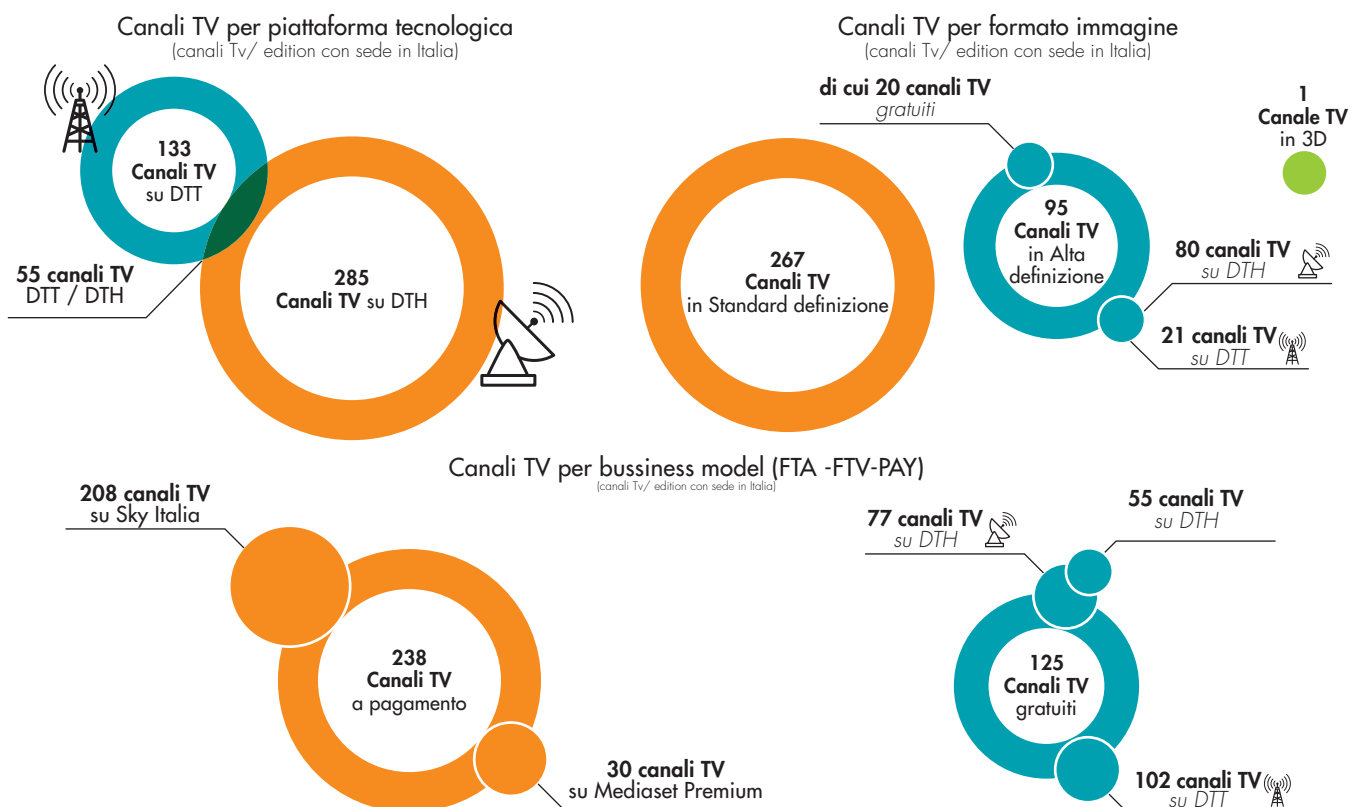
perso interstiziale un tempo di consumo mediale e di connessione sociale. Nella sostanza, nel percepito del pubblico, lo schermo del cellulare è divenuto, per tutto e in ogni momento, lo *Schermo*.

I tablet sono vissuti come mini tv prevalentemente domestiche ove si fruiscono video, film, serie tv e tanto YouTube, tutto possibilmente on demand. Il Pc, laptop o desktop, è demandato a un altro tipo di consumo: lavoro o alternativa agli altri device. La Smart tv connessa rimane ancora uno strumento relativamente poco usato, in attesa di *killer application* che ne spingano la fruizione effettiva. La tv tradizionale resta l'agorà mediatica necessaria per rifornirsi di *social currency*; il suo utilizzo viene percepito dai consumatori come centrale soprattutto nelle cosiddette fasce di maggiore ascolto, utile per fruire di telegiornali, serie tv, talent, reality e talk show, con fruizioni cross aumentate dal digital.

Lo smartphone è vissuto come 'democratico', orizzontale, come qualcosa uguale per tutti e che tutti usano sostanzialmente nello stesso modo. Le App installate sono più o meno sempre le stesse e, grazie alla loro semplicità di uso, permettono a tutti di accedere al mondo online e ai diversi servizi che fino a pochissimo tempo fa risultavano inaccessibili a molti a causa delle barriere tecnologiche. Nel quotidiano delle persone si individuano tre ambiti principali di utilizzo degli smartphone e, soprattutto, delle App: pratico, sociale e mediale, che spesso tendono a sovrapporsi. Il contenuto video, per

sua natura fortemente emozionale e d'impatto, tende a divenire la modalità di fruizione preferita dal pubblico nel social, nelle news, negli *snack content*, nell'intrattenimento, ma anche nei *selfie* o nelle dirette Facebook. Sullo smartphone, la tv diventa una App, soprattutto tra i giovani; è una fruizione molto diversa da quella tradizionale, avviene prevalentemente *outdoor*, ma che tende a ristabilire un legame con i network; per il consumatore, tuttavia, rimangono elementi di disorientamento nell'identificazione – in assenza di segnali guida – del titolo *on demand* di interesse.

Il 2016 è stato anche l'anno dell'inversione del trend negativo innestato dalla crisi del 2008. Il mercato pubblicitario è tornato a crescere e, nel periodo gennaio-dicembre (dati Nielsen), ha registrato una variazione percentuale di 2,3 punti, passando dai poco meno di 5,8 miliardi di Euro raccolti nel 2015 agli oltre 5,9 del 2016. È proseguita la contrazione degli investimenti commerciali nel settore dei quotidiani, che hanno evidenziato la flessione proporzionalmente maggiore (-7,8%). Internet registra, relativamente al perimetro monitorato, un decremento del 2,4%; tuttavia, includendo alcune componenti fondamentali (quali *Search* e *Social*), il segmento chiuderebbe, stando ai dati IHS, PWC e Polimi, con un +14,3%. Il mercato televisivo evidenzia una crescita del +5,4%; in tale contesto, tutti gli editori, free e pay, hanno fatto registrare un trend positivo: Rai è cresciuta più della media di mercato (+6,3%) anche grazie alla raccolta legata agli eventi sportivi (*Euro 2016* e *Olimpiadi di Rio 2016*).



Nota: Canali Tv a diffusione nazionale relativi al perimetro televisivo nazionale considerato. Non sono inclusi canali internazionali ritrasmessi sul territorio nazionale.  
Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni -CRTV

Nel grafico sottostante si riporta la dinamica della raccolta pubblicitaria per mezzo (2007-2016), ove si evidenzia l'importante flessione degli investimenti commerciali del mercato televisivo.

Rai, in qualità di concessionaria esclusiva del Servizio Pubblico, continua ad aggiornare costantemente il proprio orientamento strategico e le proprie modalità operative per continuare a svolgere la propria missione con la dovuta efficacia ed efficienza anche nel nuovo scenario, consolidando il processo di trasformazione in *Digital Media Company*.

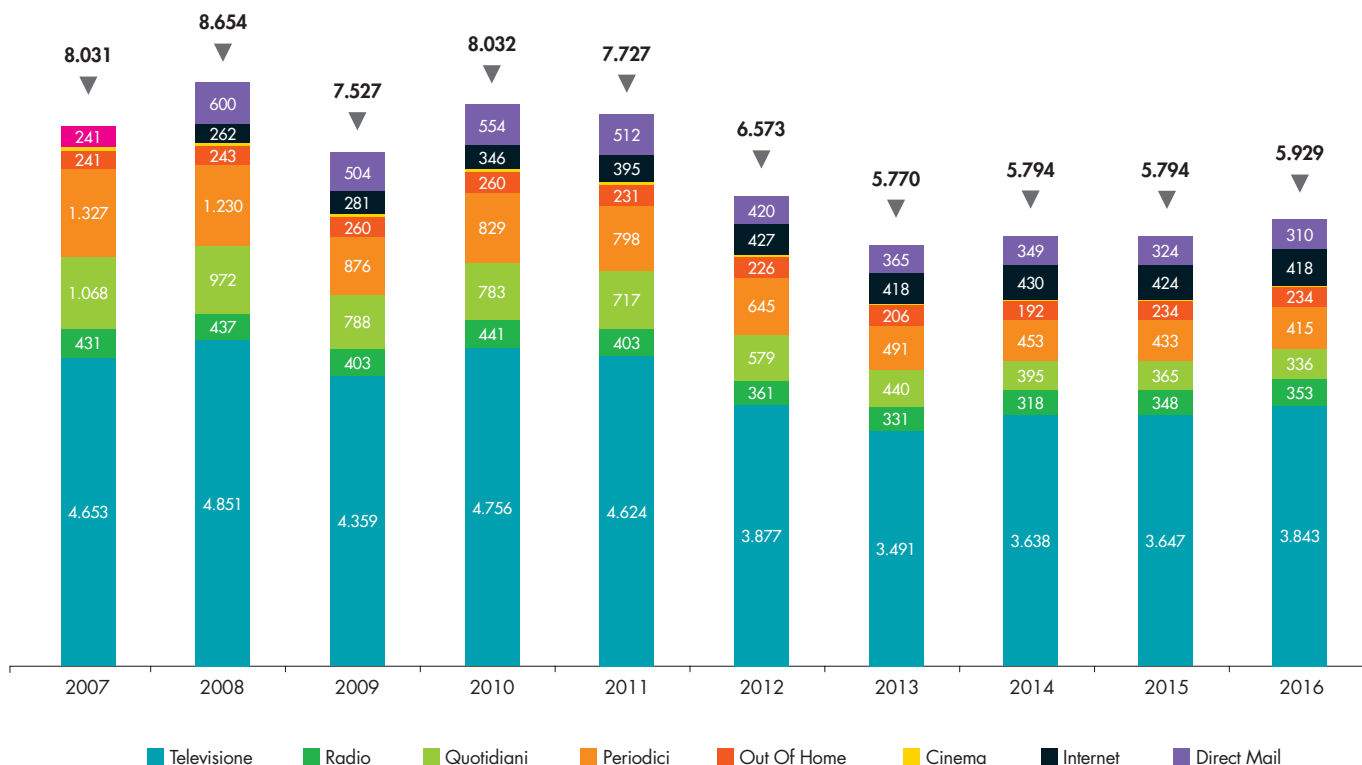
Un processo articolato e in divenire, che continuamente prevede una revisione del modello ideativo, produttivo e distributivo, con contenuti crossmediali sempre più personalizzati e personalizzabili, da realizzare sia attraverso importanti investimenti tecnologici sia attraverso una crescente diffusione della cultura digital all'interno dell'Azienda. In tale prospettiva, come già anticipato, diventano sempre più rilevanti le attività di profilazione delle audience, che permettono una customizzazione e un'evoluzione costante della *user experience*, nonché adeguati processi di *up-selling* e *cross-selling* applicati al mondo della tv, della radio, del web e del social, affinché pubblici di singoli eventi e singoli mezzi diventino pubblici generalizzati del Gruppo.

Rai, nella sua speciale soggettività, si pone pertanto come obiettivo strategico prioritario quello di promuovere la fruizione di contenuti digitali di tutti i tipi esistenti, per contribuire fattivamente al superamento del *digital divide* e promuovere l'alfabetizzazione digitale sia primaria sia secondaria, rafforzando ed estendendo il consumo digitale da parte dei target già 'digitalizzati' nonché consapevolezza e consumo di base presso le fasce di popolazione che, più o meno consapevolmente, ne sono rimaste fuori o ai margini.

Nello scenario media italiano, la tv è ancora oggi il media utilizzato dal maggior numero di italiani (45 milioni circa quotidiani), mentre la radio tiene eccellentemente il passo con oltre 35 milioni di ascoltatori quotidiani, rimanendo un mezzo in grado di rinnovarsi e rafforzarsi con le innovazioni tecnologiche e le evoluzioni sociali, continuando ad attrarre e a fidelizzare un ampio pubblico. In sviluppo incessante il mercato dei servizi digital (usati quotidianamente da circa 22 milioni di italiani), dove si registra una sempre maggiore propensione degli utenti ad utilizzare il web come strumento di lavoro e fonte di informazioni e non solo come strumento relazionale, di svago e intrattenimento; a questo processo contribuisce in maniera determinante la ormai ampia diffusione dei *device* mobili, in particolare degli smartphone, e la crescente diffusione dei social media.

Dinamica della raccolta pubblicitaria per mezzo (gennaio/dicembre 2007-2016)

(fonte Nielsen, dati in milioni di Euro)



Per quanto concerne i canali televisivi a diffusione nazionale, a novembre 2016 ne sono stati individuati 418 (di cui 363 di editori con sede in Italia), suddivisi tra 285 canali e servizi trasmessi via satellite (Sky Italia e Tivùsat) e 133 canali nazionali presenti sulla piattaforma DTT (incluso quelli free e quelli visibili su Mediaset Premium); quelli visibili sia sulla piattaforma DTT che DTH sono 55. Si registra un lieve aumento dell'offerta complessiva con una sempre maggiore diffusione delle versioni in alta definizione di canali già esistenti: 95 canali (pari al 26%), più un canale che trasmette contenuti in 3D (piattaforma DTH, Pay); a questi va aggiunto un numero elevato di canali televisivi (lineari e non) presenti sul web.

Da un punto di vista del modello di business (Free to air, Free to view e Pay), i 363 canali di editori con sede in Italia si distinguono in 238 canali a pagamento (di cui 208 visibili sulla piattaforma Sky Italia e 30 sulla piattaforma Mediaset Premium) e 125 canali gratuiti.

Nel 2016 gli editori storici hanno proseguito la politica di diversificazione del portfolio realizzando canali altamente specializzati, mentre nuovi player provenienti da altri settori editoriali, piattaforme o mercati diversi (telco, internet giants) continuano ad inserirsi e a sovrapporsi all'offerta dei broadcaster televisivi tradizionali, principalmente su piattaforme alternative a quelle televisive classiche, sfruttando la grande diffusione delle connessioni web in mobilità.

Rispetto alla piattaforma satellitare, nel 2016, la quota di abbonati Sky è pari a poco meno di 4,4 milioni di famiglie. Rimane pressoché invariata la presenza dei decoder MySky, disponibili per il 76% delle famiglie abbonate Sky. Si accentua invece la crescita dell'offerta sportiva di Sky Calcio (+2%) che arriva ad

interessare il 51% delle famiglie abbonate a Sky, corrispondenti a circa 6,2 milioni di individui.

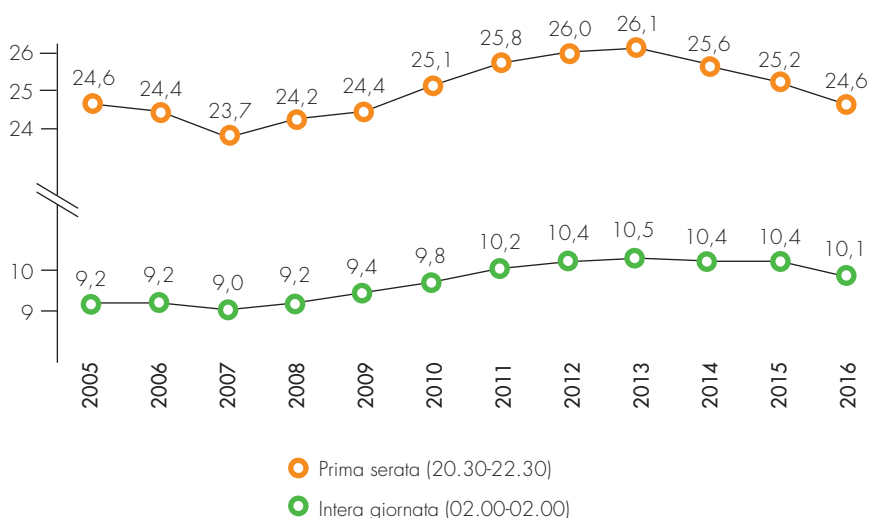
Sempre tra i servizi televisivi a pagamento, Mediaset Premium, veicolata tramite il DT, sulla base dei dati diffusi dal Gruppo, ha superato di poco i 2 milioni di abbonati.

Si registra, invece, un lieve aumento dell'utilizzo della piattaforma satellitare gratuita TivùSat: nel periodo considerato ha infatti raggiunto quota 2,9 milioni di schede attivate e più di 2 milioni di famiglie utenti.

Nel corso del 2016, in termini di quadro competitivo, si evidenziano le seguenti principali operazioni:






- il canale MTV, attivo sull'LCN 8, attua un'azione di rebrand cambiando la propria denominazione in TV8;
- la posizione LCN 50 viene assegnata a SKY Tg24 DFCTD (dentro i fatti con le tue domande) numerazione precedentemente occupata dal canale Laeffe passato a sua volta sulla piattaforma pay di Sky;
- Rcs Media Group chiude il canale in chiaro La gazzetta dello sport (LCN59), lanciata nel 2015;
- il gruppo Viacom lancia, sulla posizione LCN 27, il canale Paramount Channel, spazio precedentemente occupato da Sky TG24;
- DeeJay tv, attivo sull'LCN 9, è ridenominato Nove;
- Rai lancia due nuovi canali in HD sulla piattaforma TivùSat: Rai Movie HD e Rai Premium HD (canali 114 e 115);
- Sky online assume il nome di Now tv;
- Viacom Media Network Italia lancia il canale musicale VH1 visibile sulla posizione LCN 67 del DTT;
- Rai chiude il canale Rai HD ed attiva Rai 1 HD sulla posizione LCN 501 del DTT;
- chiusura della trasmissione sul digitale terrestre di Radio Capital tv e M2o Tv, che rimangono visibili solo sulla piattaforma pay di Sky e in streaming sui rispettivi siti, e attivazione dei canali Radiofreccia Tv e RTL 102.5 Tv HD;
- lancio del canale I.D. Investigation Discovery sulla piattaforma pay Mediaset Premium;
- Vodafone avvia il servizio Vodafone Tv, che offre attraverso un'unica piattaforma integrata i contenuti della Tv tradizionale, on demand e Internet TV;
- Amazon, infine, ha reso disponibile anche in Italia il servizio Amazon Prime Video, che permette di vedere film e serie tv in streaming incluso nell'abbonamento dei clienti di Amazon.

Evoluzione ascolto medio della platea televisiva (fonte Auditel, dati in milioni)








**Penetrazione relativa al periodo 1° gennaio - 31 dicembre 2016**

Totale individui (anni 4+)

	Intera giornata (02:00 - 02:00) 			Share 			Contatti netti/ popolazione 			Minuti visti 		Contatti netti 		
	2016	2015	Var.	2016	2015	Var.	2016	2015	2016	2015	Var.			
<b>Rai 1</b>	16,63%	16,96%	- 0,33%	41,50%	42,35%	- 0,85%	98	101	24.344.345	24.824.717	- 480.372			
<b>Rai 2</b>	6,72%	6,80%	- 0,08%	30,65%	31,94%	- 1,29%	54	54	17.977.540	18.723.770	- 746.230			
<b>Rai 3</b>	6,47%	6,63%	- 0,16%	30,27%	31,26%	- 0,99%	52	53	17.754.644	18.321.115	- 566.471			
<b>Rai Generalista</b>	<b>29,82%</b>	<b>30,38%</b>	<b>- 0,56%</b>	<b>53,91%</b>	<b>54,89%</b>	<b>- 0,98%</b>	<b>136</b>	<b>140</b>	<b>31.621.181</b>	<b>32.174.096</b>	<b>- 552.915</b>			
<b>Rai 4</b>	1,00%	0,89%	0,11%	8,42%	8,36%	0,06%	29	27	4.936.915	4.900.174	36.741			
<b>Rai Premium</b>	0,95%	1,00%	- 0,05%	7,14%	7,53%	- 0,39%	33	34	4.189.063	4.411.654	- 222.591			
<b>Rai Movie</b>	1,08%	1,09%	- 0,01%	10,14%	10,22%	- 0,08%	26	27	5.947.421	5.990.499	- 43.078			
<b>Rai 5</b>	0,34%	0,28%	0,06%	5,06%	4,73%	0,33%	17	15	2.966.048	2.772.890	193.158			
<b>Rai Storia</b>	0,25%	0,21%	0,04%	2,62%	2,49%	0,13%	23	22	1.536.047	1.460.637	75.410			
<b>Rai Scuola</b>	0,02%	0,01%	0,01%	0,28%	0,26%	0,02%	14	9	166.550	151.269	15.281			
<b>Rai YoYo</b>	1,33%	1,43%	- 0,10%	5,64%	5,87%	- 0,23%	58	62	3.309.103	3.443.141	- 134.038			
<b>Rai Gulp</b>	0,55%	0,63%	- 0,08%	3,56%	3,87%	- 0,31%	38	41	2.086.767	2.268.092	- 181.325			
<b>Rai Sport 1</b> <b>Rai Sport 2</b>	0,84%	0,79%	0,05%	5,42%	5,89%	- 0,47%	31	32	3.180.559	3.453.623	- 273.064			
<b>Rai News</b>	0,51%	0,52%	- 0,01%	5,25%	5,42%	- 0,17%	23	24	3.079.576	3.174.728	- 95.152			
<b>Rai Specializzate</b>	<b>6,87%</b>	<b>6,85%</b>	<b>0,02%</b>	<b>30,80%</b>	<b>31,13%</b>	<b>- 0,33%</b>	<b>55</b>	<b>56</b>	<b>18.064.719</b>	<b>18.250.275</b>	<b>- 185.556</b>			
<b>Totale Rai</b>	<b>36,69%</b>	<b>37,23%</b>	<b>- 0,54%</b>	<b>60,65%</b>	<b>61,63%</b>	<b>- 0,98%</b>	<b>149</b>	<b>153</b>	<b>35.574.977</b>	<b>36.127.110</b>	<b>- 552.133</b>			
Canale 5	15,50%	15,35%	0,15%	38,00%	40,09%	- 2,09%	100	96	22.293.898	23.496.917	- 1.203.019			
Italia 1	5,23%	5,67%	- 0,44%	25,33%	28,53%	- 3,20%	51	50	14.858.616	16.724.198	- 1.865.582			
Rete 4	4,12%	4,59%	- 0,47%	21,14%	23,30%	- 2,16%	48	50	12.403.780	13.657.871	- 1.254.091			
Mediaset Generalista	24,85%	25,61%	- 0,76%	49,59%	53,16%	- 3,57%	123	122	29.087.308	31.163.359	- 2.076.051			
Mediaset Specializzate	6,66%	6,51%	0,15%	29,23%	28,47%	0,76%	56	58	17.148.028	16.690.301	457.727			
<b>Totale Mediaset</b>	<b>31,51%</b>	<b>32,12%</b>	<b>- 0,61%</b>	<b>56,23%</b>	<b>59,17%</b>	<b>- 2,94%</b>	<b>138</b>	<b>137</b>	<b>32.982.371</b>	<b>34.686.179</b>	<b>- 1.703.808</b>			
<b>Totale La7</b>	<b>3,67%</b>	<b>3,55%</b>	<b>0,12%</b>	<b>20,61%</b>	<b>20,72%</b>	<b>- 0,11%</b>	<b>44</b>	<b>43</b>	<b>12.092.845</b>	<b>12.144.665</b>	<b>- 51.820</b>			
<b>Totale Sky</b>	<b>6,73%</b>	<b>5,40%</b>	<b>1,33%</b>	<b>27,71%</b>	<b>21,54%</b>	<b>6,17%</b>	<b>59</b>	<b>63</b>	<b>16.257.466</b>	<b>12.626.859</b>	<b>3.630.607</b>			
<b>Totale Fox</b>	<b>1,17%</b>	<b>1,28%</b>	<b>- 0,11%</b>	<b>5,03%</b>	<b>5,41%</b>	<b>- 0,38%</b>	<b>58</b>	<b>60</b>	<b>2.948.576</b>	<b>3.168.776</b>	<b>- 220.200</b>			
<b>Totale Discovery</b>	<b>6,67%</b>	<b>6,24%</b>	<b>0,43%</b>	<b>29,33%</b>	<b>28,02%</b>	<b>1,31%</b>	<b>56</b>	<b>57</b>	<b>17.206.431</b>	<b>16.422.571</b>	<b>783.860</b>			
<b>Totale MTV- Viacom</b>	<b>0,90%</b>	<b>1,11%</b>	<b>- 0,21%</b>	<b>6,22%</b>	<b>10,06%</b>	<b>- 3,84%</b>	<b>36</b>	<b>30</b>	<b>3.647.150</b>	<b>5.898.072</b>	<b>- 2.250.922</b>			
<b>Altre emittenti</b>	<b>12,66%</b>	<b>13,07%</b>												
<b>Totale TV</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>77,69%</b>	<b>78,45%</b>	<b>- 0,76%</b>	<b>318</b>	<b>323</b>	<b>45.571.978</b>	<b>45.983.369</b>	<b>- 411.391</b>			

## Penetrazione relativa al periodo 1° gennaio - 31 dicembre 2016

Totale individui (anni 4+)

	Prima serata (20:30 – 22:30)			Share			Contatti netti/ popolazione			Minuti visti		Contatti netti		
						2016	2015	Var.	2016	2015	Var.	2016	2015	Var.
<b>Rai 1</b>		18,49%	18,21%	0,28%	23,30%	23,56%	-0,26%	39	39			13.668.561	13.811.044	- 142.483
<b>Rai 2</b>		7,21%	7,08%	0,13%	14,02%	14,60%	-0,58%	26	25			8.226.339	8.560.070	- 333.731
<b>Rai 3</b>		6,72%	6,68%	0,04%	12,50%	12,85%	-0,35%	26	26			7.333.105	7.534.835	- 201.730
<b>Rai Generalista</b>		<b>32,43%</b>	<b>31,96%</b>	<b>0,47%</b>	<b>34,18%</b>	<b>34,68%</b>	<b>- 0,50%</b>	<b>47</b>	<b>47</b>			<b>20.051.752</b>	<b>20.325.866</b>	<b>- 274.114</b>
<b>Rai 4</b>		1,15%	1,05%	0,10%	3,35%	3,18%	0,17%	17	17			1.965.423	1.862.741	102.682
<b>Rai Premium</b>		0,96%	1,18%	-0,22%	2,69%	3,02%	-0,33%	18	20			1.576.086	1.769.581	- 193.495
<b>Rai Movie</b>		1,28%	1,20%	0,08%	4,14%	4,11%	0,03%	16	15			2.430.898	2.406.714	24.184
<b>Rai 5</b>		0,35%	0,33%	0,02%	1,68%	1,57%	0,11%	10	10			986.648	921.265	65.383
<b>Rai Storia</b>		0,28%	0,28%	0,00%	0,92%	0,87%	0,05%	15	16			540.774	507.604	33.170
<b>Rai Scuola</b>		0,02%	0,01%	0,01%	0,09%	0,08%	0,01%	12	9			54.019	44.623	9.396
<b>Rai YoYo</b>		0,83%	0,91%	-0,08%	1,54%	1,70%	-0,16%	27	28			904.421	994.458	- 90.037
<b>Rai Gulp</b>		0,44%	0,56%	-0,12%	0,92%	1,04%	-0,12%	24	27			538.230	611.739	- 73.509
<b>Rai Sport 1</b> <b>Rai Sport 2</b>		0,63%	0,59%	0,04%	1,66%	1,74%	-0,08%	15	16			972.713	1.022.197	- 49.484
<b>Rai News</b>		0,20%	0,20%	0,00%	1,06%	1,13%	-0,07%	9	9			624.165	663.667	- 39.502
<b>Rai Specializzate</b>		<b>6,16%</b>	<b>6,31%</b>	<b>- 0,15%</b>	<b>13,05%</b>	<b>13,25%</b>	<b>- 0,20%</b>	<b>24</b>	<b>25</b>			<b>7.652.889</b>	<b>7.765.638</b>	<b>- 112.749</b>
<b>Totale Rai</b>		<b>38,58%</b>	<b>38,27%</b>	<b>0,31%</b>	<b>38,82%</b>	<b>39,44%</b>	<b>- 0,62%</b>	<b>50</b>	<b>50</b>			<b>22.774.676</b>	<b>23.116.595</b>	<b>- 341.919</b>
Canale 5		14,91%	15,95%	- 1,04%	20,47%	21,89%	- 1,42%	36	37			12.008.126	12.828.960	- 820.834
Italia 1		5,50%	6,12%	- 0,62%	9,92%	11,27%	- 1,35%	28	28			5.819.722	6.608.817	- 789.095
Rete 4		4,32%	4,85%	- 0,53%	9,15%	10,26%	- 1,11%	24	24			5.366.650	6.014.805	- 648.155
Mediaset Generalista		24,72%	26,92%	- 2,20%	28,75%	31,29%	- 2,54%	43	44			16.863.344	18.339.862	-1.476.518
Mediaset Specializzate		6,82%	6,87%	- 0,05%	12,53%	12,44%	0,09%	27	28			7.352.316	7.294.274	58.042
<b>Totale Mediaset</b>		<b>31,55%</b>	<b>33,79%</b>	<b>- 2,24%</b>	<b>33,86%</b>	<b>36,25%</b>	<b>- 2,39%</b>	<b>46</b>	<b>48</b>			<b>19.864.811</b>	<b>21.248.581</b>	<b>- 1.383.770</b>
<b>Totale La7</b>		<b>4,46%</b>	<b>4,33%</b>	<b>0,13%</b>	<b>9,65%</b>	<b>9,70%</b>	<b>- 0,05%</b>	<b>23</b>	<b>22</b>			<b>5.662.424</b>	<b>5.684.084</b>	<b>- 21.660</b>
<b>Totale Sky</b>		<b>7,50%</b>	<b>6,05%</b>	<b>1,45%</b>	<b>12,58%</b>	<b>9,61%</b>	<b>2,97%</b>	<b>30</b>	<b>32</b>			<b>7.378.543</b>	<b>5.633.264</b>	<b>1.745.279</b>
<b>Totale Fox</b>		<b>1,29%</b>	<b>1,32%</b>	<b>- 0,03%</b>	<b>2,11%</b>	<b>2,25%</b>	<b>- 0,14%</b>	<b>30</b>	<b>30</b>			<b>1.239.356</b>	<b>1.316.046</b>	<b>- 76.690</b>
<b>Totale Discovery</b>		<b>5,22%</b>	<b>4,66%</b>	<b>0,56%</b>	<b>11,06%</b>	<b>10,10%</b>	<b>0,96%</b>	<b>24</b>	<b>24</b>			<b>6.489.749</b>	<b>5.920.355</b>	<b>569.394</b>
<b>Totale MTV-Viacom</b>		<b>0,74%</b>	<b>0,93%</b>	<b>- 0,19%</b>	<b>2,02%</b>	<b>3,25%</b>	<b>- 1,23%</b>	<b>18</b>	<b>15</b>			<b>1.184.581</b>	<b>1.904.391</b>	<b>- 719.810</b>
<b>Altre emittenti</b>		<b>10,66%</b>	<b>10,65%</b>											
<b>Totale TV</b>		<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>57,60%</b>	<b>58,33%</b>	<b>- 0,73%</b>	<b>87</b>	<b>88</b>			<b>33.790.966</b>	<b>34.192.350</b>	<b>- 401.384</b>

## Gli obiettivi raggiunti

Il mercato in cui Rai opera è estremamente competitivo e in costante evoluzione. Una competizione resa più intensa dall'ingresso di nuovi operatori, dotati di notevole forza finanziaria, anche non appartenenti storicamente al business editoriale.

Queste, in estrema sintesi, le principali tendenze: costante rafforzamento, per il mezzo televisivo, dell'offerta lineare tematica con contrazione degli ascolti sulle reti generaliste; veloce crescita dell'offerta non lineare OTT, dove il consumo è trainato soprattutto dai *device* mobili, particolarmente adatti per la fruizione di video online e quindi concentrata in prevalenza nelle fasce più giovani; conferma della radio come mezzo in sintonia con l'evoluzione tecnologica e di conseguenza anche con i target più giovani, capace perciò di generare importanti sinergie con la televisione e il mondo digital.

In questo contesto, per rispondere alle sfide imposte dallo scenario competitivo e dall'attuale posizionamento del Gruppo, Rai – nel mese di aprile 2016 – ha approvato il Piano industriale 2016-2018 che ha come principale obiettivo il pieno sviluppo del ruolo di Rai come Servizio Pubblico universale.

Connotazione quest'ultima che appartiene a Rai in quanto: informa in modo completo e pluralista; racconta il territorio e la realtà contemporanea; intrattiene tutti gli italiani; garantisce l'accesso alla conoscenza; diffonde la cultura e l'inclusione digitale del Paese; promuove l'Italia all'estero.

Il Piano, che verrà revisionato per rispondere alle prescrizioni della nuova Concessione, identifica tre obiettivi strategici: universalità e distintività dell'offerta di Servizio Pubblico; leadership degli ascolti crosspiattaforma e sostenibilità economicofinanziaria.

Obiettivi che Rai sta perseguendo sulla base delle seguenti direttrici di sviluppo: rafforzamento della centralità dei contenuti; ripensamento dell'offerta TV, Radio e Digital; trasformazione in *Digital Media Company* per la piena connessione di Rai con tutti gli italiani; valorizzazione dell'assetto industriale come espressione del radicamento al territorio.

Per conseguire tali obiettivi strategici è stato avviato un profondo rinnovamento editoriale che consentirà a Rai di sviluppare un *reach* universale, mantenendo la leadership di ascolti nel nuovo contesto digitale multipiattaforma.

Più in particolare, Rai sta progressivamente procedendo a rafforzare la centralità della

generazione dei contenuti, sviluppando un'offerta editoriale di alta qualità e irrobustendo le caratteristiche di Servizio Pubblico anche attraverso la revisione del mix dei generi e del loro linguaggio. Inoltre, Rai completerà la trasformazione da broadcaster tradizionale a *Digital Media Company*, rivedendo il modello ideativo e distributivo dei canali e articolando un'offerta digitale distintiva e personalizzabile che assicuri, insieme ad ampi ascolti, un accesso efficace e universale *anyone/anywhere/anytime*, sia con il supporto di investimenti tecnologici sia attraverso l'introduzione di modelli produttivi e sviluppi professionali adeguati all'era del digital.

Per rendere possibile tale 'cambio di passo' sulla generazione e sulla distribuzione dei contenuti, Rai sta intervenendo con efficacia su due fattori abilitanti fondamentali:

- la razionalizzazione dell'assetto industriale, per meglio valorizzare le competenze interne anche attraverso una maggiore specializzazione e un aumento di efficacia e flessibilità;
- un profondo rinnovamento organizzativo, che rafforzi la spinta di cambiamento, semplifichi la gestione operativa e consenta a Rai di operare in logica '*One Company*'.

Le linee guida strategiche identificate dal Piano industriale rappresentano, ad assetto legislativo e regolamentare invariato, i pilastri su cui costruire la Rai del futuro, con una visione e un approccio editoriali adeguati alle nuove esigenze di tutti i pubblici nell'attuale scenario multipiattaforma e con un'infrastruttura tecnologica capace di supportare le nuove modalità di fruizione.

La definizione puntuale e articolata degli obiettivi strategici, e la conseguente focalizzazione sulle attività prioritarie del Servizio Pubblico affidato a Rai, hanno iniziato a produrre iniziative e risultati importanti, perfettamente coerenti ai suddetti obiettivi.

Senza fare un lungo elenco, meritano di essere menzionate le iniziative che seguono:

- il lancio della **nuova piattaforma multimediale Rai Play**, sviluppata integralmente in Azienda, che consente di fruire di tutti i contenuti della Rai attraverso tutti i dispositivi connessi a Internet, sia in modalità *streaming* (simulcast dei canali televisivi) sia *on demand*, attingendo in modo significativo anche ai contenuti storici dell'archivio delle Teche Rai. L'elemento distintivo della piattaforma rispetto alle passate esperienze è la assoluta centralità dell'utente, che può beneficiare – previa registrazione – anche di servizi aggiuntivi di personalizzazione dell'offerta e dei contenuti in funzione dei suoi specifici interessi,

preferenze e gusti nonché di modalità di fruizione più flessibili in un contesto di utilizzo *multi device*. A conferma di questa impostazione, l'interfaccia utente è stata studiata per rispondere a criteri di usabilità più innovativi, che consentono comunque di far esprimere il crescente potenziale d'offerta della Rai, organizzata con criteri di catalogo di genere;

- La solidità della programmazione, funzionale al necessario rapporto con l'audience e da cui quindi discende la legittimazione di Servizio Pubblico, è stata consolidata nel 2016 – senza disperdere i numerosi successi che hanno fatto la recente storia del palinsesto di Rai – introducendo un tasso di innovazione senza precedenti; innovazione che ha coinvolto tutti gli elementi dell'offerta: dall'architettura del palinsesto, alla programmazione, dai contenuti ai conduttori, a tutti gli elementi che sono fondamentali per costruire una combinazione editoriale di successo. Ben oltre il 30% del palinsesto generalista genericamente inteso è stato rinnovato: oltre 25 ore al giorno considerando soltanto Rai 1, Rai 2, Rai 3 e Rai 4. In tutto l'autunno, circa 1.600 ore sui tre canali principali e 840 ore nella stagione per la sola Rai 4, coinvolta in un importante cambio di fisionomia. Il pubblico - ed anche le fasce più giovani, quelle che hanno un rapporto difficile e discontinuo con il mezzo televisivo - ha nel complesso apprezzato questo percorso di rinnovamento. Forte di tali risultati, la grande discontinuità introdotta è proseguita nel 2017 per agganciare in modo intelligente, nel rispetto dei valori e dei temi che caratterizzano il Servizio Pubblico, la contemporaneità;
- l'inedita scelta di portare l'arte della danza in prima serata su Rai 1, con un programma **"Roberto Bolle – La mia danza libera"** dedicato all'étoile di fama mondiale. Una serata di intrattenimento culturale, poetica ed emozionante, che ha rappresentato il connubio perfetto di qualità e ascolti nella direzione del rinnovamento editoriale raffinato e di servizio che Rai sta perseguendo;
- il progetto **I Medici**, una iniziativa di grande importanza in quanto, consapevole che la fiction internazionale è diventata un luogo chiave del racconto della società digitale, Rai intende iniziare, passo dopo passo, un percorso nel campo delle produzioni italiane da distribuire anche all'estero. E per farlo, la scelta dei **Masters of Florence** è altamente simbolica per il Servizio Pubblico perché la grandezza e la bellezza del passato italiano acquistano significato se entrano in dialogo con il presente, e la combinazione di questi elementi fa sì che, attraverso l'opera, essa rinnovata anche l'identità collettiva. La fiction, per rispondere appieno ai più avanzati standard video internazionali, è stata trasmessa da satellite anche in Ultra HD ed è stata visibile su Rai4K al tasto 210 del telecomando di Tivù Sat. In questo solco di avvicinamento alle più riuscite forme della nuova serialità, si inseriscono il recente accordo quadro con il broadcaster franco-tedesco Arte e altri accordi per specifici progetti coproduttivi;
- l'ambito **Orso d'Oro** come miglior film all'opera di Gianfranco Rosi **Fuocoammare**, coprodotto da Rai Cinema, sul tema dei migranti e su quanto l'isola di Lampedusa e l'Italia da anni affrontano per portare soccorso alle centinaia di migliaia di persone che sbarcano sulle sue coste in cerca di un futuro. Una produzione che testimonia come il cinema italiano sappia continuare, nella sua migliore tradizione, a manifestare a livello internazionale la capacità di cogliere i cambiamenti epocali delle nostre società, anche i più complessi, e di riuscire a raccontarli e a restituirli con uno sguardo universale. Una ulteriore prova di come Rai sia sempre a supporto del cinema più lucido e più attento alla contemporaneità, con un racconto originale e potente che riflette perfettamente la vocazione del Servizio Pubblico nel cinema;
- la conferma di Rai come il gruppo televisivo nazionale che dedica il **maggiore sforzo editoriale e produttivo all'informazione** e tramite il quale, quindi, la maggior parte degli italiani si informa. Ne è testimonianza la circostanza che durante i terribili giorni successivi al **tragico terremoto che ha devastato il Centro Italia**, nonostante fosse agosto – mese in cui il consumo televisivo è ai minimi annuali – quasi 25 milioni di italiani si sono sintonizzati su uno dei canali Rai per avere informazioni sull'evento nel solo primo giorno, il 24 agosto, numero che ha superato i 31 milioni dopo il terzo giorno;
- dopo le Olimpiadi di Rio, la programmazione per i **Giochi Paralimpici**, all'insegna dell'unione di grande qualità e massimo sforzo produttivo, con un racconto multimediale attraverso il quale il Servizio Pubblico ha messo in primo piano le storie che sono dietro i risultati e le persone dietro le sfide, garantendo un'attenzione speciale nei confronti di chi trasmette valori così importanti legati allo sport e alla vita. Un impegno profondamente sentito da Rai, che lo ha assolto con orgoglio, nella consapevolezza che le Paralimpiadi rappresentano un momento fondamentale per ribadire il carattere inclusivo del Servizio Pubblico universale;
- l'arrivo su Rai 2, rete d'elezione per i contenuti a vocazione contemporanea e internazionale, di uno spettacolo con **Mika**, grande star della musica e non solo. Il lungo

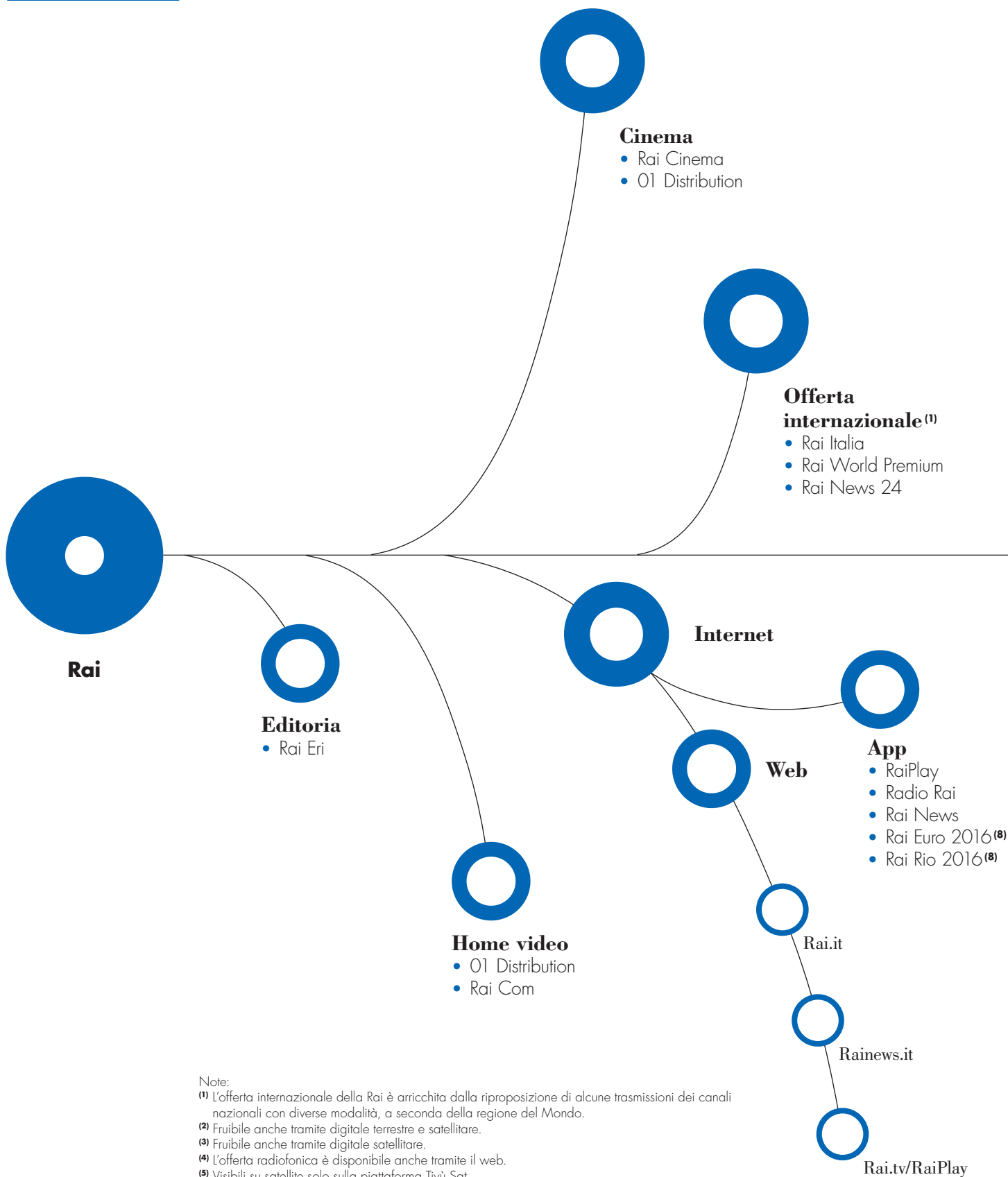


elenco dei suoi successi mondiali e il suo essere un uomo di spettacolo dall'enorme carisma ne fanno un protagonista della scena molto conteso, per un programma fatto di musica, di divertimento, di grandi artisti nazionali e internazionali, di storie molto speciali di persone non celebri che intende essere divertente e raffinato. Uno tra i primi segnali dei nuovi linguaggi e dei nuovi mondi che Rai si appresta a esplorare, unendo all'intrattenimento e alla grande musica una riflessione sui temi della società contemporanea e del mondo giovanile in particolare;

- l'avvio – nel contesto evolutivo delle tematiche inerenti l'uso dello spettro frequenziale, e con l'obiettivo di razionalizzazione degli investimenti e di stabilità del servizio – del processo per l'**estensione e il miglioramento delle coperture** specie in quei territori che, per la loro conformazione geografica o anche per problemi interferenziali, presentano difficoltà di ricezione di tutti o parte dei canali Rai.

## Il prodotto Rai: offerta e performance

### Mappa dell'offerta Rai



Note:

<sup>(1)</sup> L'offerta internazionale della Rai è arricchita dalla riproposizione di alcune trasmissioni dei canali nazionali con diverse modalità, a seconda della regione del Mondo.

<sup>(2)</sup> Fruibile anche tramite digitale terrestre e satellitare.

<sup>(3)</sup> Fruibile anche tramite digitale satellitare.

<sup>(4)</sup> L'offerta radiofonica è disponibile anche tramite il web.

<sup>(5)</sup> Visibili su satellite solo sulla piattaforma Tivù Sat.

<sup>(6)</sup> Visibili solo su satellite sulla piattaforma Tivù Sat.

<sup>(7)</sup> L'offerta televisiva è disponibile anche su Rai.tv/RaiPlay, ad eccezione dei canali in HD.

<sup>(8)</sup> App lanciate in occasione dei relativi eventi sportivi.

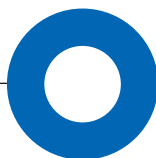
<sup>(9)</sup> Visibile nelle aree raggiunte dal Multiplex 5 e su satellite, solo sulla piattaforma Tivù Sat.



**Radio** <sup>(4)</sup>

- Rai Radio 1 <sup>(2)</sup>
- Rai Radio 2 <sup>(2)</sup>
- Rai Radio 3 <sup>(2)</sup>
- Rai Isoradio <sup>(2)</sup>
- Rai Gr Parlamento <sup>(2)</sup>
- Rai Radio 4 Light <sup>(3)</sup>
- Rai Radio 5 Classica <sup>(2)</sup>
- Rai Radio 6 Teca
- Rai Radio 7 Live
- Rai Radio 8 Opera

**Televisione** <sup>(7)</sup> (digitale terrestre e satellitare)



**Canali generalisti**

- Rai 1
- Rai 2
- Rai 3
- Rai 1 HD
- Rai 2 HD
- Rai 3 HD



**Canali semi  
- generalisti**

- Rai 4
- Rai 5 <sup>(5)</sup>
- Rai Movie <sup>(5)</sup>
- Rai Premium <sup>(5)</sup>
- Rai 4 HD <sup>(9)</sup>
- Rai 5 HD <sup>(6)</sup>
- Rai Movie HD <sup>(6)</sup>
- Rai Premium HD <sup>(9)</sup>



**Canali tematici**

- Rai News 24
- Rai Storia
- Rai Scuola
- Rai Sport 1
- Rai Sport 1 HD
- Rai YoYo <sup>(5)</sup>
- Rai Gulp



**Informazione**

- TG1
- TG2
- TG3
- TGR
- Rai Parlamento
- Rai Sport
- Rai News 24
- Rainews.it
- Televideo
- Giornale Radio Rai
- Gr Parlamento

## L'offerta editoriale

Il Gruppo Rai è presente su tutte le piattaforme con un'offerta gratuita ampia e differenziata per generi e target.

Ogni giorno, in Italia, circa 41,7 milioni di persone che hanno compiuto almeno 4 anni di età, pari al 71% della popolazione di riferimento, seguono l'offerta Rai, guardando uno dei canali televisivi, ascoltando uno dei canali radiofonici o visitando uno dei portali Internet; in media, trascorrono sui nostri mezzi 108 minuti al giorno.

La strategia del Gruppo prevede:

- un approccio editoriale articolato su una famiglia di canali, a ciascuno dei quali è assegnata una *mission* specifica finalizzata alla differenziazione dell'offerta, all'arricchimento culturale della collettività e al perseguimento degli obiettivi che integrano la missione di Servizio Pubblico;
- una propensione alla massima efficienza dei modelli produttivi in termini di formati, temi, narrazioni, linguaggi, estetica e personaggi;
- una declinazione dell'offerta protesa a cogliere ogni opportunità di interazione con le audience – con una particolare attenzione ai target giovani – e rispondente alle nuove modalità di fruizione dei contenuti sui diversi *device*, anche in mobilità;
- una continua sperimentazione di nuove tecnologie relative a reti, infrastrutture e mezzi, per la costante modernizzazione dei sistemi di produzione, diffusione e distribuzione dei contenuti; offerta di qualità e in HD coerente con il posizionamento Rai e delle sue attività editoriali;
- un potenziamento delle partnership internazionali per promuovere il rinnovamento dei contenuti domestici e la valorizzazione del prodotto Rai nel mondo. Tale strategia si articola sia sull'incremento della distribuzione dei contenuti Rai, in formato programmi e in formato canali di flusso, sia sulla definizione di importanti accordi di coproduzione con grandi player internazionali. In questo solco si inseriscono – fra gli altri – il recentissimo accordo quadro con il broadcaster franco-tedesco Arté o altri accordi per singoli progetti coproduttivi come quelli con NHK (servizio pubblico giapponese), Tohokushinsha (Giappone), RSI (servizio pubblico svizzero) e ZDF (televisione pubblica tedesca) e da ultimo con Netflix;
- la valorizzazione del Sistema Italia all'estero attraverso la realizzazione di contenuti non solo in lingua italiana, ma anche nelle lingue dei Paesi di distribuzione finalizzati ad intercettare nuovi target e a promuovere l'eccellenza del *made in Italy* nel mondo.

Dal confronto con altri operatori si rileva quanto segue.

A livello europeo, rispetto agli altri principali editori del servizio pubblico, l'Italia presenta il canone di minore importo unitario (Euro 100,0, peraltro ridotto a Euro 90 per il 2017) rispetto a Francia, Euro 136,0; Regno Unito, Euro 200,5; Germania, Euro 215,8 a fronte del primato degli indici di ascolto (36,7% rispetto a France Télévisions, 29,2%; BBC, 32,8%; ARD 27,3%; ZDF 17,7%; RTVE 16,7%)<sup>1</sup>.

A livello nazionale, rispetto alle emittenti commerciali il cui scopo è quello di creare valore già nel breve termine, per i propri azionisti e stakeholders, Rai – in risposta ai 'valori collettivi' che disegnano la propria missione di Concessionaria del Servizio Pubblico – ha per finalità prioritaria e irrinunciabile la generazione di 'valore pubblico' per l'intera collettività e le sue diverse componenti, sempre nell'ambito di una sostenibilità economico-finanziaria di lungo termine.

I principi ispiratori fondamentali che guidano, infatti, l'attività della Concessionaria sono:

- **universalità**, ovvero l'attitudine e la capacità di raggiungere con i propri programmi tutti i diversi segmenti della società, senza trascurarne alcuno, in linea con il recente richiamo di AgCom per l'interpretazione del concetto di universalità in senso 'attivo', ossia di contenuti che rappresentino i diversi interessi e punti di vista della popolazione e dell'immagine dell'Italia all'estero e servizi che consentano la partecipazione e il dialogo con gli utenti;
- **indipendenza**, ovvero l'attitudine e la capacità di compiere le proprie scelte in funzione esclusiva dell'interesse dei cittadini;
- **pluralismo**, ovvero l'attitudine e la capacità di essere attenti a tutte le 'diversità', di genere, di cultura, di religione ecc., per contribuire in modo determinante a far crescere, attraverso la rappresentazione dei diversi punti di vista, una società più inclusiva;
- **responsabilità**, ovvero l'attitudine e la capacità di lavorare in maniera trasparente impegnandosi, anche attraverso una interlocuzione costante con i diversi pubblici, a correggere i propri eventuali errori;
- **innovazione**, ovvero l'attitudine e la capacità di arricchire il contesto dei media assumendo il ruolo di guida con la sperimentazione di nuovi formati, di nuove tecnologie e di nuovi modi per essere connessi con i cittadini;
- **eccellenza**, ovvero l'attitudine e la capacità di agire con elevati standard di integrità, professionalità e qualità.

<sup>1</sup> I dati di ascolto dei servizi pubblici europei si riferiscono al 2015 (fonte EBU), ad eccezione di quello per il Gruppo Rai aggiornato al 31 dicembre 2016.

Tra le principali iniziative promosse da Rai nel 2016 si evidenziano le seguenti.

**Palinsesti e brand refresh:** Rai ha avviato un duplice processo di rinnovamento che investe da un lato l'offerta e dall'altro la comunicazione e la veicolazione del/dei brand Rai. In termini di offerta, è stato ripensato il posizionamento dei canali generalisti al fine di attribuire agli stessi una chiara e ben definita identità evitando sovrapposizioni. In termini di comunicazione, il processo ha previsto un brand *refresh* mirante a definire un'identità aziendale unica e distintiva e a rendere il design del portfolio Rai coerente e chiaramente riconoscibile. Il nuovo *claim* "Per te. Per tutti." racchiude l'essenza della Rai *Media Company Multimediale*; una Media Company che mette l'individuo al centro delle proprie scelte e che è al tempo stesso in grado di parlare a tutti gli italiani, generando 'connessioni collettive'. Tali azioni si sono tradotte sotto il profilo editoriale come segue.

La Rai ha innovato il proprio linguaggio e messo in onda alcune trasmissioni e programmi evento che hanno ottenuto un grande successo sia in termini di immagine che di risultato d'ascolto. L'innovazione stilistica ha coinvolto anche tematiche difficili e di nicchia come le arti visive e la musica alta, generalmente riservate all'offerta delle reti specializzate e che Rai 1 ha invece saputo rendere appetibili anche per il grande pubblico. In particolare sono da citare *La mia danza libera* di Roberto Bolle e la messa in onda della *Prima della Scala*. Anche lo straordinario successo di *Stanotte a San Pietro* di Alberto Angela (circa 6 milioni di ascolto medio ed uno share di oltre il 25%) è riuscito a sfruttare la bellezza del nostro Paese con stile, immagine e linguaggi moderni ed internazionali.

Tra gli altri grandi eventi editoriali sono da citare le fiction *La mafia uccide solo d'estate* e, soprattutto, *I Medici*, che ha ampliato il pubblico della fiction italiana ad un livello internazionale grazie ad un linguaggio, un cast e una scelta stilistica in linea con le grandi serie sopranazionali.

Anche Rai 2 ha dato notevoli segnali di innovazione e rinnovamento ad esempio con l'inserimento in prime time della fiction *Rocco Schiavone*, serie che ha raccolto un successo di critica e di ascolti.

L'intrattenimento musicale di Rai 2 ha segnato un punto di discontinuità attraverso lo show di Mika che è riuscito ad intercettare le aspettative di un pubblico attivo e non tradizionale. Il programma ha registrato oltre 3 milioni di ascoltatori medi con uno share di oltre il 14%.

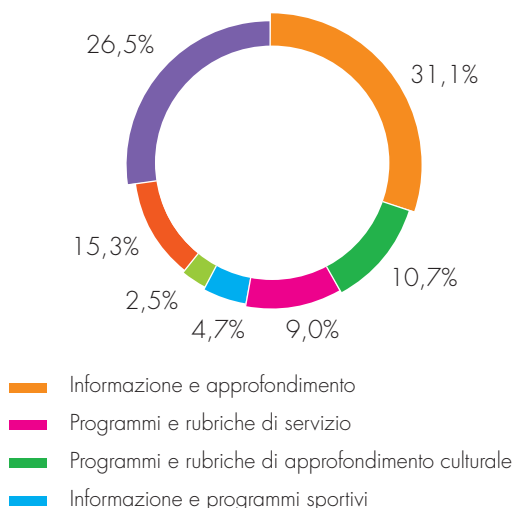
Rai 2 ha mostrato, inoltre, di saper innovare anche il linguaggio informativo con l'introduzione di un programma dallo stile fresco e nuovo per la rete: *Nemo*.

Rai 3 con la programmazione di *Fuocoammare* (vincitore agli European Film Awards e candidato agli Oscar nella sezione documentari) ha sottolineato ancora una volta la cifra dell'impegno sociale propria della rete. Anche dal punto di vista dell'intrattenimento, Rai 3 ha saputo far rivivere un quiz cult come *Il Rischiatutto* trasformandolo in un punto di riferimento per rete e genere.

La Rai, e in particolare Rai News, ha dimostrato di essere in grado di fornire notizie con aggiornamenti tempestivi e una copertura totale e approfondita, 24 su 24. Una capacità dispiegata in maniera totale nel corso delle innumerevoli vicende, anche tragiche, che hanno segnato lo scenario internazionale e italiano nel corso del 2016, tra cui gli attentati dell'Isis

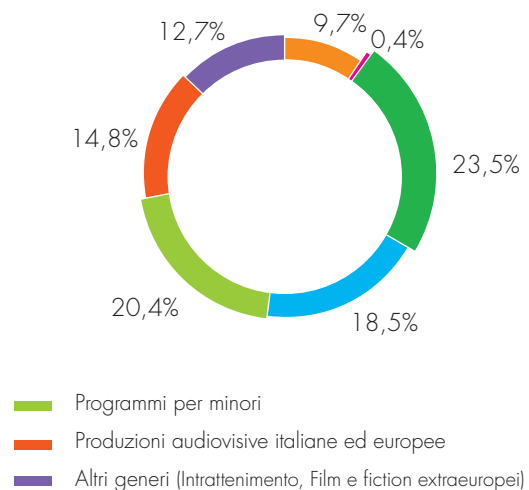
**Programmazione per genere sulle reti generaliste**

(fonte Rai)



**Programmazione per genere sulle reti specializzate**

(fonte Rai)



a Dacca e Nizza e il terremoto ad Amatrice e nel centro Italia. Capacità testimoniata anche in occasione delle elezioni presidenziali americane e del referendum costituzionale in Italia.

**Europei di Calcio 2016:** dal 10 giugno al 10 luglio 2016 Rai ha coperto l'evento sportivo Europei 2016 su tutte le piattaforme e con tutte le modalità produttive e distributive presidiate, dalle dirette delle principali partite disponibili su tv, radio e web, alle rubriche dedicate e ai programmi di commento e analisi, anche con innovative modalità di racconto e linguaggio. Alle telecronache classiche delle partite su Rai 1, ha affiancato su Rai 4 il racconto ironico della Gialappa's band (molto apprezzato dai più giovani), l'intrattenimento di contorno de *Il Grande Match* pensato per una fruizione familiare e le rubriche quotidiane di aggiornamento come *Il caffè degli Europei* su Rai 2 e *I giorni di Parigi* su Rai 3. Inoltre, Rai ha realizzato, per i principali sistemi operativi, *Rai Euro 2016*, una App gratuita dedicata che ha messo a disposizione informazioni, highlights, dirette, curiosità e la possibilità di rivedere i contenuti; la medesima iniziativa è stata poi attivata anche per le Olimpiadi Rio 2016 nel mese di agosto. Inoltre, durante l'intero arco temporale in cui si è svolta la manifestazione sportiva, tramite il **tasto blu del telecomando delle tv connesse abilitate**, è stato possibile accedere al nuovo servizio *MHP Rai Euro 2016*, che durante la visione delle partite trasmesse da Rai 1 ha permesso di rivedere le azioni principali del match (goal, occasioni da rete, espulsioni, reti annullate) e tornare immediatamente alla visione in diretta; il tutto arricchito da dati statistici legati alla gara in corso (tiri in porta, possesso palla, falli) facilmente consultabili, mentre durante il resto della giornata era disponibile una selezione di contributi video (servizi e interviste) che manteneva sempre vivo il 'racconto sportivo'.

**Olimpiadi:** oltre 42,3 milioni di italiani hanno seguito il 'romanzo multimediale' di Rio 2016. Dal punto di vista televisivo in particolare, sono state proposte quasi 1.200 ore di trasmissioni in HD su Rai 2 e sui canali di Rai Sport per raccontare le storie, le medaglie, i personaggi, i trionfi e le sconfitte. Gli ascolti hanno premiato questo enorme impegno della Rai: Rai 2, la rete olimpica, è stata il canale più seguito durante Rio 2016 sia nell'intera giornata sia nel prime time, con una media di 1,2 milioni di ascoltatori e il 15,6% di share giornalieri e di oltre 2,8 milioni pari al 16,5% di share per la prima serata. Anche Rai Sport 1 e Rai Sport 2 hanno ottenuto ottimi risultati, con una media di 590 mila ascoltatori per uno share del 7,5% nell'intera giornata e oltre 1,3 milioni spettatori nel prime time, pari al 7,6% di share. Rai ha anche sviluppato un'articolata offerta digital dedicata all'evento olimpico, descritta in dettaglio nella sezione dedicata.

**Paralimpiadi:** con la programmazione della XV edizione dei giochi Paraolimpici, la Rai, per missione inclusiva, ha continuato a raccontare lo sport nella dimensione della diversità. Per la prima volta, due canali sono stati dedicati all'evento: Rai Sport 1, completamente dedicato, visibile anche in HD, e Rai 2, con dirette dall'1:30 alle 4:00 e una sintesi in mattinata delle gare più importanti per un totale di oltre 400 ore di programmazione, delle quali 280 in diretta.

**Piano industriale:** ad aprile è stato approvato il Piano Industriale 2016-2018, in forza del quale è in corso la realizzazione di un processo di rinnovamento editoriale – anche attraverso la revisione del mix dei generi e del loro linguaggio – che permetterà alla Rai di sviluppare una vocazione sempre più universale nonché di mantenere la leadership degli ascolti nel nuovo contesto digitale multipiattaforma. Questa trasformazione si sostanzia attraverso una informazione completa e pluralista, il racconto del territorio e della realtà contemporanea, un'attività di intrattenimento coinvolgente, inclusiva e valoriale, il sostegno all'istruzione e all'alfabetizzazione digitale del Paese, la promozione e la valorizzazione dell'Italia all'estero. Per completare il passaggio a *Digital Media Company* Rai sta ripensando il proprio modello distributivo, sviluppando un'offerta digitale distintiva e personalizzabile accessibile *anyone, anywhere, anytime*. In quest'ottica, il Gruppo sta effettuando importanti investimenti in ambito tecnologico per andare sempre più incontro alle aspettative e alle esigenze del pubblico. Allo stesso tempo l'Azienda, per meglio valorizzare le competenze interne, ha avviato un percorso di razionalizzazione dell'assetto industriale e organizzativo che le consentirà di operare in una logica *One Company*.

**Nuovo Qualitel ed indice di gradimento dell'offerta:** a partire da metà 2017, all'esito di una gara pubblica europea, Rai avrà a disposizione una versione aggiornata, più ampia e onnicomprensiva della rilevazione sulla percezione della qualità dell'offerta. L'innovazione dell'indagine riguarda la costituzione di un panel stabile e di elevate dimensioni (circa 20.000 individui), rappresentativo della popolazione residente, che sarà interrogato per via telematica. La velocità di somministrazione dei questionari e la rapidità di risposta consentite dalle nuove tecnologie informatiche permetteranno di disporre di indicatori di gradimento della *Digital Media Company Rai*, quotidiani, settimanali e mensili, fondamentali per supportare al meglio Rai nell'assolvimento della missione di Servizio Pubblico, e che potranno essere associati, in alcuni casi, anche ai tradizionali indicatori di audience, come i dati di ascolto Auditel. Lo strumento misurerà la qualità percepita dal pubblico

relativamente all'offerta su tutte le piattaforme: Televisione, Radio, Digital e, per la prima volta, della produzione cinematografica di Rai Cinema anche direttamente sul canale Theatrical.

**Digital divide:** nell'ottica del superamento del *digital divide*, che rappresenta uno degli assi portanti della nuova connotazione di *Rai Digital Media Company*, è stato costituito un gruppo di lavoro dedicato specificamente all'*inclusione digitale* che ha portato, tra l'altro, alla realizzazione del progetto *Complimenti per la connessione*: uno spin off della serie tv *Don Matteo*, 20 puntate di 6 minuti ciascuna, trasmesse su Rai 1 subito dopo l'edizione serale del Tg, durante l'estate. Scopo principale di questo progetto è incoraggiare quelle fasce di popolazione, ancora distanti dalle nuove tecnologie digitali, a trovare stimoli per utilizzare i tanti servizi digitali di pubblica utilità e a creare pertanto alfabetizzazione; tra i temi trattati, l'uso dei motori di ricerca, l'utilizzo dell'eBook e la navigazione in rete.

In una logica crossmediale, la prima messa in onda è stata accompagnata da una serie di altre iniziative:

- le puntate sono state replicate, durante l'estate, su Rai 1, Rai 3, Rai 5, Rai Storia, Rai Scuola e Rai Premium;
- i contenuti sono stati pubblicati anche sul nuovo portale RaiPlay;
- la promozione, basata su una imponente pianificazione di spot cui è stato dato risalto sull'offerta digitale Rai, aveva di per sé una valenza inclusiva;
- gli spot sono stati proiettati nelle sale cinematografiche la cui pubblicità è affidata al Gruppo;
- gli stessi argomenti della fiction sono stati ripresi da gran parte dei programmi televisivi e radiofonici dell'estate aventi lo stesso target.

**Tavolo Editori Radio:** nell'aprile 2016 è stata costituita la società *Tavolo Editori Radio (TER)* con oggetto "la realizzazione oggettiva e imparziale di un sistema di ricerche proprietario finalizzato a misurare l'ascolto del mezzo Radio e delle emittenti radiofoniche, in tutte le loro caratteristiche tecnologiche e territoriali, su tutte le piattaforme trasmissive". La compagine rappresenta l'intero mercato dell'offerta radiofonica: Servizio Pubblico, sette gruppi nazionali e due Associazioni di emittenti locali. La nuova indagine proprietaria sarà sviluppata sulla base delle seguenti linee guida:

- Indagine principale: 120.000 interviste (tecnica Cati) con questionario analogo a Indagine 2016;
- Interventi integrativi e Sperimentazioni: ascolti nei 7-15-30 giorni, riduzione dei fenomeni di autoselezione del campione, ascolto da device digitali, valorizzazione dei target di ascolto e estensione della rilevazione al periodo estivo.

Nella parte finale del 2016 è già stato sperimentato il primo insieme delle descritte integrazioni ed evoluzioni.

**AUDI:** i diversi attori presenti nel mercato dei media sono ormai consapevoli dei crescenti problemi di misurazione delle audience in uno scenario in cui al centro non sono più i singoli mezzi ma i diversi contenuti, fruiti anche in modalità *multidevice* e non lineare, e sono di conseguenza attenti alla ricerca e allo sviluppo delle più idonee combinazioni di metodologie statistiche e soluzioni tecnologiche, anche in relazione alle esperienze in corso in altri paesi. Molte le iniziative intraprese in tal senso negli ultimi anni.

Oltre a quanto già ricordato sul tema della radiofonia, anche televisione e web hanno in corso un processo di ripensamento tecnico e metodologico.

Auditel, in particolare, ha pianificato numerose iniziative improntate all'evoluzione della ricerca sugli ascolti televisivi nell'ottica di rappresentare al meglio gli scenari di fruizione attuali e in divenire. Tra i principali progetti evolutivi in corso di sviluppo si ricordano:

- ampliamento del campione e stima delle audience con logiche diverse dalle attuali per ridurre la variabilità statistica degli ascolti per i canali a basse audience (progetto *Superpanel*, che dovrebbe divenire operativo nel corso del 2017);
- integrazione delle audience dei contenuti televisivi erogati via web (su Pc, Tablet, Smartphone e SmartTV) all'interno dello standard Auditel (progetto *Total Audience*). L'obiettivo è quello di giungere ad una misurazione dei contenuti video dei broadcaster televisivi sulle loro *properties* che sia coerente e allineata con quella dei televisori in modo da produrre un unico set di indicatori di misurazione che riguardino tutte le modalità di visualizzazione dei contenuti video: live streaming, differiti e *on demand*;
- ampliamento del perimetro di misurazione al video *on demand* (VOD) fruito su schermi televisivi, che tuttavia richiede il superamento di problemi di ordine tecnico connessi al *sound matching*.

A fronte di un processo che vede i contenuti al centro della misurazione indipendentemente dalle piattaforme distributive, Auditel e Audiweb si propongono di sviluppare una ricerca di base unificata, allo scopo di sfruttare i punti di forza di entrambe le esperienze. Molto importante, in questa prospettiva, l'adozione di convenzioni di misurazione comuni allo scopo di ottenere valori congruenti della *total audience* e di valorizzare i contenuti di qualità, la cui fruizione ha valori di permanenza distintivi e di grande valore comunicazionale.

Relativamente ad Audiweb, visti gli attuali limiti della ricerca (es: scarsa tempestività, ristretta base campionaria complessiva, assenza di misurazione contenuti da in-app browsing, difficile misurazione della viewability), gli attori principali operanti in Italia stanno promuovendo la realizzazione di una nuova indagine (*Audiweb 2.0*). Dopo una fase di ricognizione delle alternative offerte dai principali istituti attivi a livello internazionale, si stanno delineando i requisiti del nuovo sistema, il cui funzionamento a regime inizierà a partire dal 2018.

**CambieRai:** in vista del rinnovo della concessione di servizio pubblico alla Rai, il Ministero dello Sviluppo Economico (MiSE) ha, come anticipato, avviato la prima consultazione pubblica sul "servizio pubblico radiotelevisivo e multimediale" denominata *CambieRai*. Il processo ha preso le mosse il 12 aprile 2016 con la convocazione da parte del Ministero di sedici tavoli tecnici distribuiti in quattro macro aree (Sistema Italia, Industria creativa, Digitale e Società italiana), ai quali hanno partecipato i rappresentanti delle associazioni di autori e produttori del mondo della tv, del cinema, della radio, dell'informazione e dell'animazione, delle organizzazioni del *made in Italy*, del turismo, del digitale, dei beni culturali, del terzo settore, della scuola e università e dei consumatori, nonché sedici rappresentanti Rai, uno per ogni tavolo. L'incontro era finalizzato alla formulazione di un questionario web accessibile a tutti i cittadini sul sito del MiSE, attraverso il quale esprimere la "propria idea di Servizio Pubblico". Il questionario, curato dall'Istat, era composto da 36 quesiti da compilarsi su base volontaria, disponibile online per 45 giorni, dal 17 maggio al 30 giugno 2016. Alla consultazione hanno partecipato 11.188 persone, delle quali 9.156 hanno completato e inviato il questionario; a fine luglio 2016 sono stati resi noti i risultati: *educare, informare e intrattenere* si confermano principi fondanti del servizio pubblico, ai quali dovrebbe aggiungersi il compito di *promuovere l'innovazione*. Emerge inoltre che la Rai rispetta il principio dell'*universalità* ma che dovrebbe tenere maggiormente presente il principio dell'*indipendenza* e quello della *trasparenza*. In ultimo, è condivisa – da gran parte dei partecipanti – l'opinione che il servizio pubblico dovrebbe avere un respiro più *internazionale*.

**Generation What?:** nell'ambito delle iniziative volte a favorire la crescita della cultura digitale, unitamente all'esigenza di instaurare un canale diretto di comunicazione con l'importante universo dei *millennials*, Rai, insieme ad altri Paesi europei (Germania, Austria, Belgio, Spagna, Irlanda, Lussemburgo, Paesi Bassi,

Galles, Repubblica Ceca e Grecia), ha aderito al progetto internazionale crossmediale *Generation What?*, proposto da EBU - *European Broadcasting Union*, con lo scopo delineare un ritratto dei giovani 16-34 anni attraverso le risposte ad un questionario online interattivo e anonimo composto da 149 domande. L'analisi di questo target è centrale proprio per individuare le caratteristiche specifiche di chi è nato nel mondo digitale, così da orientare le strategie del Gruppo ai fini del superamento del gap digitale e del deficit di contatto con le nuove generazioni. Tale progetto nasce da un'idea di France Télévisions, che aveva sperimentato l'iniziativa con grande e inaspettato successo, nell'autunno del 2013. Il sito web *Generation What?* è stato lanciato contemporaneamente in tutti i Paesi aderenti l'11 aprile 2016 e l'iniziativa si è conclusa l'11 ottobre 2016. A livello europeo, sono state raccolte poco meno di un milione di interviste da 35 diversi Paesi. In Italia, i partecipanti sono stati oltre 110.000.

## Televisione digitale terrestre e satellitare

Il digitale terrestre è la piattaforma televisiva di riferimento per Rai, per la quale ha sviluppato una strategia di sviluppo multicanale dell'offerta e delle infrastrutture trasmissive.

Il satellite, complementare rispetto al digitale terrestre, consente di raggiungere fasce di popolazione non servite, anche solo parzialmente, da questa tecnologia trasmissiva ed è in tal senso che – sul modello delle esperienze di altri Paesi – Rai, Mediaset, Telecom Italia Media, Confindustria Radio tv e Aeranti-Corallo hanno costituito, nel 2009, la piattaforma satellitare gratuita TivùSat.

L'offerta televisiva Rai prevede sul **digitale terrestre** 14 canali di cui 6 disponibili anche in alta definizione. In dettaglio:

- 3 reti generaliste: Rai 1, Rai 2, Rai 3;
- 11 reti semigeneraliste o specializzate: Rai 4, Rai 5, Rai Movie, Rai Premium, Rai News 24, Rai Storia, Rai Scuola, Rai Sport 1, Rai Sport 2, Rai Gulp e Rai YoYo.

Di questi canali, 6 sono disponibili in HD: Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai 4, Rai Premium, Rai Sport 1 e, per il solo mese di agosto, in occasione dei Giochi Olimpici Rio 2016, Rai Sport 2.

Per Rai 4 è in corso un'operazione di riposizionamento per una sua configurazione quale canale generalista rivolto ai *millennials*. Inoltre, per quanto riguarda i canali sportivi, Rai Sport 2 HD è stato chiuso il 19 settembre 2016 e Rai Sport 2, il successivo 5 febbraio 2017.

Sulla **piattaforma TivùSat** sono disponibili 14 canali, di cui 8 anche in alta definizione: Rai 1,



Rai 2, Rai 3, Rai 4, Rai Sport 1, Rai 5, Rai Movie e Rai Premium.

In aggiunta e a supporto dell'offerta televisiva lineare, Rai propone applicazioni interattive e servizi video on demand via Internet fruibili anche su tv connettabili (smart tv o tramite determinate tipologie di decoder interattivi).

## Radio

Nel mercato dei media italiano, la radio è la seconda piattaforma di riferimento. Gli ascoltatori del mezzo nel giorno medio, nel 2016, sono circa 35,5 milioni<sup>2</sup>, ovvero il 67% degli italiani, ed evidenziano rispetto al 2015 un incremento dell'1,4%, pari a 486 mila persone.

Il tempo dedicato giornalmente all'ascolto è di 3 ore e 22 minuti, di poco superiore al valore registrato nel 2015, 3 ore e 19 minuti.

La radio si caratterizza per una modalità di consumo prevalentemente fuori casa (77% degli ascoltatori). Il 74,3% degli individui 14-64enni usa l'autoradio come strumento per ascoltare la radio. Gli apparecchi tradizionali vengono usati dal 29,9% di questo segmento di popolazione. L'impiego degli apparecchi di ricezione tradizionali risulta maggioritario nella popolazione più adulto/anziana (57,8% tra gli ascoltatori ultra 65enni).

Le nuove tecnologie assumono valori significativi soprattutto tra i più giovani. Il telefono cellulare/smartphone è usato per ascoltare la radio in media da poco più del 5,4% del totale degli ascoltatori. Questa modalità di fruizione, tuttavia, sale tra i giovanissimi (14-17enni) e i giovani (18-24enni) rispettivamente al 17,4% e al 9,6%, aumentando di molto il *reach* complessivo del mezzo. Più basso il ricorso al web (da Pc e/o tablet) usato dal 2,6% degli utenti del mezzo che sale al 4% per la fascia di età 14-34enni. Il ricorso all'apparecchio televisivo per la fruizione della radio attraverso il simulcast sul digitale terrestre/satellitare (offerta di tutti i network nazionali e di molti canali locali) riguarda il 6,8% degli ascoltatori. Anche in questo caso il fenomeno è particolarmente concentrato tra i giovani 18-34enni, 9,8%.

Sul fronte dell'offerta si assiste ad una polarizzazione fra Rai, Mediaset (il 1° luglio 2016 è nata *RadioMediaset*) e il Gruppo L'Espresso, oltre alla presenza di numerosi operatori attivi su scala nazionale e/o locale. Per quanto riguarda gli operatori nazionali si riscontra la presenza sia di editori "puramente" radiofonici (tra i quali RTL 102.5, Radio Dimensione Suono e Radio Italia), sia di Gruppi multimediali attivi principalmente nel campo

dell'editoria tradizionale e on-line, quali L'Espresso e Il Sole 24 Ore.

Nel comparto delle radio locali si contano circa 1.000 emittenti<sup>3</sup> con livelli di copertura del segnale (dalle aree municipali a quelle pluriregionali) e riscontri di audience estremamente variabili. Nel suo complesso, l'emittenza locale è capace di attrarre una quota importante della platea grazie al forte radicamento nel territorio e a un livello della proposta editoriale che per molte emittenti è competitivo anche nei confronti dei network nazionali. Nel primo semestre 2016, le radio locali hanno registrato uno share nel quarto d'ora medio, nella fascia 06:00-24:00, pari al 33% su base nazionale.<sup>4</sup>

RadioRai è presente su tutte le piattaforme analogiche e digitali con l'obiettivo di affermare e migliorare la propria centralità nello scenario di mercato e presso gli ascoltatori. Alla tradizionale diffusione via FM si affiancano infatti la trasmissione su digitale terrestre e satellitare e la completa fruibilità via internet sia su Pc sia su dispositivi mobili (smartphone e tablet) anche tramite l'app RadioRai.

L'offerta Rai, di esclusiva produzione interna, è la più ampia in Italia per vastità di generi e numerosità di canali con:

- 3 canali radiofonici fortemente connotati: Radio 1, Radio 2 e Radio 3;
- Isoradio, il canale dell'infomobilità;
- Gr Parlamento, canale dedicato alle Istituzioni;
- 3 canali concepiti specificamente per la rete, Radio 6 Teca, Radio 7 Live e Radio 8 Opera, ricevibili anche su DAB+;
- 2 canali musicali tematici, Radio 4 Light (musica leggera e jazz) e Radio 5 Classica. Entrambi i canali, oltre alla filodiffusione analogica, possono essere ricevuti sul web, su DTT e satellite e su Radio Digitale (DAB+); Radio 5 anche in FM in cinque capoluoghi (Ancona, Milano, Napoli, Roma e Torino).

Le principali linee di azione attuate nel 2016 sono state:

- l'arricchimento dell'offerta editoriale (lineare e non lineare), anche attraverso la produzione di contenuti originali e distintivi per il web e per i social media;
- il coordinamento dei palinsesti, al fine di rendere l'offerta sempre più coerente con la missione editoriale di ciascun canale;
- l'incremento delle già collaudate sinergie editoriali con la programmazione televisiva;

<sup>3</sup> Stima Confindustria Radio Televisioni, luglio 2016.

<sup>4</sup> Determinato come complemento allo share totale delle emittenti nazionali rilevate dall'indagine Gfk Eurisko - RadioMonitor.

<sup>2</sup> Fonte GFK Eurisko - RadioMonitor.

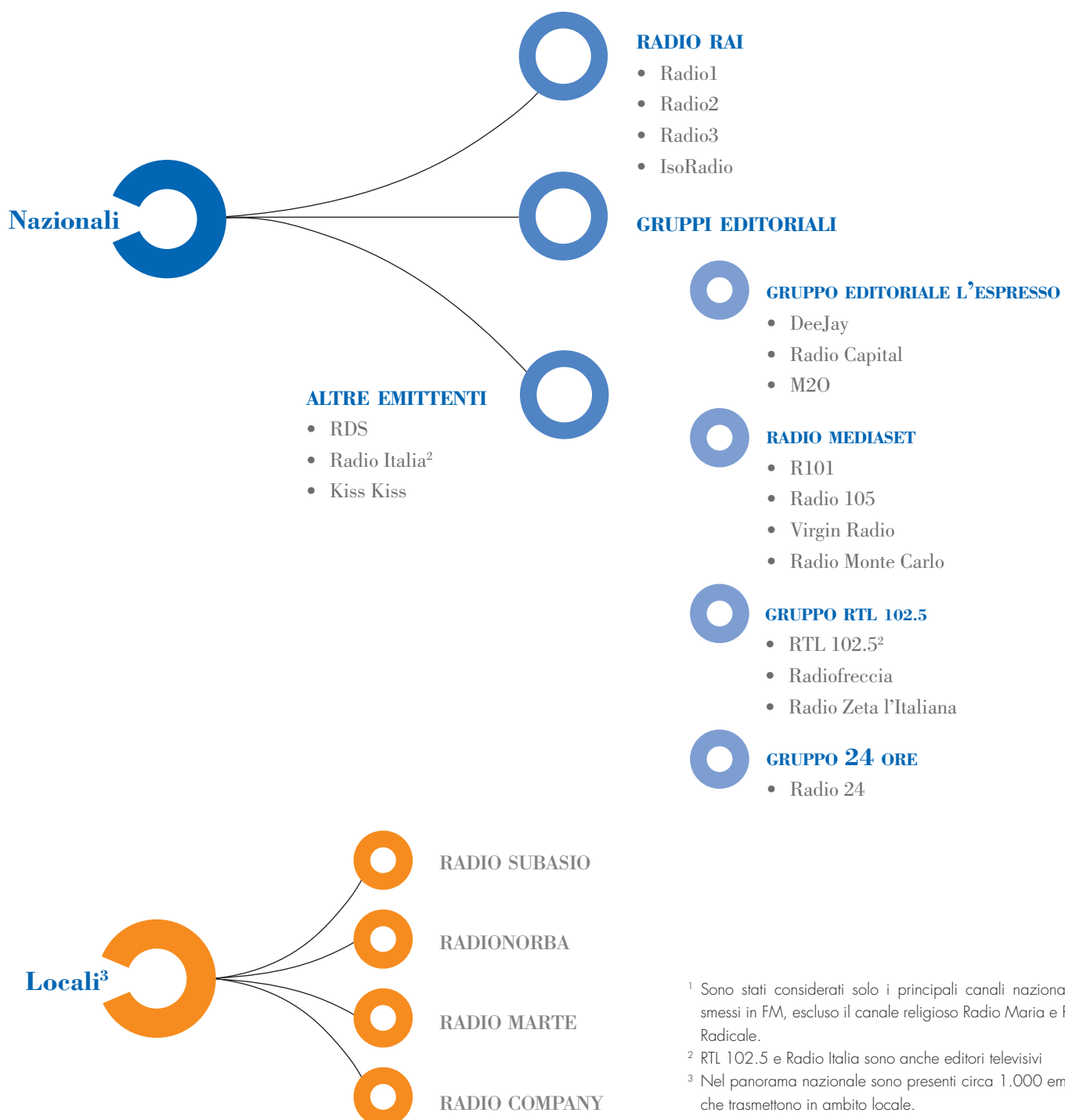
- l'affinamento e il consolidamento della fisionomia del bouquet di canali web e digital lanciati nell'estate 2015: Radio 4 Light, Radio 5 Classica, Radio 6 Teca, Radio 7 Live, Radio 8 Opera;
- l'implementazione della comunicazione digitale che ha coinvolto tutti i canali, dai contenuti tematici in streaming audio/video al podcasting, agli esempi di ibridazione radio-tv-web-social media;
- il monitoraggio qualitativo della programmazione, oggi estesa al web e ai

social media, con l'obiettivo di migliorare la percezione, la notorietà, la fidelizzazione e la redditività dell'offerta radiofonica Rai;

- il piano di sviluppo delle trasmissioni in tecnica digitale (Dab+);
- il proseguimento della politica di investimenti per l'attuazione di progetti tecnologici innovativi; sono stati infatti avviati progetti importanti: Rai Radio Play, estensione della piattaforma ai prodotti audio; upgrading App RadioRai per ascolto da device mobili; la migrazione definitiva verso la tecnologia IP

### Principali operatori attivi nel mercato radiofonico<sup>1</sup>

(Fonte Rai)



<sup>1</sup> Sono stati considerati solo i principali canali nazionali trasmessi in FM, escluso il canale religioso Radio Maria e Radio Radicale.

<sup>2</sup> RTL 102.5 e Radio Italia sono anche editori televisivi

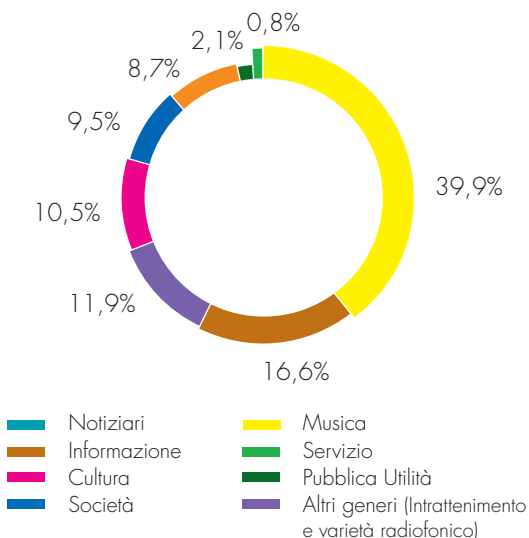
<sup>3</sup> Nel panorama nazionale sono presenti circa 1.000 emittenti che trasmettono in ambito locale.

e la ripresa del processo di digitalizzazione dell'archivio storico della radiofonia, la cui conclusione è prevista in quattro anni;

- le partnership territoriali, le iniziative speciali e la cross promotion Radio-Tv;
- nuovi formati pubblicitari (product placement, station break sponsorizzati, radio content, infactory) e più stretti rapporti con il mercato degli investitori.

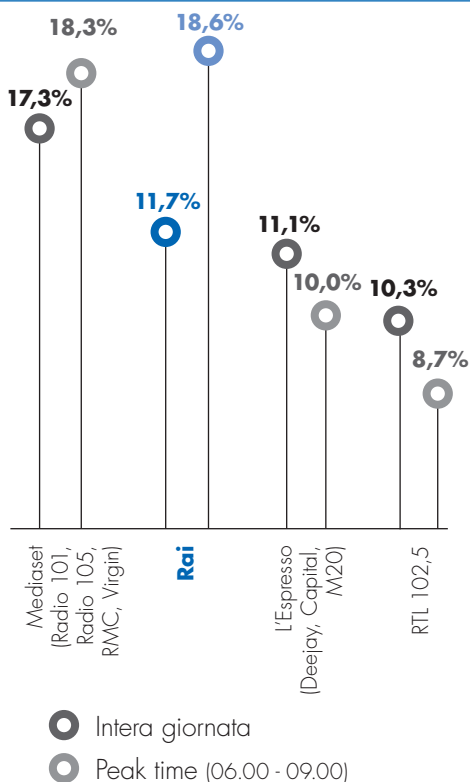
### Programmazione radiofonica per genere

(fonte Rai)



### Ascolti radiofonici

(quarto d'ora medio, fonte Eurisko Radiomonitor)



## Digital

Nel 2016 la media mensile della *total digital audience* ha raggiunto i 29 milioni di utenti, pari al 52,5% degli italiani dai 2 anni in su.

Alla luce delle tendenze specifiche del comparto digital, nel corso del 2016 l'offerta digital della Rai è stata oggetto di un profondo lavoro di revisione e di ammodernamento, che ha iniziato a dare i primi frutti nella seconda parte dell'anno in occasione dei Campionati Europei di Calcio Euro 2016 e delle Olimpiadi di Rio 2016 ed è culminato in settembre con il lancio del portale Rai Play e della relativa App, che hanno sostituito la precedente offerta Rai.Tv.

Tale attività si è estesa a tutti gli ambiti di offerta ed è riuscita a far esplodere i consumi non lineari della Rai nella seconda metà dell'anno, soprattutto grazie al lancio di RaiPlay che costituisce il vero motore della trasformazione della Rai in *Media Company*.

A partire da settembre 2016, infatti, RaiPlay ha sostituito e ampliato le funzioni di Rai.Tv e, dal 14 dicembre 2016, Rai ha portato RaiPlay nel mondo dei televisori connessi. Con RaiPlay, e grazie ad una tecnologia accessibile e senza il bisogno di decoder o telecomandi speciali, il Servizio Pubblico parla sempre di più a tutti: destinando attenzione a ogni singolo utente, accompagnando i cittadini con una pluralità di contenuti che rispondono alle esigenze più diverse.

A conferma della centralità di queste attività per il Servizio Pubblico e per il valore competitivo di Rai, le risorse complessivamente dedicate a tale area sono cresciute di circa il 17% rispetto al 2015 e si attestano a ca. 28 milioni di Euro, incluso il costo del personale.

Con la novità di RaiPlay, dalla fine del 2016, l'offerta Rai – accessibile anche sotto forma di applicazioni da Smartphone e da Tablet – è composta come segue.

- **RaiPlay:** il nuovo servizio multimediale, inclusivo e personalizzato, disponibile per App, Browser e Tv connesse, attraverso il quale è possibile accedere, mediante un'interfaccia grafica evoluta ed adattiva, ad un'offerta video così declinata:
  - *Streaming live* di 14 canali televisivi;
  - *Servizio di Replay TV*, che prevede l'accesso in modalità on demand all'offerta in diritti di 8 canali Rai in onda negli ultimi 7 giorni;
  - *On demand*, una ricca offerta video on demand selezionata dai canali televisivi, oltre a contenuti esclusivi per il web, provenienti dall'archivio delle Teche e delle produzioni Rai, ordinati per generi;

- **Rai.it:** il portale che aggrega e rende facilmente accessibile la vasta offerta web del Gruppo. La navigazione all'interno del portale è suddivisa per News, Sport, Tv, Radio e Corporate.  
Rai.it promuove e dà accesso a tutta la programmazione in onda ed ai relativi contenuti disponibili sul web di tutte le reti tv, di tutti i canali radiofonici, nonché ai contenuti informativi e multimediali di tutte le testate giornalistiche;
- **Rainews.it:** è l'ambiente attraverso il quale è possibile accedere a tutta l'informazione della Rai. Notizie aggiornate in tempo reale, arricchite con video e fotogallery, ultime edizioni dei telegiornali e dei radiogiornali, dirette del canale Rai News 24 e gli eventi più significativi di ogni giorno. Il progetto Rai News è stato arricchito con la componente TGR web, operando una integrazione tecnica sia del sistema di gestione dei contenuti sia della interfaccia proposta agli utenti; ciò ha consentito, nel corso del 2016, un progressivo arricchimento dell'offerta attraverso le Home Page regionali prodotte dai giornalisti delle diverse sedi. Anche Rainews è disponibile per App;
- **RadioRai.it:** è il portale che dà accesso alla ricca offerta radiofonica di Rai: le dirette dei 10 canali radiofonici; i siti di tutte le reti e dei loro programmi; contenuti audio on demand e podcast con tantissimi extra.

L'offerta video on demand di Rai è presente anche sulle Smart tv Samsung, Apple tv e Android tv, nonché sui televisori e decoder digitali terrestri interattivi (certificati con bollino Gold) con i servizi RaiPlay.it, TGR e Telecomando.

In particolare, per Rio 2016 la Rai ha messo in campo uno sforzo senza precedenti. Il sito e l'app dedicata all'evento sviluppati da Rai hanno permesso la visione completa di tutte le competizioni, da tutti i campi di gara e per tutte le discipline, consentendo alla narrazione televisiva di integrarsi perfettamente con gli altri mezzi, con ottimi risultati: 4 milioni di browser unici (fonte Webtrekk, somma browser unici giornalieri dell'evento) e oltre 65 milioni di visualizzazioni in streaming sui siti e App Rai. L'App RaiRio2016 ha raggiunto oltre 800 mila download nelle due settimane dell'evento. Il racconto Rai delle Olimpiadi ha aperto un dialogo costante attraverso i social network.

Rai continua a rafforzare la propria presenza ufficiale sui principali social network (Facebook e Twitter) con l'attivazione di profili/account di Canali e di programmi televisivi o radiofonici e una crescente integrazione dell'interazione con il pubblico nella sua progettualità editoriale.

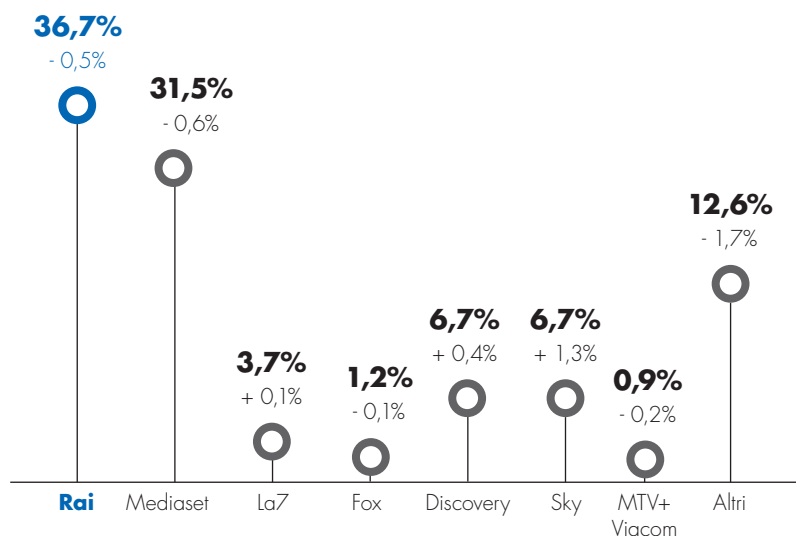
## Offerta internazionale

La controllata Rai Com cura la distribuzione europea dei diritti di ritrasmissione dei canali televisivi e radiofonici (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai Storia, Rai Scuola, Rai News 24 e Rai Radio 1, Rai Radio 2, Rai Radio 3) e quella extra-europea dei canali Rai Italia (alimentato con parte della programmazione delle reti Rai e con programmi autoprodotti), Rai World Premium (che trasmette le fiction originali prodotte da Rai) e Rai News 24. Inoltre, Rai Com commercializza e distribuisce i canali radiofonici Radio Rai 1, Radio Rai 2 e Radio Rai 3 anche in territori extra-europei.

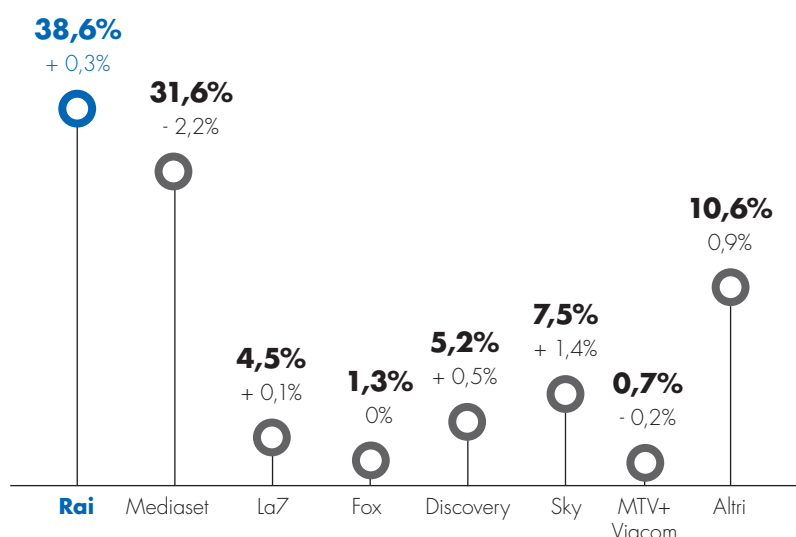
L'offerta dei canali avviene attraverso piattaforme televisive locali – via cavo, via satellite o piattaforme new media – con diverse modalità, sia free che pay:

- negli Stati Uniti, Canada e Australia i canali sono offerti agli abbonati in modalità 'pacchetto' o 'premium – à la carte'. Gli abbonati, dunque - per la visione dei Canali Rai - pagano una *fee* mensile, aggiuntiva al proprio abbonamento con l'operatore di riferimento;
- in Asia, il canale Rai Italia è in modalità free to air;
- in Europa, America Latina e Africa i canali sono offerti in modalità 'Basic' o 'Extended Basic', con la quale gli abbonati pagano esclusivamente il prezzo mensile dell'abbonamento all'operatore, senza costi aggiuntivi.

Ascolti nel giorno medio (02.00 - 02.00, fonte Auditel)

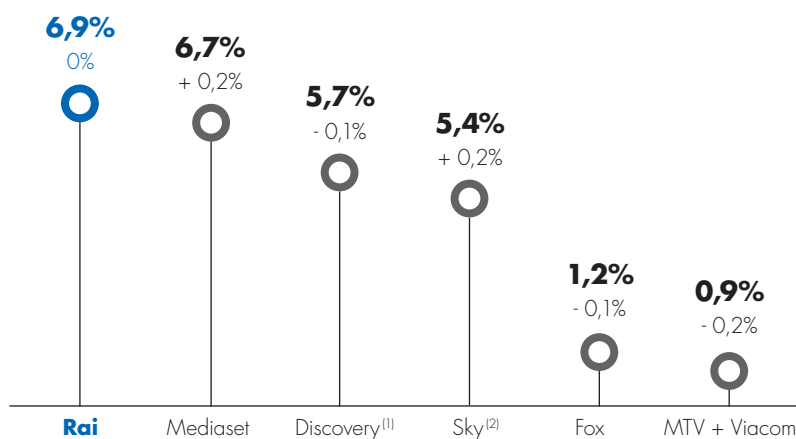


Ascolti in prima serata (20.30 - 22.30, fonte Auditel)



Comparazione tra gli editori specializzati

(Share intera giornata 02.00 - 02.00, fonte Auditel)



(1) I valori di Discovery non comprendono il canale Nove

(2) I valori di Sky non comprendono il canale TV8

La performance dell'offerta Rai

Performance dell'offerta tv

Nell'anno 2016 il numero di ascoltatori medi che hanno seguito la televisione è risultato sostanzialmente stabile, 10,1 milioni, nell'intera giornata (soli -261 mila ascoltatori rispetto al 2015) e quasi 25 milioni in prima serata (-652 mila ascoltatori) con un leggero decremento anche del consumo pro capite pari a 5 ore e 17 minuti (-1,6% rispetto al 2015).

Le reti generaliste tradizionali nel loro complesso (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Canale 5, Italia 1, Rete 4 e La7) continuano il trend negativo, scendendo al 57,8% di share su base giornaliera (-1,2% vs. 2015) e al 61,1% in prima serata (-1,6% vs. 2015), a vantaggio soprattutto dei canali semigeneralisti e tematici gratuiti che, rispetto all'esercizio precedente, passano, nell'intera giornata, dal 31,5% al 32,7% di share media e, in prime time, dal 27,4% al 28,7%.

Rai si conferma ampiamente leader del mercato con il 36,7% di share nell'intera giornata (in lieve decrescita del -0,5% vs. il 2015) e il 38,6% in prime time (dove invece conserva segno positivo con +0,3%). Mediaset si ferma, nell'intera giornata, al 31,5% di share (-0,6% vs. 2015) e in prime time al 31,6% (con una flessione del -2,2%).

I canali generalisti Rai mantengono sostanzialmente invariata la loro quota di mercato nelle 24 ore. Nel dettaglio:

- Rai 1 con il 16,6% di share (-0,4 punti % di share vs. 2015) si conferma la rete più vista in assoluto e conserva un buon margine rispetto all'ammiraglia Mediaset (Canale 5 realizza il 15,5%, +0,1 punti);
- Rai 2 stabile al 6,7% (-0,1%), confermandosi al terzo posto dopo le due ammiraglie Rai e Mediaset;
- Rai 3 scende al 6,5% share (-0,1% vs. 2015).

Riguardo alle performance realizzate dai principali canali della concorrenza nel periodo considerato, si registrano i seguenti risultati: oltre al già citato Canale 5, Italia 1 e Rete 4 entrambe in calo dello 0,5%, la prima al 5,2% e la seconda al 4,1% di share; La7, 3,1% (+0,1%); Tv8, 1,4% (+0,5%); Nove, 1,0% (+0,1%).

Alla performance del Gruppo Rai continuano a contribuire le reti specializzate, che ottengono complessivamente il 6,9% di share nell'intera giornata (stabile rispetto al 2015), grazie ai risultati del Canale per bambini in età prescolare Rai YoYo, di Rai Movie, e di Rai 4, tutti nella graduatoria dei dieci canali specializzati più visti nell'anno.

Rai con la sua offerta completamente gratuita si conferma perciò come il primo editore di canali specializzati (6,9%), superando, seppur di misura, Mediaset (6,7%), Discovery senza il canale Nove (5,7%), Sky senza il canale TV8 (5,4%), Fox (1,2%), e tutti gli altri competitor nazionali e internazionali del calibro di MTV-Viacom, Disney, DeAgostini e Turner.

In **prime time**, il Gruppo Rai mantiene la leadership con il 38,6% di share (+0,3% rispetto al 2015) a fronte del 31,6% di Mediaset (-2,2% punti), e mostra segno positivo su tutte le reti. Nel dettaglio:

- Rai 1 si conferma il canale più seguito con uno share del 18,5% (+0,3% vs. il 2015) e supera Canale 5 di 3,6 punti % (14,9%, -1,0%);
- Rai 2 e Rai 3 restano i canali più visti dopo le reti ammiraglie raggiungendo rispettivamente il 7,2% (+0,1%) e il 6,7% di share.

Per completare il quadro competitivo, le principali emittenti della concorrenza, nella fascia di prime time, realizzano le seguenti performance: oltre al già citato Canale 5, le altre due reti Mediaset, Italia 1 e Rete 4 si fermano rispettivamente al 5,5% (-0,6%) e al 4,3% (-0,5%); La7, 3,9% (+0,1%); Tv8, 1,5% (+0,4%); Nove, 1,0% (+0,2%).

L'insieme dell'offerta dei canali semigeneralisti e tematici Rai registra nel 2016 il 6,2% (-0,2% rispetto al 2015) collocandosi dopo l'offerta specializzata Mediaset al 6,8% (-0,1%) che raggiunge questi risultati anche grazie alla programmazione degli eventi calcistici premium.

Sotto il profilo della percezione della qualità dell'offerta televisiva di Rai, il giudizio espresso dai fruitori sull'offerta generalista è pari a 7,8 (su una scala da 1 a 10), stabile rispetto alla precedente rilevazione. Per tutti i generi dell'offerta generalista si registra un livello di gradimento superiore al 7,0. Anche il giudizio complessivo sull'offerta specializzata è stabile con un valore di 7,5 e giudizi superiori al 7,0 su ogni singolo canale.<sup>1</sup>

## Performance dell'offerta radio

Per quanto riguarda le quote di audience dei principali Gruppi editoriali, RadioRai, con i suoi quattro canali principali, Radio 1, Radio 2, Radio 3 e Isoradio, si conferma, nel 2016, al secondo posto con l'11,8% di share (-0,3% rispetto al 2015), preceduto da Radio Mediaset, 15,8%, (+0,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) con le tre emittenti Radio 105, R101 e Virgin. Al terzo posto il Gruppo L'Espresso con l'11,0% (-0,3%) con i tre canali DeeJay, Capital e M2O. In testa alla classifica balza Radio 105 (10,6% di share, +0,7%), che supera nella fascia 6:00-24:00 RTL 102.5, in crescita al 10,3% (+0,2%).

Per quanto riguarda le singole emittenti, l'indagine Gfk Eurisko – RadioMonitor evidenzia:

- Radio 1 con 4,1 milioni di ascoltatori (-76 mila, -1,8% vs. 2015) mantiene la 6° posizione nella graduatoria delle emittenti nazionali;
- Radio 2 raggiunge poco meno di 3 milioni di ascoltatori (-54 mila, -1,8%) e si conferma al 7° posto;
- Radio 3 supera 1,4 milioni di ascoltatori (+25 mila, +1,8%), stabile al 14° posto;
- Isoradio raggiunge 685 mila ascoltatori (-44 mila, -6%).

Tra i competitor (totale mezzo, giorno medio, fascia 06:00 – 06:00) si segnala:

- RTL 102.5 si conferma leader degli ascolti con quasi 7 milioni di ascoltatori (+2,1% vs. 2015);
- Radio DeeJay si posiziona al 2° posto con circa 4,8 milioni (+2,9%);
- Radio105 con poco più di 4,7 milioni sale al 3° posto (+4,4%);
- RDS scende in 4° posizione con 4,7 milioni (-0,2%);
- Radio Italia in 5° posizione con poco meno di 4,4 milioni di ascoltatori (-3,2%).

Rispetto all'ascolto del quarto d'ora medio per il totale mezzo, le performance dei canali RadioRai sono le seguenti:

- Radio 1 in calo con 321 mila ascoltatori medi (-5 mila, -1,5% vs. 2015) con il 5% di share (-0,2%);
- Radio 2 in aumento con 264 mila ascoltatori (+11 mila, +4,2%) con il 4,1% di share (+0,1%);
- Radio 3 stabile con 139 mila ascoltatori e con il 2,2% di share;
- Isoradio in calo con 38 mila ascoltatori (-2 mila, -5,3%) pari allo 0,6% di share (-0,1%).

Secondo le ricerche *ad hoc* condotte da Rai, affidabilità e autorevolezza sono le variabili su cui RadioRai eccelle, tuttavia è cresciuta, rispetto al 2015, anche la percezione di

<sup>1</sup> Dati riferiti ad ottobre 2016.

qualità e la stessa autorevolezza di alcuni grandi network privati nazionali. A Radio Rai viene riconosciuto un profilo qualitativo alto e un importante ruolo in termini di servizio; dà molto spazio all'informazione e all'approfondimento; presenta opinioni diversificate che sono a loro volta espressione della variegata composizione sociale italiana; cura l'attendibilità delle notizie; garantisce un elevato standard professionale; punta indiscutibilmente anche alla maturazione culturale del pubblico.

## Performance dell'offerta digital

Nel 2016 sono state 15,2 milioni le famiglie italiane che hanno dichiarato di poter accedere a internet da qualsiasi device. Si tratta del 68,7% delle famiglie italiane, un dato in aumento rispetto all'anno precedente (+0,9%). Per quanto riguarda gli individui di età compresa tra gli 11 e i 74 anni, essi sono 42,6 milioni, pari all'88,7% degli italiani, dato anche questo in crescita rispetto all'anno precedente (+2,8%). Se si prende in considerazione la fascia di età compresa tra gli 11 e i 34 anni, la percentuale di coloro che dichiarano di poter accedere a internet da un qualsiasi device sale al 98,5%.

In tale contesto generale, nel 2016 sono stati 29 milioni gli italiani che si sono connessi a internet almeno una volta al mese con una crescita rispetto all'anno precedente del +0,5% (traffico *all device*), dato che media la forte crescita del traffico da mobile (+15,3%) e la riduzione di quello generato da pc (-5%). Rai nel 2016 registra dati migliori rispetto al mercato: il tasso di crescita del traffico *all device* è maggiore (+3,2% vs. 2015); la crescita del traffico da mobile si accentua (+17,7%) e il calo del traffico da pc è minore (-1%).

Il sopracitato lancio di RaiPlay, in aggiunta alla trasmissione degli eventi sportivi Euro 2016 (disponibile anche per App) a giugno/luglio e, in esclusiva, Rio 2016 ad agosto, ha permesso al gruppo Rai una netta crescita delle performance web già a partire dal mese di giugno: la media mensile di pagine visitate nel periodo giugno-dicembre 2016 è superiore del 31,5% rispetto alla media mensile del periodo gennaio-maggio 2016. In particolare, RaiPlay nei mesi di ottobre-dicembre 2016 ha ottenuto un numero di visualizzazioni quasi doppio rispetto a Rai Tv nel pari periodo del 2015 (+98%), registrando una crescita costante mese su mese, superando a novembre, in assenza di appuntamenti di richiamo, le best performance di Rai.tv di giugno e agosto, in presenza dei grandi eventi sportivi.

Un altro elemento interessante per comprendere il successo di RaiPlay in questi primi mesi dal lancio, in assenza di grandi eventi, è il numero di download della app. Lanciata il 2 settembre 2016 e quindi disponibile sugli app store solo negli ultimi 4 mesi del 2016, la App ha totalizzato oltre il 50% dei download totali del 2016 relativi a Rai Tv/RaiPlay e il 25% sul totale download app Rai del 2016. Se si considera solo il periodo dal lancio (settembre-dicembre), i download relativi alla app RaiPlay totalizzano oltre l'80% del totale download App Rai.

Nel 2016 l'offerta complessiva del Gruppo Rai ha generato un traffico complessivo pari a 3 miliardi di pagine viste, con una media mensile di 246 milioni (+38% sul 2015). I browser unici complessivi sono stati 308 milioni (+69% sul 2015).

Le principali offerte digital di Rai registrano performance in aumento rispetto al 2015. In particolare:

- Rai.it ha generato un totale complessivo di 519,5 milioni di pagine viste, con un traffico mensile pari a 43,3 milioni (+3% vs 2015) e 67,7 milioni di utenti unici complessivi (+3,6% sul 2015);
- il portale multimediale Rai Tv / RaiPlay, ha registrato un totale complessivo pari a circa 1,4 miliardi di pagine viste, con una media mensile di 121 milioni (+29% sul 2015) e 117,3 milioni di utenti unici complessivi (+33,7% sul 2015);
- RaiNews.it ha registrato un totale di 613 milioni di pagine viste, con una media mensile di 51 milioni (+11% sul 2015) e 66,6 milioni di utenti unici complessivi (+19,1% sul 2015).

Rai è presente con account ufficiali sui principali social.

A dicembre 2016 si contano oltre 11 milioni di fan su Facebook e 4,3 milioni su Twitter (dati delle piattaforme). Nel corso del 2016 Rai ha anche rafforzato la presenza su Instagram e conta attualmente oltre 500 mila seguaci e approcciato la nuova piattaforma Snapchat.

Nel corso dell'autunno 2016, la quota Rai relativa alle interazioni generate dalla programmazione tv nazionale su Facebook e Twitter è pari a un terzo del totale (fonte Nielsen SCR).

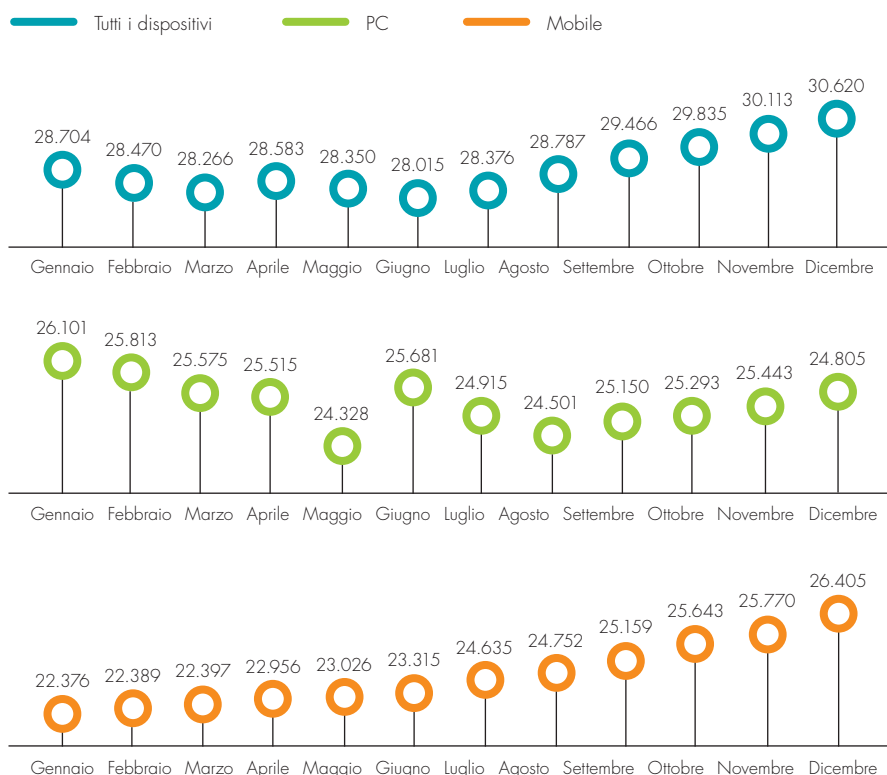
Da un punto di vista della percezione del pubblico della qualità dell'offerta Rai online risulta che questa è conosciuta da circa la metà del campione e molto apprezzata (giudizi superiori al 7 in una scala da 1 a 10). Il pubblico la considera affidabile e raccomandabile, facilmente accessibile e

con una buona vocazione social. L'accesso ai domini e ai servizi Rai avviene ancora prevalentemente da Pc, modalità scelta da oltre il 60% del campione, determinata largamente dalla fruizione di contenuti video di media/ lunga durata.

RaiPlay risulta essere la App/portale più apprezzato (oltre il 60% del campione). RaiPlay e RadioRai sono le App che gli intervistati dichiarano di utilizzare più spesso, rispettivamente, dal 25% e dal 23% del campione.

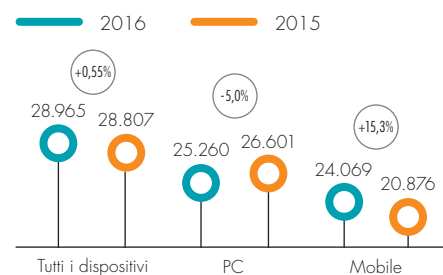
### Digital Audience per mese (utenti unici)/000

(fonte Audiweb)



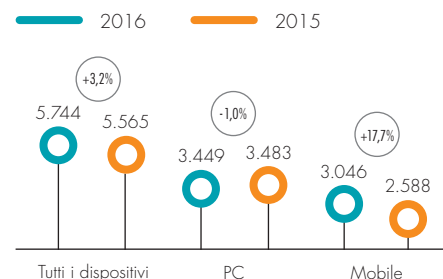
### Digital Audience media annua (utenti unici)/000

(fonte Audiweb View; utenti PC 2+, utenti Mobile 18-74)



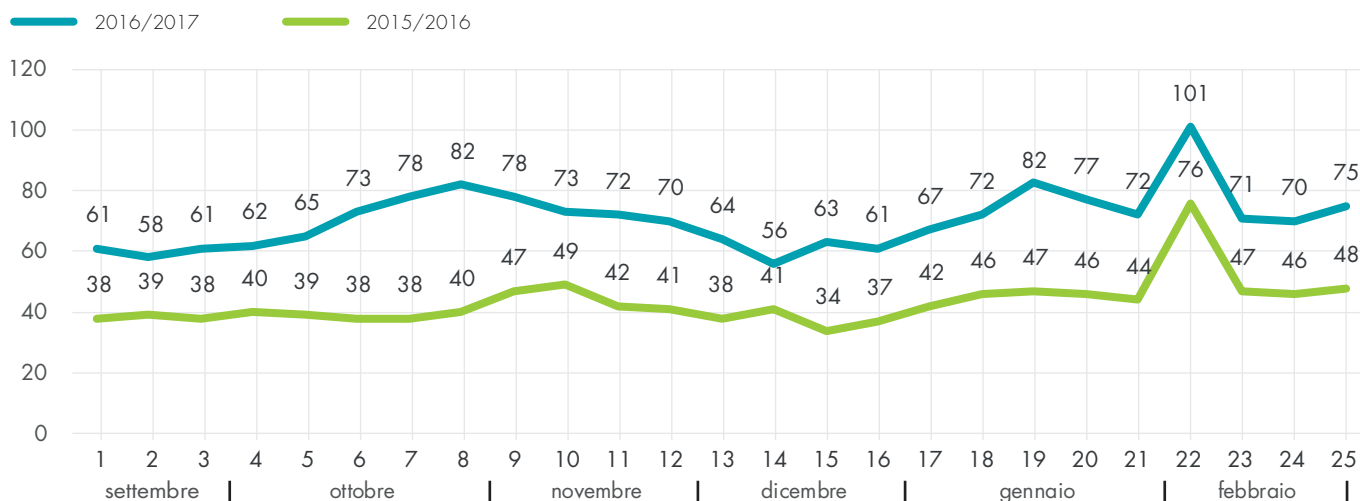
### Digital Audience media annua Rai (utenti unici)/000

(fonte Audiweb View; utenti PC 2+, utenti Mobile 18-74)



### Traffico Internet Rai - Totale settimanale di pagine viste (milioni di pagine viste/settimana)

(fonte Webtrekk)





## Le attività

<b>La televisione</b>	<b>40</b>
Canali generalisti	40
Canali semi-generalisti e canali tematici	51
Informazione	65
Fiction	69
Cinema	72
<b>La radio</b>	<b>76</b>
Canali	77
<b>Digital</b>	<b>82</b>
Teche	86
Servizi di pubblica utilità	87
<b>Attività commerciali</b>	<b>88</b>
Pubblicità	88
Commerciale	89
<b>Altre attività</b>	<b>94</b>
Attività tecnologiche	94
Attività trasmissiva	100
Comunicazione, relazioni esterne, istituzionali e internazionali	102
<b>Il quadro normativo e regolamentare</b>	<b>104</b>

## Le attività

## La televisione

### Canali generalisti

#### Rai 1

Rai 1 conferma la sua immagine di rete prestigiosa e autorevole, rappresentativa dell'identità nazionale e di supporto alla vita quotidiana dei cittadini, focalizzandosi su una promessa chiara e riconoscibile. È il canale in grado di unire ed entusiasmare un'audience molto ampia, fungendo da approdo televisivo confortevole e sicuro.

Accanto ai valori tradizionalmente attribuiti (serio, autorevole, garbato, equilibrato, di servizio, punto di riferimento, educativo, formativo, rassicurante, familiare, per tutti, di qualità, interessante, stimolante, vario) Rai 1 accentua l'essere unico, inimitabile e differente.

Rai 1 è il punto di riferimento del pubblico per la qualità dell'offerta, su tutti i livelli di contenuto e piattaforme ed esprime i propri contenuti attraverso un racconto trasversale ed inclusivo. Il pubblico riconosce alla rete affidabilità e istituzionalità e valuta positivamente lo sforzo per le attività sociali ed i prodotti di impegno civile.

Ma Rai 1 è anche capace di emozionare con i suoi eventi esclusivi, di intrattenere con format coinvolgenti e dal carattere familiare e di creare un'informazione concentrata sui temi più rilevanti

dal punto di vista nazionale ed internazionale; è il canale della fiction e della divulgazione culturale realizzata mediante una conduzione autorevole ed elegante, che ha la possibilità di generare un forte impatto sulla società e sul Paese grazie ai suoi grandi numeri di ascolto.

Proprio per questa sua capacità di coinvolgere un pubblico tanto ampio Rai 1 detiene una decisiva responsabilità civile nel panorama culturale dell'intero Paese.

Anche nel 2016 Rai 1 ha consolidato la sua **leadership** sia in termini di ascolto, sia di ricchezza e pluralità dell'offerta e si è confermato il canale più seguito dagli italiani: 39 milioni di contatti settimanali, 24,3 milioni di spettatori giornalieri, 98 minuti medi di visione al giorno che hanno generato 1,7 milioni di ascoltatori medi con il 16,6% di share nelle 24 ore e 4,5 milioni con il 18,5% di share nel prime time. Dati che testimoniano la forza aggregatrice che la rete ammiraglia Rai ha svolto anche in un contesto sempre più concorrenziale e frammentato.

In forte ascesa i numeri di Rai 1 sul **web** e nei **social network**: nel corso del 2016 Rai 1 ha generato 420 milioni di pagine viste totali, in crescita del 10% sul 2015; l'evento più seguito è stato il *Festival di Sanremo* che da solo ha generato 23,6 milioni di visualizzazioni in rete; sommando i vari account ufficiali di Rai 1 si contano oggi 840 mila follower su Twitter e 4,7

# Rai 1



CONTATTI MEDI  
GIORNALIERI

## 24,344



MINUTI VISTI  
AL GIORNO

## 98



SHARE NELLE 24 ORE

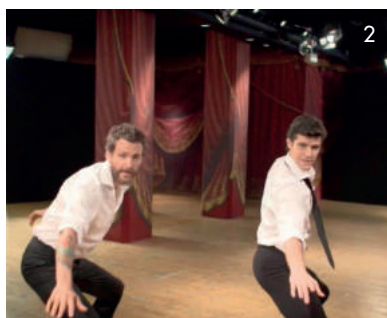
## 16,6%

SHARE PRIMA SERATA

## 18,5%



1. Le dirette quotidiane di *Uno mattina*
2. *La mia danza libera*, serata evento con Roberto Bolle
3. *I Medici*, serie tv successo dell'anno



milioni di fan su Facebook. Ancora una volta il *Festival di Sanremo* si è affermato come l'evento più 'social' con 3,8 milioni di interazioni totali sulle due piattaforme.

Per quanto riguarda lo sviluppo **multiplatforma**, nel 2016 è stato intensificato il lavoro di sviluppo selettivo di alcuni progetti editoriali al fine di far emergere le potenzialità di alcuni prodotti oltre l'orizzonte degli schemi di programmazione lineare sul canale televisivo. Relativamente alle riviste/magazine di edicola spiccano i successi di *Reazione a catena* e de *L'Eredità* ed il lancio nel 2017 del mensile *La vita in diretta*.

La stagione della **fiction** ha registrato una media del 20,4%, in crescita del +0,6% rispetto al 2015. Gli oltre 10 milioni di spettatori di *Don Matteo 10* e dei nuovi episodi de *Il commissario Montalbano* hanno segnato i record di tutti i tempi.

Le nuove serie *Tutto può succedere* e *Non dirlo al mio capo* hanno raccontato le vicende della famiglia di oggi attraverso un linguaggio innovativo, riuscendo così a raggiungere picchi del 30% di share sui pubblici più giovani.

Così come totalmente inedita è stata la serie tv tratta dal film *La Mafia uccide solo d'estate*. Un formato narrativo nuovo, lontano dalla retorica di molti racconti sugli eroi dell'antimafia. Tono e tempo del racconto, scelta dei personaggi, incontro tra piccola e grande storia, approccio dissacrante e poetico hanno reso questa serie originale e di grande impatto.

L'offerta è poi passata per un capolavoro di coproduzione filmato in lingua inglese che ha portato sulla fiction di produzione Rai un cast eccezionale guidato da Richard Madden, Dustin Hoffman e Stuart Martin. *I Medici* è stata la serie più seguita dell'autunno con il 27% di share, 6,7 milioni di ascolto medio e 24 milioni di contatti cumulati.

Decisamente positivo, inoltre, il riscontro di pubblico per *L'allieva*, una serie originale e divertente, che mescola in chiave contemporanea il crime e la commedia sentimentale, tratta dai romanzi di Alessia Gazzola, divenuta uno dei più interessanti fenomeni letterari giovanili.

Ed infine, straordinaria è stata la risposta del pubblico alla proposta delle quattordici prime serate di fiction dedicate alla storia ed agli eroi del nostro Paese: quasi 6 milioni medi di spettatori, il 22% di share con punte superiori al 27% toccate con *Felicia Impastato, lo non mi arrendo, Il sindaco pescatore*.

Sul fronte dei prodotti seriali di **intrattenimento di prima serata** la stagione di Rai 1 è stata da un lato caratterizzata da una sperimentazione tesa a verificare la potenzialità di prodotti del tutto nuovi (*Dieci Cose, Music Quiz*); dall'altro ha visto la conferma di format già appartenenti alla library di Rai 1 come *Ballando con le stelle, I migliori anni e Tale e quale show* che hanno saputo rinnovarsi e

battersi in un contesto competitivo molto complicato come quello del venerdì e del sabato sera.

Ma il vero stacco poderoso si è raggiunto con le cinque serate del *Festival di Sanremo*, le tre di *Laura & Paola*, le due di *Rischiatutto*, le due del *Wind music awards 2016*, la finale dell'*Eurovision Song Contest*, le due serate dedicate a Mogol e l'evento costruito intorno alla classe di Roberto Bolle. Sedici serate evento contemporanee e di qualità, capaci di raggiungere audience diverse e da record ed allo stesso tempo di generare un impatto anche oltre lo schermo televisivo. Complessivamente, il genere intrattenimento ha raggiunto il 21,1% di share come media dell'intero anno 2016, in crescita dell'1,3% rispetto al 2015.

Quanto alle **secondo serate**, Rai 1 ha cercato di dare una risposta alla necessità di scardinare un impianto mono genere, quello dell'informazione, per incrementare il tasso di varietà della programmazione e creare nuove opportunità di sperimentazione. Con tale prospettiva, l'intrattenimento è tornato dopo 20 anni nella seconda serata di Rai 1 con due programmi inediti e inconsueti per la rete: *Fan Car-Aoke*, dal Carpool Karaoke di James Corden, un format tutto in esterna in cui grandi protagonisti della musica si sono divertiti in un viaggio in auto informale dove hanno interagito con i propri fan e con un conduttore assolutamente inedito per Rai 1 quale Giampaolo Morelli.

*L'importante è avere un piano*, con Stefano Bollani, un 'palco' esclusivo che ha ospitato in ogni puntata artisti del panorama nazionale ed internazionale che, insieme al conduttore-musicista e una resident band, hanno regalato performance uniche ed originali.

La **divulgazione culturale** è rimasta fra i punti di forza della programmazione della Rete con le consuete incursioni in prima serata di Piero Angela con i tradizionali *Superquark* estivi e con i documentari di *Passaggio a nord-ovest* come punti fermi del palinsesto di day time. L'offerta divulgativa è stata poi arricchita da una straordinaria visita notturna di Alberto Angela al Vaticano programmata in prima serata il 27 dicembre e diventato il programma culturale più visto degli ultimi 13 anni (6,1 milioni di telespettatori pari al 25,6% di share).

Sono proseguiti, inoltre, con successo i viaggi in Italia ed al di fuori dei confini nazionali alla ricerca di mete sorprendenti per varietà di paesaggi, culture e tendenze con gli amici di *Easy Driver, Linea Blu, Linea Bianca, Linea Verde, Overland, Dreams Road, Paesi che vai*. È, infine, tornata in estate la seconda stagione di *Fuori Luogo* per spiegare come i cambiamenti del pianeta abbiano e stiano determinando anche cambiamenti nel nostro modo di vivere.

Il 2016 ha poi visto tornare su Rai 1 *La Prima* dal Teatro alla Scala di Milano. Diciannove anni dopo il *Macbeth* del lontano 1997, la proposta della *Madama Butterfly* è stato un successo mediatico a 360 gradi capace di raggiungere in tv 12,5 milioni di contatti che hanno seguito l'evento mediamente per 39 minuti generando così 2,6 milioni di spettatori medi pari al 13,5% di share.

Il **cinema** è tornato nel 2016 a ricoprire un ruolo primario nel palinsesto di Rai 1 ed ha raggiunto spesso un buon riscontro di gradimento da parte del pubblico. Oltre ai grandi titoli internazionali come *Saving Mr. Banks* e *Grace di Monaco*, la rete ha puntato soprattutto sul cinema italiano in prima visione.

Sul fronte delle **serie di acquisto** è tornata in primavera la terza stagione di *Velvet* che negli ultimi anni ha saputo fidelizzare il pubblico di Rai 1 nella complessità del mercoledì sera con una media di oltre 3 milioni di spettatori. È infine proseguita con successo l'offerta dei classici Disney nel periodo natalizio con lo straordinario successo di *Frozen* capace di superare il 50% di share sulle bambine 4-7 anni ed il 22,7% sul totale individui.

Rai 1 è da sempre anche **informazione**. Oltre alla continuità dell'approfondimento giornalistico con le seconde serate di politica, cronaca e costume di *Porta a porta*, del consolidamento di *Petrolio*, delle inchieste de *L'Arena* e delle dirette quotidiane di *Uno mattina* e *La vita in diretta*, Rai 1 ha dimostrato ancora una volta grandissima attenzione ai principali avvenimenti internazionali e nazionali, dagli attentati terroristici al terremoto, modificando prontamente il proprio palinsesto di prima serata per dare spazio ad analisi ed aggiornamenti in diretta, in quei giorni, con una copertura impeccabile, il punto di riferimento informativo dell'intera offerta televisiva.

Per gli appassionati di **sport**, oltre alla Formula 1 e agli incontri in esclusiva della Tim Cup, le emozioni sono proseguite in estate con il grande calcio grazie alla 15ª edizione dei Campionati Europei Uefa 2016 capace di raggiungere punte di oltre 17 milioni di spettatori con gli incontri della Nazionale italiana.

La forte vocazione alla missione di Servizio Pubblico di Rai 1 si esprime quotidianamente anche nel day time: al mattino, dalle 6:40, *Uno mattina* con approfondimenti su temi d'interesse generale che spaziano dalla politica, all'economia, alla medicina; alle 10:00 *Storie Vere*, con le sue storie e personaggi della nostra vita quotidiana, continua a rappresentare la realtà in cui viviamo; il nuovo programma *Tempo e denaro*, dedicato a tutti i campi di consumo dal cibo agli abiti,

dalla salute al tempo libero fornisce conoscenze e strumenti utili per la vita quotidiana; alle 12:00 *La prova del cuoco* intrattiene tra ricette, gare ed allegria. Il sabato e la domenica continua il successo di *Uno mattina in famiglia* e di *Buongiorno Benessere*.

Il pomeriggio, prosegue con l'alternanza de *La vita in diretta* e di *Torto o ragione* e con i quiz di successo *L'Eredità* e *Reazione a catena*. La domenica pomeriggio con *L'Arena* e la nuova formula autunnale di *Domenica in* dedicata interamente a musica, cinema e teatro. In Access Time, *Affari tuoi* accompagna quotidianamente il pubblico di Rai 1 agli importanti appuntamenti di prima serata facendo di un game l'occasione per raccontare le vite di tutti noi e le caratteristiche di quel meraviglioso mosaico che sono le nostre regioni.

Rai 1 anche nel 2016 si è confermata rete prestigiosa ed autorevole, rappresentativa dell'identità nazionale e di supporto alla vita quotidiana dei cittadini.

***“Un canale capace di emozionare con i suoi eventi esclusivi, di intrattenere con format coinvolgenti e familiari, di creare un'informazione concentrata su tutti i temi più rilevanti nazionali ed internazionali, di raccontare il mondo attraverso la grande fiction e la divulgazione culturale e di generare un forte impatto sul Paese grazie ai suoi grandi numeri di ascolto”.***

**Rai 2**

1111111111111111  
1111111111111111 /MLN

CONTATTI MEDI  
GIORNALIERI

**17,978**

MINUTI VISTI  
AL GIORNO

**54**

SHARE NELLE 24 ORE

**6,7%**

SHARE PRIMA SERATA

**7,2%**

**Rai 2**

Un canale generalista popolare ed eclettico nel quale formati e codici nuovi si mescolano a contenuti più tradizionali. Rai 2 racconta il mondo contemporaneo in tutte le sue sfaccettature con un linguaggio semplice, diretto e attuale, interpretando in questo modo un altro aspetto fondamentale del Servizio Pubblico.

Le recenti tendenze di ascolto evidenziano un quadro competitivo affollato, frammentato e sfidante, imponendo un grande scatto in termini di innovazione e riconoscibilità, specie per Rai 2 che, più delle altre reti Rai, si colloca in una posizione di frontiera tra l’offerta televisiva generalista e la concorrenza specializzata e semi generalista, sempre più agguerrita e ricca di contenuti premium.

Pertanto, per esercitare un fascino nuovo presso fasce di pubblico dinamiche e curiose, implementando la quota di audience giovane e giovane-adulta che la tv generalista fatica ad intercettare, Rai 2 – facendo leva sulla propensione alla sperimentazione che ne caratterizza il dna – ha accelerato in modo importante, specialmente a partire dal palinsesto autunnale, il processo di rinnovamento dell’offerta.

Nel **primo semestre**, numerosi i titoli consolidati e di successo proposti nel **prime time**: da *Boss*

*in incognito*, con nuove storie di manager che, nel mettersi in gioco, scoprono aspetti relativi al lato umano e professionale dei loro dipendenti che risultano spesso sorprendenti e spiazzanti. Il programma ha registrato un’ulteriore crescita rispetto all’edizione precedente, attestandosi su uno share superiore all’8,5%; a *Made in Sud* e *The Voice of Italy* che, rispettivamente con uno share del 10,9% e del 12,2% ed un’età media di 45 e 46 anni, hanno raggiunto performance molto soddisfacenti.

A proposito di musica, ricordiamo la speciale serata evento del 18 marzo *Tim music on Stage Award*, prima sperimentazione di un prime time finanziato interamente con la formula del branded content, che ha registrato l’interesse della fascia teen (15-19) con uno share sul target pari all’8,4%.

La fiction, altro genere di linguaggio fondante per l’immagine di Rai 2, ha registrato un grande successo (share medio dell’11,4%) con *L’ispettore Coliandro* che ha ripagato l’attesa dei suoi fan ed attratto nuovi appassionati.

Confermato l’appuntamento con la serata di approfondimento informativo *Virus, il contagio delle idee*.

L’offerta di serialità d’acquisto si è distinta per il consueto ed apprezzato mix fra titoli consolidati, quali *NCIS, CSI Cyber, Hawaii Five-0, The Good Wife, Cobra 11, Castle* ed *Elementary*,

1. Il progetto #Mai più Bullismo
2. L’intrattenimento pomeridiano di *Detto/Fatto*
3. *Amadeus* presenta STEP – *Stasera Tutto è Possibile*
4. Il One Man Show *Stasera casa Mika*



e alcune novità tra le quali ha spiccato, per la modernità del linguaggio, l'americano *Limitless*.

Anche lo sport ha svolto un ruolo importante in prima serata con le qualifiche e le sintesi differite delle gare di Formula 1 e con la Tim Cup.

Nella **seconda serata** oltre al riconfermato *2 Next* e ai documentari naturalistici di *Obiettivo Pianeta*, si sono sperimentati nuovi titoli e nuove formule di offerta come *Fatti Unici*, una live sitcom messa in scena dal gruppo di lavoro di *Made in Sud*, e *Start! – La vita a portata di app*, viaggio alla scoperta dei migliori servizi digitali sviluppati da startup italiane.

Infine segnaliamo *Emozioni playlist*, evoluzione del programma musicale di Rai 2; questa stagione, incentrata sul concetto di playlist tematica, è risultata ancora più coinvolgente per il pubblico che ha espresso grande partecipazione su tutti i social media.

In **day time** meritano attenzione due titoli tra i più rappresentativi della rete, ovvero *Quelli che... il calcio* e *Detto/Fatto*, quest'ultimo confermato punto di riferimento per il pubblico femminile giovane adulto nella fascia pomeridiana. *Quelli che... il calcio* ha vissuto una stagione di grande rinnovamento grazie all'apporto della Gialappa's Band e di Massimo Venier, riaffermando e rinnovando la formula del programma e dedicando anche maggiore attenzione al calcio con il ritorno dei collegamenti dagli stadi. Tutto ciò ha prodotto un grande rilancio del brand ed ascolti in forte crescita: l'edizione 2015/2016 è stata la migliore dal 2012 sia in valori assoluti, con uno share del 7,8%, sia sul target obiettivo 25-34, con uno share del 9,3%.

Il quadro di offerta del mese di giugno, dominato dai Campionati Europei di Calcio ha scongiurato la sperimentazione di nuove produzioni. Non è mancata comunque un'offerta in prima visione, fortemente targettizzata sul pubblico femminile con la serie *Jane the Virgin*, interessante esperimento di ibridazione di generi tra soap e comedy, e con la seconda stagione del docu-reality *Coppie in attesa*.

In una seconda parte dell'estate caratterizzata prevalentemente dalla programmazione di telefilm – tra i quali spiccano le novità e prime visioni *Le regole del delitto perfetto* e *Criminal Minds Beyond Borders* – la produzione più rilevante, è stata *Voyager – Ai confini della conoscenza*. Le cinque puntate del ciclo estivo 2016 hanno infatti colto l'interesse di oltre 1,8 milioni di ascoltatori con uno share pari al 9,1%. Interessante il dato relativo al pubblico con istruzione media superiore (share prossima all'11%) e universitaria (10,4%).

Sui social media, *Voyager* si è confermato leader tra i programmi divulgativi, grazie a un trend in continua crescita. Su Facebook, ha raggiunto una base di fan corrispondente a 293.000 utenti e tutte le puntate dell'ultimo ciclo estivo si sono posizionate nei trend topics di Twitter. Il modello di fruizione sui social è da vero e proprio second screen, con una community di appassionati molto attiva e pronta a commentare la puntata in diretta.

La contemporaneità ed il successo della formula divulgativa di *Voyager* sono effetto dell'attenzione dedicata alla ricerca di idee, punti di vista e formule di racconto originali.

Nel mese di agosto la programmazione di Rai 2 è stata festosamente invasa dai Giochi Olimpici di Rio de Janeiro: Rete Olimpica e centro dell'attenzione mediatica nazionale. 1.200 ore di trasmissione con uno share medio del 23% e una media di 1,8 milioni di appassionati. Il grande successo del periodo Olimpico ha fornito a Rai 2 l'opportunità di lanciare la propria stagione autunnale cogliendo l'attenzione di un pubblico vasto (oltre 42 milioni i contatti generati durante il periodo della manifestazione), attento e moderno.

**L'offerta autunnale**, la prima interamente riconducibile alla nuova linea editoriale del canale, ha fatto affidamento su titoli di consolidato successo quali *Pechino Express* e *Stasera tutto è possibile* in prime time, *Detto/Fatto* e *Quelli che... il calcio* in day time, sui quali sono state innestate nuove proposte in grado di innovare ed attrarre nuove fasce socio demografiche di audience, attivando un 'principio di seduzione' nei confronti di un pubblico, quello dei giovani adulti, che tende a marginalizzare sempre più la tv generalista dalla propria dieta mediatica.

Questo obiettivo è stato raggiunto tramite un percorso di rinnovamento del linguaggio e dello stile del racconto. In prima battuta, è stata consolidata l'offerta del genere che più caratterizza la rete, quello del **docu-reality**, il cui titolo più rappresentativo è stato *Pechino Express*.

Il docu-entertainment reality ha fornito il proprio contributo all'identità di Rai 2 in termini di immagine, performance sia on air (share del 9,2% pari ad un ascolto medio di 2,2 milioni, età media di circa 45 anni in discesa di 3 anni e mezzo rispetto alla precedente stagione, performance oltre l'11% tra le classi di istruzione più alte) che on line (#pechinoexpress è uno dei trending topics più costanti tra i brand televisivi), gradimento di pubblico e critica.

I motivi per i quali *Pechino Express* è divenuto uno dei brand televisivi più amati, in grado di varcare i confini dello schermo tv per diventare fenomeno sui social network possono essere

ricollegati ai contenuti 'hyperpop' espressamente pensati e costruiti per la fruizione nell'ambito di un più ampio sistema mediale, al tone of voice contemporaneo e ironico, all'attenzione e cura del rapporto con la propria comunità online e all'attitudine social del conduttore.

Il docu-reality nel senso più tradizionale è uno strumento estremamente versatile per raccontare la contemporaneità. Ed è tramite questo linguaggio che Rai 2 ha indagato e raccontato due aspetti molto diversi tra loro che riguardano il mondo dei giovani e giovanissimi: il bullismo ed il rapporto con la ricchezza.

*#Mai più Bullismo* è stato il primo social coaching televisivo centrato sul bullismo, un tema purtroppo di grande attualità, trasversale e che interessa direttamente i ragazzi, e con loro le famiglie, la scuola e le istituzioni. Un progetto, sviluppato in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, che è divenuto elemento centrale di una campagna di sensibilizzazione sul tema promossa dal Ministero e dalla Rai.

Caratteristica del programma, quattro puntate in seconda serata, è la tecnica del racconto immersiva che restituisce senza filtro il punto di vista della vittima in un diario per immagini: storie, persone, contesti, famiglie, problemi, vengono raccontati dall'interno come mai prima d'ora. Lo stesso conduttore ha un ruolo fondamentale nel programma: non un semplice narratore ma un punto di riferimento per i protagonisti della vicenda con l'obiettivo di porsi come strumento utile alla riflessione sul problema dall'interno, agendo sia su chi subisce tali azioni sia su chi le provoca.

Interpretando la finalità educativa e di Servizio Pubblico, il programma è andato oltre la mera descrizione e denuncia di un fenomeno grave e dilagante, cercando possibili vie di soluzione per i singoli casi.

L'affresco generazionale è poi passato attraverso *Giovani e Ricchi*, il docu-reality sui rich kids di casa nostra. Un punto di vista tutto particolare, quello di quattro giovani privilegiati per nascita che il programma segue nei momenti ordinari della loro vita 'straordinaria'. Il racconto di un mondo dorato e sopra le righe, sempre connesso, ma anche un modo per raccontare storie e personalità inconsuete. L'esperimento ha destato molto interesse e animato un acceso dibattito, a riconferma della potenza narrativa e della capacità di stimolare propria di questa forma di docu-reality. Una formula anglosassone, quasi observational, una modalità di racconto inedita nel panorama nazionale.

Sul fronte dell'**informazione**, in particolare a partire dall'autunno, è stato mantenuto un presidio sull'approfondimento informativo, asset irrinunciabile per un grande canale generalista, ma con l'obiettivo di superare la formula del talk show classico, ormai logora e inflazionata. Si è pertanto iniziato a sperimentare nuove formule di lettura della realtà che, pur destando grande interesse e attenzione e giudizi più che positivi da parte dei fruitori, hanno bisogno di tempo per affermarsi in termini di large audience. Due, in particolare, i titoli: *Nemo - Nessuno Escluso*, il programma che racconta la realtà attraverso le storie delle persone. E lo fa con due modalità diverse: mettendo direttamente i protagonisti al centro del racconto senza

1. Il bronzo di Tania Cagnoto nei tuffi alle Olimpiadi di Rio 2016
2. Marco Giallini in *Rocco Schiavone*
3. La finale di Volley Italia-Brasile Rio 2016
4. Il docu-reality *Pechino Express*



mediazioni oppure utilizzando l'esperienza diretta che gli inviati faranno della realtà. Ogni filmato vuole essere il racconto di un viaggio, la cronaca di un'immersione che i due conduttori portano in studio senza nascondere le proprie opinioni.

Ed *Italia*, un approfondimento nel senso più vero del termine che, partendo da un docu-film d'inchiesta, affronta temi di attualità, mettendo in campo quella capacità di riflessione, di analisi e di approfondimento ormai messe in secondo piano dai talk show classici. Proprio questa necessità di approfondire e la cura posta nel produrre i singoli documenti filmati fanno sì che *Italia* non costituisca un appuntamento settimanale ma si sostanzia in una serie di serate evento distribuite nel palinsesto.

Rai 2 ha esplorato la contemporaneità anche attraverso il linguaggio della **fiction**, con prodotti di impatto, non tradizionali ma di grande qualità e comparabili alla grande offerta internazionale. Tra questi, va ricordata la serie *Rocco Schiavone*, che è passata da successo letterario a vero e proprio fenomeno televisivo e di costume. Circa 3,5 milioni di spettatori hanno seguito le sei inchieste del Vice Questore più scorretto della tv italiana, con uno share pari al 13,6% ed un pubblico dal profilo di istruzione estremamente elevato (lo share tra i laureati è prossimo al 22%).

Lo **studio based entertainment** ha potuto far affidamento sui successi consolidati di *Stasera Tutto è Possibile* che alla seconda stagione ha visto confermato l'affetto dei propri spettatori (in media 2,1 milioni con uno share medio del 9,1%).

E per finire, lo show evento dell'autunno 2016 in quattro puntate *Stasera Casa Mika*, una riscrittura in chiave contemporanea del varietà classico di qualità. Un grande protagonista del panorama pop internazionale, una serie di ospiti di caratura mondiale, una scrittura contemporanea che coniuga classico e moderno, musica, comicità, ironia e anche temi urgenti per un necessario racconto del nostro Paese. Tutto questo ibridando molteplici linguaggi tv: momenti di docu-reality e minifiction si alternavano a momenti di esibizione canora e monologhi comici. In sintesi, il modo di Rai 2 di interpretare il Servizio Pubblico, intrattenendo in maniera intelligente.

Tutto ciò si è tradotto in un vero fenomeno di comunicazione con ottimi ascolti, 2,8 milioni di spettatori con uno share medio dell'11,8% ed un gradimento particolare tra i teen, le donne e le classi di istruzione più alte. Fenomeno che ha varcato il piccolo schermo per divenire, come atteso, fenomeno social anche grazie alla creazione di contenuti esclusivi (il lancio di *Mika* per la prima serata della serie ha raccolto su Facebook 1,1 milioni di visualizzazioni).

Per quanto attiene all'**attività crossmediale**, nel 2016 Rai 2 ha completamente rivoluzionato il suo modo di operare sui social e sul web, attraverso nuove strategie e prodotti che hanno consentito alle reti di incrementare il bacino d'utenza sulle nuove piattaforme web/social e allo stesso tempo garantendo maggiore sostegno ai programmi televisivi.

Ha sviluppato sia la componente web, con prodotti inseriti nella piattaforma RaiPlay, che la componente social, ha valorizzato l'account ufficiale di rete e ottimizzato gli account dei singoli programmi.

La produzione dei post è notevolmente incrementata, abbinando a tale diffusione una differenziazione per target dei contenuti prodotti, sia sui social ufficiali di rete che su quelli specifici dei programmi. In particolare, nel secondo semestre 2016, Facebook ufficiale di Rai 2 è passato da 150.000 a 270.000 iscritti, ottenendo un incremento dell'80%, Twitter da 130.000 a 180.000 iscritti (+39%); su Instagram, il profilo aperto ad agosto 2016 ha raggiunto i 25.000 iscritti, ponendo Rai 2 in tempi record come secondo canale Instagram di tutta la Rai.

Ad oggi, considerando gli utenti iscritti alla pagina ufficiale ed a quelle dei singoli programmi, Rai 2 vanta il più grande network Facebook della Rai.

Intensa anche l'attività di sviluppo di **nuovi prodotti**.

Prodotti promozionali che, facendo leva su un'attenta diversificazione non si limitano più ai classici promo televisivi diffusi anche sul web e sui social, ma sono costituiti da spot realizzati only web/social e materiale di backstage girato ad hoc, con la realizzazione di clip, gif e card.

La possibilità di eseguire tagli dei video dalla diretta televisiva permette di estrarre clip e di pubblicarle in modo immediato sui social e web durante la messa in onda, in modo da fornire agli utenti un servizio veloce e in contemporanea, offrendo all'utenza una reale esperienza da second screen. Parallelamente, l'introduzione di metaprodotto come gif, meme e card ha consentito di attivare ulteriori meccanismi di viralizzazione sui canali Twitter e Instagram, fornendo contenuti diversificati e calzanti in base al social di distribuzione.

È stata potenziata la produzione autonoma per il web e per i social con l'introduzione di format specifici, realizzati internamente e diffusi autonomamente su Internet. Sono prodotti che mirano a un target web/social anche slegato dalla programmazione televisiva, ma funzionali ad attrarre utenza



all'interno del network: si è passati da un atteggiamento parassitario nei confronti della tv ad uno proattivo e funzionale allo sviluppo multiplatforma.

Tra gli esempi riportiamo:

- *Buongiorno Rai 2* – sketch comici diffusi tutte le mattine sui canali social, che hanno contemporaneamente incrementato gli archivi web di RaiPlay;
- *Non accadde oggi* – delle meme card quotidiane dal sapore ironico che cavalcano l'ondata delle bufale in rete, facendole diventare delle vere e proprie gag;
- *Twitter moment* – delle collections su Twitter studiate e sviluppate con i contributi prodotti da Rai 2, con prodotti realizzati ad hoc per il web e con i migliori tweet degli utenti su argomenti specifici;
- *Instagram stories* – dei video clip girati ad hoc uniti a sequenze d'immagini e contributi grafici, principalmente realizzati durante le conferenze stampa di presentazione dei singoli programmi;
- *2Torial* – realizzazione di video tutorial pomeridiani che settimanalmente vengono inseriti nei canali social di Rai 2 per spiegare in modo ironico argomenti sul mondo del make up, del fai da te, del giardinaggio e dell'utilizzo delle nuove tecnologie.

Negli ultimi sei mesi del 2016, lo sviluppo di queste attività ha consentito di raggiungere risultati mai ottenuti prima all'interno della pagina Facebook di Rai 2; da segnalare alcune eccellenze, soprattutto tra i video, che sono diventati veri e propri esempi di prodotti virali della Rai.

A questi vanno aggiunti il video dell'imitazione di Gianluca Vacchi da parte di Ubaldo Pantani con 500.000 visualizzazioni su Instagram e la clip del concerto di Mika a Padova con oltre 3.000 retweet su Twitter.

L'attività di pubblicazione dei Facebook live sulla pagina ufficiale di Rai 2 merita un approfondimento a parte, rappresentando un esperimento unico e innovativo di grande successo. Nella seconda parte del 2016, Rai 2 ha implementato, grazie ai suoi talent, un palinsesto settimanale di Facebook live, grazie al quale, dal lunedì alla domenica, si assiste quotidianamente a una diretta tematica FB, con dei veri e propri format strutturati e scritti per i social.

Inoltre, una volta a settimana, è stato inserito lo spazio Facebook live con una star proveniente principalmente dal mondo dei fashion blogger e degli influencer.

Particolarmente interessante, soprattutto negli ultimi tre mesi del 2016, è diventata la sperimentazione delle commistioni fra programmazione televisiva e Facebook live: infatti, soprattutto dai programmi in

diretta (*Quelli che... il calcio* e *Sbandati*) assistiamo a continui rimandi autorali tra la trasmissione televisiva e Facebook live, in cui gli stessi talent danno appuntamento durante il programma al Facebook live successivo alla fine della messa in onda, o contemporaneo, quando un ospite esce fisicamente dallo studio e virtualmente entra nei social.

Lo sviluppo di questa sperimentazione ha permesso il raggiungimento di una media di ascolti per ciascun Facebook live di circa 160.000 utenti raggiunti e oltre 700 commenti, tanto da posizionare tali prodotti al primo posto dei Facebook live della Rai.

Da evidenziare alcune eccellenze che hanno raggiunto più di 400.000 utenti, come nel caso delle dirette Facebook durante *Pechino Express*.

Rai 2, da giugno 2016, ha garantito una presenza costante su Twitter per tutte le prime e seconde serate della rete, ad esclusione delle serie tv, attraverso un'attività di live tweeting costante, concentrata su quattro prodotti principali:

- clip video pubblicate in contemporanea alla diretta tv;
- gif Meme;
- clip video extra precedentemente preparate;
- card grafiche.

Questo ha consentito, per tutte le prime e seconde serate, di essere costantemente nelle prime cinque posizioni della classifica dei trend topic italiani. Vanno tuttavia evidenziati i risultati delle prime serate, durante le quali Rai 2 ha occupato costantemente il primo e secondo posto, ottenendo per ben quattro volte il primato mondiale tra gli argomenti più discussi della rete.

Lo sviluppo di tutte le attività elencate è stato possibile grazie ad un nuovo modello organizzativo, ancora non del tutto ultimato. Un modello che vede l'introduzione di figure professionali specifiche per i social – con una formazione ibrida che coniuga aspetti editoriali/umanistici con competenze strettamente tecnologiche – per creare un nucleo di referenti strettamente legati alle redazioni televisive e capaci di dividerne gli aspetti autorali e gli obiettivi editoriali.

***“Nel panorama televisivo nazionale, Rai 2 continua ad affermare la propria leadership nell'ambito dell'innovazione, della sperimentazione e della crossmedialità, con un'offerta di nuovi formati e codici mescolati a contenuti più tradizionali, in grado di affascinare fasce di pubblico dinamiche e curiose”.***



### Rai 3

**Rai 3 è la rete dell'impegno: una realtà unica e insostituibile nel panorama televisivo, che indaga ogni giorno le problematiche, le tendenze e le prospettive della società civile italiana.**

Rai 3 nel 2016 ha realizzato in prima serata uno share del 6,7% pari a 1.643.000 ascoltatori medi e nell'intera giornata uno share del 6,5% pari a 809.000 ascoltatori medi.

Nel corso dell'anno la rete, nell'ambito di un progetto articolato, ha lanciato un'importante operazione di rinnovamento del suo palinsesto. Oltre il 40% della programmazione è stato ideato e prodotto ex novo o rigenerato, innestando elementi di innovazione accanto a volti e titoli della tradizione, lavorando sui valori identitari (servizio, credibilità, informazione, conoscenza), rivedendoli in chiave contemporanea e tenendo in considerazione le nuove forme di fruizione televisiva.

La **mattina** di Rai 3 ha da sempre una forte vocazione al Servizio Pubblico: informazione, difesa dei consumatori, sportello salute, cultura tra libri e storia. Il tentativo è stato di conservare questi elementi nel contesto di crossmedialità nel quale siamo immersi. Far vedere la televisione anche a chi, a quell'ora, non può vederla grazie a WhatsApp, Twitter, Facebook, Internet.

Per questo motivo la rete ha investito sul restyling estetico di tutti i programmi della fascia: grafiche e rebranding, scenografie, luci, regia, tutta la dimensione visual per facilitare la diffusione dei contenuti sia on air che a livello digital.

*Agorà* è diventato a tutti gli effetti una newsroom, con la redazione a vista, un flusso di informazioni in ingresso e in uscita sempre più capillare e modulato. Gerardo Greco e il suo team danno vita al primo spazio del panorama televisivo generalista dove il pubblico trova per due ore consecutive le notizie in tempo reale.

*Mi manda Rai 3*, oltre al già citato nuovo stile scenografico, ha esaltato la sua vocazione di storico – e unico – difensore dei cittadini per ritornare sul territorio e per aprirsi al reale. Più esterne, più storie, più collegamenti per far entrare sempre di più la realtà nelle case di chi segue il programma.

L'estensione del titolo alle prime e seconde serate funziona sia per quanto riguarda gli ascolti che per la brand awareness. Il titolo mescola infatti alla perfezione i valori del Servizio Pubblico con una narrazione accattivante, densa e al tempo stesso "generalista".

Dopo l'ultima stagione di *Elisir*, la rete ha deciso di sostituirlo con *Tuttasalute*. Non un semplice rebranding, ma un nuovo approccio alla salute e alla medicina. Senza perdere di vista i bisogni delle fasce più mature e le informazioni sulle patologie, le cure, i rimedi e le diagnosi,

1. #Cartabianca, l'approfondimento politico di Bianca Berlinguer
2. Federica Sciarelli al timone di *Chi l'ha visto?*
3. La striscia satirica di *Gazebo social news*
4. Charlize Theron ospite di Fabio Fazio a *Che tempo che fa*



*Tuttasalute* ha ampliato lo spettro di interesse ai contenuti legati al benessere.

Subito dopo il Tg3 delle 12:00, la rete ha aperto una nuova e fondamentale finestra al servizio della popolazione: *Chi l'ha visto?* 12:25. Una striscia di 25 minuti con Federica Sciarelli al timone, come sempre, e gli inviati della trasmissione. Spin-off del prime time, finestra di aggiornamento quotidiano sui casi trattati in prima serata e un help desk per i nuovi casi, ha presto conquistato una comunità di ascoltatori.

*Quante Storie* è il nuovo programma di Corrado Augias, un programma di incontri e racconti. Non solo libri ma tutte le arti: anche musica, cinema e teatro. Un modo per parlare di attualità da un'angolazione diversa da quella dei programmi informativi, per mescolare il passo veloce dell'attualità con quello più riflessivo della letteratura e la saggistica.

Lo stesso discorso vale per la storia: noi siamo la storia. Il futuro è la nostra storia. Così *Il Tempo e La Storia*, realizzato da Rai Cultura, cerca forme di espressione più veloci e passa da un'ora a mezz'ora per essere più incisiva, inserendo la conduzione di Michela Ponzani.

Il blocco culturale della rete si lega naturalmente con lo spazio informativo della testata: TGR e Tg3 ma poi anche TGR *Leonardo*, sulla scienza e le nuove tecnologie, TGR L.I.S. e TGR *Piazza Affari*.

Tre ore di diretta quotidiana, protagonista indiscussa la Natura. Questo è *Geo*, un altro marchio storico della rete, che continua ad accompagnare il pubblico in un viaggio attraverso la salvaguardia dell'ambiente, le culture locali, la cronaca del territorio e l'associazionismo. *Geo* è un mondo e un modo di vivere, non un semplice programma. Gli ascolti lo dimostrano e per il pubblico è un punto di riferimento unico e mai superato dai competitor.

Rischioso ma riuscito l'esperimento di *#Cartabianca*. Bianca Berlinguer ha accettato la sfida di una fascia oraria difficile per l'approfondimento politico e l'attualità ma è riuscita a coinvolgere il pubblico di Rai 3 funzionando anche da perfetto traino per il tg delle 19:00. Nel 2017 *#Cartabianca* affronterà il mare aperto della prima serata del martedì.

Il **day time del weekend** è articolato, nelle prime ore della mattina, in chiave di ottimizzazione e valorizzazione del prodotto di rete con due slot di rimontaggio dei pilastri dell'offerta settimanale: *Tuttasalute* (sabato, 8:00 - 10:00), *Quante Storie* (sabato, 10:00 - 11:00) e *Geo* (domenica, 8:00 - 10:00).

Il sabato è diventato terreno di potenziamento anche per *TvTalk*, passato produttivamente da Rai Cultura alla rete. Nuova scena, nuova grafica, ampliamento del perimetro di riflessione, uno show ancora di più fulcro del dibattito sulla tv e i nuovi media anche grazie alla collaborazione con alcuni fuoriclasse dell'opinione mediatico.

La domenica è continuata la collaborazione con i Ministeri su tematiche chiave per la società: il lavoro, con *Il Posto Giusto*, e l'integrazione, con *Radici*, un emozionante viaggio alla ricerca delle proprie origini fatto dagli stranieri che vivono in Italia.

Sempre in prima linea Lucia Annunziata con *In mezz'ora*, forse il faccia a faccia più importante dell'Azienda per la sua autorevolezza e credibilità.

È continuato anche il viaggio attorno al mondo del *Kilimangiaro*, con l'obiettivo di rendere più fruibile il linguaggio dei documentari divulgativi e di essere sempre accesi sull'attualità.

In **access time**, dopo il racconto anonimo delle persone comuni confezionato dal marchio *Sconosciuti*, la rete ha voluto raccontare l'attualità e il reale anche nella fascia post tg per capitalizzare e massimizzare il grande lavoro fatto dalla testata alle 19:00 (e sfruttarne al massimo l'audience generata), scegliendo di fare questo percorso mescolando i linguaggi e i generi. È stato infatti il momento per leggere la realtà in modo non convenzionale: *Blob* (il mondo da sempre raccontato con uno sguardo inedito e d'autore), *Fuoriroma*, con Concita De Gregorio e il suo racconto on the road della politica del territorio, e la nuova striscia satirica di *Gazebo social news* per commentare in modo pungente e divertente la politica e l'attualità.

E questa grande e diffusa narrazione non poteva non avvalersi dei codici espressivi di *Un Posto al Sole*: il racconto quotidiano di un mondo che fa della dimensione local la sua universalità.

Il sabato, dopo la stagione tradizionale di *Che fuori che tempo che fa*, Fabio Fazio, trasferitosi alla domenica, ha lasciato il campo a *Le parole della settimana* di Massimo Gramellini, capace di coniugare attualità e piacere della narrazione.

In **prime time** spicca la grande rivoluzione per la domenica della rete. Il nuovo progetto di *Che tempo che fa* (dalle 20:00 alle 22:45): un inedito show di quasi tre ore, ricco di ospiti e contenuti. Uno dei più suggestivi racconti corali della tv italiana che, appoggiandosi a guest star come Luciana Littizzetto e Nino Frassica, porta in studio le celebrities più rilevanti del panorama contemporaneo, sia internazionali che nazionali.

Rai 3 il lunedì ha schierato i suoi prodotti di informazione storici: i reportage di *Presa Diretta* e le inchieste di *Report*. Perché fare Servizio Pubblico è anche andare incontro, come fanno lacona e la Gabanelli, al pubblico con contenuti e format non semplici ma che veicolano valori e punti di vista importanti. Fare Servizio Pubblico è cercare la discontinuità e il sovvertimento dei canoni consolidati.

*Chi l'ha visto?* rimane il più grande storytelling popolare della tv italiana. Un mix impareggiabile – e non clonabile – di Servizio Pubblico, narrazione, informazione, inclusione. Il programma è riuscito a creare una vera e propria comunità dando vita a uno degli esempi più riusciti di interazione tra televisione e social.

Al giovedì, dopo cicli di film italiani e internazionali, la rete ha acceso una delle serate più complicate del suo palinsesto con *Rischiatutto* condotto da Fabio Fazio. La riflessione sul passato che diventa cult, la storia di un genere, il ricordo di un grande conduttore e autore, Mike Bongiorno, il lavoro sulla 'memoria', il rilancio di un format rodato e solidissimo sono stati gli ingredienti di un successo.

*Ulisse* è stato eletto miglior programma in assoluto del Servizio Pubblico nelle ultime edizioni del rapporto Qualitel. È l'archetipo dei programmi di divulgazione scientifica. Un mix di titoli di alto profilo acquistati e di autoprodotti. Il tutto governato ed esaltato dalla conduzione lineare e coinvolgente di Alberto Angela.

Sempre presente, la *Grande Storia*, il programma che compirà 20 anni nel 2017. Rai 3 per prima ha raccontato il nostro passato in prima serata affinando in questi quattro lustri le tecniche del racconto. La Storia in tv non come un riassunto delle puntate precedenti, ma un'inchiesta giornalistica sul passato, un lavoro di ricerca e di verifica di fonti.

Le **secondo serate** sono state ricche di esperimenti e soddisfazioni.

Al fianco di narrazioni consolidate, ma sempre in evoluzione, come *I dieci comandamenti* e *Un giorno in pretura*, si è cercato di raccontare i grandi accadimenti politici internazionali e le grandi contraddizioni della nostra società, dando vita a programmi nuovi e unici nel loro genere.

Le storie di amore di *Stato civile* hanno raccontato la grande rivoluzione culturale in atto nel nostro paese con la celebrazione delle prime unioni civili.

Rai 3 ha continuato a parlare di differenze con *Islam, Italia* la nuova serie di racconti on the road, un viaggio tra l'Italia e l'Europa per raccontare tante storie, nella complessità di una

grande religione e nelle sue derive oltranziste, un viaggio nella realtà al di là dei luoghi comuni e dei pregiudizi. L'Islam, come nessuno lo aveva mai raccontato.

Ma non solo Islam: *La Casa Bianca* ci ha portato negli Stati Uniti alla ricerca di storie per illuminarci sui grandi temi della campagna elettorale – immigrazione, economia, tasse, armi, sanità, parità uomo-donna, istruzione, diritti minoranze – un viaggio, condotto da Iman Sabbah, al di là degli stereotipi del sogno americano.

Un discorso a parte merita il successo ottenuto dal ciclo *Cinema Italiano*, un percorso ragionato e organico di film che in qualche modo ha perfezionato il racconto della rete. Una programmazione non facile e non banale, che ha trovato la complicità del pubblico.

Esempio degli esempi il grandissimo risultato della giornata dedicata al terzo anniversario della strage di migranti del 3 ottobre 2013, avvenuta a largo dell'Isola dei Conigli vicino le coste di Lampedusa, culminata con la prima visione assoluta del capolavoro di Francesco Rosi *Fuocammare*, che Rai 3 è fiera di aver programmato in prima serata raggiungendo quasi il 9% share. Un risultato per nulla scontato sino a pochi mesi prima.

**“Rai 3 si conferma la rete dell'informazione moderna e dell'intrattenimento intelligente, della realtà ma anche dell'innovazione, della cultura ma al contempo della gente, dal profilo generalista ma con un'identità precisa e differenziata”.**

## Canali semi-generalisti e canali tematici

### Rai Gold

In un anno caratterizzato dalla comparsa e dalla crescita di nuovi agguerriti competitor, i tre canali del bouquet Rai Gold, cui nel secondo semestre si sono aggiunti quelli di Rai Italia, hanno iniziato un importante percorso di riposizionamento, con la rivisitazione delle rispettive offerte editoriali.

Nel complesso, i tre canali di Rai Gold hanno registrato rilevanti performance di ascolto: oltre sessanta titoli di prima serata per Rai 4 e oltre cinquanta per Rai Movie hanno infatti consuntivato ascolti superiori ai 500.000 spettatori.

### Rai 4

Rai 4 è il canale della sperimentazione di nuovi format originali per un pubblico giovane, che si accompagna alla conferma dei generi classici della programmazione cinematografica e seriale d'acquisto, dall'action al fantasy al crime/thriller.

Il 2016 è stato per Rai 4 l'anno di una fondamentale transizione: quella da canale specializzato su determinate tipologie di prodotto a quarta rete dell'offerta generalista Rai, prevalentemente indirizzata a un pubblico giovane. Un percorso di crescita nel segno

dell'innovazione sul fronte produttivo e della continuità su quello della programmazione d'acquisto.

Fantasy, epico, action e crime/thriller sono rimasti i generi di riferimento, completati dall'apertura alla commedia americana di taglio più giovanile.

La programmazione di grandi eventi in diretta, inaugurata nel 2014 con l'*Eurovision Song Contest* e gli *Emmy Awards*, si è poi sensibilmente ampliata, con i ventisette incontri dei Campionati europei di Calcio, commentati con l'inconfondibile stile della Gialappa's Band.

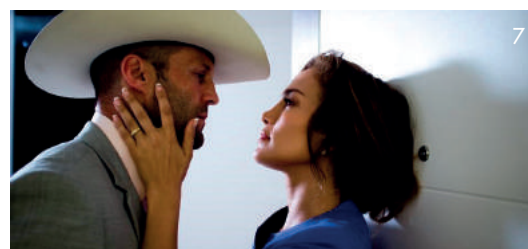
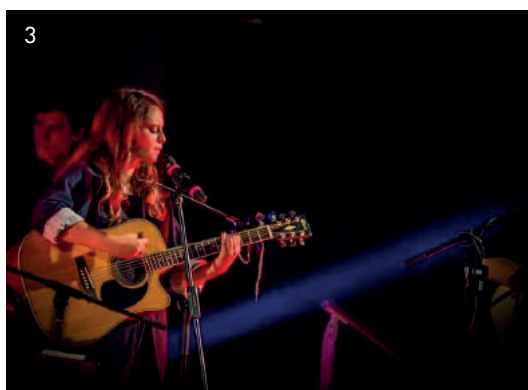
Le nuove produzioni originali, di prima serata e day time, hanno debuttato con l'avvio dei palinsesti autunnali, in corrispondenza con il rebranding dell'intera offerta Rai.

Due i principali macrogeneri della nuova offerta: il reality, orientato a temi giovanili, nelle sue declinazioni documentaristiche e di dating game, e la comicità.

Per il genere **reality**: *Un weekend con il nonno*, docu-reality ed esperimento sociale che ha messo a contatto le generazioni di nonni e nipoti; *Monument Crew*, un gruppo di giovani ventenni con la passione per il parkour si sono cimentati con acrobazie su celebri monumenti italiani; *Smartlove, dating show 3.0* in cui due single alla ricerca dell'amore si sono conosciuti scambiandosi i loro smartphone.



1. I giovani e il parkour di *Monument Crew*
2. *Pechino Addicted*, spin-off di *Pechino Express*
3. Il grande evento live *Eurovision Song Contest*
4. *Challenge4* e la comicità in prima serata
5. Il blockbuster Marvel *The Avengers*
6. *Gomorra* e la serialità di successo
7. Il film *Parker*



Per il genere **comicità**: la striscia quotidiana *Ah Ah Car* dove i concorrenti, per raggiungere la destinazione hanno dovuto far sorridere, per più metri possibili, l'autista e il suo copilota.

Lo show di prima serata *Challenge4* ha messo a confronto la comicità tradizionale del cabaret dal vivo con quella dei più popolari youtuber. Da ricordare anche *Generation Gap*, esperimento sociale tra generazioni basato su oggetti cult che hanno caratterizzato le diverse epoche, la docu-fiction *Italian Detective*, un docu-reality di un'agenzia d'investigazione privata di Roma vista dall'interno, e in sinergia con *Pechino Express*, *Pechino Addicted* la fortunata finestra quotidiana di viaggio degli Antipodi che ci ha portato alla scoperta di tutti i luoghi visitati dai concorrenti durante le tappe del percorso.

Il programma più seguito dell'anno è stato, quasi inevitabilmente, il fortunato ottavo di finale Italia-Spagna all'interno di *Rai dire Europei*, con 950.561 telespettatori per 4,25% di share, record assoluto negli otto anni di vita del canale. Se una quindicina di altri incontri di calcio compaiono nella classifica dei campioni d'ascolto del 2016, bisogna anche notare la sostanziale tenuta, rispetto allo scorso anno, della seconda semifinale dell'*Eurovision Song Contest*, con 619.741 telespettatori per il 2,44% di share.

Sono soprattutto i **film** di prima serata a rappresentare ancora il nerbo dell'ascolto del canale, con rotonde performance tanto da parte di titoli top del catalogo Rai Cinema, come i due blockbuster marcati Marvel *The Avengers* (3,07% di share) e *Iron Man 3* (2,39% di share), quanto da parte di inediti selezionati dal canale.

Appartiene a questi ultimi il campione d'ascolti del 2016, *Parker*, un dramma criminale con la star dell'action Jason Statham, visto a novembre da 865.306 telespettatori per il 3,33% di share; un risultato che sopravanza il già ragguardevole 2,61% di share conseguito a maggio. E ancora, l'altra star del genere Jean-Claude Van Damme, con il classico *Kickboxer* (3,29% di share), e titoli al crocevia tra fantascienza, fantasy e avventura, come *Outlander: l'ultimo vichingo* (2,38% di share), *Il giro del mondo in 80 giorni* (2,28% di share in prima serata e 2,63% di share in ribattuta immediata in day time), *Lara Croft - Tomb Raider* (2,19% di share) e *Hansel e Gretel cacciatori di streghe* (2,07% di share), a confermare la forte identità tra brand di canale e un determinato immaginario di genere contemporaneo.

Per la **serialità** spiccano i risultati del fenomeno *Gomorra* (picco 3,22% di share), della prima visione *Scorpion* (picco 1,83% di share) e di due titoli già transitati sugli schermi generalisti, come

*Criminal Minds* (picco 2,56% di share) e *Ghost Whisperer* (2,14% di share).

Se prodotti seriali d'impianto mainstream come questi ultimi tre hanno fornito la necessaria costanza di risultato alla programmazione di prime time e access, la seconda serata è invece rimasta terreno di quella sperimentazione necessaria all'identità di un canale nato nel segno dell'innovazione: citiamo in proposito i film horror dell'etichetta *Midnight Factory* e diverse serie televisive, appositamente acquisite, di taglio più spiccatamente autoriale o di genere.

Il canale si è posto come attore protagonista non solo per declinare i programmi di produzione day time e prime time ma anche per accompagnare sui social la visione dei cult seriali e cinematografici e per costruire percorsi nativamente digitali.

Per tutte le produzioni, l'offerta web ha previsto extra e contenuti ad hoc: per *Pechino Addicted* dal diario di viaggio con tutte le informazioni necessarie ai viaggiatori ai video a 360 gradi delle località più suggestive esplorate dagli Antipodi; per *Generation Gap*, versione televisiva e web, la condivisione dei video sulle piattaforme social e gli stickers dedicati.

**“Rai 4 è la tv dell'immaginario della post-modernità, il canale generalista per una nuova platea di pubblico giovane animato dal boom della letteratura di fantascienza, fantasy e avventura, delle saghe cinematografiche sui supereroi, dei docu-reality e della serialità televisiva epica”.**

**Rai Movie**

IIIIII/MLN

CONTATTI MEDI  
GIORNALIERI

**5,947**

MINUTI VISTI  
AL GIORNO

**26**

SHARE NELLE 24 ORE

**1,1%**

**Rai Movie**

Rai Movie è il canale per tutti i generi: commedie, thriller, film d'azione, western sentimentali, horror. Un canale capace di rendere protagonista il genere preferito dallo spettatore.

Nel 2016 Rai Movie, nonostante un ampliamento dell'offerta televisiva e la presenza di nuovi canali specializzati in cinema, ha ottenuto risultati soddisfacenti, in linea con quelli del 2015, proseguendo sulla strada dell'equilibrio fra autorevolezza nella programmazione e ascolti.

Il canale ha saputo coniugare la ricerca di un pubblico mainstream e l'efficace sfruttamento del catalogo aziendale con una proposta più spiccatamente cinefila orientata sia al classico, con un fortunatissimo ciclo western e ripetuti omaggi a maestri e divi, soprattutto nazionali, che al contemporaneo, con una programmazione strutturata attorno a eventi o ricorrenze di grande valenza sociale.

Indispensabile complemento all'offerta di circa quattordici film al giorno, si confermano poi i numerosi spazi di approfondimento su attualità e storia della settimana arte.

Con film come *L'immortale* (3,88% di share), *Le paludi della morte* (3,10% di share) e *La regola del silenzio* (3,05% di share), il canale ha superato più volte i 700.000 telespettatori e il 3% di share.

In continuità con l'anno precedente, per quanto riguarda la programmazione, Rai Movie ha mantenuto il ciclo dedicato all'impegno per i diritti sociali e civili (*Articolo 3*), quello dedicato alla Giornata della memoria (con film come *Monsieur Batignole*, *Arrivederci Ragazzi*, *Vento di primavera*) e alla legalità (*Il giudice ragazzino*).

Oltre la trasmissione di film in doppio audio (italiano e originale), tra le novità del 2016, la programmazione di alcune giornate dedicate ad argomenti specifici come ad esempio, per la Festa delle donne, un'intera giornata di titoli declinati al femminile. Anche per la Giornata contro la violenza sulle donne, per quella dedicata alle Vittime delle mafie, per la Giornata internazionale dell'infanzia e per la Festa della Repubblica del 2 giugno sono stati selezionati film adeguati a ricordare le singole ricorrenze.

Da non dimenticare il doveroso omaggio a Ennio Morricone in occasione del premio Oscar alla carriera e il ciclo di seconda serata (*Ultimo tango a Parigi* e *Novecento*) per celebrare i 75 anni di Bernardo Bertolucci. Nonché quello per commemorare, con la trasmissione di tre suoi capolavori (*C'eravamo tanti amati*, *La famiglia* e *Una giornata particolare*) la scomparsa di Ettore Scola.

In agosto è stato programmato in fascia mattutina un ciclo di film che ripercorrono la carriera cinematografica di Giuseppe De Santis (7 appuntamenti), Pietro Germi (12 appuntamenti),

1. Marcello
2. Le paludi della notte
3. L'immortale
4. La regola del silenzio
5. Sedotta e abbandonata
6. Shall we dance?
7. I magnifici sette
8. Riso amaro



Raffaello Matarazzo (15 appuntamenti) sulla linea della riscoperta di classici dimenticati del cinema italiano.

Anche la produzione di Rai Movie è dedicata al cinema. L'attualità raccontata ogni settimana da *Movie Mag*, l'approfondimento con gli speciali monografici e i grandi festival italiani e internazionali. È la tv dei festival che produce speciali giornalieri con interviste, conferenze stampa, dirette e red carpet. Un'offerta arricchita quest'anno da una rinnovata e ampliata produzione di contenuti destinati in esclusiva al web.

Anche quest'anno il canale ha trasmesso, in diretta, tre importanti eventi cinematografici: l'apertura e la cerimonia di premiazione della 73ª edizione della Mostra internazionale di arte cinematografica di Venezia, di cui Rai Movie è media partner, e, in diretta streaming, la cerimonia di premiazione degli *European Film Awards*.

Rai Movie è media partner anche del Festa del Cinema di Roma e del Torino Film Festival.

In occasione delle maggiori manifestazioni e festival italiani, in sintonia con il programma di questi eventi, Rai Movie ha prodotto monografie e trasmesso film a tema, a programmazione diffusa.

Il documentario di produzione *Marcello* è stato trasmesso in occasione dell'omaggio che il Bari International Film Festival ha voluto dedicare a Marcello Mastroianni nel ventennale della morte. Rai Movie lo ha trasmesso (in contemporanea alla presentazione dello stesso al Festival) assieme a venti film interpretati da Mastroianni.

*Così mangiavano*, documentario dedicato al rapporto tra cinema e gastronomia è stato proiettato all'ultimo Salone del Gusto di Torino e trasmesso su Rai Movie nella stessa settimana assieme a una selezione di film sul tema.

La Settimana della Moda di Milano ha trovato spazio sul canale con tanti film dedicati alla moda e con il documentario *Nei panni di lei*.

Ma il vero fiore all'occhiello della programmazione è stato la giornata speciale dedicata a Ermanno Olmi. Per la prima volta, una produzione del canale è stata invitata in concorso alla Mostra internazionale di arte cinematografica di Venezia, nella sezione Venezia Classici. Il documentario sul regista realizzato da Rai Movie *E venne l'uomo - Un dialogo con Ermanno Olmi* ha accompagnato la prima tv assoluta del più recente film di Olmi *Torneranno i prati*.

Una nuova produzione del canale è *Offstage*. Paola Jacobbi ha incontrato al Centro Sperimentale di Cinematografia alcuni dei migliori attori italiani dell'ultima generazione: Luca Marinelli, Claudio

Santamaria, Micaela Ramazzotti, Isabella Ragonese e Valentina Lodovini. Durante gli incontri, gli allievi del corso di recitazione hanno potuto rivolgersi direttamente agli intervistati, mettendo in scena un dialogo tra "chi ce l'ha fatta" e chi sta ancora imparando un mestiere.

Accanto al palinsesto televisivo, e alla produzione per la messa in onda sul canale, Rai Movie lavora da tempo sul **web**, puntando all'integrazione della programmazione tv tradizionale con il portale e con i due principali social network, Facebook e Twitter, ad affiancare la pagina ufficiale del canale.

*SnapMovie*, è un'importante novità sui social, inaugurata sul finire dell'anno. Su Facebook e Twitter, brevi video pubblicati quotidianamente illustrano con informale competenza uno dei titoli proposti dal palinsesto di ogni singola giornata.

***“Rai Movie è il canale del cinema di ogni genere, attento sia alla programmazione televisiva che alle nuove opportunità offerte dal web e dai social network”.***

## Rai Premium

**Rai Premium è il canale del racconto: le migliori fiction italiane e straniere abbinate ai più grandi successi di intrattenimento del presente e del recente passato, per far pensare, ridere ed emozionare.**

Il canale, indirizzato al pubblico più tradizionalista, conferma le sue migliori performance attorno al prodotto che ne è stato il nucleo originario: la fiction italiana. La strategia della ribattuta a breve delle prime visioni generaliste ha dato i suoi frutti, svolgendo un'indispensabile funzione di replay tv per un pubblico forse meno propenso, anche per ragioni anagrafiche, allo strumento informatico.

Il 2016 si chiude per Rai Premium con un bilancio sostanzialmente equilibrato, attestandosi su una media di share dell'1,0% nell'intera giornata.

Nel corso dell'anno Rai Premium ha realizzato programmi di intrattenimento come *Mr. Premium*, settimanale di approfondimento legato al mondo dello spettacolo in seconda serata che ha ricevuto una buona risposta.

Nel primo semestre è stato realizzato, *Parliamone*, approfondimento sui temi di attualità più intriganti del momento, le notizie più inconsuete e interessanti, le ricorrenze più inattese.

## Rai Premium

MLN

CONTATTI MEDI  
GIORNALIERI

4,189



MINUTI VISTI  
AL GIORNO

33



SHARE NELLE 24 ORE

1,0%



Il programma, nella sua seconda edizione, dal titolo *Swing-Racconti sincopati di ieri e di oggi*, ha riportato la memoria degli spettatori a fatti e avvenimenti del passato anche attraverso il supporto dei filmati delle teche Rai. Uno sguardo al passato senza, tuttavia, dimenticare il presente con notizie, fatti e personaggi dell'attualità. Un racconto, condotto da Maurizio Costanzo con Dario Salvatori, che spazia dalla cronaca al costume, dallo spettacolo alla musica, con la presenza in studio di volti cari al pubblico che hanno condiviso ricordi e progetti per il futuro.

Rimane vincente l'offerta di repliche della fiction generalista come *Il commissario Manara* (con 516.000 telespettatori per il 2,10% di share), *Il Maresciallo Rocca* (2,31% di share), *Volare, la grande storia di Domenico Modugno* (2,21% di share), *Una sera d'ottobre* (2,49% di share) e di prodotti in ribattuta a breve come *L'allieva* (2,64% di share) avviata a partire dal mese di settembre e che continuerà anche per il 2017.

Il canale è orientato verso una programmazione di repliche multifascia in day time di prodotti già noti al pubblico considerata la difficoltà di rinnovare l'offerta con nuovi prodotti seriali di acquisto.

Rai Premium si è prestatato anche a interessanti operazioni di avvicinamento al digit da parte del pubblico adulto, soprattutto attraverso un social mainstream come Facebook, che per moltissimi

senior ha rappresentato un'occasione unica di conoscenza del mondo di Internet, data la sua bassissima barriera d'ingresso e la sua facilità d'uso.

***“Fiction e intrattenimento di ieri e di oggi, per emozioni senza tempo tutte da rivivere, soprattutto da un pubblico più adulto ancora distante dal mondo digitale”.***

### Rai Italia

Rai Italia è il 'best of' Rai che viene proposto anche ai nostri connazionali all'estero.

Rai World opera sul mercato televisivo internazionale attraverso il canale Rai Italia, con un'offerta realizzata in conformità con le previsioni della Convenzione stipulata con la Presidenza del Consiglio dei Ministri inerente la programmazione della Rai per gli italiani nel mondo (in particolare nei continenti extraeuropei).

Si tratta quindi di un canale generalista, di flusso, che contiene al suo interno tutti i generi televisivi (telegiornali, approfondimento, rubriche culturali e religiose, intrattenimento, fiction, film, programmi per bambini, sport ecc.) che Rai Italia riprende dai canali Rai (in particolare Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai Storia, Rai 5).

1. *Parliamone*, il programma di approfondimento di Maurizio Costanzo
2. L'intrattenimento in seconda serata di *Mr. Premium*
3. *L'allieva* e l'offerta in replica delle fiction di successo
4. Gigi Proietti e il *Maresciallo Rocca*
5. La miniserie *Una sera d'ottobre* trasmessa da Rai 1



Il canale viene diffuso attraverso tre emissioni (una per il continente americano, una per l’Africa sub-sahariana, una per Asia e Oceania) che, nell’impostazione del palinsesto, tengono conto dei rispettivi fusi orari. All’avvio della stagione autunnale, i canali Rai Italia hanno offerto, in coerenza con la mission prevista dalla citata Convenzione, un palinsesto caratterizzato da significative novità.

Tra queste, la più significativa è stata il ciclo di prime serate *That’s My Country*, che prevedeva il ritorno in Italia di nostri connazionali da tempo residenti all’estero, accompagnati da una persona che nel nostro Paese non era mai stata, in un adventure game dalla forte connotazione immersiva.

Rai Italia ha inoltre ulteriormente sviluppato il racconto del territorio e delle eccellenze italiane anche grazie al nuovo programma *Italian Beauty* e agli approfondimenti di produzione di seconda serata, mantenendo costanti appuntamenti quali *Community – L’altra Italia* sul racconto delle comunità dei nostri connazionali nel mondo, *Cristianità*, *La giostra dei goal* e *Campus Italia* sulla promozione delle eccellenze formative che l’Italia può offrire.

Nel 2016 è poi proseguita la sinergia con Rai 3, che ha proposto una versione magazine di *Community*, proseguendo così la “informazione di ritorno”, e serie come *Fuori binario* dedicate alla promozione del territorio e del turismo culturale, e quella con la Società Dante Alighieri, per una

sempre più puntuale e incisiva promozione della lingua e della cultura italiana nel mondo.

È infine da segnalare che significativi apprezzamenti sul crescente gradimento dei canali sono giunti sia attraverso il monitoraggio effettuato da ambasciate e consolati in tutto il mondo dal Ministero per gli Affari Esteri, sia nel corso di incontri istituzionali, primo tra tutti quello con il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella che, nel corso degli Stati Generali della Lingua Italiana, ha pubblicamente ricordato il ruolo e l’importanza dell’offerta Rai per i connazionali che si trovano a vivere lontano dall’Italia.

**“Rai Italia è un contenitore di generi per gli italiani nel mondo che fa sentire a casa chi è lontano”.**

1. Il racconto dell’eccellenza italiana di *Italian Beauty*
2. La serie *Fuori Binario* per la promozione del territorio e del turismo culturale
3. Il ciclo in prime time *That’s my Country*



## Rai Cultura

**Rai 5**

MLN

CONTATTI MEDI  
GIORNALIERI

**2,966**



MINUTI VISTI  
AL GIORNO

**17**



SHARE NELLE 24 ORE

**0,3%**

Rai Cultura produce, distribuisce, favorisce la circolazione e il riuso multiplatforma di contenuti centrati tematicamente sulla cultura, l'intrattenimento culturale, la storia e la formazione di qualità. Una programmazione che unisce forza narrativa e rigorosa validazione scientifica e che parla il linguaggio della contemporaneità, capace di superare le vecchie logiche di palinsesto e di viaggiare anche attraverso reti e social media, in mobilità e in modalità on-demand.

Oltre a curare l'offerta multiplatforma dei tre canali tv Rai Storia, Rai 5 e Rai Scuola, dei portali tematici verticali (portale cultura, arte, letteratura, economia, scienze, italiano, filosofia e media) e dell'Orchestra Sinfonica Nazionale della Rai, Rai Cultura presidia spazi di programmazione quotidiana o settimanale nei palinsesti dei canali generalisti attraverso titoli di produzione come: *L'Italia della Repubblica*, *Gli occhi cambiano*, *Italiani*, *I Luoghi del Giubileo* e *I grandi della Letteratura italiana* su Rai 1, *Memex* su Rai 2, *Il Tempo e la Storia* (quotidiana con replica su Rai Storia), *Diario Civile*, *Potere e Bellezza*, *Italia Viaggio nella Bellezza*, *Viaggio nell'Italia del Giro*, *Albertazzi vita morte e miracoli* e *Provincia Capitale* su Rai 3.

Rai Cultura è centro di competenza per la produzione di musica colta: sono infatti prodotti da Rai Cultura e in onda sulle reti generaliste eventi esclusivi e prestigiosi concerti. Tra gli eventi in onda sui canali generalisti nel 2016 si annoverano il *Concerto di Capodanno da Vienna* e quello dal *Teatro La Fenice di*

Venezia, il *Concerto di Pasqua dal Duomo di Orvieto*, il *Concerto per le celebrazioni del 70° Anniversario della Festa della Repubblica* dalla Sala dei Corazzieri del Quirinale del 1° giugno, ma soprattutto, la diretta della serata inaugurale della nuova stagione del Teatro alla Scala il 7 dicembre 2016 con la *Madama Butterfly* di Giacomo Puccini nella versione originale del 1904 diretta da Chailly, oltre 13 minuti di applausi in teatro, una media di oltre 2.600.000 telespettatori, per il 13,46% di share, in diretta su Rai 1 dalle 17:45 alle 21:00 lo scorso 7 dicembre e poi in replica integrale in prima serata su Rai 5 sabato 10 dicembre.

Nel periodo delle festività di fine anno sono stati prodotti per la messa in onda su Rai 1 anche alcuni *Concerti di Natale*, tra cui quello da Assisi, dall'Aula del Senato e dal Teatro alla Scala.

## Rai 5

**Il canale dell'intrattenimento culturale, dedicato alla musica, all'arte, alla letteratura, al teatro, con un focus particolare sulle grandi produzioni, sull'innovazione e la sperimentazione nel campo della musica, dell'arte e del teatro.**

Tra i titoli in palinsesto, gli approfondimenti sulle tematiche dell'arte, della pittura e scultura offerto da programmi come *Simon Shama*, *Il potere dell'arte* o *I luoghi del Giubileo* con il prof. Antonio Paolucci; per il genere libri e letteratura, *Amabili testi* con Edoardo Albinati e l'approfondimento con le grandi biografie de *I grandi della Letteratura italiana* presentate da

1. James Conlon, Direttore principale dell'OSN
2. Il Maestro Riccardo Muti protagonista di *Prove d'Orchestra* su Rai 5
3. *Italia. Viaggio nella bellezza* su Rai Storia
4. *La donna serpente* di Alfredo Casella su Rai 5



Eduardo Camurri; per il genere teatro, oltre ai grandi classici, il teatro civile con il ciclo dedicato a Marco Paolini (tra i titoli, *Vajont* e *I Tigi a Gibellin*) e il ritratto esclusivo in quattro episodi del grande artista da poco scomparso con la serie di documentari *Albertazzi, vita morte e miracoli*; ma anche natura, ambiente, viaggi ed esplorazioni con un'accentuata valenza antropologica sia in day time (documentari internazionali come *Wild Africa*, *Frozen Planet*, *L'insospettabile talento delle piante*, *Human Planet*) che in prime time (*Under Italy* e *I segreti del sottosuolo*).

E infine la musica pop, rock, jazz e world music tra i generi protagonisti dei documentari e dei concerti offerti in fascia notturna e, da metà giugno 2016, anche in prima serata.

Per quanto riguarda la musica colta, la programmazione di prima serata del giovedì è stata completamente dedicata al mondo della musica e ai suoi protagonisti; tra i programmi più in evidenza le due serie di documentari dedicate al maestro Riccardo Muti e le personalizzazioni degli eventi in diretta condotte da Massimo Bernardini nel suo *Nessun Dorma*.

Molte e prestigiose sono state le dirette di opere, concerti e balletti dai principali teatri ed enti lirici del Paese.

Tra di esse, solo per citarne alcune, *Attila* di Giuseppe Verdi al Teatro Comunale di Bologna, *Il Barbiere di Siviglia* di Gioachino Rossini dal Teatro dell'Opera di Roma, il balletto *Il giardino degli amanti* su musiche di W. A. Mozart dal Teatro alla Scala con l'étoile Roberto Bolle, *La donna serpente* di Alfredo Casella dal Teatro Regio di Torino; e poi il *Concerto per Milano* da Piazza Duomo con la Filarmonica della Scala diretta dal Maestro Chailly e al pianoforte Martha Argerich, la grande pianista di fama internazionale; *Le nozze di Figaro* di W. A. Mozart dal Festival dei Due Mondi di Spoleto, la fase finale del *Premio Campiello* dal Teatro La Fenice di Venezia, infine il *Tristano e Isotta* di Richard Wagner dal Teatro dell'Opera di Roma.

Nel corso dell'anno è stato dato ampio risalto all'attività dell'Orchestra Sinfonica Nazionale della Rai, offrendo al pubblico molti suoi concerti, con numerosi eventi in diretta. Tra di essi il concerto dall'Auditorium Rai "Arturo Toscanini" di Torino per l'Apertura del Salone del Libro di Torino, direttore il Maestro James Conlon, durante il quale l'attore Massimo Popolizio, in omaggio ai quattrocento anni della morte di Shakespeare, ne ha interpretato alcuni brani. Ed ancora, nell'ambito della tournée nelle regioni del Sud dell'Italia, la diretta dal Teatro Cilea di Reggio Calabria, con direttore d'orchestra l'americano Ryan McAdams, e protagonista il violoncellista Mario Brunello, unico artista italiano ad aver vinto

il Concorso Tchaikovsky di Mosca nel 1986 e famoso a livello internazionale. In ultimo, ma non per questo meno prestigioso, il concerto diretto dal Maestro Piovani con l'esecuzione di alcune tra le sue più note colonne sonore di film.

In sintesi, nel 2016 Rai 5 ha proposto circa 1.130 ore di spettacoli di musica colta, con ampio spazio (circa 260 ore) alla trasmissione di opere liriche, molte delle quali inedite e 550 ore di spettacoli di teatro.

**“L'offerta editoriale di Rai 5 presidia tutti i generi legati alle arti performative, dalla musica al teatro, dal balletto all'opera, con un focus particolare sulle produzioni di eventi dal vivo, proponendo, al contempo, un intrattenimento culturale dal linguaggio aggiornato e contemporaneo”.**

## Rai Storia

**Il canale della divulgazione storica di qualità, della grande documentaristica, del racconto del Paese, della riflessione sul nostro passato, sul nostro presente e sul nostro futuro.**

Rai Storia ha funzioni di produzione, selezione, gestione e distribuzione multicanale e multiplatforma di contenuti d'approfondimento a carattere storico: un servizio che coinvolge l'intero spettro dei media, dalla tv alla rete ai social, con l'obiettivo di portare il pubblico in ogni angolo del mondo e in ogni epoca, raccontando fatti, luoghi, personaggi, civiltà, stili di vita, dinamiche culturali, processi politici, conquiste sociali.

Oltre agli appuntamenti fissi della giornata come *Il giorno e la storia*, *Mille papaveri rossi* e *Il tempo e la storia* (in onda su Rai Storia in orario di access prime time dopo la prima emissione alle 13:15 su Rai 3), nel corso del 2016 Rai Storia ha progressivamente messo a punto un'offerta editoriale che, attraverso una più puntuale definizione tematica delle serate, ha conferito maggiore continuità e riconoscibilità agli spazi di programmazione.

La valorizzazione del patrimonio culturale italiano è stato uno dei principali leitmotiv che hanno caratterizzato molti programmi, tra cui *Italia Viaggio nella Bellezza*, realizzato in collaborazione con il MiBACT con l'obiettivo di valorizzare al meglio il patrimonio del Bel Paese; *Potere e Bellezza*, la serie che ha raccontato le dinastie che hanno fatto la storia – e la bellezza – dell'Italia (dagli Svevi ai Savoia, dagli Aragonesi agli Asburgo-Lorena); *La croce e la spada*, il racconto del culto dei Santi patroni, una devozione che ha determinato, a partire dal

## Rai Storia

11 / MLN

CONTATTI MEDI  
GIORNALIERI

1,536



MINUTI VISTI  
AL GIORNO

23



SHARE NELLE 24 ORE

0,2%

Medioevo, l'identità architettonica e urbanistica di molti luoghi italiani e, spesso, la reciprocità tra il ruolo e le caratteristiche del Patrono e le vicende della storia e dell'economia locale.

Il racconto della storia e dei luoghi ha caratterizzato programmi come *Cronache dall'Antichità* e *Cronache dal Medioevo*, le fortunate serie in cui Cristoforo Gorno ci ha condotto nei luoghi e tra gli eventi del mondo antico e del periodo medioevale; e ancora *a.C.d.C.*, il programma che con Alessandro Barbero racconta la storia "dall'homo sapiens a Napoleone".

I luoghi del nostro Paese sono stati i protagonisti anche di *Viaggio nell'Italia del Giro*, il programma on the road nei luoghi toccati dalla corsa rosa, condotto da Edoardo Camurri e in onda in replica anche su Rai 3, Rai Scuola e Rai Sport.

Infine grande spazio è stato dedicato all'approfondimento di importanti temi quali legalità, giustizia, lotta alle mafie e al terrorismo (*Diario Civile*) oltre che alle biografie dei grandi protagonisti del passato (*Italiani, I grandi discorsi della storia*).

La celebrazione degli importanti anniversari del 2016 è stata curata con estrema attenzione, offrendo una programmazione dedicata in occasione, tra gli altri, del *Giorno della Memoria in ricordo della Shoah* (27 gennaio), del *Giorno del ricordo in memoria delle vittime delle foibe* (10 febbraio), della *Giornata Internazionale della Donna* (8 marzo); e ancora per la *Giornata della Memoria e dell'Impegno in ricordo delle vittime innocenti delle mafie* (21 marzo) per il 25 aprile *Anniversario della Liberazione* e per l'*Anniversario della strage di Capaci* (23 maggio). In occasione del *70° Anniversario della nascita della Repubblica Italiana*, Rai Storia ha dedicato l'intera programmazione del 2 giugno alla storia della nostra Repubblica e ha trasmesso sulle reti generaliste nuovi documentari di produzione Rai dedicati all'anniversario.

Si segnalano, inoltre, i programmi dedicati ai 100 anni dalla nascita di Aldo Moro, ai 10 anni dalla scomparsa di Oriana Fallaci; e ancora il *50° Anniversario dell'Alluvione di Venezia*, la *Giornata Internazionale dei migranti* e la programmazione dedicata ai 400 anni dalla morte di William Shakespeare.

In occasione delle Olimpiadi di Rio de Janeiro, Rai Storia ha offerto un'intera programmazione dedicata a questo evento: dalla nascita dei Giochi Olimpici nell'antica Grecia ai giorni nostri, toccando i principali eventi che hanno caratterizzato i giochi olimpici nella storia.

Nella stagione autunnale, in concomitanza con la messa in onda della fiction dedicata ai Medici su Rai 1, Rai Storia ha offerto, in una logica di complementarità, una programmazione speciale dedicata alla storia della famiglia dei Medici.

Tra le principali produzioni sono da segnalare *L'Italia della Repubblica*, la serie che, a 70 anni dalla nascita della Repubblica, ne approfondisce i momenti salienti celebrandola; *Argo*, con Valerio Massimo Manfredi, il nuovo magazine televisivo dedicato alla storia e alla sua narrazione e *Gli occhi cambiano*, la serie, scritta e diretta da Walter Veltroni, che documenta temi, suggestioni, personaggi della storia politica e sociale del nostro Paese attraverso le immagini del prezioso archivio Rai.

**“I grandi appuntamenti istituzionali, gli anniversari più significativi, le ricorrenze degne di memoria diventano su Rai Storia eventi televisivi e crossmediali imprescindibili nel racconto culturale del nostro Paese”.**

## Rai Scuola

**Il canale dedicato alla formazione formale e informale, all'educational, all'alfabetizzazione informativa, scientifica e tecnologica: cultura e apprendimento al centro della funzione di Servizio Pubblico.**

Accanto ai programmi ormai storici dedicati all'insegnamento della lingua inglese e all'informazione, il canale ha continuato a dedicare forte attenzione alle tematiche legate al mondo scientifico con il programma *Memex – La Scienza raccontata dai protagonisti*, dedicando anche un ampio spazio ai documentari scientifici.

Forte attenzione anche alla filosofia con *Zettel presenta il Caffè filosofico*, dedicato alla storia della filosofia con i principali filosofi italiani che parlano dello sviluppo del pensiero occidentale attraverso i grandi temi e i grandi pensatori che lo hanno caratterizzato.

Tra le novità 2016, i 12 speciali di Rai Scuola, documentari andati in onda anche su Rai 3, dedicati a tematiche ed eventi di rilievo per il mondo della scuola e per il Paese (tra questi, *Alternanza scuola lavoro: Le storie di Rebecca e Valid* e *Generazione Erasmus*).

Infine, i due programmi dedicati all'innovazione e al digitale, *Digital World* ed *Eureka!* che sono stati replicati su Rai 5 e sulle reti generaliste.

**“Rai Scuola allarga i propri orizzonti rafforzando l'offerta di strumenti e contenuti via rete e per il mondo dei dispositivi mobili, sviluppando legami operativi con la scuola, le università, le principali istituzioni culturali e con i soggetti più attivi nel mondo della ricerca scientifica e tecnologica”.**

## Rai Ragazzi

### Rai YoYo

Rai YoYo è la tv dedicata ai bambini in età prescolare e alle loro famiglie, un canale pensato e realizzato per divertire ed educare allo stesso tempo.

L'obiettivo di Rai YoYo è quello di accompagnare quotidianamente il bambino alla scoperta di se stesso e del mondo che lo circonda, mediante contenuti basati su un impianto narrativo solido e accurato, di alta qualità realizzativa ed elevato contenuto educativo.

Tra i suoi punti di forza, la concentrazione dello sviluppo editoriale sui programmi di punta e di maggior successo e il costante investimento sui programmi di produzione in studio che accrescono notorietà e apprezzamento di Rai YoYo oltre a qualificarla per l'elevata valenza di Servizio Pubblico rispetto alle offerte commerciali concorrenti basate, per lo più, sull'acquisto.

Tutte le produzioni in studio sono divenute degli appuntamenti fissi per il pubblico, in grado di scandire i principali momenti della giornata dei bambini: *Buongiorno con YoYo*, *Le Storie di Gipo*, *La Posta di YoYo*, *Albero Azzurro*.

Il palinsesto si completa con serie di acquisto selezionate tra le migliori produzioni internazionali (*Masha e Orso*, *Peppa Pig*, *Shaun vita da pecora*, *Bob Aggiustatutto*, *il Postino Pat*, *Barbapapà*, *Il piccolo regno di Ben e Holly*, *La casa delle api*, *Vita da giungla alla riscossa*, *Teletubbies*, *Let's go Pocoyo*, *La Casa di Topolino*, *Dottoressa Pelouche*, *Sofia la principessa*,

*Disney English*) e coproduzioni Rai Fiction con prodotti dell'animazione Rai per l'infanzia (*Mini Cuccioli*, *Topo Tip*, *Calimero*, *Pimpa*, *Winx*, *Regal Academy*).

Infine, il portale Rai YoYo si è arricchito di tanti nuovi contenuti. In particolare, il canale ha concentrato la sua attenzione sui seguenti progetti:

- l'upgrade del portale Rai YoYo pensato per migliorarne l'usabilità, rendendone chiare e accessibili tutte le sezioni;
- la creazione di siti dedicati ad alcuni prodotti di punta del canale che hanno contribuito in modo evidente all'arricchimento dell'offerta web sia in termini di pagine viste sia in termini di utenti unici;
- l'ideazione e realizzazione di giochi online;
- la creazione di giochi offline (stampa e colora, labirinti, attività etc.);
- la gestione della pagina Facebook del canale;
- la creazione di post ogni settimana per il nuovo Blog di Rai YoYo rivolto ai genitori;
- la lavorazione e pubblicazione di video e fotogallery.

**“Rai YoYo rappresenta un'eccellenza nel panorama nazionale e internazionale, affermandosi ormai come la rete preferita e più seguita in assoluto dai bambini italiani e dalle loro famiglie”.**

Rai YoYo

MLN

CONTATTI MEDI  
GIORNALIERI

3,309



MINUTI VISTI  
AL GIORNO

58



SHARE NELLE 24 ORE

1,3%



SHARE 4-14 ANNI

5,1%

1. L'appuntamento quotidiano con Gipo, Laura e Dodò ne *L'Albero Azzurro*
2. La serie animata russa amatissima dai bambini *Masha e Orso*
3. Il cartone Disney *La casa di Topolino*
4. *Shaun vita da pecora* e le avventure in stop-motion



Rai Gulp

MLN

CONTATTI MEDI  
GIORNALIERI

2,087

MINUTI VISTI  
AL GIORNO

38



SHARE NELLE 24 ORE

0,6%



SHARE 4-14 ANNI

4,1%

## Rai Gulp

Rai Gulp è il luogo dove la tv diventa un gioco da ragazzi: teen comedy, teen novela, film, giochi e cartoni animati per regalare più divertimento ai ragazzi, ogni giorno.

Rai Gulp è il canale – dedicato ad un pubblico in età scolare, dagli 8 anni fino alle prime fasce dei teenager – che svolge un'importante funzione di raccordo tra l'offerta prescolare di Rai YoYo e le proposte appetibili per il pubblico di fascia teen, cercando di fidelizzare, negli anni, bambini e ragazzi al brand Rai.

L'offerta del canale si propone di coinvolgere un pubblico giovane che oggi è sempre più protagonista della multimedialità, sceglie in prima persona e selettivamente cosa vedere in tv, tende a focalizzare interessi e aspirazioni in ambiti ben definiti, quali musica, performance, azione, videogiochi, sport, interattività e partecipazione diretta.

La programmazione è ricca di prodotti di animazione, telefilm per ragazzi e produzioni in studio, selezionati per essere apprezzati nelle diverse fasce di età del target. Il palinsesto presenta serie di acquisto selezionate tra le migliori produzioni (tra le altre, *Jungle Book*, *Inazuma Eleven*, *Sailor Moon Crystal*, *Robin Hood*, *Le nuove avventure di Peter Pan*), in modo da essere apprezzabili da ampie fasce di pubblico. Ma non manca l'offerta di live action seriale che prevede alcune importanti novità nei generi/filoni di riferimento, dalle telenovelas per ragazzi alle sitcom fino alle serie più avventurose, anche a lunga serialità. Numerosi anche i titoli di successo

consolidato sia di film e tv movie che di coproduzioni Rai Fiction (*L'isola del tesoro*, *Mia and Me*, *Maggie & Bianca*, *Sette Nani ed io*, *Heidi*, *Geronimo Stilton*, *Bat Pat*, *Pumpkin Reports*, *Winx Wow*).

Sempre presente la serie Marvel ispirata ai supereroi e di target prevalentemente maschile, nel blocco pomeridiano che segue i telefilm (*Ultimate Spiderman*, *Avengers Ultron Revolution*).

Rai Gulp, infine, è riuscita ad avviare un'offerta crossmediale assolutamente competitiva, sviluppando un sito web giovane e una propria community on line con iniziative che puntano a rafforzare il legame tra la Rai e i giovani adolescenti.

Il Canale ha concentrato particolare attenzione sull'upgrade del portale Rai Gulp pensato per migliorare l'esperienza di navigazione da parte dei ragazzi e sull'attivazione del servizio di Replay tv per il canale. Non è mancata la creazione di siti dedicati ad alcuni prodotti di punta che hanno contribuito in modo evidente all'arricchimento dell'offerta web sia in termini di pagine viste sia in termini di utenti.

**“Rai Gulp si caratterizza quale proposta di intrattenimento ‘intelligente’ ed educativa che sfrutta temi e filoni particolarmente cari ai ragazzi per veicolare in chiave divertente e leggera valori ed elementi positivi, utili al percorso formativo dei suoi giovani telespettatori, sensibilizzandoli ai temi e alla complessità del loro vivere quotidiano”.**

1. La serie tv per ragazzi *A tutto ritmo*
2. *Alex & Co.* e la sit-com italiana per gli affezionati del canale
3. *Sirena*, *Nixie e Lyla*, le tre sirene della serie tv *Mako Mermaids*
4. La coproduzione Rai Fiction *Mia and Me*



2



3



4





## Rai News 24

Al servizio dell'utente. Quando vuole, ciò che vuole: notizie, approfondimenti, opinioni. 24 ore su 24. Rai News 24 è il canale all news declinato in chiave moderna.

Il 2016 è stato l'anno di maturazione di Rai News 24 che ormai è un canale all news declinato in chiave moderna su ogni piattaforma: attenzione alle notizie, verificate tempestivamente e poi messe in onda, agli approfondimenti e alle opinioni. Con un occhio al web, alla crescita dei social e dei nuovi linguaggi e con una presenza capillare sul territorio, anche grazie alla collaborazione con la TGR e con i corrispondenti in tutto il mondo, che ha consentito di trasmettere live tutti i principali eventi.

Le tre 'anime' che compongono l'offerta informativa e multipiattaforma che fa capo a Rai News 24 cominciano a viaggiare in sincrono con maggiore semplicità: i contenuti di Rai News 24 (il canale televisivo all news), trovano spazio e declinazioni adeguate su **Rainews.it** (il portale informativo della Rai) e su **Televideo** (la piattaforma teletext che ogni giorno ha in onda oltre 16.000 pagine di notizie e di servizi dedicati a non vedenti e non udenti). E viceversa.

La redazione, adeguatamente organizzata, ha beneficiato anche della job rotation con l'apporto di esperienze diverse in ambienti diversi. La crescita della produzione di contenuti originali – arricchita anche con spazi di approfondimento snelli, flessibili e puntuali – e la forte sinergia con le altre testate Rai hanno reso Rai News 24 sempre più 'service': i suoi giornalisti sono spesso in onda per altre testate e per i programmi di punta dell'informazione e dell'intrattenimento Rai così come i mezzi dispiegati sul territorio vengono condivisi dai

colleghi. Una sinergia di cui Rai News 24 è il cuore e che consente un sensibile risparmio di risorse economiche e umane.

Il portale **Rainews.it**, che è nato in piena integrazione e coordinamento con il canale, continua la sua fase di crescita anche grazie a una sempre più consistente ed efficace presenza sulle piattaforme dei social network. E, in particolare in occasione di grandi eventi, il pubblico torna sempre più convintamente sulle pagine del sito informativo Rai.

Rainews.it continua a fornire spazio al meglio della produzione informativa di tutta l'Azienda e correda ogni notizia con testi, foto, video, webdoc e prodotti multimediali di ultima generazione per fornire un'informazione gratuita, imparziale, approfondita, sempre disponibile e a tutto tondo. Inoltre, grazie alla sinergia con le altre testate, crescono i prodotti live per la piattaforme social che stanno incontrando sempre più il favore del pubblico.

**Televideo**, dal canto suo, continua a essere uno strumento di informazione semplice, tempestivo, essenziale e soprattutto solidamente al centro della dieta mediatica degli italiani che riconoscono alla testata autorevolezza, velocità e affidabilità. Ma la semplicità non va a scapito né della qualità dell'informazione né della crescita tecnologica: le app con i contenuti di Televideo sono tra le più scaricate e apprezzate nel panorama informativo italiano.

**“Significativi investimenti nelle infrastrutture e nei sistemi produttivi stanno allineando Rai News 24 ai più moderni concorrenti, nazionali e internazionali, nel settore dell'informazione all news”.**

1. L'attentato di Nizza del 14 luglio 2016
2. Il tir sulla folla nel mercatino di Natale di Berlino il 19 dicembre 2016
- 3 e 4. Il sisma che ha colpito Umbria, Marche e Lazio il 24 agosto 2016
5. Le dirette di Rai News dai luoghi del centro Italia colpiti dal sisma





## Rai Sport

**Il claim Rai del 2016 "Per te, per tutti" vale anche in un settore, lo sport, che è simbolo del Servizio Pubblico per le emozioni e il coinvolgimento che regala a milioni di persone, all'intera collettività.**

L'attività della testata ha avuto i due momenti fondamentali nelle grandi manifestazioni sportive dell'anno: le Olimpiadi a Rio de Janeiro con le successive Paralimpiadi e i Campionati Europei di Calcio in Francia. I risultati raggiunti dimostrano che Rai Sport ha saputo affrontare e vincere l'impegnativa sfida di riunire l'intero Paese intorno a questi appuntamenti straordinari: oltre 40 milioni di telespettatori, nel calcolo dei contatti unici, hanno seguito ciascun evento.

Tutto questo mantenendo il tradizionale rispetto per la propria storia, ma con uno sguardo sempre più rivolto al futuro, condensato nell'immersione nella multimedialità e nella ricerca costante di innovazione editoriale, supportata da importanti upgrade tecnologici.

1.200 le ore di trasmissione di Rai Sport per dare la massima copertura televisiva ai Giochi di Rio 2016. Sono state distribuite su tre canali dedicati, tutti in alta definizione, 24 ore su 24: Rai 2, Rai Sport 1 e Rai Sport 2. Un'offerta integrata che, nonostante il fuso orario sfavorevole, ha coinvolto 42,3 milioni di italiani.

Un dato spicca sugli altri e segna una tendenza opposta rispetto a quella registrata da altre emittenti internazionali: la presenza costante dei *millennials* davanti allo schermo della tv. Il pubblico dei giovani nella fascia tra i 15 e i 24 anni ha infatti superato il 21% di share in prima serata.

Rai 2, connotata sempre di più come rete olimpica, è stata seguita da una media

giornaliera di 1,2 milioni di telespettatori con uno share del 15,6%. Al flusso delle telecronache in diretta – con una regia dedicata alle prove degli atleti italiani – si sono aggiunte rubriche di approfondimento, interviste esclusive e telecronache in replica, al mattino in Italia, per informare quanti non avessero avuto la possibilità di seguire le trasmissioni live nella notte brasiliana.

In prima serata su Rai 2, i telespettatori sono saliti a una media di 1,8 milioni per uno share del 16,5%. Il picco di ascolto medio più alto è arrivato con la finale persa dall'Italia contro il Brasile nel torneo di pallavolo: oltre 6,9 milioni di telespettatori pari a uno share del 42,4%.

Rai Sport 1 e Rai Sport 2 hanno raggiunto la media di 600 mila spettatori per uno share del 7,5% nell'intera giornata e oltre 1,3 milioni nel prime time col 7,6% di share.

Se la tv cambia in fretta, i suoi fruitori vanno ancora più veloci. Sempre connessi, chiedono di essere informati in tempo reale dovunque si trovino. E' la generazione smartphone. Con i Giochi 2016, Rai ha dato uno straordinario impulso alla sinergia tra offerta televisiva e offerta digitale. Una squadra di 15 professionisti interni tra grafici, videomaker ed esperti social ha lavorato 24 ore su 24 tra Roma e Rio de Janeiro per amministrare dirette, diffondere video dedicati, sviluppare contenuti specifici, coinvolgere gli utenti su Facebook, Twitter, Snapchat e Instagram. Il risultato di questo impegno sono stati oltre 5 milioni di utenti unici italiani e circa 16 milioni di interazioni su Twitter e Facebook.

Uno slancio che è continuato anche con le Paralimpiadi brasiliane, dal 7 al 18 settembre 2016. Rai sport 1 è diventata la rete paralimpica; su Rai 2 sono state trasmesse in diretta, dall'1:30 di notte fino al mattino, tutte le prove più importanti con eccellenti risultati d'ascolto. Il triathlon ha fatto

1. La nostra eccellente nuotatrice Federica Pellegrini
2. Il Giro d'Italia in diretta su Rai Sport
3. La gioia di Bebe Vio per l'oro nel fioretto alle Paralimpiadi di Rio 2016
4. La nazionale italiana di Volley medaglia d'argento a Rio 2016
5. La partita Italia-Spagna e la qualificazione ai Mondiali di Calcio Russia 2018



registrare il dato medio più elevato: 280.289 spettatori con uno share del 4,45%.

Il lavoro delle equipe Rai ha dato, da Rio de Janeiro come dalle città della Francia coinvolte dai Campionati Europei di Calcio, immagini originali ed esclusive per il pubblico dei canali Rai.

Passando poi ai Campionati Europei di Calcio, 200 ore di programmazione tra telecronache, tg sportivi, tg generalisti e programmi dedicati hanno ribadito la centralità di Rai nelle competizioni che coinvolgono la Nazionale, con ascolti record. Il picco è stato raggiunto per la partita con la Germania nei quarti di finale, seguita da una media di 16.562.000 spettatori con uno share del 66,4%.

In generale, per le partite trasmesse in diretta, la media complessiva è stata del 37,6% con circa 8.500.000 spettatori. Rai Sport ha accompagnato lo svolgersi del torneo con rubriche di analisi tecnica sui canali tematici e programmi di approfondimento sui canali generalisti. I telespettatori hanno potuto spaziare da *Dribbling* su Rai 2 per l'analisi delle partite del giorno prima a *I giorni di Parigi* su Rai 3 per gli aspetti sociali e di costume. Fino a *ll Grande Match*, in onda ogni sera su Rai 1, per una fruizione familiare che ha unito volti noti al grande pubblico a giornalisti sportivi e opinionisti di alto livello.

Anche agli Europei è stata vincente la sfida della multimedialità. Scaricate circa 700 mila App dedicate a Euro 2016 mentre, per quanto riguarda i servizi in live streaming, la partita Italia-Svezia è stata la più vista on line nella storia del web in Italia (circa 1 milione e 400 mila browser unici collegati alle piattaforme Rai).

La Coppa Italia di calcio è stata un'esclusiva Rai anche nel 2016. Una competizione, fino a qualche tempo fa marginale e spesso trascurata dalle grandi squadre, che è andata crescendo nelle ultime edizioni anche grazie al lavoro di Rai Sport e alla diffusione delle partite in diretta su Rai 1. La finale del 21 maggio tra Milan e Juventus, dallo stadio Olimpico di Roma, ha avuto un ascolto medio di 8.432.000 spettatori con uno share del 38,1%.

Una partita, quella tra Milan e Juventus, che si è ripetuta per l'assegnazione della Supercoppa Italiana. Rai Sport ha organizzato una propria regia e un proprio coordinamento giornalistico, al seguito di inviati e operatori, per offrire un prodotto di massima qualità. Uno sforzo ripagato da ascolti ancora più alti, fino al picco medio di 9.398.000 spettatori e uno share del 40,68% su Rai 1 per i calci di rigore decisivi.

Anche nel 2016 Rai Sport ha seguito con telecronache in diretta e in differita il Campionato del Mondo di Formula 1, uno degli avvenimenti

tipici dell'offerta sportiva Rai. Interviste esclusive ai piloti, con retroscena e curiosità, hanno fatto da prologo al commento tecnico che ha nell'ex pilota della Ferrari Ivan Capelli il suo punto di forza.

Gli ascolti delle telecronache hanno confermato il ruolo di leader di Rai anche rispetto alla concorrenza con un picco per il Gran Premio di Monaco (una media di 6.225.714 spettatori per uno share del 33,87% e 12.593.582 spettatori unici).

Nel 2016 il legame tra Rai Sport e il Giro d'Italia è stato, se possibile, ancora più forte, in attesa dell'edizione del Centenario, nel 2017, della corsa ciclistica più amata. Come sempre, elicotteri e moto al seguito hanno accompagnato le imprese dei corridori; per la prima volta, in una grande corsa a tappe, una telecamera è stata collocata in mezzo al gruppo e ha diffuso immagini in diretta. Una novità tecnica assoluta.

La tappa più seguita è stata quella del 28 maggio, la penultima, che ha dato la maglia rosa a Vincenzo Nibali (2.259.492 spettatori con uno share del 18,32% su Rai 3; 1.396.325 spettatori con uno share dell'11,31% per la simultanea diretta su Rai Sport 1).

Un quadro di grandi avvenimenti che anche nel 2016 è stato completato da eventi seguiti come tradizione da Rai Sport: le classiche del ciclismo; la Coppa del Mondo di Sci; i campionati di basket e pallavolo; il Golden Gala di atletica leggera; i Campionati Europei di Nuoto; i principali eventi internazionali della ginnastica, della scherma, del canottaggio, dell'equitazione.

Infine, le trasmissioni sportive presenti nei palinsesti Rai. L'obiettivo è stato quello di innovare stile e identità di programmi che fanno parte della storia della televisione italiana, da *Dribbling* a *Novantesimo Minuto* fino al *La Domenica Sportiva*. Per quest'ultima, uno studio completamente trasformato, un'inedita coppia di conduttori e un commentatore tecnico di riconosciuta competenza e autorevolezza: *La Domenica Sportiva*, la più longeva della tv, in onda fin dal primo giorno delle trasmissioni Rai - il 3 gennaio del 1954 - superata ormai la quota delle 3.000 puntate, cambia e si tiene al passo con i tempi, cercando di anticipare modelli e tendenze dello sport. Per essere sempre giovane.

**“L'obiettivo di Rai Sport è quello di creare un'offerta che dia agli spettatori riferimenti certi di programmazione e che faccia della testata Rai una presenza costante nel racconto degli eventi sportivi e nelle trasmissioni di approfondimento e discussione”.**

## Informazione

### Tg1

Da oltre sessant'anni il Tg1 è la testata architrave dell'informazione Rai che realizza il momento d'incontro tra il cittadino-tele spettatore e il mondo delle Istituzioni, della politica, della società, delle religioni, dell'economia e della cultura. In due parole il Servizio Pubblico.

Nato nel 1952 con le trasmissioni sperimentali della televisione italiana e con il nome di 'Telegiornale', il Tg1 è il leader indiscusso dell'informazione del Paese in termini di ascolto e di immagine, grazie ai valori di universalità, qualità ed autorevolezza che ne ispirano l'offerta, garantendo la copertura di tutti i principali eventi.

Il 2016 sarà ricordato come l'anno della straordinaria telefonata di Papa Francesco – unica nel panorama tv mondiale – nello spazio dedicato al telegiornale all'interno di *Uno Mattina*. Ma anche dell'intervista in esclusiva al Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, delle 13 edizioni straordinarie per un totale di 8,5 ore di trasmissione, delle 48 puntate di *Speciale Tg1* per 60 ore di trasmissione, degli speciali *Porta a Porta - Tg1*, passati da 8 a 18 e da 18 ore a 36 ore.

Il successo del Tg1 trova ragion d'essere anche in un palinsesto ampio che comprende tre edizioni principali di trenta minuti, sei edizioni flash, una nel linguaggio dei segni, una di 'Sessantasecondi' ed una notturna lunga per un totale complessivo di dodici edizioni di trasmissione quotidiana (dalle 6:30 all'1:00 del mattino).

Non vanno dimenticati gli approfondimenti di *Tv7* e *Speciale Tg1* e le altre numerose rubriche tematiche, quali *Tg1 Economia*, *Tg1 Billy*, *Tg1 Dialogo*; l'approfondimento sullo spettacolo *DoReCiakGulp*; *Tg1 Fa' la cosa giusta*, la pagina delle buone pratiche, dei diritti e della solidarietà; le rubriche *Cinemattina* e *Camera con Vista* trasmesse all'interno di *Uno Mattina*; l'informazione medica *Tg1 Medicina*; *Tg1 Motori* sul mondo delle auto e *Tg1 Persone* con i suoi ritratti filmati e parlanti di uomini e donne che, con la loro vita, raccontano i principali temi del nostro tempo.

La correttezza e il pluralismo dell'informazione, la scelta delle notizie, la cura delle immagini, la credibilità del racconto ed il rigore nei contenuti e nella predisposizione dei servizi sono gli elementi che fanno del Tg1 un telegiornale di garanzia rivolto a tutti gli italiani, un mix tra tradizione e

innovazione nell'attualizzazione dei linguaggi e degli argomenti.

**“Il Tg1 ripercorre nel proprio sommario la mission indicata per la tv dal mitico fondatore della BBC, Lord John Reith: informare, educare, divertire. Informare attraverso le principali notizie della giornata, educare con i ‘pezzi di servizio’ su temi fondamentali della vita dei cittadini, divertire con personaggi e cultura, attraverso la musica, il cinema e il teatro”.**

### Tg2

Il Tg2 è da sempre il telegiornale dell'approfondimento, dell'innovazione e della sperimentazione, elementi qualificanti per una testata del Servizio Pubblico.

Nel 2016 il Tg2 ha prodotto più di 1.000 ore di trasmissione tra telegiornali, rubriche, telecronache, 17 speciali e 10 edizioni straordinarie.

Numerosi gli eventi di rilevanza nazionale e internazionale che sono stati trattati e approfonditi attraverso una produzione mirata e con la presenza di inviati. Fatti di cronaca, di economia, di politica italiana ed estera, culturali, sportivi, fino alla scomparsa di grandi artisti quali David Bowie, Prince e George Michael. In particolare, il secondo semestre dell'anno è stato caratterizzato da un incremento di edizioni speciali e di approfondimenti sia all'interno dei Tg che per la copertura di spazi di rete per prime e seconde serate.

Una nuova linea editoriale legata all'immediatezza, al racconto in diretta, attraverso la presenza capillare di inviati sui luoghi dell'accaduto. Un prodotto completamente rinnovato, con molte storie inedite, con la presenza di ospiti in studio soprattutto nell'edizione delle ore 20:30, che ha incuriosito e attratto il telespettatore. I dati d'ascolto lo confermano, premiando l'edizione del Tg2 delle ore 20:30 che raggiunge un ascolto medio di 2.100.000 spettatori con uno share dell'8,1%.

L'emergenza terremoto ha impegnato la testata con programmazioni immediate e impegno capillare di numerosi inviati con l'utilizzo di troupe ENG, zainetti per i collegamenti in diretta sia nei Tg che nelle edizioni straordinarie, negli speciali e nelle rubriche. Un impegno che, oltre ad aver costantemente riferito e raccontato l'attualità

### ASCOLTO EDIZIONI MERIDIANE

Tg1  
22,3%  
SHARE

Tg2  
16,1%  
SHARE

Tg3  
10,1%  
SHARE

TGR  
14,8%  
SHARE

### ASCOLTO EDIZIONI SERALI

Tg1  
24,2%  
SHARE

Tg2  
8,1%  
SHARE

Tg3  
10,2%  
SHARE

TGR  
11,5%  
SHARE

degli eventi, ha dato sempre voce alle storie dei protagonisti e alle loro drammatiche esigenze. L'emergenza è tuttora in atto in più zone del nostro Paese e il Tg2 mantiene quotidianamente la copertura editoriale.

Un altro capitolo che ha impegnato il Tg2 con la presenza capillare di inviati nei luoghi colpiti è quello dedicato agli attentati di natura terroristica e ad altri eventi internazionali come il tentato golpe in Turchia, la Brexit e la scomparsa di Fidel Castro.

Un evento internazionale di particolare rilievo, che ha visto protagonista il Tg2, sono state le Elezioni Americane. Per l'occasione – all'interno dell'ampia copertura che le Testate televisive e radiofoniche, le reti e i canali specializzati della Rai hanno dedicato all'evento con notizie, servizi, rubriche, speciali, exit poll, proiezioni e approfondimenti – è stato prodotto lo speciale di prima serata *Hello America*, realizzato in sinergia con gli inviati presenti negli Usa durante la competizione elettorale, impiegando una nuova scenografia rinnovata per l'occasione.

Per dar corso al dibattito sul referendum costituzionale, il Tg2 ha realizzato *Il Confronto*, una nuova rubrica con un format innovativo che per tempi, modalità, quantità e varietà di domande ha garantito in termini assoluti il rispetto della par condicio e ha offerto ai telespettatori una pagina inedita sul dibattito politico. In onda tutti i giorni dal lunedì al venerdì per cinque minuti, *Il Confronto* ha realizzato un'intervista doppia in uno schema grafico nuovo – quello delle due finestre con i protagonisti in primo piano – : quattro domande e 40 secondi il tempo di risposta per gli esponenti del *Si* e del *No*. *Il Confronto* è stato il primo degli appuntamenti speciali dedicati al referendum, una programmazione volta ad assicurare una completa e paritaria informazione ai cittadini italiani sulla consultazione del 4 dicembre.

Elemento di unicità per il Tg2 sono anche le sue 13 rubriche. Prima fra tutte il *Tg2 Dossier*, da sempre presente nella testata, focus settimanale sui fatti più importanti. Ma si confermano anche i successi di *Dossier Storie* (racconti di vita, di personaggi e di storie inedite), *Mizar* (eventi e personaggi dell'arte e della cultura), *Tg2 Punto di Vista* (eventi della settimana), *Costume e Società* (visione nazionale ed internazionale sulle tendenze e sui costumi), *Medicina 33* (storica rubrica di informazione medica), *Tg2 Motori* (novità del settore automobilistico con particolare attenzione ai prodotti green power), *Si Viaggiare* (percorso tra le bellezze artistiche e archeologiche che raccontano soprattutto il nostro Paese), *Eat Parade* (eccellenze enogastronomiche italiane), *Cinemattineé*

(produzione cinematografica con interviste a registi e attori), *Achab libri* (produzione letteraria con interviste agli scrittori), *Tg2 lavori in corso* (striscia quotidiana con spazi dedicati al sociale, al territorio, all'arte, all'economia domestica, alle associazioni di volontariato), *Tutto il bello che c'è* (le storie positive di volontariato e solidarietà che raramente trovano spazio nei telegiornali).

Nel 2016 il Tg2 ha incrementato sensibilmente l'offerta web, rinnovando il sito e aprendo con i telespettatori, attraverso i propri account, un rapporto di fidelizzazione. Ha lanciato campagne di condivisione in occasione di eventi speciali, durante i quali è stato allestito uno studio social in collegamento diretto con quello principale per dar voce, attraverso immagini e messaggi, agli utenti digitali. Sempre attraverso il sito web, i telespettatori sono stati protagonisti di campagne editoriali trasferite poi all'interno degli stessi Tg (*#l'alberopiubello* durante il periodo delle festività natalizie), iniziative che hanno incrementato sensibilmente il numero dei fruitori del web.

***“Il tratto distintivo del Tg2 è la sperimentazione: realizzare un prodotto informativo completamente differente da altri telegiornali, con storie inedite, che incuriosiscono e attraggono il telespettatore, rispettando comunque integralmente i principi del Servizio Pubblico”.***

### Tg3

Il Tg3 è il telegiornale della diretta e degli approfondimenti che porta il telespettatore nel cuore degli avvenimenti e dei fatti, oltre le apparenze. Pochi racconti di palazzo e molta vita reale con i problemi che la gente vive ogni giorno narrati dai protagonisti, spesso ospiti in studio.

È il Tg che va subito in onda in diretta con edizioni speciali sulle emergenze, sia di cronaca italiana sia estera. Con circa 900 ore trasmesse tra notiziari e rubriche, il Tg3 continua a consolidare il rapporto di fiducia con il proprio pubblico; un pubblico molto informato, esigente, aperto ai media digitali, che ricerca da un lato l'approfondimento e dall'altro la chiarezza e la sintesi.

Lo share medio del 2016, per l'edizione delle 19:00, è stato del 10,2% con oltre 1.600.000 spettatori e mostra ascolti in crescita. Nell'edizione delle 12:00 – unico Tg Rai realizzato a Milano – è stato accentuato l'uso di collegamenti in diretta con la rete dei corrispondenti Rai dall'estero e con gli inviati

sul territorio, garantendo la copertura di tutti gli avvenimenti e con una maggiore attenzione ai temi destinati ad avere uno sviluppo nel corso della giornata.

Il Tg3 Giorno delle 14:20, con uno share superiore al 10,1%, è particolarmente attento ai problemi dei consumatori e delle famiglie, con la presenza quotidiana di ospiti.

In ripresa l'informazione serale: *Linea Notte* è stabilmente sopra il 5% di share e si conferma luogo privilegiato di commento e analisi.

Negli ultimi mesi dell'anno l'offerta è stata ulteriormente diversificata anche grazie ad un restyling grafico delle diverse edizioni.

Ma il Tg3 non è solo telegiornali: numerose sono le rubriche che lo caratterizzano.

Molto positivo il primo bilancio di *Tg3 nel Mondo*, il nuovo appuntamento di politica estera che il sabato sera offre uno spaccato della situazione internazionale con ospiti da tutto il mondo che intervengono in diretta.

L'informazione di servizio si conferma con il *L.I.S.*, il Tg nel linguaggio dei segni, e con *Fuori Tg* che ha irrobustito il legame con i telespettatori che intervengono in diretta in ogni puntata attraverso Twitter.

Per non dimenticare le altre rubriche 'storiche' del Tg3 come *Fuori Linea*, della redazione cultura, con i suoi servizi presentati da un luogo d'arte, un museo, un luogo storico, una mostra, un teatro; *Agenda del Mondo*, reportage di politica estera, raccontata attraverso le storie e la vita quotidiana dei protagonisti, personaggi anche non famosi, ma rappresentativi della realtà in cui sono inseriti; *ChiediScena*, dedicata agli spettacoli dal vivo, alla danza e al teatro; *Pixel*, rubrica di tecnologia e innovazione delle novità del web e delle tecnologie legate a nuove fonti di energia e ambiente; *Persone*, che propone storie di vita raccontate in prima persona, interessanti per originalità e curiosità.

Importante l'impegno sui social e su internet con la possibilità di rivedere on line tutte le edizioni del Tg e le rubriche. La pagina web è caratterizzata anche dalla presenza di una vignetta satirica animata e da rubriche dedicate alla tecnologia, all'invito alla lettura, ai fumetti. Prima testata ad utilizzare i social network, il Tg3 ha più di 1.52.000 utenti di Facebook e su Twitter è seguito da oltre 173 mila follower, con numeri in costante ascesa.

**“Il Tg3 si conferma un telegiornale capace di far crescere gli ascolti e il gradimento dei telespettatori, grazie alla sua forte identità riconosciuta da un pubblico che apprezza l'approfondimento delle notizie”.**

## TGR

### La TGR è la testata da e per il territorio.

La testata Giornalistica Regionale riveste un ruolo strategico nell'ecosistema delle news del Servizio Pubblico.

L'efficiente copertura informativa in occasione delle numerose emergenze che hanno purtroppo caratterizzato il 2016 ha confermato, qualora ve ne fosse bisogno, il valore aggiunto di una copertura capillare del territorio, che è infatti uno dei fondamentali punti di forza di Rai nel confronto con gli altri operatori.

La mission delle redazioni regionali è prioritariamente raccontare il territorio in tutte le sue sfaccettature, strutturando un rapporto solido e 'fiduciario' con i cittadini che possono contare non solo sui notiziari televisivi e radiofonici, ma anche su approfondimenti, come *Buongiorno Regione*, dove trovano spazio le segnalazioni, i suggerimenti, le denunce della società civile. Dove hanno voce l'associazionismo, i movimenti e le istanze culturali e sociali spesso poco conosciute. In questo senso, le numerose campagne sociali avviate dalla testata hanno avvicinato ancor di più la TGR alla collettività, ossia la Rai a tutti i cittadini, ovunque questi si trovino.

Tanti i temi affrontati, dalla sicurezza sul lavoro, al mondo della scuola, agli anziani, con riscontri significativi da parte del pubblico.

Così come alto si mantiene il gradimento dei telespettatori per i due Tg principali, quello delle ore 14:00 e quello delle ore 19:30. Di fatto rimangono i picchi di ascolto di Rai 3, con rispettivamente il 14,8% e l'11,5% di share. Sul finire dell'anno e con l'avvio del nuovo si sono registrati record del 17,9% per il Tg delle 14:00 con ben 3.131.000 telespettatori e per il Tg delle 19:30 che ha realizzato il 13,5% di share e 3.129.000 telespettatori.

La narrazione delle emergenze che affliggono il Paese è costante. Basti pensare che le telecamere della TGR, accese il 24 agosto, non si sono mai spente continuando a raccontare quotidianamente, ora per ora, la terribile tragedia del terremoto nel centro Italia.

La TGR è anche eccellenza attraverso le sue rubriche nazionali, tra le quali spicca il Tg della Scienza e dell'Ambiente. *Leonardo*, da quest'anno rinnovato nel suo format ed ampliato nella durata, è un riferimento da 20 anni per il pubblico di Rai 3. La rubrica ha ottenuto una punta del 10,1% di share e 1.582.000 telespettatori, risultato ancora più importante tenendo conto della importante programmazione

delle reti ammiraglie. Tanti temi trattati, con rigore e semplicità per avvicinare anche coloro che privi di solide basi specialistiche sono però attratti dal mondo della scienza.

L'esperienza degli ultimi anni, non solo in tema di emergenze, ha ulteriormente mostrato la necessità, da un lato, di conservare e valorizzare il ruolo dei presidi informativi territoriali, e, dall'altro, di ottimizzare le risorse, sfruttando al meglio l'evoluzione tecnologica ed adottando modelli organizzativi e produttivi più snelli e sempre più efficaci.

Del resto, tutti i principali servizi pubblici europei presidiano, seppur con modelli e perimetri editoriali differenti, l'offerta destinata alle realtà locali.

Nell'ambito del riposizionamento dell'offerta news nel nuovo mercato digitale, la testata giornalistica regionale svolge un ruolo importante per il potenziamento dell'offerta sul web.

Grazie alla capillarità dei presidi geografici e a circa 700 giornalisti, la TGR garantisce una presenza costante sul territorio, consentendo alla Rai di essere tempestivamente nei luoghi dove avvengono i fatti più importanti per il Paese.

**“Nel 2016 la TGR ha avviato la sperimentazione della nuova offerta web ed ha lanciato una massiccia presenza sui social rendendola una tra le testate più seguite”.**

## Rai Parlamento

**Rai Parlamento è la testata giornalistica che informa i cittadini sulle attività del Parlamento nazionale e del Parlamento Europeo, in stretta connessione con gli sviluppi dell'attività politica.**

Rai Parlamento, oggetto di una revisione editoriale iniziata a partire dagli ultimi mesi del 2016 – anche a livello di immagine, più moderna anche grazie all'uso di grandi videowall e led che migliorano i contributi video e la grafica – è l'interlocutore diretto delle istituzioni parlamentari.

Anche nel 2016, la testata ha realizzato telegiornali, approfondimenti, puntate dei *Programmi dell'accesso* e curato le dirette dei lavori dalle aule di Montecitorio e Palazzo Madama (*Question time* e eventi istituzionali e politici); un impegno particolare è stato garantito per l'organizzazione e la cura del ciclo di *Tribune* e messaggi autogestiti per il referendum costituzionale.

La cifra stilistica ha virato verso un linguaggio politico meno tecnico e più vicino ai cittadini – nei testi, nelle interviste, nelle analisi e nei pareri degli esperti – con un importante uso dell'infografica, particolarmente efficace per illustrare, in modo chiaro e semplice, sia passaggi istituzionali e temi fondamentali della discussione politica e legislativa del Paese sia approfondimenti con i protagonisti delle vicende politiche della settimana e il racconto delle storie e dei luoghi oggetto di provvedimenti legislativi.

Storici appuntamenti di Rai Parlamento, le *Tribune elettorali* ed i *Programmi per l'accesso*, in occasione del referendum costituzionale, sono stati anch'essi rinnovati adottando una scenografia e una grafica nuove, un format più veloce ed è stato introdotto il faccia a faccia in seconda serata con ospiti di primo piano. Il riscontro negli ascolti e nel gradimento degli ospiti, riconosciuta l'imparzialità, l'equilibrio e l'accesso a tutti i soggetti, come nella tradizione del Servizio Pubblico, è stato molto positivo.

Rai Parlamento non è solo Italia: un'attenzione particolare è dedicata alle istituzioni e ai temi europei. Nel settimanale *Punto Europa*, il resoconto dei lavori dei palazzi delle istituzioni europee e le storie dell'Europa delle opportunità, dei giovani, degli ideali che ci uniscono dopo 60 anni.

## Fiction

Rai Fiction è responsabile della produzione di fiction e cartoni animati per la messa in onda sulle reti generaliste e sui canali specializzati.

L'impegno di Rai per la promozione della produzione audiovisiva italiana ed europea è nello stesso tempo uno dei cardini della missione di Servizio Pubblico, per raccontare l'Italia nella sua contemporaneità e nella sua storia, per promuovere il talento e l'industria audiovisiva nazionale, per sostenere l'innovazione e la proiezione internazionale delle nostre opere.

Il primo dato che emerge dall'analisi della fiction Rai nel 2016 è che per la prima volta l'offerta si è articolata in modo differenziato sulle tre reti generaliste – Rai 1, Rai 2 e Rai 3 – con linee editoriali distinte e con una più chiara definizione dell'offerta per le diverse serate della settimana di Rai 1.

Rai 1 nel 2016 ha trasmesso 119 serate di fiction in prima visione totalizzando un ascolto medio di 5,2 milioni e uno share del 20,6%. Alle serate di prima visione, si sono aggiunte 38 serate di fiction in replica, che hanno ottenuto in media il considerevole risultato del 16,9% di share. L'offerta complessiva di fiction nella prima serata di Rai 1 è stata pertanto di 157 serate, pari al 43% dell'offerta totale, con un risultato di share del 19,8% (repliche incluse).

Al dato di Rai 1 – che sia per volume dell'offerta sia per risultati di ascolto rende la fiction di rete non solo leader in Italia, ma anche tra i primissimi player in ambito europeo – si aggiunge un risultato di particolare valore conseguito dalla fiction per Rai 2.

Rai 2 ha infatti trasmesso lo scorso anno 12 serate di fiction inedita, con un ascolto medio di 3.250.000 spettatori e uno share medio del 12,5%.

L'offerta di Rai 3 ha visto la messa in onda di 6 serate in prima visione, con uno share del 4,8% e di 251 puntate della serie *Un Posto al Sole* che, con una media quotidiana dell'8% di share, hanno contribuito in modo significativo al rafforzamento della fascia di prime time di rete.

Complessivamente Rai 1, Rai 2 e Rai 3 nel 2016 hanno trasmesso 137 serate di fiction inedita e 50 serate di fiction in replica (pari al 36% delle prime visioni), repliche che assicurano una ricaduta positiva anche sul costo del palinsesto.

Dall'analisi degli ascolti si evince quanto, nonostante la moltiplicazione delle piattaforme e lo sviluppo della fruizione individuale, le fiction Rai siano ancora in grado di raccogliere platee di pubblico molto grandi.

Questo vale per le proposte di Rai 1 che nel 2016 continua a confermarsi la rete leader grazie a un'offerta articolata dal punto di vista dei generi e al sapiente mix di novità e classici rinnovati.

Tra i fiori all'occhiello della prima rete i tv movie della collection *Il commissario Montalbano*, che a 17 anni dalla prima uscita, hanno ottenuto nel 2016 gli ascolti più alti di sempre, con quasi 11 milioni di spettatori e oltre il 40% di share. Risultati che in termini assoluti sono non solo rarissimi in Europa, ma notevoli anche se comparati al ben più ampio mercato americano dove sono poche le serie che superano i 10 milioni di ascolto in prima visione.

Un discorso analogo si può fare per *Don Matteo*, la cui eccezionalità – anche nell'edizione numero 10 – è di unire un formato di lunga serialità con uno share medio che rasenta il 30%.

La possibilità della fiction di continuare a raggiungere platee così vaste nell'offerta generalista è legata, in particolare, anche alla capacità di diventare "evento": un appuntamento imperdibile che va visto in diretta perché diventa l'argomento di cui parlare in famiglia e con gli amici e da commentare live sui social media (dove le fiction Rai sono spessissimo trend topic).

È quanto accaduto, per esempio, per la grande coproduzione internazionale *Medici - Masters of Florence*, kolossal già venduto in Europa, Nuova Zelanda, Israele, Giappone, India e Australia, che racconta il Rinascimento italiano attraverso le vicende della celebre famiglia di banchieri e mecenati fiorentini.

Un titolo pensato appositamente per il nuovo mercato mondiale, interamente girato in lingua inglese, che testimonia l'impegno della Rai a portare l'immagine dell'Italia al di fuori delle frontiere per confrontarsi con l'estero ed entrare nel circuito di produttori di serie globali.

Analogo il caso de *La mafia uccide solo d'estate*, adattamento seriale dall'acclamato film di Pif. Un'opera che spicca per originalità e discontinuità per la modalità di mettere in scena un racconto civile attraverso la vita di una famiglia nella Palermo del 1979.

Venendo a una più dettagliata disamina dei generi, nell'ambito delle fiction civili sono stati soprattutto titoli legati a storie vere a coinvolgere e mobilitare il grande pubblico: da Felicia Impastato (*Felicia Impastato*) a Lucia Annibali (*Io ci sono*), dal poliziotto Roberto Mancini (*Io non mi arrendo*) al sindaco pescatore Angelo Vassallo (*Il sindaco pescatore*), da Boris Giuliano (*Boris Giuliano - Un poliziotto a Palermo*) alla professoressa Mirella Casale (*La classe degli asini*).

## Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione

1. Io non mi arrendo
2. I Medici
3. Il commissario Montalbano
4. Il sindaco pescatore
5. L'allieva
6. Rocco Schiavone
7. Io ci sono





Si tratta di un'indicazione editoriale di cui tenere conto anche nello sviluppo dei futuri progetti di fiction, consapevoli della delicatezza e della difficoltà di raccontare figure realmente esistite o addirittura esistenti, ma anche della straordinaria forza che una storia vera può rappresentare per il pubblico.

Un'altra fonte di ispirazione per la fiction Rai si è dimostrata la letteratura italiana contemporanea, in particolare nella declinazione del genere crime – da Camilleri (*Il commissario Montalbano*) a Manzini (*Rocco Schiavone*) – ma anche nel genere più leggero della commedia giallo-rosa, con la fortunata trasposizione dei romanzi di Alessia Gazzola *L'allieva*.

Tra i titoli del 2016 le lunghe serialità *Tutto può succedere* ed *È arrivata la felicità* sono state capaci di rinnovare il family tradizionale dal punto di vista dei contenuti – rendendolo più aderente ai temi e ai conflitti sociali del nostro tempo – ma anche del linguaggio e dello stile di regia, mantenendo però immutata la profondità tematica e il calore emotivo tipici del genere.

Dove l'innovazione è maggiormente evidente non solo per i contenuti editoriali, ma per la stessa

esistenza di una linea di offerta originale, è nella fiction prodotta per Rai 2 e Rai 3.

Gli ottimi risultati del ritorno de *L'ispettore Coliandro* e ancor più lo straordinario successo – in termini di ascolti e di immagine – della serie *Rocco Schiavone*, realizzata in collaborazione con Beta Film, hanno acceso la luce su prodotti capaci di differenziarsi dall'offerta destinata alla rete ammiraglia.

Si tratta, infatti, di una serialità più moderna, scanzonata e scorretta nei contenuti, ma soprattutto originale nel linguaggio, in grado di coinvolgere un pubblico nuovo e più smalizzato.

Per quanto riguarda Rai 3, la trasmissione dei nuovi episodi di *Non uccidere* conferma il lavoro di innovazione produttiva condotto da Rai Fiction con la collaborazione del centro di produzione televisivo Rai di Torino. La serie rappresenta uno dei migliori esempi di produzione a basso costo ma dagli altissimi standard qualitativi.

La prima stagione, molto apprezzata dalla critica a livello internazionale, anche grazie al lavoro di distribuzione di Rai Com, è stata venduta in molti Paesi e sarà trasmessa sul canale franco-tedesco Arte, quasi in contemporanea con l'uscita della seconda stagione su Rai 3.

Un successo che, insieme a quelli ottenuti da *Medici - Masters of Florence* e *Rocco Schiavone*, conferma quanto la fiction italiana – e la fiction Rai in particolare – stia diventando una realtà da seguire nel mondo dell'audiovisivo internazionale.

1. La mafia uccide solo d'estate
2. Don Matteo 10



## Cinema

Nel 2016 Rai Cinema ha proseguito l'attività di acquisizione di film e di fiction con l'obiettivo di arricchire il palinsesto Rai.

La società, inoltre, mantiene un ruolo di primo piano nell'attività di produzione cinematografica nazionale ed europea e nell'attività di sfruttamento commerciale attraverso O1 Distribution.

### Acquisti prodotto tv

Per ciò che riguarda l'attività di approvvigionamento per le reti, si segnala il rinnovo dell'Accordo quadro tra CBS e Rai per il biennio di produzione USA 2017-2018. Il prosieguo di questa partnership strategica garantisce un accesso privilegiato al prodotto premium sotto il profilo editoriale e commerciale, utile ad assicurare la composizione di un'offerta competitiva. L'accordo consente di prolungare il rapporto di esclusiva Free tv, con holdback vs Pay, per le produzioni televisive originali della major statunitense che da anni rappresentano il caposaldo dell'offerta fortemente identificativa di Rai 2 e di Rai 4.

Ulteriore operazione strategica, in linea con il posizionamento editoriale delle reti, è l'accordo con la 20<sup>th</sup> Century Fox International Television per le annualità 2016-2018 che andrà ad alimentare i palinsesti di tutti i canali. Sono stati acquisiti titoli cinematografici e televisivi di elevata qualità, current e di library, diversi per genere, caratteristiche e target, che consentiranno di rinnovare e rendere competitiva la programmazione cinema delle reti Rai. Tra i principali titoli acquisiti: *Il ponte delle spie* di Steven Spielberg con protagonista Tom Hanks, *Il cigno nero* di Darren Aronofsky con l'attrice premio Oscar Natalie Portman, *La vita di Pi* del premio Oscar Ang Lee, *Una notte al museo*, commedia diretta da Shawn Levy, ed i relativi due sequel, *La mia vita è uno zoo* di Cameron Crowe con Matt Damon, *La risposta è nelle stelle* diretto da George Tillman Jr., la saga completa di *Alien* di Ridley Scott, *Il pianeta delle scimmie*, *Cocoon*, *Wall Street*, oltre a tutte le stagioni della serie cult degli anni novanta *X-Files*, acquisita per Rai 4.

Con Walt Disney è stato finalizzato un accordo che ha visto l'acquisizione di prodotto kids,

1. *In guerra per amore* di Pif
2. *La corrispondenza* di Giuseppe Tornatore
3. *La pazza gioia* di Paolo Virzì
4. *La ragazza del treno* di Tate Taylor
5. *The hateful eight* di Quentin Tarantino
6. *Veloce come il vento* di Matteo Rovere



indispensabile per i canali Rai Ragazzi, di serie live action di forte appeal per le reti, oltre alle serie in prosecuzione di successo che derivano dagli accordi precedenti come *Criminal Minds*, *Scandal*, *How to get away with murder*.

Ad integrare l'offerta cinematografica di tutte le reti, arrivano 80 titoli acquisiti da società quali Lucky Red, Europictures, Good Films, Bim, Academy Two, Red Film, Koch Media, Movies Inspired e Videa. Sono, invece, ad uso esclusivo dei canali specializzati i film acquisiti da distributori, anche italiani, quali Ga&A, Adler, 30 Holding, Blue Swan, DNC, Cult, Wider e PFA.

Relativamente al prodotto più specificatamente televisivo, un'ampia selezione proviene dalle società tedesche ZDF, Beta e Global Screen che, in virtù di una partnership consolidata, forniscono una quantità consistente di prodotto per la programmazione di tutte le fasce.

Con riferimento ai titoli internazionali acquisiti in modalità full rights, il costante monitoraggio delle tendenze del cinema mondiale e la partecipazione ai più importanti mercati internazionali hanno permesso a Rai Cinema di arricchire il listino di nuovi titoli:

- *Dalida* di Liza Azuelos, con Sveva Alviti, Riccardo Scamarcio, Alessandro Borghi e Vincent Perez (co-prodotto con Pathè), film trasmesso in prima serata Rai 1 il 15 febbraio 2017, in occasione dei 50 anni dalla morte di Luigi Tenco e dei 30 anni dalla morte di Dalida;
- *Works without an Author* di Florian Von Donnersmarck (co-prodotto con Beta), autore premio Oscar di cui Rai Cinema ha già acquisito e distribuito con enorme successo i primi due lungometraggi, *Le Vite degli Altri* e *The Tourist*;
- *Molly's Game* di Aaron Sorkin, adattamento del libro di memorie di Molly Bloom, interpretata da una straordinaria Jessica Chastain.

Si evidenzia, poi, il nuovo accordo quadriennale concluso con Leone Film Group per rifornire i listini di O1 Distribution di prodotto internazionale pregiato. L'accordo, che si sostanzia principalmente come service distributivo, assicurerà, oltre ad una corposa library free tv di lunga durata utilizzabile su tutte le reti, prodotto di forte appeal per i listini theatrical e home video di O1 Distribution.

### Produzione cinematografica

Nel corso del 2016, Rai Cinema ha contribuito alla realizzazione di moltissimi titoli che compongono un'ampia e differenziata offerta di prodotto.

Tra i film completati o in fase di post-produzione ricordiamo: la nuova commedia di Massimiliano Bruno, *Beata ignoranza*, che racconta l'amicizia

ormai in frantumi tra due professori di liceo; *Non è un Paese per giovani* di Giovanni Veronesi, viaggio di due amici a Cuba in cerca di fortuna; *Brutti e cattivi*, film d'esordio di Cosimo Gomez, commedia noir; *L'intrusa* di Leonardo Di Costanzo, storia di lotta individuale ed emancipazione sociale, ambientata a Napoli; *Nico, 1988* di Susanna Nicchiarelli, cronaca dell'ultimo anno di vita di un'icona della musica internazionale; il nuovo progetto di Paolo e Vittorio Taviani, *Una questione privata*, tratto dall'opera di Beppe Fenoglio; *Questione di Karma* di Edoardo Falcone che racconta del bizzarro rapporto tra il figlio di un ricco imprenditore morto suicida e un piccolo truffatore; *Smetto quando voglio Masterclass* e *Smetto quando voglio Revolution* di Sydney Sibilia, i due sequel della fortunata commedia corale su un gruppo di ricercatori universitari; il film di Francesca Comencini *Amori che non sanno stare al mondo*, commedia romantica sulla storia di un grande e tormentato amore; il noir poliziesco di Toni D'Angelo, *Falchi*, ambientato a Napoli; *MUN-Metti una notte*, esordio alla regia di Cosimo Messeri, commedia surreale in cui i personaggi affrontano ogni tipo di assurda avventura; *Il ragazzo invisibile 2* di Gabriele Salvatores, secondo episodio sul giovane supereroe che cercherà di capirne di più sulle proprie origini; *Sicilian ghost story* opera seconda dei due registi Antonio Piazza e Fabio Grassadonia in cui si racconta una terribile vicenda di mafia degli anni 90; *Cuori Puri*, opera prima di Roberto De Paolis, storia di una giovane ragazza combattuta tra il proprio voto di castità fino al matrimonio e l'amore per un ragazzo poco più grande di lei; la commedia di Alessandro Pondi dal titolo provvisorio *Martino dove sei?*, in cui due amici organizzano la finta sparizione di uno dei due; *A casa*, commedia di Antonio Albanese, nella quale un milanese doc decide di riportare in Africa due senegalesi; *Addio fottuti musi verdi* di Francesco Capalbo aka Francesco Ebbasta, primo film dei The Jackal, irriverente storia di un giovane disoccupato napoletano che viene assunto dagli alieni; il nuovo film dei Manetti Bros, dal titolo provvisorio *Ammore e malavita*, storia di un boss che si finge morto per godersi i soldi all'estero con la moglie; *La tenerezza* di Gianni Amelio, storia di due famiglie in una Napoli inedita, lontana dalle periferie; *Rosso Istanbul* di Ferzan Ozpetek storia di uno scrittore ritornato ad Istanbul dopo essersene volontariamente allontanato, a seguito della perdita della compagna.

Tra i progetti in preparazione segnaliamo: *Il libro delle visioni* di Carlo Hintermann, una produzione internazionale che racconta i problemi personali e le scoperte scientifiche di una ricercatrice; *Hotel Gagarin*, opera prima di Simone Spada girata tra l'Italia e l'Armenia; l'opera prima di Brando De Sica, *Mimi il principe delle tenebre*, bizzarra e

originale incursione nel racconto gotico nei vicoli di una Napoli inedita e notturna; *Troppa Grazia* di Gianni Zanasi, 'commedia mistica' su una giovane donna che in un momento di crisi personale inizia ad avere delle strane apparizioni.

Tra gli sviluppi: *Lazzaro felice*, di Alice Rohrwacher, favola moderna sospesa tra presente e passato, tra città e campagna; *Menocchio* di Alberto Fasulo che ricostruisce la biografia di Domenico Scandella, in arte Menocchio; *Ride*, opera prima di Valerio Mastandrea che descrive la personale elaborazione del lutto da parte di una famiglia di un operaio morto in fabbrica; *Essere* di Leonardo Guerra Seràgnoli, in cui viene raccontato un futuro non troppo lontano; *Il traditore* di Marco Bellocchio, ispirato alla figura di Tommaso Buscetta, importante pentito di mafia della storia italiana; di Cosimo Gomez, *Sangue Gruppo Zero*, noir metropolitano dai toni cupi e drammatici; *Guida Romantica a posti sperduti*, opera terza di Giorgia Farina, bizzarro viaggio di due sconosciuti; di Matteo Garrone lo sviluppo tratto dal *Pinocchio* di Collodi e, infine, *Strangers in paradise*, che sarà il film 'americano' di Gabriele Salvatores, tratto dal libro *Se ti abbraccio non aver paura* di Fulvio Ervas, road movie con protagonisti un padre e un figlio.

### Produzione di documentari

Per quanto riguarda il cinema del reale e documentario, nel 2016 Rai Cinema ha attivato 56 documentari in continuità con le proprie linee editoriali e con il mandato di sostegno agli autori e produttori indipendenti.

Accanto ai nuovi progetti di registi ormai noti (Davide Ferrario, Roberto Minervini, Pippo Delbono, Martina Parenti e Massimo D'Anolfi, Francesco Munzi e altri), la società ha investito negli esordi di nuovi talenti come Giovanni Totaro (*Happy Winter*), Federica di Giacomo (*Liberami*), Silvia Bellotti (*Il martedì e il venerdì*) e Martina Di Tommaso (*La via della felicità*).

Tra gli altri progetti, vanno segnalati *Fuori Fuoco*, realizzato da sei detenuti del carcere di Terni che diventano registi per raccontare la loro vita dietro le sbarre; *Pino Daniele, Il tempo resterà* di Giorgio Verdelli, grande omaggio al musicista partenopeo scomparso due anni fa, e *Alla ricerca delle radici del male* di Israel Moscati, terzo capitolo della trilogia del 'viaggio nell'animo dei figli della Shoah', che mette a confronto il dolore dei figli e dei nipoti della Shoah con il senso di colpa dei figli e dei nipoti dei nazisti.

Il 2016, sul fronte documentaristico, è stato l'anno di *Fuocoammare*: vincitore dell'Orso d'Oro a Berlino e dello European Film Awards

per il miglior documentario europeo, candidato a rappresentare l'Italia agli Academy Awards e venduto in oltre 60 Paesi; su Rai 3 in prima serata, il 3 ottobre, ha fatto registrare un ascolto straordinario, pari a 2,5 milioni di telespettatori.

### Presenza ai festival

L'anno si è aperto con la prestigiosa vittoria di *Fuocoammare* di Gianfranco Rosi, Orso d'Oro al Festival di Berlino, il primo di una serie di riconoscimenti che l'opera ha raccolto in tutto il mondo: è stata presentata in oltre 50 festival internazionali vincendo, tra gli altri, gli European Film Awards (EFA) come migliore documentario. Da ultimo, è stato selezionato nella cinquina dei documentari che hanno concorso agli Oscar 2017 ed è stato in *nomination* per i Cesar nella sezione Miglior documentario.

Sei i film selezionati per il Festival di Cannes: *Fai bei sogni* di Marco Bellocchio, *La pazza gioia* di Paolo Virzì e *Fiore* di Claudio Giovannesi, presentati alla Quinzaine des Réalisateurs; *Pericle il nero* di Stefano Mordini, selezionato nella sezione Un Certain Regard; *I tempi felici verranno presto* di Alessandro Comodin, alla Semaine de la Critique e *L'ultima spiaggia* di Thanos Anastopoulos e Davide Del Degan nella Selezione Ufficiale.

Numerosi sono stati i riconoscimenti raccolti dopo Cannes.

Ricordiamo innanzitutto i 16 David di Donatello, di cui ben 14 (7 ciascuno) assegnati a *Lo chiamavano Jeeg Robot* di Gabriele Mainetti e a *Il racconto dei racconti* di Matteo Garrone. A questi si aggiungono i 7 Globi d'Oro assegnati dalla stampa estera in Italia – tra i quali si distinguono di nuovo *Lo chiamavano Jeeg Robot*, vincitore come Miglior Film, e *Fuocoammare* che si è aggiudicato l'ambito Gran Premio della Stampa Estera – e i 15 Nastri d'Argento assegnati a Taormina dal Sindacato Nazionale Giornalisti Cinematografici Italiani a tanti nostri titoli, tra i quali ricordiamo *Non essere cattivo* di Claudio Caligari, vincitore del Nastro dell'Anno.

Alla Mostra d'Arte Cinematografica di Venezia, Rai Cinema ha partecipato con 17 titoli tra film, documentari, un film restaurato e due cortometraggi. Tra questi *La La Land* di Damien Chazelle, che ha permesso a Emma Stone di aggiudicarsi la Coppa Volpi come miglior attrice protagonista, e *Liberami*, il documentario di Federica di Giacomo sugli esorcismi in epoca contemporanea, che ha vinto il Premio Orizzonti.

Nella parte finale dell'anno, Rai Cinema è stata presente al Festival di Roma con 13 titoli, tra film e documentari, e al Torino Film Festival con 3 film.

## Distribuzione

Nel 2016 Rai Cinema ha distribuito 33 film per un box office totale di 52,5 milioni di Euro, quasi 9 milioni di biglietti venduti, attestandosi al 6° posto nella classifica dei distributori con una quota di mercato dell'8,4% sulle presenze.

I titoli che hanno avuto i migliori risultati sono: *The Hateful Eight* di Quentin Tarantino; *La Pazza Gioia* di Paolo Virzi; *La ragazza del treno* e *In guerra per amore* di PIF; da segnalare anche il docufilm *Fuocoammare*.

Infine, con la distribuzione di *Veloce come il vento*, Rai Cinema ha confermato il suo impegno nei confronti di registi giovani ed esordienti.

Rai Cinema, inoltre, si conferma la prima azienda italiana dell'Home Video e la quarta del mercato con una market share pari al 6% sulle novità 2016 e del 5% sull'intera library; il film *The Hateful Eight* di Quentin Tarantino è stato il 22° film più venduto del 2016 con oltre 70.000 copie distribuite.

## Accordi commerciali

Nel 2016, in linea generale, si conferma il trend in crescita della commercializzazione nei diversi canali distributivi successivi allo sfruttamento theatrical e home video, anche grazie allo sviluppo delle nuove piattaforme per gli sfruttamenti Est, Tvod e Svod.

Si evidenziano, in particolare, il rinnovo a ottobre 2016 degli accordi con le piattaforme Netflix e Timvision, la cessione a Sky Italia dei diritti Ppv/Tvod di un pacchetto di 12 titoli current e la vendita dei diritti airlines ad Alitalia con oltre 40 titoli (current e library).

Nel canale edicola, infine, grazie agli accordi in atto con Mondadori e con il Gruppo L'Espresso, si registra una consistente presenza di film di Rai Cinema.

L'impegno di Rai Cinema sul web continua ad essere in costante crescita. Il 2016 ha visto il consueto sostegno di Rai Cinema Channel alla promozione di tutti i film prodotti e coprodotti da Rai Cinema, sia con i live social sia con video report delle serate eventi e anteprime (Festival di Cannes, Nastri d'Argento, Ciak D'Oro, David di Donatello, Festival di Venezia, Festa del Cinema di Roma, proiezione di *Fuocoammare* a Lampedusa).

Contemporaneamente all'attività di promozione, il mercato dell'acquisto del cortometraggio ha visto consolidare il marchio Rai Cinema, soprattutto nell'ambito delle manifestazioni di settore più importanti d'Italia: Cortinametraggio, Festival di Lecce, Tulipani di seta nera.

Rai Cinema Channel è stato in prima linea anche nelle iniziative charity: 'La Partita del Cuore', per sostenere la ricerca a favore della 'Fondazione Bambino Gesù Onlus' e della 'Fondazione Telethon' e l'evento di presentazione del libro 'Sguardi d'attore. I volti di Rai Cinema', il cui ricavato è stato devoluto alla gestione della sala cinema del Policlinico Gemelli di Roma.

## La radio

La Radio è una componente originaria del Servizio Pubblico e un avamposto dell'ibridazione tra i media, esempio di convergenza tra piattaforme e consumi, banco di prova della Media Company Rai.

La proliferazione di contenuti, formati e interazioni web e social media descrivono un comparto radio profondamente integrato e innovativo, in grado di interpretare l'identità fluida del suono e di affermare la centralità del mezzo nello scenario digitale.

Da questo punto di vista l'estensione della rete Dab+ accompagna un processo di migrazione tecnologica ed editoriale in atto da tempo, già ben percepito dalla platea degli ascoltatori, in particolare gli utilizzatori abituali di device digitali.

Dalla fisionomia composita del mezzo, radicata nelle abitudini e protesa verso gli usi avanzati, deriva una molteplicità di compiti e sviluppi, non ultimo il confronto con un mercato che nel 2016 ha visto aumentare numero e qualità di operatori, offerte, sinergie tra gruppi concorrenti, mentre l'andamento degli investimenti pubblicitari ha invertito la dinamica non brillante degli ultimi anni.

Ne deriva anche l'impegno che RadioRai per prima ha assunto nella costituzione del Tavolo Editori Radio – TER Srl, la società degli Editori

radiofonici nazionali e locali nata nell'aprile 2016 con l'obiettivo di ricostruire una nuova indagine sugli ascolti.

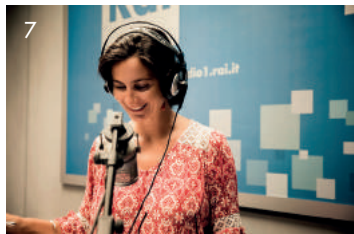
Il Dab+ rappresenta la priorità degli interventi infrastrutturali, insieme alla tutela e al potenziamento della Rete Fm. Un processo di sistema che attua le linee guida Agcom, al quale la Rai partecipa con le sue competenze tecnologiche, e sul fronte editoriale con il piano triennale di riposizionamento dei canali specializzati che razionalizza la presenza di RadioRai sul territorio mobile delle piattaforme digitali, prossimo campo di gioco di una competizione avanzata in cui l'apporto della Concessionaria dovrà essere decisivo.

Lo scenario del 2017 propone perciò una doppia occasione di confronto con le Istituzioni e il mercato: l'Indagine TER 2017 e il *work in progress* della Radio digitale. Appuntamenti che richiedono visione strategica e capacità di individuare opportunità di sviluppo e soluzioni sostenibili per un Servizio Pubblico che, pur non essendo *leader* di mercato, resta perno del sistema radiofonico.

Nel 2016 le principali linee di azione sono state:

- **qualificazione dell'offerta:** rinnovamento dei formati editoriali; miglioramento della struttura di palinsesto; sviluppo del palinsesto pubblicitario, anche mediante l'introduzione di nuovi formati (*product placement, branded content, station break, radio content, infactory*);
- **innovazione tecnologica e infrastrutturale:** *upgrading* App RadioRai per ascolto da device

1. Il *CaterRaduno* di Radio1, a Senigallia dal 4 al 9 luglio 2016
2. Tutte le voci di Radio2
3. Il commento calcistico di Riccardo Cucchi e Filippo Corsini ai microfoni di Radio 1
4. *Un giorno da pecora* su Radio 1 con Giorgio Lauro e Geppi Cucciari
5. La giornalista Emanuela Falcetti su Radio 1 con *Italia sotto inchiesta*
6. *Radio2 Live* e le performance dal vivo
7. Ilaria Sotis ai microfoni di Radio1 con *La radio ne parla*
8. *Non sono obiettivo* di Oliviero Toscani su Radio1
9. *Radio anch'io* con Giorgio Zanchini



mobili; migrazione da rete Isdn a protocollo IP (progetto RadioPorto); digitalizzazione dell'archivio storico;

- **conoscenza del mercato:** monitoraggio qualitativo dell'offerta RadioRai (panel Engagement Track, Gfk); analisi della composizione e struttura di palinsesto (RadioRai e concorrenti); analisi dei dati di ascolto (Radiomonitor) e di contatto (WebTrek);
- **palinsesto istituzionale e sociale:** gestione delle campagne di sensibilizzazione e raccolta fondi (Segretariato sociale); coordinamento editoriale, monitoraggio e reporting dei Piani di comunicazione Corporate (es. Telethon 2016);
- **attività internazionali:** celebrazione del World Radio Day (13 febbraio), spot multilingue e programmi dedicati; seminario Comunità Radiotelevisiva ItaloFona (Roma, 1-2 aprile); presentazione Radio 8 Opera al Plenary Meeting of Music Experts EuroRadio (Ginevra); meeting annuale Euroradio Users' Group (Roma, 24 giugno); partecipazione RadioRai al New Radio Day Ebu (Madrid, 13-14 ottobre);
- **premi e riconoscimenti:** premio Cuffie d'Oro / Radio Awards 2016, sezione Cultural Show, a Radio3 e Radio2.

## Canali

### Radio1 – Giornale Radio

Radio1 ha sviluppato la sua offerta con il dibattito, l'inchiesta, il reportage, tutto lo sport che conta e una scelta musicale non scontata. Un palinsesto sul filo delle notizie: 48 edizioni del Giornale Radio, tre rassegne stampa, inchieste, approfondimenti, reportage. 24 ore sempre in diretta, dagli speciali sull'emergenza terrorismo nei primi mesi dell'anno agli Europei di Calcio.

Radio1 è una rete di contenuti condivisi e rilanciati sul web e sulle piattaforme social: Facebook, Twitter, Instagram, lo streaming video realizzato con la app di Twitter *Periscope*, i programmi di punta in onda dal territorio, contribuiscono fare di Radio1 una vera e propria *community* in cui riconoscersi: attendibile, autorevole, meno 'palazzo' e più cronaca.

Le dirette no-stop hanno caratterizzato una prima parte dell'anno segnata dagli attentati di Bruxelles, da giornate speciali come il Primo maggio - con il racconto delle manifestazioni sindacali e dei *concertoni* di Taranto e Roma -, dalle elezioni amministrative nelle grandi città italiane, all'accesa campagna per la corsa alle presidenziali Usa. Radio1 ha seguito ogni avvenimento in presa diretta, con decine di ore di programmazione integrate dai notiziari ogni 30 minuti.

Ormai consolidata la rassegna stampa internazionale di *Voci del mattino*, l'offerta più

completa tra i Servizi pubblici europei: una selezione di *highlight* delle principali televisioni internazionali e di alcune emittenti escluse dai consueti circuiti informativi.

Mentre lo sport in tv è sempre più frammentato e in gran parte *pay*, Radio1 è il canale del Servizio Pubblico che offre *free* tutti gli eventi importanti: dal calcio alla Formula1, dalla pallavolo al Moto Gp, dal tennis al ciclismo, dal nuoto allo sci: 40 ore di radiocronache e servizi ogni settimana, 10 pagine sportive al giorno, circa 800 ore di programmazione solo nel primo semestre. Con tutte le radiocronache di calcio - serie A e B - più Champions League, Europa League, la Nazionale maggiore e Under 21, la Tim Cup, il basket e la pallavolo. Pronti a raccontare la grande estate di *Euro 2016* - con tutte le partite in diretta dagli stadi di Francia - e le Olimpiadi di Rio.

In occasione del terremoto del 24 agosto sono state più di 30 le ore di diretta con un ingente sforzo produttivo che ha coinvolto 11 inviati e decine tra giornalisti e tecnici.

La copertura di Radio1 ha riscosso ampio riconoscimento nell'opinione pubblica e sui media, portando all'attenzione internazionale le voci dei protagonisti a cominciare dal sindaco Pirozzi, il cui grido di dolore "Amatrice non c'è più", pronunciato pochi minuti dopo il sisma ai microfoni di Radio1, ha fatto il giro del mondo.

L'attività di copertura del sisma con Fili diretti ed Edizioni speciali del Gr non si è limitata alle prime scosse ma è proseguita in occasione degli eventi di fine ottobre ed è continuata anche quando l'attenzione dei media si è abbassata raccontando giorno per giorno i disagi degli sfollati, il sopraggiungere dei rigori dell'inverno, il clima particolare delle festività natalizie trascorse nei centri in macerie.

A fianco di questa attività eccezionale si è intensificata quella ordinaria del Giornale Radio, con il varo di due nuove edizioni del Gr2 (durata 3') in onda alle 21.30 ed alle 23.30; è stata inoltre accresciuta la copertura degli eventi quotidiani nell'ambito dei Gr già esistenti, con un aumento del numero di servizi e delle notizie trasmessi.

L'aumento dell'impegno ordinario e straordinario ha accresciuto la percezione di Radio1 e Gr come frontiera avanzata dell'informazione Rai e risponde all'obiettivo di fidelizzare ed espandere il bacino degli ascoltatori interessati al prodotto informativo.

A questo ha concorso anche la programmazione dei tradizionali contenitori di canale, da *Radio Anch'io* a *La radio ne parla*, da *Restate scomodi* ad *Italia sotto inchiesta*, da *Zapping* a *Voci del Mattino* alle rassegne stampa, nazionale ed internazionale.

Per presidiare segmenti tematizzati come quello dell'innovazione tecnologica, degli stili di vita e della sanità sono proseguite trasmissioni come *Eta Beta*, *Mary pop* e *Life*.

Notevole interesse ha suscitato l'avvio sui Radio1 della programmazione di *Un giorno da pecora*, che non ha subito contraccolpi con lo spostamento di canale ed ha invece portato freschezza e nuovi stimoli. La collocazione oraria (h. 13.30 – 15.00), è stata una sfida vinta con primi segnali di interesse e partecipazione degli ascoltatori, anche sui social.

Particolare rilievo ha avuto l'attività della redazione sportiva, che dopo i grandi appuntamenti estivi, è tornata con rinnovato impegno alla copertura della straordinaria gamma di eventi, dalla Serie A alla Serie B, dalla Champions alla Europa League, dal basket al volley, dal rugby allo sci ad altro ancora.

## Radio2

Progetti editoriali multiplatforma, linguaggi attuali, spazio alla musica, programmi e concerti live, il racconto del territorio, campagne sociali, visibilità del brand attraverso la crossmedialità: questi i principali elementi che hanno caratterizzato l'offerta di Radio2 nel 2016.

Programmi storici e innovativi nei formati e nei contenuti, una strategia di offerta incentrata sul concetto di *live* declinato *on air* e *on line*, lo *storytelling* della vita degli ascoltatori, significative operazioni di *cross-promotion* con la tv, sono la sintesi di un palinsesto composto da 30 programmi dal lunedì alla domenica, interamente prodotti negli studi Rai di Roma e Milano.

Se nella prima parte dell'anno si è consolidata l'offerta *on air*, premiata da ottimi risultati di ascolto, nel secondo semestre sono state avviate diverse azioni finalizzate ad intercettare nuovi target di pubblico:

- nel corso dell'estate, spazio a suoni contemporanei, sperimentazioni, musica e intrattenimento, con forte integrazione con i social;
- in autunno, il riposizionamento di diversi programmi della tarda mattinata e del pomeriggio.

Significativo il lavoro sui contenuti e i linguaggi dei principali programmi della Rete. *Il Ruggito del Coniglio* – che nel 2016 ha festeggiato i vent'anni di trasmissioni –, *Caterpillar AM* e *PM*, *610*, *Decanter* – arricchito dalla rubrica del venerdì *Chef ma non troppo* –, *Radio2 Social Club*, *I Provinciali*, *Non è un Paese per Giovani*, *I Sociopatici*, con una squadra rinnovata.

Numerose le nuove proposte. *Radio2 Come Voi* al mattino; *Me Anziano You Tuber*, confronto generazionale tra un giornalista della carta stampata e uno *youtuber*; il nuovo formato notturno, *2Night*, con musica di tendenza.

Nel weekend, accanto allo storico *Black Out*, al *Programmone* con la surreale comicità di Nino Frassica, a *Ettore* e a *Coniglio Relax*, importanti nuovi ingressi. *Italia nel Pallone*, il mondo dello sport raccontato con ironia e leggerezza; *Hit Story*, viaggio attraverso la musica d'autore; *KGG* alla ricerca delle notizie più curiose, delle storie più divertenti e della miglior musica in circolazione; *Radio2 Weekend* e la sua pungente satira; *Back2Back*, la sfida in console a colpi di *hit*.

Sempre più ricca la strategia sviluppata attorno al concetto di *live*, che si conferma uno dei punti di forza della Rete:

- **i live dagli studi di via Asiago:** Verdena, la Festa della Musica con Malika Ayane, Fabi, Thegiornalisti e Clementino, I Cani, Calcutta, LP;
- **i live del venerdì e non solo:** Texas, Mark Lanegan, Pet Shop Boys, Public Service Broadcasting, i Tre Allegri Ragazzi Morti, e poi, Levante, Travis, Editors, I Cani, Deus, AltJ, Cosmo, Skunk Anansie, Nothing But Thieves, Jack Savoretti, David Guetta per la cerimonia inaugurale degli Europei di Calcio 2016, e infine Battiato e Alice *live in Rome*, il Concerto di Capodanno, Graham Nash;
- **i mini live** con esibizioni musicali ed acustiche di giovani gruppi di tendenza all'interno dei programmi *Rock and Roll Circus*, *Babylon* e *2Night*;
- **i live di Natale:** Jess Glynne, Tiromancino, Coldplay, Max Gazzè, Earth Wind & Fire, Simply Red, The Strumbellas, Radiohead, Elton John, Lionel Richie, Bryan Ferry, Anastacia;
- **gli eventi live sul territorio:** in diretta dal Truck Radio2 dalle piazze e dai teatri, spesso in media partnership, per La Barcolana, L'Eroica, Il CatterRaduno di Senigallia, il Lucca Summer Festival, Lucca Comics and Games, Torino Film Festival, Maker Faire, il Salone del Gusto, TEDxCRN, Roma Europa Festival, Artefiera, la Festa del Cinema di Roma, la Notte Rosa di Riccione, Radio2 Play Rovereto.

Nel primo semestre Radio2 ha trasmesso la seconda edizione di *Radiobattle*, il 'torneo Europeo della Radio'. Un programma interamente in lingua inglese sul campionato europeo delle Radio musicali, un vero e proprio torneo che ha visto sfidarsi 16 emittenti europee a colpi di dj set esclusivi.

In dicembre, la storica Sala A di Via Asiago, interamente ristrutturata, è stata inaugurata con i live di *Radio2 Social Club*, *610* e *Radio2*



*Natalent*, la recita di Natale che ha regalato agli ascoltatori una galleria di *best of* di tutti i conduttori di Radio2.

Radio2 ha incrementato in modo importante le sinergie editoriali con i canali televisivi:

- Rai 1: collegamento quotidiano de *Il Ruggito del Coniglio* con *Uno Mattina* per lanciare la diretta; Fedè e Tinto di *Decanter* giurati de *La prova del cuoco*; *I Migliori Anni*, *Sanremo Giovani*, le prime serate dedicate ai concerti di Tiziano Ferro, Zucchero e Mogol, per concludere con *Sarà Sanremo e Natale e Quale*;
- Rai 2: *The Voice of Italy* e *La Musica di Casa Mika*, lancio delle 4 serate tv; Andrea Delogu, voce e madrina del programma *I Sociopatici*, ha condotto su Rai2 *Stracult*;
- Rai 3: sempre Andrea Delogu, alla conduzione de *Il Processo del Lunedì*, dove troviamo anche Michele Dalai, conduttore su Radio2 di *Ettore*. Su Rai3 anche una puntata speciale di *Che Tempo che Fa* in diretta dalla Sala B di via Asiago con il *Programmone* di Nino Frassica;
- Rai 4: *Rai Dire Nazionale*, in occasione degli Europei di Calcio 2016 e delle Qualificazioni ai Mondiali di Calcio 2018, raccontate dalla Giappia's Band.

Con il claim "lo vedi in tv lo ascolti su Radio2", Radio2 si conferma emittente ufficiale di grandi eventi televisivi quali il *Festival di Sanremo*, gli *OSA TIMmusic On Stage Awards 2016*, *La Partita del cuore*, i Concerti del Primo Maggio di Roma e Taranto, gli *Emmy Awards 2016*, *La Notte della Taranta* e il Festival di Castrocaro.

Forte della mission di intrattenere con la consapevolezza di essere Servizio Pubblico, Radio2 coinvolge la propria community in campagne sociali di sensibilizzazione su grandi temi di attualità: la campagna promossa da *Caterpillar* "Bike The Nobel", con la simbolica candidatura della bicicletta al Premio Nobel per la Pace 2016 consegnata all'Accademia svedese per mano della "ciclista estrema" Paola Gianotti; la 12<sup>a</sup> edizione di "M'illumino di meno", Giornata del Risparmio energetico lanciata e sostenuta da *Caterpillar*; per i 400 anni dalla morte di William Shakespeare, in collaborazione con il British Council, nell'ambito del progetto *Shakespeare Lives*, l'iniziativa #PlayYourPart ha prodotto un imponente coinvolgimento della community del canale.

### Radio3

Nel 2016 Radio3 ha dedicato particolare attenzione ai grandi temi del dibattito culturale e civile e rafforzato l'ampiezza e la qualità della sua proposta musicale.

Molte le trasmissioni e gli appuntamenti che hanno ricordato date importanti della storia del nostro Paese: tra le altre, il 25 aprile, ogni

programma ha proposto un percorso sonoro di voci e testimonianze sulla guerra, la Resistenza e la Liberazione dai nazifascisti; il 6 maggio, i 40 anni dal terremoto del Friuli del 1976; il settantesimo compleanno della Repubblica italiana, ricordato il 2 giugno con una giornata speciale.

L'attenzione ai temi e ai linguaggi propri di Radio3 è stata anche la motivazione delle Giornate speciali: tra le altre, il Giorno della Memoria (27 gennaio); l'8 marzo in ricordo di Natalia Ginzburg nel Centenario della nascita con la lettura di *Lessico Femminile* da parte di Margherita Buy; la Giornata mondiale della Poesia (21 marzo) dedicata all'*Antologia di Spoon River* di E. L. Masters a cento anni dalla sua pubblicazione; la Giornata mondiale del Libro (23 aprile) ispirata a Shakespeare e a Cervantes a quattrocento anni dalla loro scomparsa; il 24 maggio per i 75 anni di Bob Dylan; il 21 giugno la Festa della Musica con il contributo di tutte le trasmissioni che hanno disegnato un percorso variegato e inedito, da Schubert al *freestyle*.

Il 15 marzo sono stati celebrati i quaranta anni di *Prima Pagina* che per l'occasione ha ricevuto un importante riconoscimento nel corso dell'ottava edizione del Premio Internazionale di Giornalismo Biagio Agnes.

Sempre attivo il presidio sui grandi temi della contemporaneità, con particolare intensità nel corso dell'anno per alcune vicende cruciali sul piano umano, geopolitico e sociale: nel caso della scomparsa di Giulio Regeni, tutte le trasmissioni hanno aderito alla campagna "Verità per Giulio" promossa da Amnesty International Italia.

Nel corso del 2016, i programmi di Radio3 hanno seguito in diretta le più importanti manifestazioni culturali italiane e non solo: il Festival della scienza di Roma e Arte Fiera di Bologna a gennaio; il Festival del cinema di Berlino a febbraio; Libri Come, festa del libro e della lettura di Roma ad aprile; il Salone del libro di Torino, il Festival del cinema di Cannes e la Biennale d'arte di Venezia a maggio; il Festival dell'economia di Trento a giugno; la Mostra internazionale del cinema di Venezia, il Festival Letteratura di Mantova e il Festival della Filosofia di Modena a settembre; il Festival di Internazionale a Ferrara in ottobre; Più libri più liberi a Roma in dicembre.

Particolarmente significativi i festival organizzati direttamente da Radio3: la seconda edizione di "Arte Cultura Lavoro" a Forlì; la sesta edizione di "Materadio", dalla città lucana proclamata Capitale europea della Cultura 2019; la terza edizione di "Radioeuropa" quest'anno dedicata alla Francia, a Perugia.

Tutte presenze che rispondono a una *mission* recente: raccontare la cultura non solo come

valore universale ma anche come esperienza che nasce nei territori. È una attenzione sempre più presente nelle trasmissioni quotidiane, ed esaltata negli appuntamenti pubblici, che rispondono alla logica di rendere ancora più coinvolgenti i temi centrali della programmazione e di incontrare dal vivo il nostro pubblico.

Nella stessa direzione va gran parte del lavoro sul web. Accanto alla possibilità di rendere sempre più accessibili, raggiungibili e riascoltabili in streaming i programmi, l'offerta Web si configura infatti come uno spazio ulteriore dell'identità di Radio3, destinato a pubblici anche diversi da quelli già raggiunti.

Particolarmente significativa è stata da questo punto di vista la riorganizzazione di alcune offerte, come quella di *Ad alta voce*, con le letture dei grandi romanzi, che si colloca stabilmente tra i 5 podcast più scaricati in Italia secondo le classifiche di iTunes. E alcuni dati più generali, che sebbene ancora insufficienti sul piano assoluto, fanno di Radio3 uno dei primi dieci siti di tutta la Rai per numero di pagine viste.

Aumentata anche l'offerta di filmati, immagini e contenuti non tradizionali per un canale radiofonico, in particolare l'attività di streaming video, soprattutto in occasione delle iniziative speciali.

Nella Giornata ProGrammatica, l'hashtag #parolefuorimoda ha raggiunto la vetta dei trend topics mentre il live tweeting, durante la trasmissione in diretta di alcune opere liriche (*Madama Butterfly* e *Turandot*), ha raggiunto risultati analoghi nelle classifiche.

Altrettanto significativa da questo punto di vista, la campagna legata al programma *Museo Nazionale - 150 opere d'arte della storia d'Italia* che ha proposto ad ascoltatori e IGers di pubblicare su Instagram le opere d'arte degne di entrare nel nostro museo: le immagini raccolte sono state oltre 8.000.

Dal punto di vista musicale, Radio3 ha programmato 930 concerti, dai più grandi teatri musicali, lirici e sinfonici del mondo, ma anche dai grandi festival jazz nazionali. Vanno ricordate almeno le dirette dal Teatro alla Scala, dal Regio di Torino, dal Comunale di Bologna, dalla Fenice di Venezia, dal Teatro dell'Opera di Roma e dal San Carlo di Napoli.

Costante è stata la presenza dell'Orchestra Sinfonica Nazionale della Rai, con i concerti della Stagione Sinfonica e con i cicli di *Rai Nuova Musica*, dedicati alla musica contemporanea. Sono proseguiti *I concerti del Quirinale* di Radio3, la prestigiosa rassegna in diretta tutte le domeniche mattina dalla Cappella Paolina del Palazzo del Quirinale, giunta quest'anno alla 17° edizione.

Ad arricchire la programmazione della fascia mattutina e del pomeriggio domenicale sono stati i concerti *Euroadio* che hanno permesso di proporre prestigiose orchestre come i Wiener Philharmoniker, i Berliner Philharmoniker, l'Orchestra del Festival di Lucerna ecc.. Presenti inoltre le stagioni liriche di importanti teatri come il Metropolitan di New York, la Wiener Staatsoper e la Royal Opera House.

Accanto all'attenzione ai temi e alle figure culturali del nostro tempo e ai grandi dibattiti scientifici, protagonisti tutti i giorni di programmi come *Fahrenheit* e *Radio3Scienza*, forte è stata la presenza di autori ed esperienze della grande tradizione letteraria, teorica, filosofica e intellettuale, che i nostri programmi provano costantemente a traghettare nel presente, a farli dialogare con le tensioni e i conflitti del nostro tempo. Questo cortocircuito ha generato una nuova trasmissione, *Pantheon*, che programmaticamente recupera i classici in una lettura contemporanea. Sono stati proposti cicli di trasmissioni dedicate ad Einstein, nel centenario della teoria della relatività, a Goethe, nel bicentenario del suo Viaggio in Italia (e il programma *Dove Fioriscono i Limoni - L'Italia di Goethe 200 anni dopo* è stata l'occasione per rivisitare i luoghi storici e simbolici attraversati dal grande scrittore tedesco) e a Thomas More, nel cinquecentenario della sua "Utopia".

A novembre, la sesta edizione di *Tutto Esaurito! Un mese di Teatro*, ha rappresentato l'occasione per sottolineare lo spazio che Radio3 dedica a questo linguaggio, con una decina di messe in scena direttamente negli studi di via Asiago e con una costante attività di informazione.

Vanno anche segnalate importanti collaborazioni istituzionali come quella del programma *La Lingua Batte* con il Ministero dell'Istruzione (MIUR). Collaborazione rinnovata per la Settimana della Lingua Italiana, con la quarta edizione della *Giornata ProGrammatica* il 19 ottobre.

## Isoradio

Nel 2016 Isoradio ha confermato la sua programmazione di flusso: notizie su traffico, viabilità urbana ed extraurbana, musica, nel corso di tutte le 24 ore per 365 giorni l'anno.

Confermati i collegamenti quotidiani con la Polizia Stradale, la Società Autostrade per l'Italia, l'ANAS, le Capitanerie di Porto, gli Aeroporti, le Ferrovie.

Qui di seguito alcuni degli appuntamenti principali del 2016:

- *Viaggiare in sicurezza con Isoradio e la Polizia Stradale*. Tutte le settimane, in diretta, funzionari della Polizia informano chi viaggia

sulle norme del Codice della Strada, sui comportamenti da tenere quando si guida, sulle sanzioni previste per le violazioni in materia di circolazione stradale, rispondendo anche alle domande degli ascoltatori;

- **Anas informa.** Spazio settimanale dedicato ai lavori in corso: cantieri, chiusure, progetti, a cura dell'Ufficio Stampa Anas;
- **Notte sicura con Isoradio.** Nella notte tra il sabato e la domenica, un happening radiofonico dedicato ai giovani e alla loro sicurezza sulle strade. Collegamenti con le pattuglie della Polizia Stradale da diverse località italiane, con i luoghi di ritrovo, gli eventi del week end, ospiti in diretta e la partecipazione degli ascoltatori. Per un rientro a casa sicuro nella notte a rischio "sballo";
- **Studenti a Isoradio.** Ogni mercoledì, studenti di scuole elementari, medie e superiori sono ospitati nei nostri studi e intervengono in diretta su educazione e sicurezza stradale;
- **Cultura on the road.** Eventi culturali, spettacoli, concerti e mostre;
- **Sulla strada.** Settimanale dedicato al mondo dell'autotrasporto;
- **Ti viaggio bene. Storie di Made in Italy in cammino.** Come viaggiano le merci dei nostri imprenditori sulle strade.

A seguito del terremoto nel Centro Italia, Isoradio ha confermato la sua mission potenziando i collegamenti con la Polizia Stradale, la Protezione Civile, i Vigili del Fuoco e le Prefetture, informando tempestivamente gli ascoltatori sulla viabilità e sulle operazioni di soccorso.

La programmazione musicale ha come sempre un ruolo importante. Nel corso del 2016, il format musicale è stato rinnovato: clock di 11-12 brani con interventi parlati inferiori a 3 minuti, hit Anni '60 - 2016, con grande prevalenza della canzone italiana.

### Canali Web/Digital

**Radio 4 Light.** La programmazione propone musica leggera di qualità, con una rilevante componente di hit italiane e internazionali.

**Radio 5 Classica.** Il canale offre musica di repertorio selezionata dagli Archivi sonori Rai, con rubriche e monografie dedicate alle ricorrenze storiche dell'annata.

**Radio 6 Teca.** Regala al pubblico degli appassionati i gioielli dell'immenso patrimonio dell'Archivio sonoro dell'Audioteca conservato tra Roma, Torino e varie Sedi regionali, in corso di restauro e digitalizzazione. Il meglio della Radio italiana dal primo dopoguerra ad oggi: dai classici *Radio2 3131*, *Tutto il Calcio Minuto per Minuto*, *Inviato Speciale*, agli speciali di

Radio6 in occasione di eventi o anniversari. Tutti i contenuti sono disponibili in streaming e sul web in modalità podcast e *on demand*.

**Radio 7 Live.** Radio 7 Live dispone di un database musicale composto da circa 1.200 concerti, 5.400 brani *live* di varia tipologia, categoria e genere: un unicum nel panorama radiofonico. Il marchio *live* è declinato in vari modi: *Set list* (un concerto o un tour attraverso i ricordi e l'esperienza diretta dei testimoni); *Era ora* (un music talk dedicato ai percorsi della musica riprodotta, dal cd alla ripresa diretta); *Sanremo countdown* (le ultime 10 edizioni del Festival con commenti e interviste dai back stage); *Sanremo reloaded* (le serate del Festival rimontate da riascoltare il giorno dopo); *DallaRadio* (concerto in onore di Lucio Dalla).

La presenza sul territorio si affida a partnership con festival ed eventi: dalle Marche (Festival Ferrè dedicato a Leo Ferrè, San Benedetto del Tronto) alla Liguria (Premio Tenco, Sanremo), dall'Abruzzo (Jazz Italiano per Amatrice, L'Aquila) all'Umbria (Umbria Jazz Winter 23# e 24#) alla Sicilia (Festival Florio, Favignana).

È inoltre stata avviata una collaborazione stabile con le Sedi regionali Rai in grado di valorizzare altri eventi territoriali: in Sicilia per MusicaMed, la musica del mediterraneo; in Sardegna per Premio Parodi, festival internazionale di World music (Cagliari), in Calabria per il concerto della Corale Polifonica di Bova Marina.

**Radio 8 Opera.** È il canale dedicato alla promozione dell'opera italiana, un genere che valica agevolmente i confini nazionali e si rivolge a un pubblico ampio e composito.

Nel 2016 sono state trasmesse in streaming 1.263 opere in versione integrale, di cui 814 provenienti dagli Archivi Radio Rai e 449 dai maggiori Enti lirici: Teatro Regio di Torino, Teatro San Carlo di Napoli, Teatro alla Scala di Milano, Rossini Opera Festival di Pesaro.

Sono state inoltre realizzate 4 settimane di programmazione a tema, dedicate rispettivamente a Verdi, Rossini, Pavarotti e Tebaldi, con registrazioni storiche e approfondimenti; sedici giornate speciali su ricorrenze e anniversari, tra i quali Mozart, Verdi, Renata Scottò, Tito Gobbi, G.B. Pergolesi, Maria Callas.

Una spazio settimanale dedicato agli storici concerti 'Martini & Rossi', trasmessi dal 1936 al 1964 e riproposti in versione integrale digitalizzata, ripropone un marchio celebre che ha contribuito a diffondere nel mondo la fama di grandi interpreti italiani.

Disponibile un catalogo *on demand* accessibile dal sito [Radio8opera.rai.it](http://Radio8opera.rai.it), completo di informazioni sull'edizione, il cast e con galleria di immagini, testi e documenti.

## Digital

Nel 2016 – coerentemente con la strategia editoriale e industriale – web, mobile, televisioni connesse e social media sono stati oggetto di un profondo lavoro di revisione che ha cominciato a dare i primi frutti in occasione degli Europei di Calcio e delle Olimpiadi di Rio.

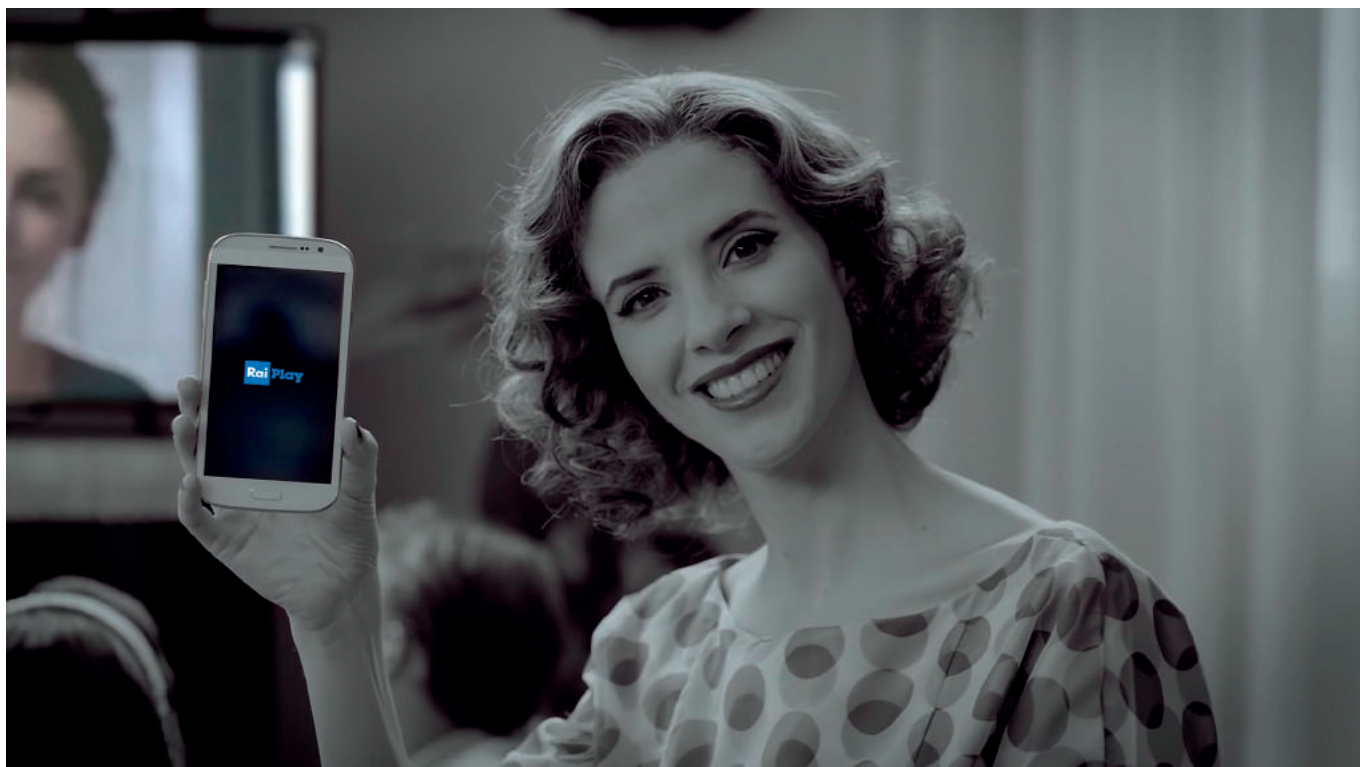
Tale attività si è estesa a tutti gli ambiti di offerta ed è riuscita a far esplodere i consumi non lineari della Rai nella seconda metà dell'anno soprattutto grazie al lancio di RaiPlay, vero motore della trasformazione di Rai in *Media Company*. A partire da settembre 2016, infatti, RaiPlay ha sostituito e ampliato le funzioni di RaiTv e dal 14 dicembre 2016, Rai ha portato RaiPlay nel mondo dei televisori connessi.

Con RaiPlay il Servizio Pubblico parla sempre di più a tutti: destinando attenzione a ogni singolo utente, accompagnando i cittadini con una pluralità di contenuti che rispondono alle esigenze più diverse, rendendosi semplice grazie ad una tecnologia accessibile e senza il bisogno di decoder o telecomandi speciali.

La total digital audience nel mese di novembre ha raggiunto 30,1 milioni di utenti, il 54,7% degli italiani dai due anni in su. Nel giorno medio erano online 23,1 milioni di italiani e hanno navigato da mobile 20,1 milioni di italiani tra i 18 e i 74 anni (fonte Audiweb).

L'offerta, a fine 2016, è composta essenzialmente da:

- **Rai.it:** il portale che aggrega e rende facilmente accessibile la vasta offerta web del Gruppo. Rai.it promuove e dà accesso a tutta la programmazione in onda ed ai relativi contenuti disponibili sul web di tutte le reti tv, di tutti i canali radiofonici, nonché ai contenuti informativi e multimediali di tutte le testate giornalistiche, esponendo direttamente le notizie più importanti di Rai News e Rai Sport. Rai.it propone, inoltre, una serie di servizi di grande importanza e interesse per il pubblico, quali ad esempio la guida alla programmazione dei canali Rai e l'accesso alle informazioni corporate della Rai. All'interno di Rai.it è compresa l'offerta dei siti dei programmi, dei canali e di servizio.
- **RaiPlay.it:** l'ambiente multipiattaforma attraverso il quale è possibile accedere, tramite un'interfaccia grafica evoluta ed adattiva, ad un'offerta video selezionata di Rai disponibile su piattaforme non lineari. L'offerta si declina in:
  - streaming live di 14 canali televisivi;
  - servizio di Replay tv, che prevede l'accesso in modalità on demand all'offerta in diritti di otto dei canali Rai andata in onda negli ultimi sette giorni;
  - on-demand, una ricca offerta video on-demand selezionata dai canali televisivi, oltre a contenuti esclusivi per il web provenienti dall'archivio delle Teche e delle produzioni Rai ordinata per generi.



- **Radio.Rai.it:** il portale del mondo radiofonico Rai con l'accesso alle dirette di 10 canali radiofonici. Prevede, inoltre, l'accesso a tutti i portali delle reti radio e dei programmi, con un'ampia offerta di contenuti audio on-demand e podcast, testuali, fotografici e video, gran parte dei quali esclusivi.
- **Rainews.it:** l'ambiente attraverso il quale è possibile accedere a tutta l'informazione della Rai. Nella fase finale del secondo semestre 2016 è iniziato il lavoro di ideazione e progettazione che, coerentemente con gli obiettivi che il Piano dell'Informazione Rai assegna alla sua componente digital, porteranno i propri risultati concreti nella prima parte del 2017.

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

L'offerta video on-demand di Rai è presente anche sulle Smart tv Samsung, Apple tv e Android tv. L'applicazione offre gratuitamente contenuti e video on-demand da vedere e rivedere comodamente nel salotto di casa: è possibile infatti accedere al servizio RaiPlay.it e, in modalità on-demand, a una selezione dei migliori contenuti Rai strutturata e selezionata per ciascun canale ed in maniera originale per ciascuna piattaforma.

Rai è presente anche sui televisori e decoder digitali terrestri interattivi (certificati con bollino Gold) con i servizi RaiPlay.it, TGR e Telecomando.

Nel corso del secondo semestre del 2016, è stata portata avanti l'implementazione della piattaforma tecnologica per supportare la nuova proposizione editoriale della Rai in ambito Digital. Questa nuova offerta ha sostituito, nel corso del secondo semestre, tutta l'offerta Rai.it e Rai.tv in maniera progressiva su web, smartphone, tablet e tv connesse, mettendo a disposizione degli utenti nuovi contenuti meglio organizzati e nuovi servizi. Sono state realizzate, inoltre, le piattaforme per l'offerta Rai per le Olimpiadi di Rio 2016.

Rai continua a rafforzare la propria presenza ufficiale sui principali social network (Facebook e Twitter) e ad aprirsi a nuove piattaforme e prodotti (Facebook Live, Instagram Stories e Snapchat Stories) per intercettare un'utenza social sempre più vasta, più giovane e tecnologicamente competente in termini socio-demo.

Per l'intero 2016, confrontato con omologo periodo dell'anno precedente ed escludendo per entrambi gli anni gli eventi sportivi, le interazioni su Twitter relative ai programmi Rai sono cresciute

di quasi il 40%. Nella Top 25 dei programmi più discussi in Italia, circa la metà sono titoli Rai (fonte: Nielsen SCR).

In occasione del lancio di RaiPlay per App, Browser e tv connesse, sono stati ribrandizzati i profili social Rai.tv che sono diventati RaiPlay (Facebook, Twitter, lancio Instagram). E proprio da questi profili è stata avviata un'attività strutturata di customer care al fine di aiutare gli utenti ad utilizzare il nuovo servizio multimediale della Rai. Dalla fine di agosto 2016, i profili social di RaiPlay rispondono ad una media di circa 170 richieste di supporto al giorno.

Un'altra importante novità riguarda gli investimenti e le campagne di traffic building, per ora limitate alle piattaforme Twitter e Facebook/Instagram, che il team social di Rai ha implementato a partire da novembre 2016.


Le prime campagne a partire sono state una di Brand Awareness, Tune In Tv e Catch Up Non-Linear in occasione del programma *Stasera Casa Mika*. Successivamente, nel periodo delle Strenne e in coincidenza con un'offerta esclusiva e dedicata al Natale, su RaiPlay è stata sviluppata una campagna di Awareness, Click to Link e Download App dedicata al sistema multimediale RaiPlay. Le due campagne insieme hanno totalizzato 50 milioni di visualizzazioni e generato circa 200 mila click al sito RaiPlay e circa 50 mila download di App su Android e Ios.

Per Rio 2016, inoltre, la Rai ha messo in campo uno sforzo senza precedenti che, oltre al prodotto televisivo, per la prima volta in Italia, ha coinvolto in maniera organica tutti i device e le piattaforme multimediali. Il sito e la App dedicata all'evento sviluppati da Rai hanno permesso la visione completa di tutte le competizioni, da tutti i campi di gara e per tutte le discipline, consentendo alla narrazione televisiva di integrarsi perfettamente con gli altri mezzi.

I browser unici che si sono collegati a Rio2016 da tutte le piattaforme (pc/laptop/mobile/tablet/smart tv) hanno raggiunto circa 4 milioni (fonte Webtrekk, somma browser unici giornalieri dell'evento) e superato le 65 milioni di visualizzazioni in streaming sui siti e App Rai (fonte interna Rai).

L'App RaiRio2016 ha raggiunto oltre 800 mila download nelle due settimane dell'evento.

Il racconto Rai delle Olimpiadi ha aperto un dialogo costante attraverso i social network. Il pubblico ha cercato e trovato i contenuti e li ha commentati con passione, facendo registrare oltre 5 milioni di utenti unici italiani e circa 16 milioni di interazioni su Twitter e Facebook tra like, commenti, share e retweet mentre i diversi Facebook Live e video on demand (VOD) hanno



**Benvenuto in RaiPlay**

Il nuovo sito Rai. Tutti i contenuti Rai a tua disposizione, quando vuoi e dove vuoi.



**Crea il tuo profilo**

Accedi a RaiPlay anche con un account Facebook e Twitter. È semplice e gratuito e ti permetterà di vedere contenuti scelti solo per te.



**La Rai a portata di click**

Programmi, Serie e Fiction, Film e Documentari. Con l'intero catalogo RaiPlay a tua disposizione avrai l'imbarazzo della scelta!



**Dirette Tv**

Tutte le dirette Rai a tua completa disposizione. 15 canali in chiaro, in qualsiasi posto, in qualsiasi momento!



**Tutti i programmi che ti sei perso**

Vuoi rivedere i programmi della settimana? Naviga la Guida TV all'indietro e ritrova tutti i tuoi programmi preferiti.



**Guarda off line**

Con le nuove funzioni del player, e grazie alla registrazione, puoi creare la tua lista di programmi preferiti e guardarli off line.



totalizzato 49 milioni di visualizzazioni dei video (fonte Facebook Analytics).

L'offerta social Rai ha coinvolto soprattutto i Millennials: il 49% degli utenti che ha commentato le Olimpiadi su Facebook ha, infatti, tra i 18 e i 34 anni di età, con una leggera prevalenza delle donne al 54%.

Un'ultima novità in area Social/Partnership riguarda lo *YouTube Pop Up Space* realizzato dal 15 al 17 settembre presso l'Auditorium Parco della Musica di Roma e nato dalla collaborazione tra YouTube e Rai.

L'evento, il primo del genere in Italia e il primo al mondo realizzato da Google in partnership con un editore tv, è stata un'iniziativa rivolta ad avvicinare i talenti e i brand della Rai ai giovani Digital Creator della piattaforma YouTube ed ha riscosso un ottimo successo.

Nel corso del 2016, grazie anche alla recente costituzione di un'apposita struttura dedicata al design, sono state progettate e realizzate le interfacce dei progetti digitali di Rai, declinati su web browser e su App per tv connesse e App mobile per smartphone e tablet.

I principali progetti realizzati sono stati: RaiPlay, RaiTrasparenza, Rai.it e RaiRio2016.

Per quanto riguarda la performance del settore digital:

- Rai.it ha generato un totale complessivo di 519,5 milioni di pagine viste, con un traffico mensile pari a 43,3 milioni di pagine (+3% sul 2015) e 6,8 milioni di utenti unici media mese (+4% sul 2015);
- il portale multimediale Rai.tv/RaiPlay ha registrato un totale complessivo pari a circa 359,4 milioni di visualizzazioni video, con una media mensile di 30 milioni (+58% sul 2015) e 12,4 milioni di utenti unici (+38% sul 2015);
- RaiNews.it ha registrato un totale di 46,6 milioni di visualizzazioni video, con una media mensile di 3,9 milioni (+43% sul 2015) e 6,5 milioni di utenti unici (+21% sul 2015).

La presenza di Rai sui dispositivi mobili, già ricca e variegata, è stata ulteriormente diversificata per essere disponibile sui diversi sistemi operativi con l'offerta dedicata agli Europei di Calcio e con quella per le Olimpiadi.

Le applicazioni di maggior successo sono:

- Rai.tv – 10.202.153 download;
- Europei 2016 – 711.539 download;
- Olimpiadi 2016 – 811.755 download;
- RadioRai – 1.622.970 download;
- RaiNews – 1.035.970 download.

## Teche

Nel 2016 sono proseguite le iniziative funzionali al rafforzamento del brand come punto di riferimento del Servizio Pubblico per la storia audiovisiva del Paese.

Un risultato ottenuto grazie anche alla partecipazione, attraverso la fornitura di materiale di repertorio Rai, a moltissime iniziative culturali che hanno avuto luogo in Italia e all'estero.

Tra le più significative si segnalano la mostra sui 150 de "La Stampa", la presenza alla Festa del Cinema di Roma, le rassegne organizzate dalla Cineteca Nazionale presso il cinema Trevi di Roma, dalla Cineteca di Bologna e dalla Cinémathèque Française.

Rai Teche ha inaugurato nel 2016 una nuova e importante attività di valorizzazione e sfruttamento dei titoli storici dell'archivio attraverso la selezione e fornitura di programmi per la piattaforma RaiPlay. La sezione denominata "I Favolosi" è risultata e risulta una delle importanti chiavi di attrattiva per il fruitore digitale.

Resta fondamentale l'apporto che le Teche forniscono a reti e testate attraverso il Catalogo Multimediale (CMM) che ha portato le ore di prodotto ricercabili a 1,6 milioni per la tv e 1,5 milioni per la radio, con un significativo aumento rispetto all'anno precedente.

Importante ricordare che proprio nel 2016 il Catalogo è stato ridisegnato e rinnovato strutturalmente e tecnologicamente per rendere il sistema di ricerca più agile e performante e quindi sicuramente più utile all'attività produttiva aziendale.

I documenti indicizzati in Catalogo per televisione e radio sono 75 milioni, cui si aggiungono 90 mila libri custoditi nelle tre biblioteche Rai di Roma e Torino e 45 mila fotografie; le ricerche mensili degli utenti registrati per acquisire i materiali di repertorio da riutilizzare nei programmi ammontano in media a oltre 800.000.

Le Teche verificano la disponibilità dei diritti del prodotto prima della messa in onda, attività fondamentale nell'ottica dello sviluppo della fruizione digitale, ed hanno la responsabilità di armonizzare il processo di digitalizzazione del patrimonio d'archivio Rai; curano inoltre gli obblighi di legge per l'utilizzo di opere tutelate dal diritto d'autore.

Le Teche, infine, anche nel 2016, hanno proseguito con l'importante opera di valorizzazione culturale della memoria Rai come fonte storica e di studio per l'intero Paese, incrementando la fruizione da parte di Enti,



Musei, Scuole, Università, Fondazioni pubbliche e private che per ogni tipo di celebrazione o ricorrenza dell'età contemporanea fanno riferimento al Servizio Pubblico come depositario di materiali storici d'eccellenza.

Rai Teche è oggi presente in molti Musei italiani ed esteri, in Istituti italiani di cultura all'estero, in Università e biblioteche.

### Servizi di pubblica utilità

Secondo l'indagine Qualitel del 2016, Meteo e Viabilità hanno uno dei migliori posizionamenti tra i generi Rai sia come importanza che come grado di soddisfazione, il Televideo ha il più alto indice di gradimento tra i canali distributivi e l'Accessibilità ha il più alto indice di gradimento nell'immagine di Corporate.

### Meteo e Mobilità

Le convenzioni con l'Aeronautica Militare per i servizi meteo e con Ministero dei Trasporti e Protezione Civile per la mobilità sono in fase di formalizzazione.

I servizi giornalieri per la mobilità consistono in:

- **per la radio:** notiziari *Onda Verde* di giorno con 93 appuntamenti cadenzati e distribuiti nel palinsesto delle tre reti in un arco orario che va dalle 5 del mattino alla mezzanotte e, di notte con 10 appuntamenti cadenzati ogni 30 minuti ed inseriti nel tappeto musicale del canale di Isoradio;
- **per la tv:** appuntamenti televisivi giornalieri dalle 5:00 alle 19:35 distribuiti prevalentemente su Rai News 24, Rai 1, TGR e web attraverso notiziari video CCiSS, per un totale annuo di circa 3.700 appuntamenti.

I servizi giornalieri per il meteo sono distribuiti sui canali televisivi generalisti, su Rai News e sul mezzo radio.

### Televideo

Televideo gestisce la quasi totalità delle circa 16.000 pagine in onda 7/24 sulla piattaforma teletext tra Nazionale e Regionale (21 siti sulle frequenze di Rai 3).

Il servizio è disponibile su web e fruibile su tablet e mobile: nella classifica delle pagine viste dei siti Rai, il dominio [www.servizitelevideo.it](http://www.servizitelevideo.it) (escluse quindi le pagine della redazione giornalistica) si colloca al quinto posto con circa 1,9 milioni di pagine a settimana.

Nel secondo semestre 2016, l'offerta è stata arricchita con nuove rubriche in materia di Ambiente e Libri e con rubriche in collaborazione con Guardia Costiera, CNR, FAI e con l'Istituto Nazionale di Astrofisica.

### Accessibilità

Un'importante parte dell'attività editoriale è incentrata su una spiccatissima attenzione ai temi sociali ed è realizzata, nel rispetto degli obblighi previsti dal Contratto di Servizio, per rispondere all'articolata domanda di informazione delle persone con bisogni speciali.

Si tratta di servizi mirati a garantire la fruibilità dell'offerta Rai ai non udenti e ai non vedenti; servizi, che – come previsto dal citato Contratto – hanno registrato un progressivo e significativo aumento negli ultimi anni. In particolare, nel 2016:

- **sottotitoli per non udenti:** Rai ha sottotitolato circa il 75% della propria programmazione sulle tre reti generaliste tra le 6:00 e le 24:00 con oltre 16.000 ore di programmi e news sottotitolati in italiano e circa 530 ore di programmi sottotitolati in lingua inglese. Per quanto riguarda in particolare le news, Rai ha sottotitolato complessivamente oltre 1.200 ore, suddivise tra le diverse edizioni giornaliere dei telegiornali delle principali testate compresa quella sportiva e varie rubriche di approfondimento. Nel corso del 2016 sono state anche sottotitolate tutte le partite della Nazionale di Calcio agli Europei di Francia oltre alle cronache, per la prima volta nella storia della Rai, di Olimpiadi e Paralimpiadi di Rio;
- **programmazione per non vedenti:** sul sito *Rai Easy Web* viene svolta una delicatissima attività editoriale dedicata alle persone con disabilità visive, non solo con funzione divulgativa ma anche di alfabetizzazione informatica.

Fiore all'occhiello della produzione originale è l'offerta di opere multimediali di vario argomento e, in particolare, di racconti dedicati ai bambini ciechi e ipovedenti, con fini anche didattici: fin dal 2012 è stata avviata l'audiolettura, recitata da attori professionisti, di tutte le opere multimediali in alternativa alla sintesi vocale artificiale. Altro prodotto di punta dell'offerta sono gli *Speciali*, contenitori costruiti per offrire all'utente non vedente la possibilità di consultare facilmente la principale offerta sui portali Rai riferita a eventi di interesse generale (dal Giubileo alle Olimpiadi) attraverso un'accurata selezione di link. Nel 2016 sono stati prodotti circa 40 *Speciali*.

## Attività commerciali

### Pubblicità

Anche nel 2016, il PIL italiano continua il trend positivo iniziato nel 2015 mantenendosi però al di sotto della media dell'area Euro: l'andamento favorevole del mercato del lavoro e la bassa inflazione hanno sostenuto il reddito disponibile delle famiglie, favorendo i consumi privati. Infatti, i consumi delle famiglie continuano ad avere una crescita positiva pari al +1,2%, gli investimenti, dopo anni negativi, incrementano la crescita del 2015 registrando un +2,0%, anche se il tasso di disoccupazione totale – sia pure in continua diminuzione rispetto al 2015 (11,9%) – permane ancora ad un livello elevato (11,7%).

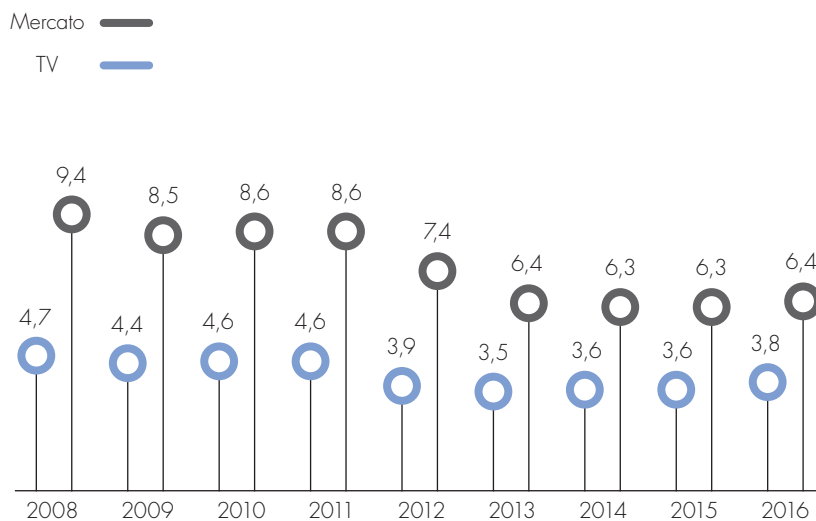
L'indice di fiducia dei consumatori, calcolato sul valore base del 2010, è pari a 111,5 superiore rispetto al 110,6 registrato nel 2015.

In tale contesto, il mercato della pubblicità cresce del +1,7% rispetto al 2015.

Nella tabella che segue (dati in miliardi di Euro) è riportato dal 2008 il valore totale del mercato pubblicitario e quello complessivo della televisione.

La tv registra una variazione positiva +0,2 miliardi di Euro (+5,4%) rispetto al 2015, trainata principalmente dagli eventi sportivi di cui hanno tratto beneficio Rai e Sky. Altri mezzi positivi sono radio (+2,3%), cinema (+6,9%) e out of home tv (+3,4%).

#### Andamento degli Investimenti pubblicitari in miliardi di Euro (fonte: Nielsen)



In questo scenario, nel 2016 Rai Pubblicità ha realizzato ricavi su tutti i mezzi gestiti pari a complessivi 702,3 milioni di Euro, rispetto ai 662,8 milioni di Euro dell'anno 2015, con un aumento del +6,0%.

Tali risultati beneficiano delle ottime performance della raccolta relativa ai grandi eventi sportivi del 2016 (Europei di Calcio e Olimpiadi) che hanno portato ricavi per complessivi 57 milioni di Euro. Parimenti, risentono dei mancati introiti derivanti dall'interruzione della raccolta pubblicitaria su tre dei canali delle tv specializzate (Rai YoYo, Rai 5, Rai Storia), raccolta che nel periodo maggio/dicembre 2015 aveva totalizzato oltre 11 milioni di Euro.

La televisione nel suo complesso registra un incremento del +6,3% con la tv generalista che cresce del +7,3% e le tv specializzate che, a fronte di un decremento del -3,2%, se confrontate più correttamente a perimetro omogeneo di canali, registrano una crescita del +15,9%. La radio cresce del +7,5 e il web del +17,6%.

In un contesto di mercato in profonda evoluzione in cui si assiste alla tendenza alla frammentazione ed all'aumento della competitività tra gli editori, alla crescita del digitale e della multimedialità, le risposte che Rai Pubblicità sta sviluppando sono:

- **change management:** sia attraverso nuovi e sofisticati strumenti (Business Intelligence) sviluppati in ottica di discontinuità con i processi organizzativi precedenti ed orientati ad affermare all'interno della Società una vision condivisa e globale del business, che anche definendo nuovi processi e modi di lavorare che integrino le competenze e le strutture della Società per rispondere all'esigenza di costruire una *Digital Media Company*;
- **verticalizzazione:** tramite il lancio di una piattaforma proprietaria per la pianificazione, *Open Square*. Un'offerta tecnologica, social e unica che punta alla massimizzazione del valore del bacino con logiche di *revenue management*, alla fidelizzazione del cliente e alla condivisione di trend e forecast del mercato;
- **sales Proposition innovativa:** che spinge sulla crossmedialità attraverso strumenti che permettono di valorizzare 'con lo stesso metro' i KPI di pianificazione di più mezzi, ponendo l'accento sui punti di copertura aggiuntivi che i differenti mezzi apportano alla pianificazione.

## Commerciale

L'attività commerciale del Gruppo Rai è gestita dal 2014 dalla controllata totalitaria Rai Com.

Nel seguito sono indicate le principali attività svolte nel corso del 2016.

### Convenzioni con la Pubblica Amministrazione, Enti Istituzionali ed Enti senza scopo di lucro

Nel corso del 2016 è proseguita la definizione e la gestione di accordi con la Pubblica Amministrazione ed Enti. A partire dal 15 novembre 2016, la competenza a stipulare contratti quadro e convenzioni con i Ministeri è stata riallocata in ambito Rai.

Tra le **Convenzioni Istituzionali** più significative stipulate nel 2016 si segnalano il rinnovo della collaborazione con il Ministero dell'Interno per la realizzazione di una campagna sui temi dell'immigrazione e dell'integrazione attraverso la realizzazione di ulteriori edizioni del programma *Radici*; la convenzione con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca per promuovere la formazione della cultura musicale attraverso la divulgazione del progetto *La piazza incantata*; le convenzioni con l'Isfol (Ministero del Lavoro) per la realizzazione di documentari dedicati ad approfondimenti sul tema dell'apprendistato per i titoli di studio quale innovativo cambiamento introdotto nei percorsi scolastici e sul tema relativo all'indagine PIAAC (*Programme for the International Assessment of Adult competencies*) sulle competenze della popolazione adulta e sull'autovalutazione sul target giovani.

È stato inoltre formalizzato un accordo con l'Enea – Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile – per realizzare e diffondere sulle reti generaliste della Rai un'importante campagna di comunicazione, promossa dal Ministero dello Sviluppo Economico, sul risparmio e l'efficienza energetica.

Da segnalare anche la prosecuzione delle campagne di comunicazione con il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali per la diffusione di messaggi legati ai temi dell'agroalimentare, anche attraverso la creazione di programmi ad hoc (*Friigo*, Rai 2).

È proseguita la gestione delle Convenzioni con la Presidenza del Consiglio dei Ministri per la realizzazione di trasmissioni a tutela delle minoranze linguistiche e per gli italiani all'estero e sono stati dapprima formalizzati due atti con validità 7 maggio 2016 – 31 ottobre 2016 e successivamente un'ulteriore proroga degli stessi dal 1° novembre al 29 gennaio 2017, in connessione con l'estensione della validità della concessione di Servizio Pubblico generale affidata a Rai SpA.

Si segnala infine la prosecuzione della commercializzazione di attività connesse all'Orchestra Sinfonica Nazionale (es. cessione in uso dell'Auditorium Rai di Torino) e la realizzazione di concerti in collaborazione con Istituzioni locali, nazionali ed estere.

Nonostante le minori risorse a disposizione degli Enti locali, che inevitabilmente impattano negativamente sui budget dedicati alla comunicazione, l'area **Convenzioni Varie** ha ottenuto nel 2016 un risultato positivo in termini ricavi, stringendo nuove collaborazioni e individuando nuovi partner istituzionali.

In particolare, è stata rinnovata la Convenzione triennale con la Provincia Autonoma di Bolzano per la programmazione a tutela delle minoranze di lingua tedesca e ladina e si è conclusa una importante partnership quadriennale con la Regione Basilicata, in vista dell'evento 'Matera 2019 – Capitale Europea della cultura', che prevede una serie di attività in funzione della valorizzazione del territorio e del patrimonio storico, artistico e culturale della Lucania, in un processo di accompagnamento fino al 2019 tra cui rientra il programma di Capodanno di Rai 1 in Basilicata.

Va segnalata inoltre la definizione di un importante accordo con Unicef per la realizzazione di un programma di prima serata andato in onda su Rai 1 nel mese di ottobre 2016. Tale accordo si inserisce nella collaborazione che Rai Com sta sempre più sviluppando con Onlus e associazioni benefiche (tra cui Telethon e Action Aid).

Merita infine di essere menzionata, per il suo intrinseco valore istituzionale, la Convenzione conclusa con la Regione Sardegna per la produzione di programmi televisivi in lingua sarda. Per quanto riguarda l'attività relativa ai Bandi Europei, si ricordano i bandi tecnologici sviluppati con il CRIT e un bando del Parlamento Europeo per un finanziamento finalizzato alla realizzazione e diffusione di una rubrica ad hoc che tratti di temi di interesse dell'Europa.

### Edizioni musicali

Rai Com sviluppa e promuove il catalogo di edizioni musicali finalizzato alla sua utilizzazione nell'ambito della musica classica, contemporanea e non, nella programmazione radiotelevisiva e nella discografia. Essa, inoltre, acquisisce, produce, commercializza diritti e distribuisce, in Italia e all'estero, musica contemporanea, colonne sonore, musiche originali per la radio e la tv.

Per quanto riguarda le edizioni e produzioni collegate alla programmazione radiotelevisiva, ovvero le musiche originali dei programmi, sono state realizzate 30 nuove impaginazioni di programmi tv (di cui 22 per la tv generalista). Tra

queste: *Colors, Frontiere, I Fatti Vostri, Politics, Mi Manda Rai 3, Geo & Geo, Cartabianca, Tutta Salute, Protestantesimo, Agorà, Chi l'ha visto?, Voyager, Presa Diretta, Vertigo, Stracult, Frigo, I dieci Comandamenti, Natale con YoYo, Italian Beauty, Community, Rai Play e Gli imperdibili*; inoltre, sono da considerare le acquisizioni dei diritti delle musiche dei programmi *Made in Sud* e *Gazebo*. Sono stati anche realizzati 36 documentari per Rai Storia, Rai 1 e Rai 3 attraverso le musiche della Library.

L'area ha inoltre conseguito il *rebranding* dei canali generalisti, inclusa Rai 4, comprensivi dei nuovi jingles e i logo identificativi (completati dalle versioni natalizie).

Con Radio 2, e in collaborazione con l'Orchestra Sinfonica Nazionale Rai di Torino, sono stati registrati tutti i nuovi *identity* di rete (GR/Meteo/GR Sport). Nello specifico, si tratta di 15 nuove impaginazioni originali di vecchi e nuovi programmi con l'obiettivo di creare un'identità editoriale più omogenea. La medesima attività con Radio 1 ha invece comportato la creazione delle musiche per 8 nuovi programmi.

Significativa è la presenza delle edizioni e produzioni musicali Rai Com nell'ambito delle fiction prodotte in collaborazione con Rai. Infatti, nell'anno 2016 sono state editate e prodotte 23 colonne sonore originali di fiction, docufiction, serie web e serie animate tra le quali annoveriamo *7 nani ed io che*, grazie alla coproduzione tra Rai e Method Animation (famosa per la produzione della serie *Il piccolo principe*), ha garantito un ritorno in termini di prestigio e di richiamo a livello internazionale.

Grandissima l'attesa inoltre per l'uscita delle nuove serie *Non Uccidere 2* e *Il Paradiso delle Signore 2*, che hanno registrato un grande successo a livello mediatico.

Tra le colonne sonore vanno aggiunte le musiche originali per documentari e programmi culturali, solitamente per scopo scientifico e/o divulgativo (*Ulisse, Superquark, Passaggio a Nord Ovest, Radici e Speciali Storia*).

Il 2016 ha contribuito al consolidamento dei rapporti con l'Orchestra Sinfonica Nazionale, che tra le altre, ha reso possibile la registrazione delle colonne sonore di: *La Porta Rossa*, la serie *Sorelle*, il tv movie *In punta di piedi*.

In qualità di produttore e distributore musicale, Rai Com ha pubblicato un numero significativo di composizioni all'interno delle piattaforme digitali tra cui Amazon Music, Deezer, Google Play, Spotify, Cubomusic, Itunes, Emusic e Thumbplay. Tale scelta ha garantito, tra l'altro, un incremento del catalogo multimediale (a disposizione del

palinsesto radiotelevisivo) e di conseguenza la possibilità di prevedere nuove sinergie con i social network (non solo di Rai Com) e recensioni nelle riviste digitali di settore.

Al fine di rafforzare la qualità della reportistica nei confronti delle società di collecting (SIAE, SCF, AFI ecc.), è stato concluso, con un service dedicato, un progetto pilota per evidenziare e risolvere le criticità derivate dall'assenza/non completezza delle cd dichiarazioni contenuto programma. Il progetto ha messo in luce alcuni importanti elementi che a livello di Gruppo saranno la base per approfondire, anche con importanti provider internazionali, l'estensione di meccanismi di rendicontazione automatica pure a interi palinsesti di rete.

Fondamentali le iniziative finalizzate a migliorare il presidio dei rapporti con le società di collecting, soprattutto nei confronti della SIAE che, tra le società, rappresenta il soggetto più importante nell'ottica della gestione dei parametri di ripartizione degli incassi che ne derivano.

Le edizioni musicali di musica contemporanea hanno ulteriormente arricchito il proprio catalogo e sono state presenti all'interno delle trasmissioni Rai (Radio 3 e Filodiffusione), Radio CEMAT (la principale Web Radio italiana interamente dedicata alla Musica Contemporanea), ma anche all'estero su Radio France, Radio Suisse Romande, BBC Radio 3.

In Italia e all'estero le opere musicali sono state eseguite presso Festival prestigiosi quali Festival dei Due Mondi (Spoleto), Berlin Ultraschall, FFF Fast Forward Festival del Teatro dell'Opera di Roma, Cantiere Internazionale d'Arte di Montepulciano, Biennale di Venezia, Bologna Modern, Festival Aperto di Reggio Emilia, Romaeuropa Festival, Nuova Consonanza, Warsaw Autumn, Festival Musica Strasbourg, Klangspuren Schwaz, e sono state presentate alla Konzerthaus e Musikverein di Vienna, Theater Freiburg, Nationaltheater Mannheim, Philharmonie e Centre Pompidou di Parigi, Muziekgebouw di Amsterdam, London Guildhall School, Moscow Rachmaninov Hall Ozumi Hall di Osaka, Bronfmann Auditorium di Tel Aviv, San Francisco Center for New Music, New York Juilliard School.

Il 2016 ha anche segnato un importante riconoscimento al nostro compositore più importante, Salvatore Sciarrino, cui è stato assegnato il Leone d'Oro alla carriera da parte della Biennale di Venezia.

Nel corso del 2016, è stata coordinata l'acquisizione dei diritti di musica colta e prosa sia per soddisfare le esigenze di trasmissione delle reti Rai sia per la produzione di prodotti editoriali finalizzati alla commercializzazione e promozione a livello nazionale e internazionale.

Nell'ambito delle *performing arts*, in coordinamento con le reti Rai, sono stati acquisiti i diritti di ripresa di 40 concerti, 15 opere (tra cui l'inaugurazione della nuova stagione del Teatro alla Scala con l'Opera *Madama Butterfly*), 7 documentari, 18 spettacoli di prosa nonché di numerosi balletti.

Il 2016 per le edizioni musicali è stato l'anno del ritorno di *Melò*, il principale momento di confronto sui temi della musica "seria". L'evento, una sorta di stati generali della musica classica in Italia, tenutosi presso il Teatro alla Scala di Milano il 13 e il 14 giugno, ha facilitato il dialogo tra gli enti lirici italiani, le televisioni italiane e straniere, i distributori dei prodotti nei diversi canali, gli operatori e critici musicali, gli autori, gli artisti e gli editori e ha messo in luce l'importante presidio che Rai svolge nel settore della musica, a livello nazionale e internazionale.

### Commercializzazione diritti estero: cinema, tv e musica

L'attività consiste nella distribuzione internazionale di prodotti televisivi e cinematografici di Rai e di terzi e nella commercializzazione delle produzioni musicali Rai.

Per quanto riguarda la distribuzione di contenuto televisivo e cinematografico, il 2016 ha raggiunto buoni risultati sia per le vendite cinema che per quelle televisive.

A livello macro-territoriale, i maggiori ricavi vengono dall'Europa, dai Paesi di lingua inglese (Usa, Uk, Aus), dai Paesi EMEA (Europa, Medio Oriente e Africa) e dall'Asia. Il calo delle performance nei territori dell'Europa Occidentale che aveva caratterizzato il 2015 è stato recuperato grazie a nuovi importanti titoli della fiction come *Non Uccidere*. Allo stesso tempo, in termini di prodotto tv, nel 2016 si registra una riduzione dei mandati di distribuzione relativi alle produzioni finanziate da Rai.

Tra i titoli che hanno contribuito maggiormente alla composizione del fatturato complessivo, segnaliamo le serie tv *Al Paradiso delle Signore*, il già citato *Non Uccidere* e i film *Lo chiamavano Jeeg Robot* e *Summertime*. Tra gli eventi non-fiction, si ricorda la vendita ad Abu Dhabi Media dei diritti live del Palio di Siena.

Nel 2016, l'attività di commercializzazione per i diritti della Musica Colta ha seguito un percorso che ha visto, da un lato, la fidelizzazione di media partners importanti sia europei (quali WDR, Radio Televisione Portoghese, ARTE, ZDF) sia extraeuropei (tra cui, Tohokushunsha e NHK per il Giappone); e

dall'altro, l'acquisizione di nuovi primari clienti che hanno favorito la divulgazione delle produzioni live o di catalogo.

Da segnalare, tra le opere in catalogo, la nuova opera in 4K firmata da Sofia Coppola dal Teatro dell'Opera di Roma. Inoltre, nuove location per le trasmissioni cinematografiche sono state inserite nel già noto progetto *All'Opera* che ha finalmente riportato nei cinema le più belle opere italiane prodotte dalla Rai. Per l'evento legato all'inaugurazione del 7 dicembre dal Teatro alla Scala di Milano (*Madama Butterfly*), Rai Com ha curato direttamente la trasmissione cinematografica in oltre 40 sale in Italia ed ha già pianificato con la casa discografica DECCA l'uscita del DVD dell'opera nella primavera del 2017.

Infine, con Intesa Sanpaolo, sono stati formalizzati due accordi destinati alla divulgazione di prodotti audiovisivi promozionali relativi al Concerto di Natale di Assisi e all'opera *Il Barbiere di Siviglia* che Rai Com ha prodotto in tecnologia 4K presso il Teatro Regio di Torino.

### Diritti sportivi

L'andamento della commercializzazione diritti sportivi nel corso del 2016 è stato positivo. In particolare, si segnalano:

- la definizione e/o la negoziazione di nuovi accordi di distribuzione dei canali Roma Tv, Lazio Style Tv e Juventus Tv, in aggiunta a quelli già precedentemente sottoscritti in 23 Paesi;
- la commercializzazione dei diritti d'archivio all'estero di alcuni Club di Serie A e B, tra i quali Juventus, Inter, Fiorentina, Sampdoria, Chievo, Atalanta, Bologna, Empoli, Cesena, Carpi e Frosinone;
- la distribuzione dei diritti d'archivio degli Europei di Ginnastica;
- la distribuzione dei diritti di archivio dei Club nella disponibilità di Rai Com per gli assegnatari del diritto live del Campionato di Calcio di Serie A e B;
- la commercializzazione dei diritti relativi alle partite amichevoli della Nazionale maggiore di Calcio (Italia-Francia e Italia-Germania), attraverso la definizione di nuovi accordi di distribuzione;
- la commercializzazione dei diritti relativi alle partite della Nazionale di Calcio Under 21;
- la definizione delle deleghe alla Lega Calcio anche per la Stagione Sportiva 2016/2017 delle riprese televisive delle partite interne di 7 Club di Serie A (Pescara, Atalanta, Bologna, Chievo Verona, Crotona, Sampdoria ed Empoli);
- la commercializzazione dei diritti nel mondo – con esclusione Italia – del Diving Grand Prix di Bolzano di nuoto e delle Paraolimpiadi.

## Commercializzazione e distribuzione canali Rai all'estero

Il 2016 ha registrato un trend positivo riferibile alla ritrasmissione dei canali Rai Italia, Rai World Premium e Rai News 24 nei principali Paesi extra europei (Usa, America Latina ed Australia), la cui distribuzione e politica commerciale, tra l'altro basata sull'effettivo numero di abbonati, è affidata a due operatori specializzati in tali mercati.

Anche con riferimento alla distribuzione in Europa, dove sono offerti per la ritrasmissione i canali Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai News 24, Rai Storia e Rai Scuola, i risultati sono stati soddisfacenti.

La strategia di sviluppo, con nuove partnership con operatori e distributori, ha generato sensibili incrementi nel fatturato in Olanda, Germania e Romania, il consolidamento di Belgio, Francia, Scandinavia ed Est Europa, e l'avvio di rapporti commerciali in Regno Unito, Spagna, Russia, Polonia, Repubblica Ceca, Grecia e Turchia, ponendo le basi per un'ulteriore crescita del fatturato nei prossimi esercizi.

## Commercializzazione library e consumer product

Grazie anche al consolidamento delle linee di ricavo generate dagli operatori OTT (Amazon, Netflix, Timvision ed altri), è proseguita l'attività di valorizzazione delle library e del consumer product. Di seguito le principali aree di attività:

- **teche:** sono stati rinnovati i principali accordi quadro con le emittenti italiane e con i broadcaster presenti sulle piattaforme pay per lo sfruttamento di contenuti di animazione;
- **home video Italia:** nonostante il mercato edicola abbia registrato un calo del 20% rispetto all'anno precedente, i risultati sono sopra le attese grazie alle buone performance delle collane in DVD delle fiction di maggior successo, quali *Il Commissario Montalbano*, *I Medici* e *Braccialetti Rossi*;
- **normal trade:** l'incremento delle edizioni realizzate, malgrado anche questo settore risulti in pesante flessione, ha consentito di ottenere risultati soddisfacenti;
- **licensing:** in presenza di rispettivi mercati in grave difficoltà, sia l'attività di publishing che il segmento edicola sono stati sostenuti, il primo, dal piano di sviluppo commerciale della property *Vita da Giungla*, che ha consentito di colmare le criticità del settore, e il secondo dal buon andamento delle riviste dedicate all'enigmistica (*L'Eredità* e *Reazione a Catena*), senza tuttavia riuscire a neutralizzare la pesantezza del settore;
- **area digitale:** nell'ambito delle attività sui *new media*, si assiste ad un importante tasso

di crescita dei mercati SVOD e EST/TVOD. Nel corso del 2016, la gestione dei diritti digitali del Gruppo Rai ha consentito infatti, in ambito SVOD, il raggiungimento di importanti accordi con tutti gli operatori del mercato (Netflix, TIMvision, Infinity) e, in ambito EST/TVOD, il consolidamento del posizionamento commerciale su tutte le piattaforme operanti sul mercato italiano. In calo, invece, i volumi totali nell'ambito delle attività di interazione telefonica (televoto e *call games*).

## Rai Eri

Nel 2016, con l'obiettivo di conseguire efficienza e integrazione, è proseguito il progetto di rilancio dell'immagine e dell'attività del settore librario della Rai.

Se da un lato, infatti, tale progetto mira a costruire un programma commercialmente convincente, ristrutturando e potenziando le collane della casa editrice per rafforzare l'identità del marchio in un mercato editoriale affollato, dall'altro questa operazione deve essere fondata sull'integrazione con il patrimonio di artisti e talenti e con la *mission* di Servizio Pubblico della Concessionaria.

In quest'ottica si collocano alcuni progetti cardine del piano editoriale, grazie ai quali sono usciti con il marchio Rai Eri anche artisti Rai finora tradizionalmente pubblicati da editori terzi: ad esempio, la collana in edicola *Viaggio nella storia* di Alberto Angela, un progetto di qualità e grande respiro in 50 volumi; in libreria, il *coloring book* di Caterina Balivo; ma anche il libro di una trasmissione, simbolo del legame con il territorio, come *Sereno Variabile* di Osvaldo Bevilacqua. Iniziative che segnano la forte contiguità del lavoro di Rai Eri con i programmi del palinsesto Rai.

Per una programmazione di ampio respiro, il catalogo è stato anche arricchito con l'acquisizione di grandi nomi del panorama editoriale, creando – anche grazie alla collaborazione con il Laboratorio di scrittura – una nuova collana, *Come si racconta*, con autori bestseller del calibro di Giancarlo De Cataldo e Dacia Maraini. Per presentare e diffondere la serie, che comprende brevi saggi sul mestiere di scrivere, è stato avviato assieme ai *Bibliopoint* delle Biblioteche di Roma un progetto pilota di incontri nelle scuole che esordirà nel 2017 e verrà esteso anche ad altri volumi della produzione Rai Eri per contribuire a realizzare, con un progetto di promozione della lettura presso i giovani, l'impegno educativo e di Servizio Pubblico che è parte integrante dell'identità di Rai Eri.

Una particolare attenzione è stata riservata al mondo dei ragazzi e dei giovani, un settore commerciale stabile nella generale crisi che

caratterizza il mercato del libro oltre che una chiave importante di rinnovamento e rilancio identitario.

La serie di volumetti del popolare cartone animato *Vita da Giungla* è stata, in questa prospettiva, un esempio vincente insieme al primo romanzo del giovane rapper Mattia Briga, *Non odiare me*, che ha riportato per la prima volta il marchio Rai Eri nella classifica di Narrativa Italiana, riempiendo di giovani le librerie in un tour di presentazioni da tutto esaurito.

Sul versante quantitativo, il piano editoriale è lo specchio di una Rai Eri sempre più autonoma e solida, pur nelle difficoltà della competizione in un mercato caratterizzato da marchi forti e da una crescente concentrazione. Rispetto al 2015, i volumi realizzati in proprio da Rai Eri sono aumentati in modo significativo mentre sono diminuite le coedizioni con editori terzi.

Il programma di digitalizzazione dei titoli di interesse del catalogo, avviato nel 2015, è stato implementato progressivamente anche con la realizzazione di titoli *digital original*, un progetto pilota per rafforzare la presenza del marchio Rai Eri anche sul mercato dell'ebook, in lieve ma continua crescita. Tutte le principali novità editoriali Rai Eri escono ora contemporaneamente in edizione cartacea e in ebook.

È proseguito il lavoro per aumentare la visibilità di titoli e autori Rai Eri su quotidiani e periodici e nelle principali trasmissioni televisive, come nel caso di *Come si racconta... una storia nera* di Giancarlo De Cataldo a piena pagina in *Cultura* su Repubblica e *L'inviato non nasce per caso* di Giampiero Galeazzi ospite di *Che tempo che fa*.

Il Salone del Libro di Torino, con uno stand Rai Eri completamente rinnovato, è stato un momento

importante nell'ottica della valorizzazione della programmazione: ogni giorno, presentazioni affollatissime, con autori di primo piano, lunghe file per il firmacopie, un incremento del 15% delle vendite di volumi rispetto al 2015 e la presentazione di Mattia Briga al centro del servizio dedicato al Salone dal Tg2. Il romanzo di Briga è stato anche tra i protagonisti della stagione prenatalizia, accompagnando il lancio del nuovo album del musicista secondo una strategia integrata che ha permesso di allungare la vita del prodotto.

A ottobre, Rai Eri ha commercializzato il volume *Noi, i Medici*, ideale 'companion' alla serie più attesa dell'anno, primo esperimento di interazione sinergica con il mondo, editorialmente poco valorizzato, delle fiction prodotte da Rai che ha realizzato soddisfacenti risultati in termini di vendite e di visibilità.

Un altro importante progetto della stagione prenatalizia è stato *Non avere paura di perdonare*, l'autobiografia del 'confessore del Papa' a cura del vaticanista Andrea Tornielli, con cui è stato avviato un lavoro di scouting su progetti capaci di portare al pubblico le testimonianze di personaggi chiave e le grandi storie del nostro tempo. Inoltre, nelle settimane di dicembre, tradizionalmente le più forti per le vendite di libri in Italia, sono state proposte due ristampe del libro di Osvaldo Bevilacqua *L'Italia nascosta*.

Intenso anche l'impegno per la razionalizzazione delle procedure editoriali e produttive, il potenziamento del settore commerciale ed il rafforzamento delle fasi di promozione e distribuzione anche tramite la *promozione in-store*, oggi chiave del successo commerciale di un editore.

## Altre attività

### Attività tecnologiche

Nell'ultimo biennio, Rai ha impresso una grande velocità alle attività progettuali e realizzative funzionali a supportare il percorso strategico di trasformazione da *Broadcaster* a *Digital Media Company*.

Diversi sono stati i progetti avviati per migliorare il processo industriale di realizzazione e distribuzione del prodotto radiotelevisivo e multimediale sulle varie piattaforme, al fine di ottenere benefici sui prodotti e sui servizi offerti da Rai anche in termini di qualità end-to-end, agendo su quattro abilitatori tecnologici propri della *Digital Media Company*:

- la dematerializzazione, intesa soprattutto come digitalizzazione dei contenuti e dei processi operativi e di supporto;
- l'ampiamiento delle reti di diffusione e la neutralità dei contenuti rispetto ad esse, per consentire ai contenuti Rai di raggiungere i clienti ovunque e su ogni tipo di dispositivo, sia fisso che mobile;
- il conseguimento di una infrastruttura di IT coordinata, con impiego pervasivo delle tecnologie Full IP e Cloud che consentono conservazione e distribuzione efficace, efficiente e sicura dei contenuti dematerializzati lungo tutta la catena del valore;
- l'evoluzione dei modelli organizzativi e produttivi.

I benefici ed i risultati attesi dai progetti tecnologici possono declinarsi sulle tre seguenti direttive:

- **benefici per il pubblico:** contenuti radiotelevisivi e multimediali Rai disponibili su ogni terminale fisso e mobile, in Alta Definizione HD o in Ultra HD, con bassa latenza, miglioramento dei servizi ricevuti, ad esempio in termini di Guida ai Programmi e di servizi di Video on Demand o di Catch-up tv, maggior coinvolgimento, personalizzazione dell'offerta, sempre più efficace ricorso all'interattività;
- **efficientamento aziendale:** efficientamento e innovazione dei processi industriali ed operativi e dell'infrastruttura tecnologica, maggior flessibilità dei sistemi e dei processi in relazione ai cambiamenti del business, sicurezza dei contenuti e degli asset strategici in termini di Business Continuity e Disaster Recovery;
- **protezione e qualità del servizio:** miglioramento della ricezione radio e tv, sempre maggiore affidabilità della distribuzione digitale con riduzione dei tempi di latenza, aumento della qualità trasmissiva di contenuti e servizi.

Nel seguito, con riferimento alle diverse attività, vengono illustrate le principali iniziative che hanno caratterizzato l'esercizio.

## Produzione televisiva

### Progetto T-CUBE

Il sistema ha consentito di eliminare l'uso dei supporti fisici e di realizzare una filiera editoriale-produttiva completamente digitale e file based ed ha attualmente archiviato più di 100.000 ore di contenuti audio video ad alta qualità.

Il processo produttivo ha coinvolto 110 redazioni, 5 testate nazionali (Tg1, Tg2, Tg3, Rai News 24, Rai Sport), l'archivio della controllata Rai Com e parte dei nuovi flussi di Rai Digital, il progetto di digitalizzazione della TecaMaster, l'archivio di TecaNews nonché le attività di collaudo tecnico ed archiviazione dei nuovi prodotti di acquisto.

Sono state collegate anche le redazioni giornalistiche di 16 sedi regionali, permettendo di ridurre notevolmente la contribuzione via ponti radio verso i centri di produzione.

### Digitalizzazione news nazionali

Nel corso del 2016 è stata completata l'infrastruttura unica per la produzione delle news nazionali, basata su due sistemi in ridondanza di campus all'interno dell'area di Saxa Rubra in Roma, sulla quale è stata anche rinnovata la piattaforma editoriale-produttiva di Rai News 24 e digitalizzata quella di Rai Parlamento.

Per quanto riguarda l'offerta di Rai Sport, sono stati messi a punto diversi interventi tecnologici tattici sull'area della produzione sportiva di Roma e Milano al fine di consentire una più efficace produzione in HD, in particolare per i grandi eventi (Olimpiadi ed Europei di Calcio). Inoltre, è stato progettato il nuovo sistema integrato di produzione di Rai Sport e ne sono state predisposte le specifiche tecniche per una gara europea che verrà avviata entro il primo semestre 2017.

### Digitalizzazione news regionali/sedi regionali

È proseguito il processo di digitalizzazione dei sistemi produttivi delle news regionali avviato nel 2014. Nel corso del 2016 sono stati attivati i sistemi integrati di produzione nelle sedi di Cagliari, Ancona, Torino e Bologna; in questa sede è stato anche completato il rinnovo in HD degli impianti di studio e messa in onda. Le ultime due installazioni di Pescara e Napoli, compatibilmente con la conclusione di importanti opere edili, verranno completate entro il primo semestre del 2017. Sono state anche avviate le attività per l'integrazione del sistema digitale di produzione della TGR con il sistema di News Room e per il miglioramento dell'agibilità tecnico-editoriale delle sedi distaccate di Catania, Sassari ed Udine.



### Sistemi per i controlli centrali e la messa in onda

Dal primo semestre 2016, la messa in onda dei tre canali generalisti avviene in simulcast automatico SD/HD. Il posto di trasmissione di Rai 4 è stato aggiornato nella prospettiva delle nuove esigenze editoriali. Inoltre è stato potenziato il nuovo impianto digitale in HD di messa in onda dei canali tematici presso il Centro di Produzione di Torino per consentire il simulcast dei canali in HD e SD.

Sono stati collegati alla nuova rete di contribuzione HD della controllata Rai Way tutti i Centri di Produzione e tutte le sedi regionali. È stato, infine, progettato ed avviato l'affidamento del nuovo Controllo Centrale di Milano.

### Studi televisivi

Nel 2016 è stata avviata la progettazione del Centro di Produzione Nomentano, che comprende la realizzazione degli impianti di luce scenica e audio-video in HD dei 5 studi e delle relative regie, di tutte le sale di post-produzione per il montaggio e la grafica e di una sala apparati centrale che permette di servire in modo flessibile tutto il Centro.

A fine 2016 è stato avviato un progetto per il collegamento in HD degli studi TV1 e TV2 del Centro di Produzione di Roma e per il collegamento in HD degli studi del Centro di Produzione di Torino al nuovo controllo centrale digitale, con conseguente switch-off definitivo della matrice analogica.

Nel 2016 è proseguito il piano di passaggio in HD di tutti gli studi televisivi e dei mezzi di ripresa con importanti acquisizioni di mezzi tecnici audio, video e ottiche in alta definizione, nonché si è proceduto alla sostituzione di quadri elettrici e cavi per l'alimentazione del parco lampade, luci sceniche e corpi illuminanti con ampia adozione della tecnologia a LED che consentiranno di raggiungere nel reparto luci sceniche la quota complessiva di rinnovo dell'80%.

### Riprese esterne

L'adeguamento in HD della flotta di mezzi di produzione per le riprese esterne, iniziato nel 2014, è proseguito anche nel corso del 2016, comprendendo:

- gli interventi di adeguamento su sei automezzi medi attrezzati a regie e l'upgrade in HD di due mezzi satellitari;
- la realizzazione di due regie HD in flight case e in progress due gruppi elettrogeni per esterne da 650 KVA;
- l'avvio di progetti per la realizzazione di otto mezzi leggeri satellitari monocamera (KA-SAT), otto gruppi elettrogeni per esterne da 135 KVA e otto per esterne da 40 KVA;

- il potenziamento e il rinnovo dei sistemi di ripresa in movimento. In particolare è stato effettuato l'upgrade in HD del sistema di ripresa in movimento montato sui mezzi di trasporto moto, elicotteri e aerei e sono stati progettati e acquisiti i nuovi ponti radio con tecnologia digitale per contribuzione delle riprese esterne in HD.

Per quanto riguarda la produzione presso le sedi delle Istituzioni, di rilievo l'intervento di rinnovo di regia ed impianti di ripresa e post-produzione del Palazzo del Quirinale della Presidenza della Repubblica e di Borgo Sant'Angelo (Rai Vaticano), digitalizzando anche i collegamenti tra i palazzi istituzionali ed il Centro di Produzione di Roma.

Sono stati infine realizzati interventi per l'upgrade da analogico ad HD degli impianti presso gli stadi di San Siro (Milano) e Olimpico (Roma).

### Post-produzione

Nel 2016, per il pieno supporto dei nuovi formati HD, si è proceduto al rinnovo hardware e software di circa 60 sale di montaggio e 35 postazioni di grafica, portando la percentuale di rinnovo a circa il 70%. È proseguita l'acquisizione di sistemi di post-produzione necessari per la realizzazione negli stabilimenti produttivi interni di fiction.

### Information and Communication Technology

La roadmap per la transizione al modello *Digital Media Company* ha comportato un considerevole impegno per l'innovazione delle piattaforme IT; il relativo piano di azione, strutturato in allineamento con la valutazione delle opportunità strategiche e degli impatti organizzativi ed economici, ha richiesto un importante governo in termini di integration architecture e change management.

L'insieme dei progetti aziendali sul core business delinea prospettive di cambiamento di portata considerevole nel lungo periodo e consente alla componente ICT di essere abilitante rispetto alle linee di indirizzo strategico dell'Azienda. Il cambiamento prevede:

- **trasformazione in Digital Media Company:**
  - la disponibilità del nuovo sistema di Gestione Diritti consente la governance del Portafoglio Diritti del Gruppo; la definizione di modelli e strumenti efficaci per descrivere i diritti nella loro totalità e gestirli nella loro complessità risponde alle crescenti aspettative di sfruttamento dei contenuti sulle diverse piattaforme;
  - l'obiettivo di monitorare il flusso di informazioni esistente all'interno dei principali social network, relativo ad argomenti di interesse per l'Azienda, si è concretizzato con l'avvio della prima fase di

- una iniziativa di Social CRM, incentrata su una soluzione di social management;
- nell'ottica di incrementare la base informativa a supporto delle decisioni, sono stati dedicati significativi investimenti all'evoluzione delle piattaforme di Business Intelligence e Big Data, per rendere disponibili strumenti per la comprensione delle dinamiche del business aziendale e del mercato di riferimento;
- al fine di realizzare un processo strutturato di gestione e valorizzazione del patrimonio audiovisivo dell'Azienda, è proseguita l'integrazione dei sistemi di multimedia asset management;
- lo sfruttamento di nuovi modelli di business che necessitano di rendere disponibili contenuti e metadati su piattaforme diversificate di accesso/distribuzione ha richiesto l'evoluzione della rete virtuale dedicata alla veicolazione dei file digitalizzati (Rete IP File Based); su tale contesto gli investimenti più rilevanti sono stati orientati al consolidamento dell'infrastruttura di trasmissione dei contenuti;
- **disponibilità di piattaforme digitali lungo tutta la catena del valore:**
  - l'agenda *Full Digital* inerente ai processi gestionali ha comportato interventi evolutivi nell'ambito degli approvvigionamenti, della gestione della documentazione contabile, della comunicazione con la Pubblica Amministrazione e interna all'Azienda, quest'ultima attraverso il Digital Workspace RaiPlace 2.0 e la disponibilità di strumenti integrati per l'accesso e la condivisione di informazioni;
  - nel sistema Palinsesti si è operato per integrare la pianificazione della messa in onda del palinsesto lineare (modulo Scheduler) con il sistema T-Cube di gestione digitale dei contenuti; i prossimi passi sono orientati al rilascio di questo risultato e all'estensione del modello alla programmazione non lineare;
  - progettazione di una nuova piattaforma digitale per le agenzie giornalistiche, integrando gli strumenti redazionali e quelli di elaborazione dei contenuti;
- **cambiamento dei modelli organizzativi e produttivi:**
  - nel contesto della pianificazione economica è stata realizzata un'evoluzione del Sistema Integrato di Pianificazione (SIP) orientata al governo e monitoraggio delle commesse editoriali; questo tassello, attualmente in fase di collaudo, consentirà di migliorare la capacità di pianificazione e controllo degli eventi economici primari (programmi), elementi indispensabili per attuare interventi reattivi a fronte dei cambiamenti del business e delle pressioni competitive del mercato esterno;
  - a supporto del processo produttivo, è stata completata la definizione dei requisiti del nuovo strumento *Primsys* per la pianificazione delle risorse di produzione in scenari temporali di natura strategica e operativa; quest'ultimo aspetto si è concretizzato con la disponibilità del modulo per la schedulazione dell'impegno delle risorse;
  - nell'ambito canone, i sistemi sono stati allineati al nuovo modello di riscossione dello stesso;
- **disponibilità di un layer 'Data Center IT':**
  - disegno del nuovo assetto dei Data Center Rai in ottica di *business continuity* e *disaster recovery*, in coerenza con la logica di realizzare un layer di piattaforme tecnologiche in grado di rispondere alle esigenze della *Digital Media Company* in termini di gestione strategica delle informazioni e dei contenuti; la relativa operatività è prevista nel 2018.

## Ricerca e Sviluppo

La sperimentazione e l'implementazione di nuove piattaforme tecnologiche sono al centro delle strategie di ricerca e sviluppo di Rai, come premessa essenziale per un'evoluzione del prodotto coerente con la trasformazione in *Digital Media Company*.

La possibilità di distribuire i contenuti su media e dispositivi diversi, la capillare introduzione della banda larga e la disponibilità di schermi televisivi più grandi, a maggiore definizione (HD e Ultra-HD 4K) e con una migliore qualità di visione (HDR), sono d'altro canto i driver che guidano l'attuale evoluzione tecnologica del sistema radiotelevisivo. In questo ambito acquistano sempre maggiore valenza anche le dinamiche di valorizzazione del prodotto unite ad una più intensa interazione con gli utenti.

Nel corso del 2016 i principali temi di ricerca e sviluppo hanno riguardato l'evoluzione dei sistemi di produzione e codifica audio/video, lo studio di nuovi servizi multi-piattaforma e l'evoluzione delle reti di distribuzione sia fisse che mobili.

La transizione verso il formato **Full HD** – e in prospettiva verso formati ancora più evoluti – in un contesto di riduzione delle risorse frequenziali e di ri-pianificazione della tv digitale terrestre entro il 2020/2022 – ha comportato lo studio e la valutazione della qualità video con le tecniche di codifica disponibili (Mpeg-2, Mpeg-4, Hvc), al fine di contribuire alla definizione delle strategie aziendali per la gestione dei Multiplex digitali.

Dal lato produttivo, sono state studiate nuove tecnologie e apparati adatti al trattamento dei

segnali televisivi ad altissima qualità lungo tutta la filiera di produzione e distribuzione, con particolare attenzione alle problematiche di standardizzazione dei nuovi formati, anche nell'ottica di una transizione verso la tecnologia IP.

Rai ha proseguito lo studio e la sperimentazione della tecnologia **HDR (High Dynamic Range)** che permette di generare e trasmettere immagini ad alto contrasto dinamico, considerata un elemento fondamentale dei nuovi formati televisivi, sia UHD che HD. Il lavoro si è concentrato sul contributo alla definizione della nuova specifica per la trasmissione UHD in ambito DVB, effettuando prove soggettive e realizzando sequenze di test. È anche stata avviata un'iniziativa per l'impiego della tecnologia HDR e del formato UHD. I primi risultati tangibili sono stati la trasmissione in UHD sulla piattaforma Tivù Sat di alcune delle produzioni di punta della Rai, tra cui le partite della fase finale di Euro 2016 e la fiction *I Medici*. Inoltre, la ripresa con tecnologia HDR è stata sperimentata nella produzione dei documentari di Alberto Angela *Una notte a Firenze* e *Una notte a San Pietro*.

Il progetto di **digitalizzazione della Teca Master**, in piena fase attuativa, ha come obiettivo quello di trasformare il vecchio archivio analogico in un moderno archivio di file master digitali, automatizzando, dove possibile, tutte le operazioni di riversamento dai supporti esistenti. È operativo l'allestimento delle linee di riversamento dei nastri Betacam/IMX e parallelamente si sta procedendo alla realizzazione delle linee di riversamento della pellicola.

Relativamente al progetto della **rete DAB+**, il nuovo servizio di radiofonia digitale che affiancherà l'attuale diffusione in modulazione di frequenza FM, sono state elaborate e verificate sul campo soluzioni tecniche per la copertura e la continuità del servizio DAB anche all'interno delle gallerie autostradali. È stato realizzato un dimostratore che realizza la trasmissione parallela di tutti i notiziari regionali con commutazione automatica del ricevitore sul programma Radio 1 nazionale (mantenendo i requisiti di capacità trasmissiva a livelli accettabili in rete SFN). Inoltre, in collaborazione con altri membri EBU, è in corso lo sviluppo di nuovi servizi **Hybrid Radio** che consentono la personalizzazione dei contenuti e del palinsesto agli utenti dotati di ricevitori connessi.

Nel corso del 2016 è proseguito lo sviluppo di applicazioni interattive e servizi on-demand orientati all'arricchimento dell'offerta Rai sulle **Smart tv**. Sono state realizzate in questo contesto una serie di applicazioni collegate a Euro 2016 e alle Olimpiadi e Paralimpiadi di Rio 2016. Queste applicazioni hanno arricchito la

messa in onda degli avvenimenti con servizi che hanno permesso di rivedere subito sul televisore i frame più importanti, di consultare statistiche aggiornate in tempo reale, di rivedere, in qualsiasi momento, le registrazioni (integrali o di sintesi) delle partite e degli eventi olimpici già avvenuti, il tutto corredato da interviste e video esclusivi. Inoltre, a fine anno, è stata rilasciata la nuova versione dell'applicazione RaiPlay per televisori Smart tv che realizza un ponte tra il mondo televisivo lineare e contenuti on-demand. Attraverso una modifica dell'applicazione Telecomando, è stato contestualmente attivato un accesso diretto all'applicazione RaiPlay da tutti i canali Rai con contenuti dedicati e specifici per ogni canale.

Tra le altre iniziative si segnala il completamento della **SuperEPG tivùon**, lanciata ufficialmente nel mese di luglio 2016, e la definizione, nell'ambito di HD Forum Italia, della nuova specifica italiana HD-Book per i ricevitori che segna il passaggio della piattaforma interattiva dal sistema MHP al nuovo standard europeo HbbTV. Inoltre sono proseguite le attività relative allo studio e allo sviluppo di servizi a supporto dell'accessibilità dei prodotti Rai, nell'ottica di una crescente inclusione sociale e lavorativa dei disabili.

Nel 2016 è stata anche avviata un'attività finalizzata a realizzare una piattaforma di produzione di Data Journalism, attraverso l'integrazione di componenti e sistemi di analisi automatica delle news sviluppati dal Centro Ricerche Innovazione Tecnologica della Rai.

Nel contesto dei piani della Comunità Europea che prevedono il rilascio entro il 2020/2022 delle frequenze della banda 700MHz attualmente utilizzate per la diffusione televisiva, sono proseguiti gli studi nel campo dell'evoluzione delle **reti distributive terrestri**, in particolare con l'introduzione della modalità broadcast nelle tecnologie mobili di prossima generazione, attività quest'ultima svolta in collaborazione con l'Università tedesca di Braunschweig nella Bassa Sassonia. Inoltre, è proseguita la collaborazione con il Politecnico di Torino per uno studio comparativo tra le reti cellulari e le reti broadcast per la diffusione in tecnologia 5G-Broadcast, i cui risultati preliminari sono stati presentati durante la Conferenza Mondiale sulla Telefonia Mobile di Barcellona.

Con riferimento alla **messa in sicurezza** dei servizi attualmente forniti da Rai, sono state affrontate alcune problematiche relative alla diffusione del segnale DTT quali la corretta sincronizzazione dei trasmettitori di una rete DTT isofrequenza, un aspetto cruciale da cui dipendono la continuità e la qualità del servizio fornito all'utente. È stata condotta l'analisi sull'effettiva robustezza del sistema

GPS attualmente utilizzato analizzando possibili sistemi alternativi attraverso una sperimentazione in collaborazione con l'Istituto Nazionale di Ricerca Metrologica - INRIM e il consorzio Antares. Inoltre il Centro Ricerche, su invito del MiSE, ha partecipato a due campagne di test mirate a valutare i criteri di protezione da interferenza da adottare nell'ottica della prevista condivisione con servizi LTE di alcune bande di frequenza tradizionalmente utilizzate dalle radiocamere e dai ponti radio della controllata Rai Way.

Nel campo della **partecipazione a progetti finanziati**, è stata preparata la proposta per il progetto H2020 *MULTIDRONE*, che è stato approvato e ha preso avvio da inizio 2017, che prevede lo studio di un sistema di gestione coordinata di flotte di droni per le riprese televisive di eventi speciali. È iniziato il progetto *ESA SCORSESE* per lo studio e lo sviluppo di un'infrastruttura che consenta lo sfruttamento dei satelliti normalmente utilizzati per la diffusione dei segnali televisivi 'lineari' anche per l'alimentazione dei nodi delle reti a larga banda impiegate per l'invio di servizi multimediali e Video-on-Demand verso dispositivi 'connessi' (PC, tablet, smartphone). Sono stati infine conclusi i progetti *BRIDGET del Settimo Programma Quadro EU*, nel cui ambito è stato validato un insieme di tecnologie che abilitano alla creazione di collegamenti tra programmi televisivi e oggetti multimediali e *ESA HEVC for 4K satellite distribution* che si occupa della distribuzione satellitare di contenuti Ultra HD.

Nel corso del 2016 sono stati stipulati accordi con Università, Centri di ricerca, Associazioni di categorie di settore in particolare con l'obiettivo di avviare iniziative sperimentali finalizzate al miglioramento della qualità tecnica della programmazione radiotelevisiva della Rai nei confronti dell'utente.

### Pianificazione frequenze e gestione dello spettro

L'attività si è focalizzata in particolare sulle seguenti direttrici:

#### a. Aumento dell'offerta in Alta Definizione

Sono state completate le attività che hanno consentito la riconfigurazione dei programmi contenuti nei MUX DTT Rai per conseguire l'aumento dell'offerta in HD: un canale durante le Olimpiadi di Rio e due ulteriori canali dallo scorso settembre.

L'attuale perimetro dell'offerta Rai attraverso la piattaforma DTT consente la diffusione dei seguenti canali:

- 13 canali SD (oltre 1 di un editore terzo);
- 6 canali HD (di cui 2 diffusi solo in alcuni città);
- 6 canali radiofonici;
- servizio di Televideo.

#### b. Consolidamento e difesa del servizio televisivo digitale terrestre (DTT) del Mux 1

Sono state svolte attività per minimizzare l'impatto interferenziale sulle reti Rai, in particolare sulla ricezione del Mux 1, generato dall'applicazione di disposizioni normative recenti (con particolare riferimento al decreto interministeriale c.d. di "rottamazione frequenze") volte a liberare le frequenze potenzialmente interferenti con l'estero, ma usate dall'emittenza locale, con riassegnazione alla stessa di risorsa alternativa.

Numerose e di entità rilevante sono state, infatti, le situazioni che hanno comportato interferenze a danno dell'utente finale a seguito dell'assegnazione di nuove frequenze agli operatori in ambito locale. L'attività è stata rivolta ad un costante monitoraggio della situazione, anche per il tramite della controllata Rai Way, ed accompagnata ad un intenso dialogo con il Ministero dello Sviluppo Economico – Comunicazioni, anche nelle sue articolazioni territoriali, al fine di risolvere nel minore tempo possibile i disservizi sulla rete.

L'interazione continuativa con le direzioni tecniche del Ministero – nonché di AGCOM per talune fattispecie – è parte essenziale per la difesa della qualità tecnica del servizio del Mux 1 DTT che, per la sua peculiare configurazione regionale, richiede specifica protezione nel mutevole quadro di utilizzazione delle risorse frequenziali da parte delle emittenti locali operanti in aree adiacenti. Ulteriormente, a seguito di analisi interferenziali su base simulativa, è stata avviata la migrazione progressiva degli impianti Mux 1 in coerenza con le indicazioni del MiSE-Comunicazioni (es. liberazione del ch 25 UHF; ch 6 VHF in Campania).

#### c. Avvio del tavolo tecnico Rai-AGCOM-MiSE per la liberazione della banda 700 MHz e ipotesi di avvio del servizio in DVB-T2

A livello europeo, è stato fissato al 2022 il termine massimo per il rilascio della banda 700 MHz da parte dei servizi televisivi a favore dei servizi mobili. Per consentire il mantenimento dell'attuale numero di canali, sarà necessaria una migrazione al nuovo standard di diffusione DVB-T2 che consentirà di trasmettere gli stessi contenuti utilizzando meno banda.

Il conseguente indispensabile rinnovo dei televisori da parte dell'utenza ha già portato, in Italia, all'emanazione di una Legge che impone la vendita di televisori con ricevitori DVB-T2 (con codifica HEVC, a partire dal 1° gennaio 2017).

In questo contesto, è iniziato un approfondimento con le richiamate Istituzioni per consentire alla Rai di avviare, nelle principali città Italiane, un servizio in DVB-T2 che possa diffondere programmi in simulcast (già trasmessi in DVB-T1) sia in HD sia in

HD-HDR: tecnica quest'ultima che consente un notevole incremento della gamma dinamica delle immagini televisive, migliorando la luminosità massima (incremento dell'intensità da 3 a 10 volte), il dettaglio alle basse luci, la naturalezza e la saturazione dei colori.

#### d. Potenziamiento della rete radiofonica in FM

Il servizio radiofonico in Modulazione di Frequenza continua ad essere un obiettivo industriale qualificante per Rai e tale modalità continuerà ad avere un ruolo preminente ancora per molti anni nell'ascolto dei programmi radiofonici.

Ancora oggi però il servizio Rai in MF risente di una complessa situazione interferenziale in continua evoluzione. In questo contesto, continuano le attività di recupero delle aree di servizio degradate da interferenze, operando essenzialmente lungo la direttrice della 'compatibilizzazione' radioelettrica con l'emittenza privata.

Particolare attenzione è stata posta al miglioramento della copertura del servizio radio in corrispondenza di percorsi stradali ad alta intensità di percorrenza, per favorire la ricevibilità dei programmi da parte dell'utenza mobile.

#### Attività satellitare

Nel corso del 2016, in attuazione dei piani strategici aziendali e nel contesto di una visione integrata dello sviluppo delle reti e delle piattaforme nella transizione verso la *Media Company*, Rai ha progressivamente attuato il piano di distribuzione satellitare dell'offerta in alta definizione (Piano Full HD Sat). A tale scopo è stato necessario l'ampliamento della capacità diffusiva via satellite a quattro transponder e la loro riorganizzazione per un più efficace sfruttamento delle risorse. La ristrutturazione dell'offerta (rilasciata agli utenti il 5 gennaio 2017) ha comportato modifiche nei parametri trasmissivi (2 transponder DVB-S per i canali SD e 2 transponder DVB-S2 per i canali HD) e una nuova ripartizione dei canali fra i transponder.

È stata, inoltre, avviata la diffusione sulla piattaforma Tivù Sat in simulcast HD di tutta l'offerta Rai e a gennaio 2016 Rai 4 HD è stato reso disponibile anche agli abbonati Sky (LCN 104 su Sky).

#### Sviluppo della qualità tecnica

Il continuo miglioramento della qualità tecnica dei prodotti e dei servizi offerti dalla Rai è un elemento distintivo della natura di Concessionaria del Servizio Pubblico. Anche nel 2016, le attività di monitoraggio in questo ambito sono proseguite lungo tutta la filiera produttiva e distributiva, sia dal punto vista oggettivo che di percezione dell'utente finale.

Le attività principali hanno riguardato l'analisi dei dati disponibili dal sistema di rilevamento sul territorio dei segnali diffusi (EVA – *Signal Quality Evaluator*), il benchmarking tecnologico della qualità, il coordinamento della gestione dei disservizi (finalizzato all'attivazione delle opportune contromisure infrastrutturali) nonché il coordinamento delle norme di esercizio e la correlata valutazione comparativa.

Il sistema EVA è lo strumento utilizzato per il controllo della qualità tecnica dei segnali radiotelevisivi e per la gestione degli interventi sistemistici correttivi e le iniziative interstrutturali che garantisce una veloce ed efficace comunicazione dei disservizi tecnici. In questo ambito, sono stati avviati interventi operativi anche per lo sviluppo della radio digitale, grazie all'acquisto di sonde specifiche per la ricezione e la misura dello standard DAB+ che saranno installate presso i siti delle sedi regionali.

Sono proseguite, inoltre, le attività per il miglioramento della qualità tecnica nell'ambito della fiction, che si affianca ad altre analoghe iniziative per assicurare all'utenza i più alti standard qualitativi tecnici (dall'HD all'UHD), e le attività di monitoraggio e valutazione della qualità tecnica misurabile strumentalmente, anche in collaborazione con Rai Way (es. Radio, Fiction, Sport).

È stato poi ulteriormente aggiornato il sistema informatico (CQS) dedicato ai disservizi rilevati sulla rete di distribuzione dei segnali radiofonici e televisivi di Rai o segnalati dalla controllata Rai Way e sono state identificate iniziative puntuali e strutturali di miglioramento della rete distributiva allo scopo di aumentare la qualità tecnica del segnale e l'affidabilità complessiva della rete di distribuzione.

In questa prospettiva, è stato avviato il progetto per l'introduzione di strumenti di analisi statistica (supportato da una applicazione di *data mining*) per analizzare le tendenze dei valori misurati e operare aggregazioni su base geografica e temporale. Il sistema sarà completato con una serie di indicatori che offriranno una visualizzazione delle anomalie riscontrate su 'cruscotti' personalizzati, in modo parametrico e multidimensionale. Sarà inoltre dato avvio anche alla sperimentazione di sonde mobili, che potranno interconnettersi con un sistema centrale attraverso Internet, utilizzando le tecnologie wireless disponibili (WiFi, rete 3G, rete 4G).

In collaborazione con l'Università La Sapienza di Roma – Facoltà di Ingegneria, è stato realizzato un sistema in grado di effettuare la misurazione oggettiva 'Full Reference' della qualità di un segnale video HD e/o UHD, mediante la definizione di un indice QI (Quality Impairment)

per la determinazione del degrado del contenuto video end-to-end (dal punto di trasmissione al punto di ricezione utente). Il QI è stato definito utilizzando sia metriche riconosciute a livello internazionale, sia realizzate ad hoc per le esigenze Rai. Sono stati calcolati gli indici QI relativi alle prime trasmissioni Rai in UHD.

In collaborazione con l'Università di Parma – Facoltà di Ingegneria, è stato infine avviato uno studio di fattibilità per il miglioramento della percezione della qualità audio riprodotta dai televisori a schermo piatto, realizzando tre sistemi specifici relativi ai tre modelli di apparecchi televisivi da salotto (schermo 37" - 47") più venduti in Italia, per poterne migliorare soprattutto l'intelligibilità del parlato.

Da ultimo, nel corso del 2016 è stato realizzato un sistema di misura sperimentale in grado di valutare la qualità di ricezione – in ottica utente – del servizio radiofonico ricevibile da rete IP mobile (3G/4G). Tale strumento è in grado di rilevare, in maniera georeferenziata, la presenza e la qualità del segnale audio decodificato da uno smartphone (connesso alla rete ed utilizzando la APP RadioRai) mediante metriche che simulano la percezione utente.

## Attività trasmissiva

Rai Way gestisce oltre 2.300 siti dotati di infrastrutture e impianti per la trasmissione e la diffusione dei segnali radiotelevisivi in Italia, dispone di 23 sedi operative distribuite sul territorio nazionale e si avvale di un organico altamente specializzato, composto da oltre 600 risorse. Gli asset tecnologici e il know-how specialistico sono le risorse chiave non solo per l'attuale offerta di servizi, ma anche per lo sviluppo di nuove attività.

I servizi forniti da Rai Way sono sintetizzabili nelle seguenti tipologie di attività:

- **Servizi di diffusione**, intesi come servizi di trasporto terrestre e satellitare dei segnali televisivi e radiofonici tramite le reti di diffusione presso gli utenti finali all'interno di un'area geografica.
- **Servizi di trasmissione** di segnali radiotelevisivi attraverso la rete di collegamento (ponti radio, satelliti, fibra ottica) e, in particolare, la prestazione di servizi di contribuzione, intesi come servizi di trasporto unidirezionale:
  - tra siti prestabiliti e/o fonia/dati tramite circuiti analogici o digitali;
  - del segnale a radiofrequenza dal satellite all'interno di un'area geografica di determinata ampiezza, e servizi connessi.
- **Servizi di Tower Rental**, intesi come:
  - ospitalità (hosting), ovvero servizi di alloggiamento di impianti di trasmissione nei punti di diffusione (postazioni) dei segnali radio-televisivi, di telefonia e di telecomunicazione;
  - servizi di gestione e manutenzione degli impianti di trasmissione ospitati nelle postazioni;
  - servizi complementari e connessi.
- **Servizi di rete o network services**, che includono a loro volta una vasta gamma di servizi eterogenei che la società può fornire in relazione alle reti di comunicazione elettronica e di telecomunicazioni in generale (attività di progettazione, realizzazione, installazione, manutenzione e gestione, servizi di consulenza, monitoraggio, radio protezione etc.).

La tipologia di clientela che si rivolge a Rai Way per usufruire dei richiamati servizi può essere convenzionalmente ricondotta nelle categorie dei broadcasters (emittenti radiotelevisive nazionali e locali, tra le quali rientra anche Rai), operatori TLC (prevalentemente operatori di telefonia mobile) e P.A. e Corporate (categoria residuale in cui rientrano pubbliche amministrazioni, enti e persone giuridiche), operatori FWAP (Fixed Wireless Access Provider).

Rai Way è un operatore leader nel mercato italiano delle infrastrutture di trasmissione radiotelevisiva. Nel mercato dell'emittenza

televisiva le principali piattaforme di trasmissione sono costituite da:

- DTT (Digital Terrestrial Television, sia in chiaro, sia pay tv);
- DTH (satellitare);
- IPTV (internet);
- TV via cavo.

Rispetto ad altri Paesi dell'Europa occidentale, l'Italia è caratterizzata da una diffusione di gran lunga maggiore della piattaforma DTT. Negli altri Paesi, la minore diffusione della piattaforma DTT è correlata alla più ampia e competitiva presenza della piattaforma satellitare (es. Regno Unito e Germania), cavo (es. Germania) e IPTV (es. Francia).

Il solido posizionamento della DTT nello scenario dell'emittenza televisiva italiana è ulteriormente sostenuto dall'assenza della tv via cavo (i soggetti in grado di erogare servizi televisivi via cavo rappresentano normalmente, a livello europeo, i concorrenti più forti sul mercato sia della televisione sia della banda larga) e, di fatto, anche della IPTV, la cui scarsa diffusione è dovuta, tra l'altro, alla presenza limitata di reti a banda larga veloci in grado di supportare i relativi servizi.

Per quanto riguarda il mercato italiano radiofonico, i programmi sono trasmessi nel formato analogico e digitale (DAB - Digital Audio Broadcasting) e non è prevista una scadenza per lo spegnimento del segnale analogico, in linea con molti altri Paesi europei.

Numerose le attività svolte nel 2016 sia a beneficio del Gruppo Rai che nella fornitura di servizi a operatori terzi.

Il Contratto di Servizio sottoscritto da Rai e Rai Way nel 2014 – oltre ai servizi base di diffusione e trasmissione – prevede e disciplina l'eventualità che, al manifestarsi di nuove esigenze del cliente, le parti possano negoziare la fornitura di servizi addizionali ovvero di servizi finalizzati allo sviluppo di nuove reti di comunicazione elettronica e di telecomunicazioni o, ancora, di nuove tecnologie e standard trasmissivi.

In questo contesto, tra i servizi di maggior rilievo svolti nel 2016, si segnalano i servizi di trasporto per la contribuzione dei segnali delle Olimpiadi e Paralimpiadi estive di Rio de Janeiro e dei Campionati Europei di Calcio di Francia, per i quali Rai Way ha fornito soluzioni tecnologiche sfruttando reti in fibra ottica e il supporto tecnico specialistico in loco, garantendo sempre un altissimo livello di affidabilità.

È stata completata la nuova rete in fibra ottica basata su tecnologia di codifica JPEG2000 e trasporto IP/MPLS, integrata all'attuale rete di contribuzione televisiva terrestre in esercizio; tale

servizio si inquadra nel progetto di evoluzione delle reti di trasmissione volto a soddisfare le nuove esigenze della Rai, conseguenti al processo di digitalizzazione degli impianti di produzione, ed alla necessità di trasportare contenuti prodotti in alta definizione (news, sport, fiction etc.).

Si segnala, nell'ambito del processo di miglioramento della qualità dell'offerta Rai, anche l'avvio del servizio di diffusione satellitare dei canali HD, con la riconfigurazione dei quattro transponder del satellite Eutelsat Hot Bird 13°Est. Relativamente al consolidamento dei servizi offerti dal Gruppo Rai, Rai Way ha realizzato ed avviato il servizio di distribuzione dei segnali televisivi in Australia, Nord e Sud America, attraverso fibra ottica e satellite.

Per quanto riguarda le attività svolte a favore di clientela terza, nel corso del 2016 Rai Way ha continuato a promuovere nei confronti degli operatori radiomobili una linea commerciale finalizzata a incentivare lo sviluppo delle reti di nuova generazione e a consolidare il rapporto della Società con il singolo operatore. A tal fine, sono state proposte tariffe incentivanti a favore dello sviluppo delle reti e delle infrastrutture di telecomunicazione presso siti nella disponibilità di Rai Way, anche a fronte dell'impegno da parte del cliente a non dismettere per un periodo determinato un numero di postazioni individuate nel contratto.

Nel 2016 è stato inoltre rinnovato l'accordo per l'erogazione di servizi di tower rental con EOLO SpA e si è registrato un incremento significativo delle richieste di ospitalità e di attivazioni da parte della clientela FAWP.

Nell'ambito delle attività del tower rental per clienti broadcast sono proseguite le attività commerciali con l'attivazione di ulteriori postazioni con i principali operatori.

Per quanto riguarda la clientela broadcast radiofonica, Rai Way ha dato inizio ad una riapertura verso il mercato radiofonico. È stato sottoscritto un accordo quadro con un network radiofonico nazionale ed altri accordi specifici sono stati siglati con emittenti locali. Sono stati avviati incontri con altri operatori radiofonici nazionali propedeutici alla sottoscrizione di nuovi accordi.

Inoltre, a seguito dell'assegnazione di frequenze agli operatori locali attraverso il *Beauty Contest* del MiSe, Rai Way ha concluso accordi con operatori locali per l'erogazione di servizi di diffusione su base regionale.

Con riferimento all'introduzione di servizi innovativi, il 2016 ha segnato per Rai Way l'avvio di iniziative nel mondo dell'IoT (*Internet of Things*) e più in particolare delle *Smart City*.

Gli ottimi risultati conseguiti con sperimentazioni in varie realtà italiane, tra le quali ad esempio il Comune di Ormea in Piemonte, sostengono le prospettive aziendali e le intenzioni di procedere rapidamente verso un ruolo centrale nello sviluppo di reti per l'IoT, adottando un modello di tipo federativo, ovvero integrando la propria rete anche con quelle di soggetti terzi disponibili alla condivisione.

Le sperimentazioni che Rai Way ha realizzato, utilizzando la tecnologia LoRa particolarmente performante nella realizzazione di reti di tipo LPWAN (*Low Power Wide Area Network*), hanno consentito di valutare positivamente l'adeguatezza delle infrastrutture Rai Way nello sviluppo dei servizi IoT non solo su scala cittadina o regionale ma anche nazionale.

Costante l'impegno nell'attività di ricerca e sviluppo, anche in collaborazione con il Centro Ricerche e Innovazione Tecnologica di Rai, orientata principalmente alla sperimentazione di nuovi servizi digitali applicati al mondo della trasmissione e diffusione di programmi radiofonici e televisivi.

Le principali iniziative hanno riguardato:

- **rete SFN**: è stato attivato uno stage in collaborazione con il Politecnico di Milano per valutare gli effetti dell'interferenza isocanale dovuta a sorgenti provenienti da altre direzioni rispetto a quella di riferimento, elaborando i dati raccolti con continuità da postazioni equipaggiate in modo specifico;
- **registrazioni di spettro**: nell'ambito della conclusione del progetto Europeo DEMETRA è stata installata presso Rai Way una postazione per la ricezione di un segnale di tempo trasmesso attraverso un satellite geostazionario dall'INRIM e coordinato con postazioni collocate in Spagna e Germania. I risultati comparati con il sistema GPS su di un periodo di tempo relativamente breve hanno dato risultati soddisfacenti contenendo lo scarto entro +/- 100 nanosecondi. È in fase di valutazione la prosecuzione dei test attraverso un accordo di collaborazione con INRIM e altri operatori di rete.

## Comunicazione, relazioni esterne, istituzionali e internazionali

Oltre alla promozione dei principali prodotti dei canali e delle testate, i progetti di comunicazione di Rai hanno avuto come linea guida la necessità di valorizzare il ruolo di Servizio Pubblico della Concessionaria.

In particolare:

- sono state avviate una serie di azioni volte a rafforzare il ruolo della Rai come player europeo e internazionale e rilanciare la propria missione nel nuovo contesto globale. In questo quadro si inserisce il forte impegno nelle grandi associazioni di categoria europee ed extra-europee (EBU, COPEAM, CIRCOM, CMCA, ABU, ASBU, CRI-Comunità radiotelevisiva italoфона) per rilanciare una politica di cooperazione multilaterale – anche attraverso la partecipazione a progetti strategici – per migliorare il posizionamento internazionale di Rai. In tale contesto sono state organizzate iniziative di formazione, scambio di news e di condivisione di know how;
- nel quadro delle attività di promozione della lingua e della cultura italiana nel mondo, sono state attivate positive collaborazioni per l'utilizzo di contenuti Rai come supporti per l'insegnamento e l'apprendimento dell'italiano ed è stata implementata, attraverso la CRI, la rete di emittenti che nel mondo trasmettono in lingua italiana;
- nell'ambito delle coproduzioni internazionali e dei progetti speciali, si segnala la partecipazione a iniziative di grande impatto, quali l'*Eurovision Song Contest* (in entrambe le sue declinazioni di Senior e Junior), diventato un appuntamento atteso e seguito anche in Italia, e a *Generation What?*, progetto europeo finalizzato a delineare il ritratto dei *cd millennials* (giovani dai 16 ai 34 anni), promosso dai principali broadcaster europei di Servizio Pubblico, coordinati dall'EBU;
- è proseguita l'attività di rappresentanza verso le Istituzioni europee e sono stati presidiati, attraverso un costante monitoraggio, i principali dossier politico-legislativi europei di interesse aziendale (Direttiva AVMS, Spettro delle frequenze, pacchetto Telecom, 5G, Copyright, Net Neutrality, data protection ecc.) nel quadro della "Strategia per il mercato unico digitale" lanciata dalla Commissione Europea;
- sono stati inoltre definiti accordi internazionali/memorandum of understanding con partner esteri (ad es. Cina, Mongolia) finalizzati ad individuare iniziative di cooperazione nel settore radiotelevisivo quali collaborazioni nei settori radio, cinema, televisione, editoria, internet, attività di formazione e coproduzioni di programmi;
- per quanto concerne le audiodescrizioni, nel 2106 il Segretariato Sociale ha audiodescritto



960 ore rispetto alle 660 ore del 2015, frutto di una sempre maggiore attenzione al tema e in linea con le direttrici di sviluppo indicate dal vigente Contratto di Servizio;

- è stato realizzato internamente un documentario di circa 30 minuti dal titolo *Come ti chiami? 7 storie sull'autismo*, avvalendosi della collaborazione del MIUR, dell'ANGSA (Associazione Genitori Soggetti Autistici) e della FIA (Federazione Italiana Autismo), con lo scopo di dare voce ai ragazzi affetti da tale disturbo e con l'obiettivo di diffondere le buone pratiche di inclusione che vengono seguite in molte scuole pubbliche del nostro Paese;
- è stato realizzato *Non solo Sport*, un progetto di comunicazione per le Paralimpiadi di Rio 2016 in virtù di un accordo di Media Partnership sottoscritto con il Comitato Italiano Paralimpico. Rai ha realizzato una serie di iniziative per dare risalto alle attività sociali che il CIP ha realizzato a Rio contestualmente allo svolgimento dei giochi. Il CIP, infatti, in accordo con l'arcidiocesi di Rio, ha sostenuto alcuni progetti inseriti nel più ampio programma di sviluppo sociale "Rio se move", promosso da organizzazioni cattoliche brasiliane. In quest'occasione, Rai è stata al fianco del CIP per la realizzazione di un video backstage delle attività sociali e sportive che si sono svolte all'interno di Casa Italia e non solo, testimoniando il valore della diversità;
- venerdì 2 dicembre 2016 presso il Centro Italiano di Studi Superiori per la Formazione e l'Aggiornamento in Giornalismo Radiotelevisivo di Perugia si è svolta la premiazione del Concorso Qualit@Digitale indetto dalla Rai. Il concorso, riservato a installatori iscritti negli albi di competenza che avessero inviato segnalazioni e suggerimenti sulla qualità tecnica del servizio Rai utili al suo miglioramento, nasce con l'obiettivo di promuovere la Cultura della Qualità tra i professionisti coinvolti nella realizzazione degli impianti per la distribuzione dei segnali radiotelevisivi. In occasione della cerimonia di premiazione, in un contesto così drammatico per il Centro Italia colpito dal terremoto, Rai ha istituito un premio speciale per offrire un ulteriore contributo per sostenere concretamente l'attività dei professionisti che operano nei territori coinvolti dal sisma.

Nel rispetto di recenti disposizioni normative, con l'obiettivo di rendere maggiormente accessibili le principali informazioni che riguardano l'Azienda e di rafforzare anche per tale via un nuovo rapporto con la collettività e tutti gli stakeholder, è stata creata una specifica area dedicata alla Trasparenza.

## Il quadro normativo e regolamentare

Il 2016 è stato caratterizzato dagli interventi legislativi di disciplina del settore radiotelevisivo di seguito illustrati.

### Proroga del termine della Concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale

Il nuovo Codice dei contratti pubblici (Decreto Legislativo del 18 aprile 2016, n. 50, su cui v. *infra*) è intervenuto sul tema dell'affidamento della concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale prevedendo, all'articolo 216, comma 24, che *"al fine di consentire lo svolgimento, con la più ampia partecipazione, della consultazione pubblica di cui all'articolo 5, comma 5, della Legge 28 dicembre 2015, n. 220 (Legge di riforma Rai), e nelle more dell'aggiornamento della disciplina in materia di affidamento del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale"*, il termine della concessione previsto dall'articolo 49, comma 1 del Decreto Legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (*Testo Unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*, di seguito TUSMAR) fosse prorogato dal 6 maggio 2016 al 31 ottobre 2016.

### Legge 26 ottobre 2016, n. 198, recante "Istituzione del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione e deleghe al Governo per la ridefinizione della disciplina del sostegno pubblico per il settore dell'editoria e dell'emittenza radiofonica e televisiva locale, della disciplina di profili pensionistici dei giornalisti e della composizione e delle competenze del Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti. Procedura per l'affidamento in concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale"

L'art. 9 ha previsto, tra l'altro, la modifica dell'art. 49 del TUSMAR prescrivendo una nuova procedura per l'affidamento in concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, di durata decennale e preceduto da una consultazione pubblica sugli obblighi del servizio medesimo. Il medesimo art. 9, introducendo il nuovo comma 1-sexies all'art. 49 TUSMAR ha stabilito che *"Sino alla data di entrata in vigore del decreto che dispone il nuovo affidamento del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, e comunque per un periodo non superiore a novanta giorni dalla data di scadenza del rapporto concessorio, continuano a trovare applicazione, ad ogni effetto, la concessione e la relativa convenzione già in atto"*. Detto articolo ha inoltre previsto che agli Amministratori, al personale dipendente, ai collaboratori e ai consulenti del soggetto affidatario della concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, la cui prestazione professionale non sia stabilita da tariffe regolamentate, si applichi il limite retributivo, pari a Euro 240.000, fissato dall'art. 13 del

D. L. 66/2014 (convertito con L. 89/2014), precisando che, ai fini del rispetto di tale limite, non si applichino le esclusioni previste dall'art. 23-bis del D. L. 201/2011 (L. 214/2011) relative alle società emittenti strumenti finanziari quotati nei mercati regolamentati e alle loro controllate.

Rai ha proceduto all'implementazione della predetta normativa – effettiva dal 15 novembre 2016 – prevedendo, relativamente ai rapporti in essere con riferimento al personale dipendente e ai collaboratori e consulenti con contratti di natura non artistica, l'applicazione della stessa a partire dalle competenze del mese di dicembre 2016. Il Consiglio di Amministrazione, all'esito delle opportune valutazioni, nella seduta del 9 novembre 2016 ha anche deliberato di richiedere all'Azionista Ministero dell'Economia e delle Finanze e al Ministero dello Sviluppo Economico un'interpretazione puntuale della norma, attraverso la formulazione di uno specifico quesito.

### Decreto Legge del 30 dicembre 2016, n. 244, recante "Proroga e definizione di termini" (c.d. "mille-proroghe")

L'art. 6, comma 3, del Decreto, attraverso un intervento sul novellato art. 49, comma 1-sexies del TUSMAR ha previsto che, nelle more dell'affidamento del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale (secondo le nuove procedure introdotte dall'art. 9 della L. 198/2016, nel quadro degli interventi già introdotti dalla L. 220/2015), e comunque per un periodo non superiore a centottanta giorni dal 31 ottobre 2016 (e cioè fino al 29 aprile 2017), continuano a trovare applicazione, ad ogni effetto, la concessione e la convenzione in atto, così prorogando, per il caso in cui non si addivenga prima al nuovo affidamento con Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, la vigenza dell'attuale concessione a Rai del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale.

### Attuazione della Legge 28 dicembre 2015, n. 220 (Riforma della Rai e del Servizio Pubblico radiotelevisivo)

#### a) Consultazione pubblica CAMBIERAI e rinnovo del Contratto di Servizio

La Legge 28 dicembre 2015, n. 220 ha previsto lo svolgimento di una consultazione pubblica sugli obblighi del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale in vista dell'affidamento della concessione del servizio medesimo. Tale consultazione è terminata il 30 giugno scorso ed è stata presentata alla Camera dei Deputati il 27 luglio 2016.

Con riferimento al rinnovo del Contratto di Servizio tra Ministero dello Sviluppo Economico (di seguito MISE) e Rai, la medesima Legge ha stabilito che, in sede di prima applicazione, lo schema del nuovo contratto dovrà essere trasmesso dal Dicastero alla

Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, per il prescritto parere, entro sei mesi dall'affidamento della concessione; a regime, almeno sei mesi prima della scadenza del contratto vigente.

La stipula del Contratto nazionale di Servizio – di durata quinquennale e non più triennale – dovrà avvenire previa delibera del Consiglio dei Ministri recante gli indirizzi per l'emanazione delle linee guida (assunte d'intesa tra l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e il MISE) sul contenuto degli ulteriori obblighi del Servizio Pubblico generale radiotelevisivo.

### b) Elenco degli ospiti partecipanti alle trasmissioni

La Società ha inoltre emanato indicazioni operative in ottemperanza al nuovo comma 12-ter dell'art. 49 TUSMAR, introdotto dalla Legge 220/2015, che ha previsto in capo al Consiglio di Amministrazione l'obbligo di riferire semestralmente alla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, prima dell'approvazione del bilancio, sulle attività svolte dalla Rai, consegnando l'elenco completo dei nominativi degli ospiti partecipanti alle trasmissioni.

### **Copertura del costo di fornitura del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale e determinazione della misura dei canoni di abbonamento alle radiodiffusioni – Decreto del Ministro dello Sviluppo Economico del 13 maggio 2016, n. 94, "Regolamento recante attuazione dell'articolo 1, comma 154, della Legge 28 dicembre 2015, n. 208 – (Canone Rai in bolletta)" – Provvedimenti dell'Agenzia delle Entrate – D. L. 17 ottobre 2016, n. 189 (Interventi urgenti in favore delle popolazioni colpite dagli eventi sismici del 2016) – Legge di Bilancio per il 2017**

Com'è noto, la Legge 28 dicembre 2015, n. 208 (Legge di stabilità 2016) ha fissato in Euro 100,00 per il 2016 la misura del canone di abbonamento alle radioaudizioni per uso privato (art. 1, comma 152) e ha introdotto una nuova presunzione di detenzione di un apparecchio atto o adattabile alla ricezione delle radioaudizioni, che opera in caso di esistenza di un'utenza per la fornitura di energia elettrica nel luogo in cui un soggetto ha la sua residenza anagrafica.

Allo scopo di superare dette presunzioni (con conseguente non addebitabilità del canone), a decorrere dall'anno 2016 è ammessa esclusivamente una dichiarazione ai sensi dell'articolo 47 del Decreto del Presidente della Repubblica del 28 dicembre 2000, n. 445, da presentarsi all'Agenzia delle Entrate con le modalità definite con provvedimento del Direttore della stessa (adottato il 24 marzo 2016 e recante "Definizione delle modalità e dei termini di presentazione della dichiarazione sostitutiva relativa al canone di abbonamento alla televisione per uso

privato ai sensi dell'articolo 1, comma 153, lettera a), della Legge 28 dicembre 2015, n. 208, e approvazione del relativo modello", successivamente modificato con provvedimento del 21 aprile 2016). In attuazione dell'art. 1, comma 154 della Legge di Stabilità – che ha delegato ad un Decreto del Ministro dello Sviluppo Economico la determinazione, tra l'altro, dei termini e delle modalità per il riversamento all'Erario, da parte delle imprese elettriche, degli importi (suddivisi in dieci rate mensili) riscossi a titolo di canone e addebitati nelle fatture emesse dalle aziende erogatrici, nonché le misure tecniche attuative – il decreto del Ministro dello Sviluppo Economico del 13 maggio 2016, n. 94, "Regolamento recante attuazione dell'articolo 1, comma 154, della Legge 28 dicembre 2015, n. 208 – (Canone Rai in bolletta)" ha delineato gli snodi procedurali e temporali connessi alle nuove modalità di pagamento dell'imposta, occupandosi tra l'altro:

- dell'allineamento delle banche dati fra i "soggetti rilevanti" nel meccanismo di riscossione (Acquirente Unico SpA, Agenzia delle Entrate, imprese elettriche);
- dell'addebito del canone nelle fatture emesse dall'impresa elettrica e del successivo riversamento all'Erario dei canoni incassati da parte dei fornitori di energia (entro il giorno 20 del mese successivo a quello di incasso e, comunque, entro il 20 dicembre di ciascun anno con riferimento all'intero canone riscosso);
- delle modalità di comunicazione, da parte di Acquirente Unico SpA e delle imprese elettriche e nei confronti dell'Agenzia delle Entrate, dei dati utili ai fini del controllo;
- delle dichiarazioni, dei reclami e dei rimborsi delle somme non dovute, da effettuarsi con le modalità definite con provvedimento del Direttore dell'Agenzia delle Entrate (emanato il 2 agosto 2016 e recante "Definizione delle modalità di presentazione dell'istanza di rimborso del canone di abbonamento alla televisione per uso privato, pagato a seguito di addebito nelle fatture emesse dalle imprese elettriche ma non dovuto, e approvazione del relativo modello");
- dei profili di privacy e degli adempimenti in capo alle imprese elettriche.

L'art. 1, comma 40 della Legge 11 dicembre 2016, n. 232 (Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2017 e bilancio pluriennale per il triennio 2017-2019) ha successivamente previsto, per l'anno 2017, la riduzione a Euro 90,00 della misura del canone di abbonamento alla televisione per uso privato.

L'art. 14 (Proroga di termini relativi a interventi emergenziali), comma 2 del Decreto Legge del 30 dicembre 2016, n. 244 (c.d. "mille-proroghe") ha disposto, con riferimento ai Comuni individuati ai sensi del D. L. 17 ottobre 2016, n. 189 (Interventi urgenti in favore delle popolazioni colpite dagli eventi sismici del 2016) convertito, con modificazioni, dalla Legge 15 dicembre 2016, n. 229 e limitatamente ai soggetti danneggiati che dichiarino l'inagibilità del fabbricato,

casa di abitazione, studio professionale o azienda, l'ulteriore proroga di sei mesi della sospensione temporanea dei termini di pagamento delle fatture (relative, tra gli altri, ai settori dell'energia elettrica e della radiotelevisione pubblica), già disposta dall'art. 48, comma 2 del predetto D. L. 189/2016.

**Decreto Legislativo 18 aprile 2016, n. 50, recante "Attuazione delle direttive 2014/23/UE, 2014/24/UE e 2014/25/UE sull'aggiudicazione dei contratti di concessione, sugli appalti pubblici e sulle procedure d'appalto degli enti erogatori nei settori dell'acqua, dell'energia, dei trasporti e dei servizi postali, nonché per il riordino della disciplina vigente in materia di contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture"**

Il 19 aprile 2016 è entrato in vigore il nuovo Codice dei contratti pubblici che, attuando la Legge delega n. 11 del 28 gennaio 2016, ha tra l'altro abrogato il previgente Codice (di cui al Decreto Legislativo 12 aprile 2006, n. 163).

Rai sta adeguando le proprie procedure interne alle normative di riferimento per l'affidamento dei contratti pubblici, sia nel settore c.d. ordinario, sia nei settori che sono – per espressa previsione legislativa – esclusi dall'applicazione del Codice dei contratti pubblici, in particolare – con riferimento a questi ultimi – procedendo con la previsione di nuovi criteri e procedure di affidamento dei contratti di cui all'art. 49-ter TUSMAR.

Infatti, l'art. 49-ter, comma 1, del TUSMAR, introdotto dalle Legge di riforma della Rai, prevede che i contratti conclusi dalla Rai e dalle società da essa interamente partecipate aventi per oggetto l'acquisto, lo sviluppo, la produzione o la coproduzione e la commercializzazione di programmi radiotelevisivi e di opere audiovisive e le relative acquisizioni di tempo di trasmissione siano esclusi, ai sensi dell'art. 19 del D. Lgs. 12 aprile 2006, n. 163 (ora art. 17 del nuovo Codice), dall'applicazione della disciplina dettata dal codice dei contratti pubblici e che essi non siano soggetti all'obbligo procedurale dell'invito ad almeno cinque concorrenti previsto dall'art. 27, comma 1, secondo periodo del citato decreto n. 163 (procedura non più prevista dall'attuale Codice), fermo comunque restando il rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità (ai sensi dell'attuale art. 4).

Il successivo comma 2 dell'art. 49-ter TUSMAR stabilisce poi che i contratti conclusi dalla Rai e dalle società da essa interamente partecipate aventi ad oggetto lavori, servizi e forniture collegati, connessi o funzionali ai contratti individuati al periodo precedente, di importo inferiore alle soglie di rilevanza comunitaria, non siano soggetti agli obblighi procedurali per essi previsti dal codice dei contratti pubblici, fermo restando l'obbligo di affidamento nel rispetto dei sopra citati principi di matrice comunitaria.

Il D. Lgs. n. 50/2016 ha armonizzato le previsioni legislative con norme di coordinamento. Infatti, l'art. 216, al comma 24 stabilisce altresì espressamente che "All'articolo 49-ter del Decreto Legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e successive modificazioni, il rinvio agli articoli 19 e 27, comma 1, e alla disciplina del Codice dei contratti pubblici di cui al Decreto Legislativo 12 aprile 2006, n. 163, si intende riferito, rispettivamente, agli articoli 17 (n.d.r.: relativo agli appalti ed alle concessioni esclusi dall'applicazione del Codice e in buona parte coincidenti con i contratti di cui all'art. 19 del previgente D. Lgs. n. 163/2006), 4 (n.d.r.: che impone il rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, proporzionalità, pubblicità, tutela dell'ambiente ed efficienza energetica nell'affidamento dei contratti esclusi) e alla disciplina del presente codice".

Nelle more dell'adeguamento delle procedure aziendali, Rai continua ad applicare le vigenti Istruzioni Interne per l'affidamento dei contratti pubblici approvate dal Consiglio di Amministrazione nel novembre 2014, in quanto comunque compatibili con l'attuale quadro normativo.

**Provvedimenti attuativi della Legge 124/2015 "Deleghe al Governo in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche" (c.d. Legge Madia)**

**a) Decreto Legislativo 25 maggio 2016, n. 97, recante "Revisione e semplificazione delle disposizioni in materia di prevenzione della corruzione, pubblicità e trasparenza, correttivo della Legge 6 novembre 2012, n. 190 e del Decreto Legislativo 14 marzo 2013, n. 33, ai sensi dell'articolo 7 della Legge 7 agosto 2015, n. 124, in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche"**

Il Decreto Legislativo in oggetto, adottato in attuazione della delega contenuta nell'art. 7 della Legge 124/2015, provvede alla revisione e alla semplificazione delle disposizioni in materia di prevenzione della corruzione, pubblicità e trasparenza.

L'art. 3 del predetto Decreto, in particolare, ha inserito, dopo l'art. 2 del D. Lgs. n. 33 del 2013, il nuovo articolo 2-bis (*Ambito soggettivo di applicazione*), il cui comma 2 stabilisce che la medesima disciplina prevista per le pubbliche amministrazioni si applichi anche, in quanto compatibile, alle società in controllo pubblico come definite dal D. Lgs. 19 agosto 2016, n. 175, recante "Testo unico in materia di società a partecipazione pubblica" (come si dirà in vigore dal 23 settembre 2016 e su cui v. il paragrafo successivo), escludendo comunque le società quotate, come anch'esse definite dal medesimo Testo Unico, tra cui, in quanto emittente strumenti

finanziari quotati, Rai e le società dalla stessa controllate.

Per quanto riguarda l'attività di pubblico interesse svolta da Rai in quanto società concessionaria del Servizio Pubblico radiotelevisivo, gli obblighi di trasparenza previsti dal D. Lgs. n. 97/2016 per le società in partecipazione pubblica che gestiscono pubblici servizi sono specificatamente disciplinati all'interno della Legge di riforma (n. 220/2015). Inoltre, l'art. 41 del Decreto Legislativo ha modificato l'articolo 1 della Legge n. 190 del 2012 con l'inserimento del comma 2-bis, ai sensi del quale il Piano nazionale anticorruzione rappresenta l'atto di indirizzo, oltre che per le P.P.A.A. (ai fini dell'adozione dei propri piani triennali di prevenzione della corruzione), per gli altri soggetti di cui al sopra illustrato art. 2-bis, comma 2, del D. Lgs. n. 33/2013, ai fini dell'adozione di misure di prevenzione della corruzione integrative di quelle adottate ai sensi del Decreto Legislativo 8 giugno 2001, n. 231.

#### **b) Decreto Legislativo 19 agosto 2016, n. 175, recante "Testo unico in materia di società a partecipazione pubblica"**

Il Decreto Legislativo in oggetto, in vigore dal 23 settembre 2016, provvede al riordino – in attuazione della delega prevista dall'art. 18 della Legge 124/2015, "Deleghe al Governo in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche" (c.d. Legge Madia) – della disciplina delle partecipazioni societarie delle amministrazioni pubbliche.

Le disposizioni normative in argomento non trovano applicazione per le società quotate, tra cui rientrano le società a partecipazione pubblica che hanno emesso, alla data del 31 dicembre 2015, strumenti finanziari, diversi dalle azioni, quotati in mercati regolamentati (come Rai) e le società partecipate dalle stesse (come le società del Gruppo Rai) (art. 1, comma 5). L'art. 1, comma 4 del Decreto fa poi salve le specifiche disposizioni, contenute in leggi o regolamenti governativi o ministeriali, che disciplinano società a partecipazione pubblica di diritto singolare costituite per l'esercizio della gestione di servizi di interesse generale o di interesse economico generale o per il perseguimento di una specifica missione di pubblico interesse.

Si applicano, poiché espressamente previsto, alle società quotate, fermo restando quanto previsto dal citato art. 1, comma 4, le previsioni di cui agli artt. 8 (in materia di acquisto, da parte di pubbliche amministrazioni, di partecipazioni in società già costituite e quotate, unicamente nei casi in cui l'operazione comporti l'acquisto della qualità di socio) e l'art. 9 (in materia di gestione delle partecipazioni pubbliche, esercizio dei diritti del socio pubblico, patti parasociali, decorrenza dell'efficacia degli atti di nomina e di revoca degli organi sociali da parte del socio pubblico) del decreto.

#### **Nuova disciplina sugli abusi di mercato (Regolamento UE n. 596/2014 e relativi Regolamenti di esecuzione. Direttiva n. 57/2014)**

Il Regolamento n. 596/2014 sugli abusi di mercato, applicabile agli strumenti finanziari ammessi alla negoziazione su un mercato regolamentato di uno Stato membro (e, pertanto, anche al prestito obbligazionario emesso da Rai) e i relativi Regolamenti di esecuzione, unitamente alla Direttiva n. 57/2014 sulle sanzioni penali applicabili in materia di abusi di mercato hanno sostituito, nel corso del 2016, le disposizioni della Direttiva n. 6/2003 (c.d. "Direttiva abusi di mercato") e le correlate direttive attuative.

Nel mese di febbraio 2017 il Consiglio di amministrazione della Società ha proceduto all'approvazione del "Regolamento per la gestione delle informazioni privilegiate e delle operazioni di internal dealing, la tenuta del registro insiders e dell'elenco delle persone che esercitano funzioni di amministrazione, di controllo o di direzione e delle persone a loro strettamente associate", adottato in esecuzione del descritto quadro normativo. In particolare, è in corso l'aggiornamento del Registro delle persone aventi accesso alle informazioni privilegiate e del relativo Regolamento.

#### **Decreto Legislativo 17 luglio 2016, n. 135, recante "Attuazione della direttiva 2014/56/UE che modifica la Direttiva 2006/43/CE concernente la revisione legale dei conti annuali e dei conti consolidati" - Revisione legale dei conti**

Il Decreto Legislativo 17 luglio 2016, n. 135, recante "Attuazione della Direttiva 2014/56/UE che modifica la Direttiva 2006/43/CE concernente la revisione legale dei conti annuali e dei conti consolidati" ha modificato in più punti il Testo Unico sulla revisione legale dei conti (D. Lgs. 27 gennaio 2010, n. 39) ed in particolare il relativo Capo V dedicato alle disposizioni speciali riguardanti, tra l'altro, gli Enti di Interesse Pubblico, nel cui novero sono ricomprese le società italiane emittenti valori mobiliari ammessi alla negoziazione su mercati regolamentati italiani e dell'Unione Europea, come Rai (si veda il successivo paragrafo in merito all'affidamento dell'incarico di revisione legale).

#### **Decreto del Ministro dell'Economia e delle Finanze, di concerto con il Ministro dello Sviluppo Economico del 19 luglio 2016, recante "Individuazione dei media specializzati ai fini della pubblicità di giochi con vincite in denaro"**

Il Decreto rappresenta una misura attuativa della Legge di Stabilità 2016 e, in particolare, del relativo art. 1, comma 939 che, nel vietare la pubblicità di giochi con vincite in denaro nelle trasmissioni radiofoniche e televisive generaliste dalle ore 7:00 alle ore 22:00 di ogni giorno ha previsto, tra l'altro,

l'esclusione dal divieto dei media specializzati individuati con Decreto del Ministro dell'Economia e delle Finanze, di concerto con il Ministro dello Sviluppo Economico.

L'art. 2 del Decreto reca la definizione di "media specializzati", cui non possono in alcun caso essere ricondotti i canali televisivi o radiofonici, diffusi mediante qualsiasi rete di comunicazione elettronica, indirizzati in via esclusiva o prevalente ad un pubblico di minori.

Dal gennaio 2016, Rai ha sospeso la pianificazione di pubblicità tabellare dei giochi con vincita in denaro tra le ore 7:00 e le 22:00.

### **Piano Nazionale Anticorruzione 2016**

Con delibera n. 831 del 3 agosto 2016 l'Autorità Nazionale Anticorruzione ha definitivamente approvato il Piano Nazionale Anticorruzione 2016, che costituisce il primo PNA adottato dall'ANAC a seguito della riforma del D. L. 90/2014.

### **Legge 12 agosto 2016, n. 170, recante delega al Governo per il recepimento delle Direttive europee e l'attuazione di altri atti dell'Unione Europea (Legge di delegazione europea 2015)**

L'articolo 20 della Legge ha delegato il Governo all'attuazione della Direttiva 2014/26/UE sulla gestione collettiva dei diritti d'autore e dei diritti connessi e sulla concessione di licenze multi-territoriali per i diritti su opere musicali per l'uso online nel mercato interno, dettando specifici principi e criteri direttivi con particolare riferimento all'ordinamento e al funzionamento della Società italiana degli autori ed editori (SIAE) e degli altri organismi di gestione collettiva dei diritti, volti al miglioramento degli standard di governance e di trasparenza, efficienza e rappresentatività, attraverso una puntuale disciplina degli obblighi informativi e dei meccanismi di controllo di quanto amministrato per conto dei titolari dei diritti.

Con riguardo agli utilizzatori, i citati principi prevedono che essi siano obbligati a presentare alla SIAE e agli altri organismi di gestione collettiva, nel rispetto delle tempistiche richieste, rapporti periodici di utilizzo accurati, predisposti sulla base di un modello tipizzato, nonché ogni informazione necessaria relativa alle utilizzazioni oggetto delle licenze o dei contratti; in caso di violazione di tale obbligo, dovranno essere previste sanzioni amministrative, fermo restando il diritto alle azioni civili.

### **Inclusione di Rai nell'elenco ISTAT**

Nella G.U. del 30 settembre 2016 è stato pubblicato l'elenco delle amministrazioni pubbliche inserite nel conto economico consolidato, individuate ai sensi dell'articolo 1, comma 3, della Legge 31 dicembre 2009, n. 196 (*Legge di contabilità e di finanza pubblica*) e s.m.i. che concorrono al perseguimento degli obiettivi di finanza pubblica e ne condividono le conseguenti responsabilità,

essendo soggette all'applicazione delle disposizioni in materia di finanza pubblica.

Rai, per la prima volta è stata inclusa in detto Elenco, nella sezione "Amministrazioni centrali - Enti produttori di servizi assistenziali, ricreativi e culturali".

Con nota del 15 dicembre 2016 il Dipartimento della Ragioneria Generale dello Stato del Ministero dell'Economia e delle Finanze ha comunicato a Rai la condivisione del criterio adottato dall'organo gestorio della Società nella seduta del 19 ottobre 2016 e relativo all'individuazione della tempistica di riferimento (a partire dal 1° gennaio 2017) per l'applicazione del complesso delle disposizioni normative previste dalla legislazione vigente a carico dei soggetti inclusi nell'elenco redatto dall'ISTAT.

Successivamente, l'art. 6, comma 4 del Decreto Legge del 30 dicembre 2016, n. 244, recante "*Proroga e definizione di termini*" (c.d. "mille-proroghe") ha differito al 1° gennaio 2018 la produzione degli effetti nei confronti di Rai delle norme finalizzate al contenimento di spesa in materia di gestione, organizzazione, contabilità, finanza, investimenti e disinvestimenti, previste dalla legislazione vigente a carico dei soggetti inclusi nell'elenco redatto dall'ISTAT, precisando che restano ferme le prescrizioni di cui all'articolo 49, commi 1-ter e 1-quater TUSMAR, in materia di limiti massimi retributivi.

### **Legge 14 novembre 2016, n. 220 – Disciplina del cinema e dell'audiovisivo**

Il provvedimento – il cui termine di raffronto è costituito, principalmente, dal Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 28 (*Riforma della disciplina in materia di attività cinematografiche, a norma dell'articolo 10 della Legge 6 luglio 2002, n. 137*), abrogato a decorrere dal 1° gennaio 2017 – nel definire i principi fondamentali dell'intervento pubblico a sostegno del cinema e dell'audiovisivo, attività di rilevante interesse generale, disciplina i compiti dello Stato e delle Regioni ed è volto a riformare e razionalizzare, anche attraverso deleghe al Governo, la normativa in diverse materie, tra cui quella della promozione delle opere europee da parte dei fornitori di servizi di media audiovisivi. L'art. 5 della Legge delinea i requisiti di attribuzione della nazionalità italiana alle opere cinematografiche e audiovisive, parametro fondamentale cui è ancorata la possibilità di ottenere i contributi previsti, in particolare, dal Capo III (artt. 12-27) della Legge, dedicato alle diverse misure di finanziamento e fiscalità a sostegno del settore cinematografico e audiovisivo (tra cui crediti d'imposta e contributi automatici e selettivi). L'art. 13 ha istituito, a decorrere dall'anno 2017, il Fondo per lo sviluppo degli investimenti nel cinema e nell'audiovisivo, alimentato attraverso una percentuale delle entrate derivanti dal versamento, nell'anno precedente, delle imposte IRES e IVA da parte dei soggetti che operano nei settori rilevanti.

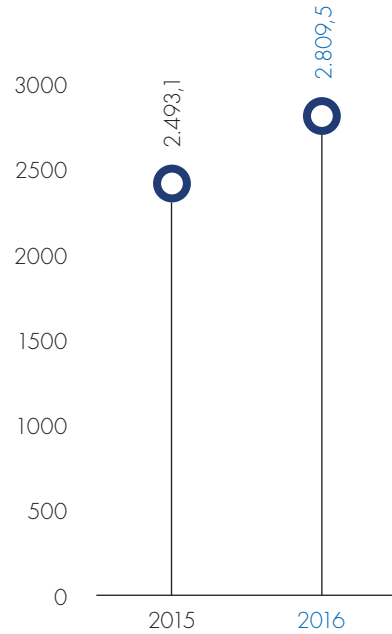
# Sintesi economico-patrimoniale e finanziaria del Gruppo Rai

Highlights	110
Prospetti riclassificati	112
Analisi dei risultati consolidati	113
Conto economico	113
Struttura patrimoniale	121

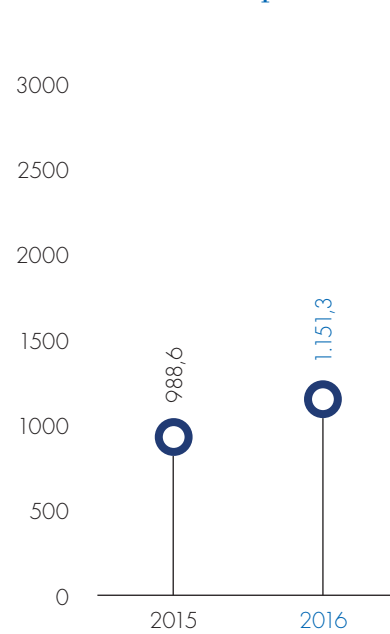
## Highlights

(in milioni di Euro)

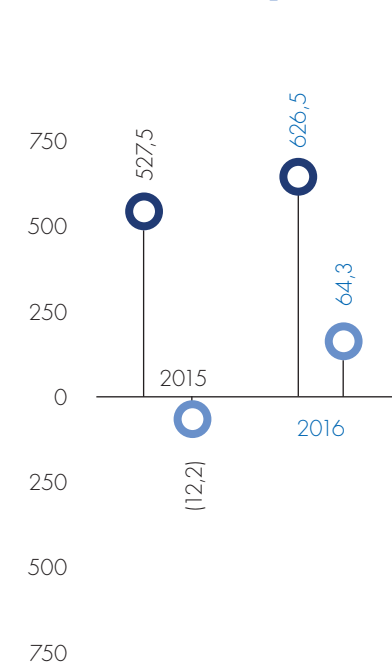
### Ricavi



### Costi esterni complessivi

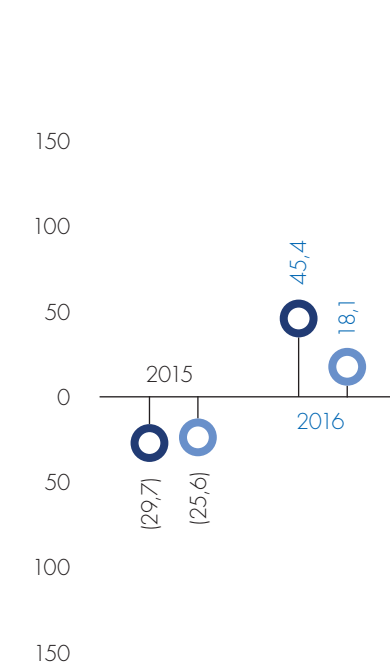


### MOL - Risultato operativo



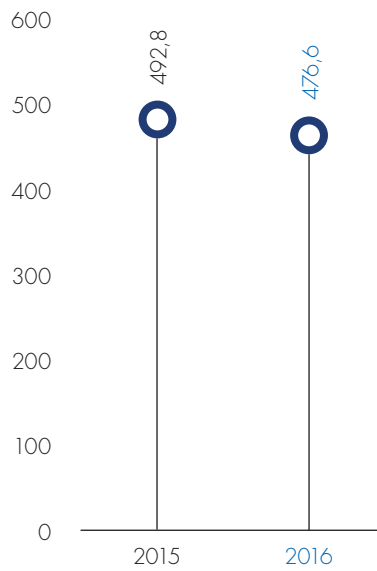
### Risultato ante imposte

### Risultato dell'esercizio

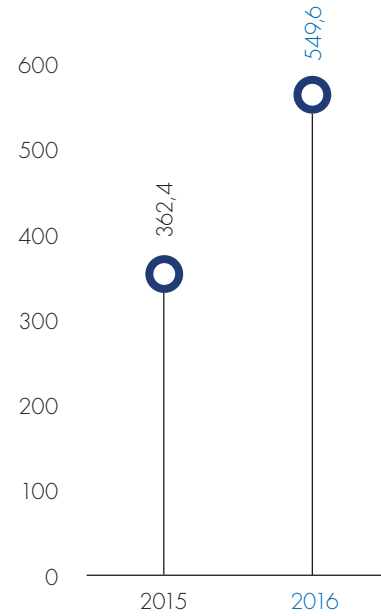




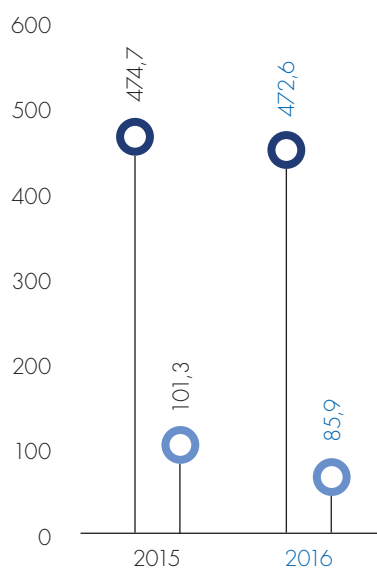
### Capitale proprio



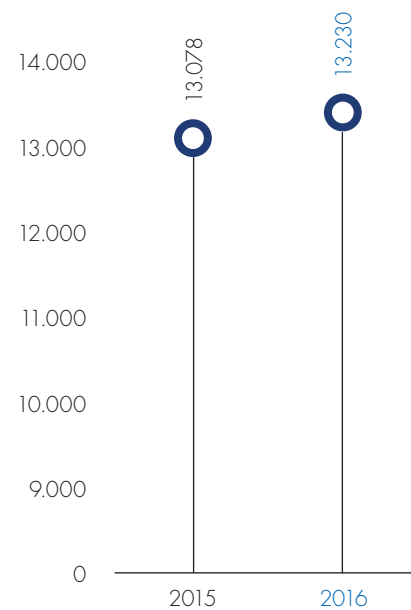
### Indebitamento finanziario netto



### Investimenti in programmi e tecnici



### Personale al 31 dicembre (in unità)\*



\* Include personale a tempo determinato per 810 unità nel 2015 e 741 unità nel 2016

## Prospetti riclassificati

### Conto Economico consolidato

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio 2016</b>	Esercizio 2015	Variazione
Ricavi	2.809,5	2.493,1	316,4
Costi esterni per beni e servizi	(1.011,7)	(988,6)	(23,1)
Grandi eventi sportivi	(139,6)	0,0	(139,6)
<b>Costi esterni complessivi</b>	<b>(1.151,3)</b>	<b>(988,6)</b>	<b>(162,7)</b>
Costo del personale	(1.031,7)	(977,0)	(54,7)
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>626,5</b>	<b>527,5</b>	<b>99,0</b>
Ammortamenti e svalutazioni	(543,4)	(537,5)	(5,9)
Accantonamenti	(18,8)	(2,2)	(16,6)
<b>Risultato operativo</b>	<b>64,3</b>	<b>(12,2)</b>	<b>76,5</b>
Proventi (Oneri) finanziari netti	(18,2)	(19,4)	1,2
Risultato delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto	(0,7)	1,9	(2,6)
<b>Risultato ante imposte</b>	<b>45,4</b>	<b>(29,7)</b>	<b>75,1</b>
Imposte sul reddito	(27,3)	4,1	(31,4)
<b>Risultato dell'esercizio</b>	<b>18,1</b>	<b>(25,6)</b>	<b>43,7</b>
di cui quota di Terzi	14,6	13,7	0,9
Altre componenti del risultato complessivo	(20,6)	30,3	(50,9)
Risultato complessivo dell'esercizio	(2,5)	4,7	(7,2)
di cui quota di Terzi	14,4	13,7	0,7

### Struttura Patrimoniale consolidata

(in milioni di Euro)	<b>31.12.2016</b>	31.12.2015	Variazione
Immobilizzazioni	2.047,1	2.031,9	15,2
Capitale circolante netto	(237,4)	(412,4)	175,0
Fondi rischi e oneri	(228,5)	(195,5)	(33,0)
Benefici ai dipendenti	(555,0)	(568,8)	13,8
<b>Capitale investito netto</b>	<b>1.026,2</b>	<b>855,2</b>	<b>171,0</b>
Capitale proprio	476,6	492,8	(16,2)
Indebitamento (disponibilità) finanziario netto	549,6	362,4	187,2
	<b>1.026,2</b>	<b>855,2</b>	<b>171,0</b>

## Analisi dei risultati consolidati

Il bilancio consolidato dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 presenta un utile netto di 18,1 milioni di Euro, in consistente miglioramento rispetto alla perdita di 25,6 milioni di Euro registrata nel precedente esercizio ed evidenzia una gestione caratterizzata da risultati economico-finanziari estremamente positivi, così come positivo è l'andamento dei principali indicatori di performance operativi.

In particolare, l'esercizio 2016 ha potuto beneficiare di maggiori risorse per 272,2 milioni di Euro derivanti dal notevole successo del nuovo sistema di riscossione dei canoni ordinari che ha portato ad un significativo aumento del numero degli abbonati.

Notevoli anche i risultati relativi all'andamento della pubblicità, per la prima volta in crescita negli ultimi sei anni, e degli altri ricavi che contribuiscono all'aumento dei ricavi complessivi per 44,2 milioni di Euro.

Tenendo anche conto dei risparmi conseguenti ad iniziative di ottimizzazione di costi esterni, per un valore di circa 26 milioni di Euro, le maggiori risorse del 2016 sono ammontate complessivamente a circa 342 milioni di Euro.

Le maggiori risorse a disposizione hanno consentito, oltre all'integrale copertura dell'onere per i Grandi Eventi Sportivi (Europei di Calcio e Olimpiadi estive pari a 139,6 milioni di Euro), di perseguire due obiettivi paralleli e di eguale importanza:

- il potenziamento dell'offerta e degli investimenti nel digitale (39 milioni di Euro), coerentemente al processo strategico di trasformazione in media company;
- il rafforzamento della struttura patrimoniale e finanziaria del Gruppo per 163 milioni di Euro.

Di seguito sono espresse alcune informazioni sintetiche sulle principali voci del Conto economico e della struttura patrimoniale, con

le motivazioni degli scostamenti più significativi rispetto ai dati dell'esercizio precedente.

## Conto economico

### Ricavi

Sono composti dai canoni, dagli introiti pubblicitari e dagli altri ricavi di natura commerciale.

Ammontano nel complesso a 2.809,5 milioni di Euro, con un incremento di 316,4 milioni di Euro (+12,7%) di seguito illustrato.

### Ricavi da canone

I ricavi da canone ordinari e speciali di competenza del periodo, nonché quelli di competenza di competenza di esercizi precedenti riscossi in via coattiva tramite iscrizione a ruolo, ammontano a 1.909,7 milioni di Euro, con una crescita rispetto al 2015 di 272,2 milioni di Euro (+16,6%).

Tale incremento è sostanzialmente attribuibile ai canoni da utenze private (c.d. canoni ordinari), in aumento di 255,3 milioni di Euro rispetto al precedente esercizio (+16,6%), che beneficiano della nuova modalità di riscossione mediante addebito sulla bolletta elettrica che ha determinato come detto un significativo aumento del numero degli abbonati, consentendo di compensare l'effetto negativo derivante dalla riduzione del canone unitario a 100 Euro (113,5 Euro nel 2015).

Tenuto conto delle previsioni della Legge 190/2014 relativa alla riduzione delle somme da riversare a Rai del 5%, della Legge di Stabilità 2016 che riserva alla Rai il 67% dell'extra-gettito, nonché della tassa di concessione governativa e dell'IVA, si evidenzia che, in base alle risultanze dell'esercizio, il canone unitario medio

### Ricavi esterni

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio 2016</b>	Esercizio 2015	Variazione
Canoni	1.909,7	1.637,5	272,2
Pubblicità	698,2	658,8	39,4
Altri ricavi	201,6	196,8	4,8
<b>Totale</b>	<b>2.809,5</b>	<b>2.493,1</b>	<b>316,4</b>

### Incidenza percentuale dei ricavi

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio 2016</b>	Esercizio 2015
Canoni	68,0%	65,7%
Pubblicità	24,8%	26,4%
Altri ricavi	7,2%	7,9%
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>100%</b>

effettivamente di competenza della Rai si riduce da 100 Euro a 82,77 Euro.

I ricavi da canone relativi alle utenze commerciali (c.d. canoni speciali) sono sostanzialmente stabili e ammontano a 77,8 milioni di Euro.

### Pubblicità

Il mercato pubblicitario nel 2016, in un contesto macro-economico caratterizzato da una moderata espansione, presenta un andamento positivo, con una crescita dell'1,7% (dati Nielsen). Tale crescita è sostenuta soprattutto dal mezzo Tv (+5,4%), che conferma la leadership con il 60% del mercato. Per gli altri media in cui Rai è presente si segnala la crescita della radio (+2,3%) e la contrazione di internet (-2,3%).

In questo contesto gli introiti pubblicitari del Gruppo Rai, dettagliati nella tabella dedicata, ammontano a 698,2 milioni di Euro e presentano una performance superiore rispetto al mercato, con una crescita di 39,4 milioni di Euro rispetto

al 2015 (+6,0%). Per effetto del suddetto andamento, la quota di Rai nel mercato televisivo cresce di 0,2 punti percentuali rispetto al 2015, raggiungendo il 20,8%.

Questo risultato è stato conseguito grazie all'aumento del prezzo medio dell'inserito e nonostante sia stata interrotta a partire dal mese di maggio la raccolta pubblicitaria per tre canali delle Tv specializzate (Rai YoYo, Rai 5, Rai Storia), che nel periodo maggio-dicembre 2015 avevano raccolto un fatturato nell'ordine di 11 milioni di Euro.

Si segnala inoltre il positivo risultato della pubblicità sul web che, pur presentando valori assoluti ancora contenuti, evidenzia una crescita del 19,7% in un contesto di mercato in contrazione e beneficiando dell'avvio di "Rai Play" avvenuto alla fine di agosto.

### Altri ricavi

Ammontano a 201,6 milioni di Euro, con un incremento rispetto al 2015 di 4,8 milioni di Euro (+2,4%), come evidenziato nella sottostante tabella.

## Pubblicità

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Pubblicità televisiva su canali generalisti:			
- tabellare	458,8	432,1	26,7
- promozioni, sponsorizzazioni e altre iniziative	132,6	117,9	14,7
	591,4	550,0	41,4
Pubblicità televisiva su canali specializzati	65,8	68,2	(2,4)
Pubblicità radiofonica	29,9	27,8	2,1
Pubblicità cinema	3,8	5,6	(1,8)
Pubblicità su web	8,5	7,1	1,4
Altra pubblicità	0,7	1,8	(1,1)
Quote spettanti a terzi	(1,5)	(1,2)	(0,3)
Sopravvenienze	(0,4)	(0,5)	0,1
<b>Totale</b>	<b>698,2</b>	<b>658,8</b>	<b>39,4</b>

## Altri ricavi

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Servizi speciali da convenzioni e a fini istituzionali	53,9	66,4	(12,5)
Commercializzazione diritti, canali ed edizioni musicali	81,2	72,1	9,1
Distribuzione cinematografica	29,3	37,7	(8,4)
Diffusione segnale	38,2	38,4	(0,2)
Contributi in conto esercizio	9,1	8,0	1,1
Altro	19,0	15,8	3,2
Quote competenza terzi	(29,1)	(41,6)	12,5
<b>Totale</b>	<b>201,6</b>	<b>196,8</b>	<b>4,8</b>

L'incremento della voce è determinato principalmente dalla crescita della Commercializzazione diritti, canali ed edizioni musicali (+9,1 milioni di Euro) per lo sviluppo del business relativo allo sfruttamento dei diritti *Video On Demand* (VOD) e *Subscription Video On Demand* (SVOD) di opere cinematografiche e dei diritti di ripresa di partite delle squadre di calcio.

Contribuisce altresì all'incremento dei ricavi la crescita dei proventi derivanti dalla commercializzazione dei canali Rai all'estero, peraltro parzialmente compensata dai maggiori costi connessi alla distribuzione del segnale, conseguente all'adozione di un diverso modello di distribuzione del canale Rai Italia in America e in Australia.

Le riduzioni rispetto al 2015 sono principalmente relative a:

- Servizi speciali da convenzione e a fini istituzionali (-12,5 milioni di Euro), per i

minori rimborsi nell'ambito della convenzione per la gestione dei canoni, in seguito alle diverse modalità di riscossione del canone e per il venir meno degli introiti connessi alla convenzione per Expo 2015;

- Distribuzione cinematografica e home video (-8,4 milioni di Euro), per minori proventi da distribuzione cinematografica, nel 2015 influenzati da risultati di box office particolarmente positivi.

### Costi operativi

Sono costituiti dai Costi esterni complessivi e dal Costo del personale, vale a dire i costi sia interni che esterni attinenti l'ordinaria attività dell'impresa.

Ammontano complessivamente a 2.183,0 milioni di Euro, con un incremento rispetto al 2015 di 217,4 milioni di Euro (+11,1%), dovuto per 139,6 milioni di Euro ai costi connessi ai Grandi eventi sportivi.

### Costi operativi

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio 2016</b>	Esercizio 2015	Variazione
Costi esterni per beni e servizi	1.011,7	988,6	23,1
Grandi eventi sportivi	139,6	0,0	139,6
<b>Costi esterni complessivi</b>	<b>1.151,3</b>	<b>988,6</b>	<b>162,7</b>
<b>Costo del personale</b>	<b>1.031,7</b>	<b>977,0</b>	<b>54,7</b>
<b>Totale</b>	<b>2.183,0</b>	<b>1.965,6</b>	<b>217,4</b>

## Costi esterni per beni e servizi

Ammontano a 1.011,7 milioni di Euro e includono gli acquisti di beni e servizi necessari alla realizzazione di programmi ad utilità immediata (acquisti di beni di consumo, servizi esterni, collaborazioni artistiche ecc.), i diritti di ripresa di eventi sportivi, i diritti d'autore, i costi di funzionamento e altri costi correlati alla gestione (imposte indirette e tasse, contributi da corrispondere alle Autorità di Controllo, oneri di bonifica ambientale di immobili aziendali ecc.).

La voce, dettagliata nella tabella di riferimento, presenta un incremento di 23,1 milioni di Euro (+2,3%).

I principali incrementi rispetto al precedente esercizio sono connessi a:

- potenziamento dell'offerta per complessivi 24 milioni di Euro, in particolare per la crescita

dei Servizi per l'acquisizione dei programmi (+13,6 milioni di Euro)

- rafforzamento patrimoniale per l'accantonamento di oneri di bonifica ambientale di immobili aziendali (14,2 milioni di Euro).

Tra le voci in diminuzione si evidenziano la voce Altri servizi esterni (-12,1 milioni di Euro) determinata dalla significativa riduzione delle spese generali e di esercizio e minori costi per Diritti sportivi (-20,0 milioni di Euro), da ricondurre alla diversa stagionalità e distribuzione temporale degli eventi.

Il contributo dovuto allo Stato per i diritti d'uso per le frequenze digitali, introdotto dal D.M. 4 agosto 2016, ammonta nell'esercizio a 9,8 milioni di Euro; nel precedente esercizio tale onere era stato appostato, in attesa della norma che ne determinasse l'importo, alla voce Accantonamenti.

## Costi esterni per beni e servizi

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
<b>Acquisti di materiali</b>	<b>13,7</b>	<b>16,4</b>	<b>(2,7)</b>
<b>Costi per servizi</b>			
Prestazioni di lavoro autonomo	134,6	132,1	2,5
Servizi per acquisizione e produzione programmi	209,2	195,6	13,6
Viaggi di servizio e costi accessori del personale	38,2	38,1	0,1
Manutenzioni, riparazioni, trasporti e assimilati	44,6	44,7	(0,1)
Servizi di documentazione e assistenza sistemi informativi	50,0	46,5	3,5
Accantonamento per bonifica e ristrutturazione immobili	14,2	0,0	14,2
Altri servizi esterni (telefonata, servizi di erogazione, pulizia, postali, assicurazioni ecc.)	145,6	157,7	(12,1)
Affitti passivi e noleggi	93,0	88,6	4,4
Diritti sportivi	112,0	132,0	(20,0)
Altri diritti di ripresa	15,9	14,2	1,7
Diritti di utilizzazione	111,1	106,5	4,6
Recuperi di spesa	(14,5)	(17,8)	3,3
Sopravvenienze	(14,5)	(14,5)	0,0
	<b>939,4</b>	<b>923,7</b>	<b>15,7</b>
<b>Altri costi</b>			
Diritti d'uso frequenze digitali TV (*)	9,8	0,0	9,8
Premi e vincite	12,4	11,4	1,0
Contributo alle Autorità di Controllo	5,5	5,8	(0,3)
TASI/IMU	10,6	10,6	0,0
Altre imposte indirette, tasse e altri tributi	11,1	11,0	0,1
Quotidiani, periodici, libri e pubblicazioni	1,7	1,7	0,0
Quote e contributi associativi	3,7	3,7	0,0
Altri	4,4	4,0	0,4
Sopravvenienze	(0,6)	0,3	(0,9)
	<b>58,6</b>	<b>48,5</b>	<b>10,1</b>
<b>Totale</b>	<b>1.011,7</b>	<b>988,6</b>	<b>23,1</b>

(\*) Nel 2015 allocato alla voce Accantonamenti

## Costo del personale

Il costo del personale, come evidenziato nel prospetto seguente, è pari a 1.031,7 milioni di Euro con un incremento di 54,7 milioni di Euro rispetto al 2015 (+5,6%). Tale crescita è significativamente ascrivibile a poste straordinarie tra le quali la più significativa è relativa alle incentivazioni all'esodo.

La crescita del costo del personale, al netto delle componenti straordinarie, si riduce significativamente ed è per la gran parte imputabile alle dinamiche fisiologiche di crescita del costo del lavoro derivanti dagli automatismi contrattuali legati all'anzianità, alla stabilizzazione del personale a tempo determinato e alle politiche gestionali.

Il **personale in servizio** al 31 dicembre 2016 è composto da 12.489 unità di personale in organico e da 741 unità di personale a tempo determinato. La crescita di 221 unità del personale in organico rispetto al 2015 è determinata dall'uscita di 252 unità (di cui 67 incentivazioni) e dall'assunzione di 473 unità (di cui 404 per stabilizzazione di personale a tempo determinato e per reintegro e 69 per ingressi finalizzati alla ricostituzione della forza

lavoro dovuta a turn-over e all'acquisizione, coerente con il processo di trasformazione in media company, di professionalità specifiche non presenti in azienda).

Pertanto, il personale complessivo, al netto di stabilizzazioni e reintegri, si riduce di 183 unità.

Il **numero medio dei dipendenti** in servizio nel periodo, comprensivo del personale a tempo determinato, è pari a 13.010 unità con un incremento di 93 unità rispetto al 2015, determinato dalla crescita del personale a tempo indeterminato di 275 unità e da una diminuzione di quello a tempo determinato di 182 unità.

## Margine Operativo Lordo

Il consistente incremento dei proventi da canone, oltre – come sopra illustrato – a finanziare il potenziamento dell'offerta e il rafforzamento patrimoniale, nonché l'integrale copertura dei costi dei Grandi Eventi Sportivi, ha determinato l'incremento di 99,0 milioni di Euro del Margine Operativo Lordo, che presenta un saldo positivo di 626,5 milioni di Euro (527,5 milioni di Euro nel precedente esercizio).

## Costo del personale

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio 2016</b>	Esercizio 2015	Variazione
Costo ordinario organico	998,3	973,0	25,3
Costo incentivazioni all'esodo	28,4	8,1	20,3
Capitalizzazioni costo del personale	(17,1)	(22,0)	4,9
Altri costi e accantonamenti connessi ai rapporti di lavoro	22,1	17,9	4,2
<b>Totale</b>	<b>1.031,7</b>	<b>977,0</b>	<b>54,7</b>

**Ammortamenti e svalutazioni**

La voce, che si riferisce ad ammortamenti di programmi e di immobilizzazioni tecniche oltre alle svalutazioni di attività il cui valore

è evidenziato nel sottostante prospetto, presenta un saldo pari a 543,4 milioni di Euro, sostanzialmente in linea rispetto al dato dell'esercizio 2015 (537,5 milioni di Euro, +1,1%).

**Ammortamenti e svalutazioni**

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio 2016</b>	Esercizio 2015	Variazione
<b>Ammortamenti</b>			
<b>Ammortamento programmi</b>			
Fiction	256,4	238,6	17,8
Film	100,1	105,3	(5,2)
Cartoni animati	18,4	19,1	(0,7)
Altri	6,5	8,5	(2,0)
	<b>381,4</b>	<b>371,5</b>	<b>9,9</b>
<b>Altri ammortamenti</b>			
<b>Delle attività materiali</b>			
Fabbricati	18,0	17,6	0,4
Impianti e macchinario	80,2	87,6	(7,4)
Attrezzature industriali e commerciali	2,8	2,7	0,1
Altri beni	5,6	5,6	0,0
	<b>106,6</b>	<b>113,5</b>	<b>(6,9)</b>
<b>Degli investimenti immobiliari</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>0,0</b>
<b>Delle attività immateriali</b>			
Software	6,2	5,7	0,5
Digitale Terrestre	1,1	3,4	(2,3)
Altri diritti	0,3	0,3	0,0
	<b>7,6</b>	<b>9,4</b>	<b>(1,8)</b>
	<b>114,5</b>	<b>123,2</b>	<b>(7,5)</b>
<b>Totale ammortamenti</b>	<b>495,9</b>	<b>494,7</b>	<b>2,4</b>
<b>Svalutazioni (ripristini di valore)</b>			
<b>Delle attività immateriali</b>			
Programmi in ammortamento	32,2	25,3	6,9
Programmi in corso	11,2	9,6	1,6
Altro	0,0	1,4	(1,4)
	<b>43,4</b>	<b>36,3</b>	<b>7,1</b>
<b>Delle altre attività non correnti</b>	<b>1,1</b>	<b>2,4</b>	<b>(1,3)</b>
<b>Dei crediti commerciali e delle altre attività correnti</b>	<b>3,0</b>	<b>4,1</b>	<b>(1,1)</b>
<b>Totale svalutazioni</b>	<b>47,5</b>	<b>42,8</b>	<b>4,7</b>
<b>Totale</b>	<b>543,4</b>	<b>537,5</b>	<b>5,9</b>



Le principali variazioni della voce sono relative a:

- incremento dell'ammortamento programmi di fiction (+17,8 milioni di Euro) in conseguenza sia del maggior valore di investimenti di esercizi precedenti entrati in ammortamento nell'esercizio, sia per una maggiore concentrazione nel primo semestre 2016, rispetto all'analogo periodo dell'esercizio precedente, dei diritti entrati in funzione;
- diminuzione degli ammortamenti in impianti e macchinario (-7,4 milioni di Euro) principalmente per il completamento del processo di ammortamento dei cespiti e per l'allungamento del periodo della vita utile da 7 a 10 anni degli apparati della rete di trasmissione e ponti radio del servizio televisivo in tecnica DVB-T, con un effetto pari a 4,8 milioni di Euro;
- incremento della svalutazione degli investimenti in attivazioni di fiction di produzione risalenti ad esercizi precedenti in relazione alla non ancora intervenuta realizzazione dei progetti originali (+7,5 milioni di Euro).

### Accantonamenti

La voce, che rileva gli accantonamenti a fondi per rischi e oneri ed eventuali rilasci non classificabili in voci specifiche del Conto economico, presenta un saldo negativo di 18,8 milioni di Euro (2,2 milioni di Euro nel 2015) determinato da rilasci di quote di fondi

accantonati in precedenti esercizi in relazione al venir meno del connesso rischio per 21,8 milioni di Euro e da accantonamenti per 40,6 milioni di Euro principalmente da riferirsi al contenzioso fiscale, per controversie civili e relative spese legali e ad altri rischi gestionali.

### Risultato operativo

Le dinamiche già illustrate in merito all'andamento del Margine Operativo Lordo unitamente a quanto evidenziato alle voci Ammortamenti e svalutazioni e Accantonamenti hanno determinato un Risultato operativo positivo di 64,3 milioni di Euro, in forte miglioramento di 76,5 milioni di Euro rispetto al 31 dicembre 2015 (-12,2 milioni di Euro).

### Proventi (oneri) finanziari netti

La voce accoglie gli effetti economici derivanti dalla rilevazione degli interessi attuariali in relazione ai Benefici ai dipendenti oltre a quelli propri della gestione finanziaria, quali interessi attivi/passivi verso banche e obbligazionisti, oltre a oneri/proventi di cambio.

La voce presenta un risultato negativo di 18,2 milioni di Euro (-19,4 milioni di Euro nel 2015) le cui componenti sono dettagliate nella sottostante tabella.

### Proventi e oneri finanziari

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio 2016</b>	Esercizio 2015	Variazione
Interessi attivi (passivi) netti verso banche e altri finanziatori	(2,9)	(7,5)	4,6
Interessi passivi su prestiti obbligazionari	(6,1)	(3,6)	(2,5)
Interessi su obbligazioni per beneficiari dipendenti	(7,4)	(5,2)	(2,2)
Proventi (oneri) di cambio netti	(1,0)	(0,5)	(0,5)
Proventi (oneri) su Interest Rate Swap	(0,1)	(1,3)	1,2
Sopravvenienze attive (passive) nette finanziarie	0,5	0,6	(0,1)
Altri	(1,2)	(1,9)	0,7
<b>Totale</b>	<b>(18,2)</b>	<b>(19,4)</b>	<b>1,2</b>

Di seguito si evidenziano rispetto al precedente esercizio:

- minori interessi passivi netti per 2,1 milioni di Euro verso banche e obbligazionisti determinati dalla rilevazione per l'intero esercizio degli effetti positivi derivanti dall'estinzione effettuata nel corso del 2015 di finanziamenti *amortising* con istituti di credito e dalla contestuale accensione del prestito obbligazionario a condizioni più favorevoli;
- maggiori oneri per 2,2 milioni di Euro derivanti dalla valutazione attuariale delle obbligazioni per Benefici ai dipendenti (principalmente TFR, Fondo pensionistico integrativo aziendale in *run-off*);
- minori oneri di *Interest Rate Swap* per 1,2 milioni di Euro in relazione alla chiusura nel 2015 di tali strumenti finanziari correlata all'estinzione del finanziamento *amortising* resasi possibile a seguito dell'emissione del prestito obbligazionario sopra citato.

Il costo medio dei finanziamenti, costituiti da linee di credito *uncommitted, stand-by*, a medio-lungo termine e dal prestito obbligazionario 2015 - 2020 diminuisce all'1,6% rispetto al 2,1% del precedente esercizio, in relazione al minor tasso di interesse riconosciuto agli obbligazionisti rispetto al preesistente finanziamento *amortising*.

### Risultato delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto

La voce presenta un saldo negativo di 0,7 milioni di Euro (positivo di 1,9 milioni di Euro nel 2015) determinato dalla valutazione con il metodo del

patrimonio netto delle società collegate, come dettagliato nel prospetto a fondo pagina.

### Imposte sul reddito

La voce, pari a 27,3 milioni di Euro (valore positivo per 4,1 milioni di Euro nel 2015), è determinata dal saldo tra fiscalità corrente e differita, dettagliato nella tabella dedicata.

Le dinamiche economiche presentatesi hanno determinato risultati imponibili positivi del periodo per tutte le società del Gruppo ad eccezione della Capogruppo. A fronte di tali redditi sono state stanziare complessivamente IRES per 47,0 milioni di Euro e IRAP per 8,9 milioni di Euro.

Le imposte differite passive determinano un effetto economico positivo pari a 2,6 milioni di Euro (21,9 milioni di Euro nel 2015), in relazione al rientro delle differenze temporanee rilevate nei precedenti esercizi. Lo scostamento rispetto al dato dell'esercizio precedente è determinato principalmente dall'adeguamento, rilevato nel 2015, delle passività per imposte differite in precedenza iscritte a seguito della riduzione dell'aliquota IRES dal 27,5% al 24% a decorrere dal periodo d'imposta 2017.

Le imposte differite attive evidenziano un effetto economico positivo pari a 26,9 milioni di Euro (27,5 milioni di Euro nel 2015) determinato principalmente dall'iscrizione a fronte della perdita fiscale della Capogruppo.

### Risultato delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
<b>Rivalutazioni (Svalutazioni)</b>			
Euronews	(1,5)	1,0	(2,5)
San Marino	(0,1)	0,0	(0,1)
Tivù	0,9	0,9	0,0
<b>Totale</b>	<b>(0,7)</b>	<b>1,9</b>	<b>(2,6)</b>

### Imposte sul reddito

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
IRES	(47,0)	(38,3)	(8,7)
IRAP	(8,9)	(7,7)	(1,2)
Imposte differite passive	2,6	21,9	(19,3)
Imposte differite attive	26,9	27,5	(0,6)
Imposte dirette di esercizi precedenti	(0,9)	0,7	(1,6)
<b>Totale</b>	<b>(27,3)</b>	<b>4,1</b>	<b>(31,4)</b>

## Struttura Patrimoniale

### Immobilizzazioni

Iscriette per un ammontare pari a 2.047,1 milioni di Euro, in crescita di 15,2 milioni di Euro rispetto al 31 dicembre 2015, sono esposte nel prospetto dedicato.

Le **Immobilizzazioni materiali**, dettagliate nel prospetto di riferimento, presentano una diminuzione rispetto al 31 dicembre 2015

di 33,3 milioni di Euro, determinata dagli ammortamenti e dalla riduzione degli investimenti tecnici di cui si è sopra riferito.

Le **Immobilizzazioni in programmi**, nel già citato quadro di rafforzamento dell'offerta, esposte in dettaglio nella sottostante tabella, presentano un incremento di 46,2 milioni di Euro rispetto al 31 dicembre 2015 perlopiù ascrivibile agli investimenti in fiction prodotta e acquistata.

### Immobilizzazioni

(in milioni di Euro)	<b>31.12.2016</b>	31.12.2015	Variazione
Immobilizzazioni materiali	1.087,4	1.120,7	(33,3)
Immobilizzazioni in programmi	927,9	881,7	46,2
Immobilizzazioni finanziarie	9,3	10,7	(1,4)
Altre	22,5	18,8	3,7
<b>Totale</b>	<b>2.047,1</b>	<b>2.031,9</b>	<b>15,2</b>

### Immobilizzazioni materiali

(in milioni di Euro)	<b>31.12.2016</b>	31.12.2015	Variazione
Terreni	381,8	381,8	0,0
Fabbricati	343,1	355,6	(12,5)
Impianti e macchinario	281,4	304,1	(22,7)
Attrezzature industriali e commerciali	8,5	8,4	0,1
Altri beni	21,8	22,6	(0,8)
Immobilizzazioni in corso e acconti	50,8	48,2	2,6
<b>Totale</b>	<b>1.087,4</b>	<b>1.120,7</b>	<b>(33,3)</b>

### Immobilizzazioni in programmi

(in milioni di Euro)	<b>31.12.2016</b>	31.12.2015	Variazione
Fiction	530,2	493,2	37,0
Film	282,7	267,2	15,5
Cartoni animati	36,3	39,1	(2,8)
Diritti di utilizzazione library	72,5	77,1	(4,6)
Altro	6,2	5,1	1,1
<b>Totale</b>	<b>927,9</b>	<b>881,7</b>	<b>46,2</b>

Le **Immobilizzazioni finanziarie**, composte da partecipazioni societarie e da altre attività finanziarie scadenti oltre i 12 mesi, presentano una riduzione di 1,4 milioni di Euro rispetto al 31 dicembre 2015 determinata in buona parte dalla svalutazione delle partecipazioni in imprese collegate valutate in base al metodo del patrimonio netto.

Nella tabella è esposto il dettaglio della voce.

Le **Altre immobilizzazioni**, dettagliate nel prospetto a fondo pagina, presentano un incremento ri-

spetto al 31 dicembre 2015 di 3,7 milioni di Euro riferito al software.

Gli investimenti del 2016, dettagliati nel prospetto sottostante, ammontano a 558,5 milioni di Euro, in diminuzione di 17,5 milioni di Euro (-3,0%) rispetto al 2015, principalmente determinata da minori investimenti materiali in relazione a slittamenti nelle tempistiche di avanzamento dei progetti.

### **Immobilizzazioni finanziarie**

(in milioni di Euro)	<b>31.12.2016</b>	31.12.2015	Variazione
<b>Partecipazioni in imprese collegate</b>			
Auditel Srl	0,7	0,7	0,0
Euronews	2,3	3,8	(1,5)
Tivù Srl	3,4	3,2	0,2
San Marino RTV SpA	2,0	2,1	(0,1)
	<b>8,4</b>	<b>9,8</b>	<b>(1,4)</b>
<b>Altre partecipazioni</b>	<b>0,7</b>	<b>0,7</b>	<b>0,0</b>
Altro	0,2	0,2	0,0
<b>Totale</b>	<b>9,3</b>	<b>10,7</b>	<b>(1,4)</b>

### **Altre immobilizzazioni**

(in milioni di Euro)	<b>31.12.2016</b>	31.12.2015	Variazione
Software	18,0	12,9	5,1
Diritti commerciali con club calcio	4,5	4,8	(0,3)
Digitale terrestre frequenze	0,0	1,1	(1,1)
<b>Totale</b>	<b>22,5</b>	<b>18,8</b>	<b>3,7</b>

### **Investimenti**

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio 2016</b>	Esercizio 2015	Variazione
Fiction	331,9	333,8	(1,9)
Film	121,3	118,2	3,1
Altri programmi	19,4	22,7	(3,3)
<b>Totale investimenti in programmi</b>	<b>472,6</b>	<b>474,7</b>	<b>(2,1)</b>
<b>Altri investimenti</b>			
Immobilizzazioni materiali	74,5	92,3	(17,8)
Software	11,4	9,0	2,4
<b>Totale investimenti tecnici</b>	<b>85,9</b>	<b>101,3</b>	<b>(15,4)</b>
<b>Totale investimenti</b>	<b>558,5</b>	<b>576,0</b>	<b>(17,5)</b>

**Capitale circolante netto**

Le variazioni più significative rispetto al 31 dicembre 2015 riguardano le seguenti voci:

**Crediti commerciali** in aumento di 200,5 milioni di Euro in relazione ai crediti verso l'Amministrazione Finanziaria per canoni di abbonamento da riscuotere, pari a 228,9 milioni di Euro, il cui incasso è atteso nel corso del primo semestre 2017.

**Altri crediti** in riduzione di 27,4 milioni di Euro principalmente per effetto degli anticipi, iscritti nel precedente esercizio, per l'acquisizione dei diritti dei Grandi eventi sportivi disputatisi nell'esercizio.

**Altri debiti** in diminuzione di 33,6 milioni di Euro, principalmente per gli acconti su canoni di abbonamento iscritti nel bilancio 2015 per 52,5 milioni di Euro.

**Passività nette per imposte differite** in aumento di 12,1 milioni di Euro: causato principalmente dall'effetto combinato della riduzione dei crediti per imposte differite attive a seguito dell'utilizzo

di perdite fiscali pregresse in compensazione con redditi apportati dalle società controllate nel consolidato fiscale e dell'incremento degli stessi a seguito della perdita fiscale stimata della Capogruppo.

**Fondi per rischi e oneri**

La voce Fondi per rischi e oneri, pari a 228,5 milioni di Euro, presenta un incremento di 33,0 milioni di Euro rispetto al 31 dicembre 2015.

Le principali variazioni riguardano i Fondi per costi competenza maturate (+31,6 milioni di Euro), Bonifica e ristrutturazione immobili (+12,9 milioni di Euro) e il Fondo contenzioso fiscale (10,6 milioni di Euro), per le quali si rimanda a quanto illustrato alle correlate voci di Conto economico.

La voce risente altresì dell'azzeramento del Fondo canone concessione 2014/2015 – Contributo uso frequenze digitali (nel 2015 pari a 35,8 milioni di Euro), che è stato oggetto di utilizzo nell'esercizio per 19,7 milioni di Euro.

**Capitale circolante netto**

(in milioni di Euro)	<b>31.12.2016</b>	31.12.2015	Variazione
Rimanenze di magazzino	2,9	2,7	0,2
Crediti commerciali	639,2	438,7	200,5
Altri crediti	229,8	257,2	(27,4)
Debiti commerciali	(686,2)	(666,4)	(19,8)
Altri debiti	(398,9)	(432,5)	33,6
Attività (Passività) per imposte differite	(24,2)	(12,1)	(12,1)
<b>Totale</b>	<b>(237,4)</b>	<b>(412,4)</b>	<b>175,0</b>

## Benefici ai dipendenti

La voce Benefici ai dipendenti che comprende principalmente il Trattamento di fine rapporto, il Fondo pensionistico aziendale in run off ed il Fondo preavviso giornalisti, è pari a 555,0 milioni di Euro e presenta una riduzione di 13,8 milioni di Euro rispetto al 31 dicembre 2015.

La variazione della voce è collegata a elementi di valutazione attuariale connessi ad assunzioni finanziarie e demografiche come dettagliatamente esposto alla nota 15.2 "Benefici ai dipendenti" delle Note illustrative al Bilancio Consolidato.

Nella tabella sottostante sono evidenziati il dettaglio degli appostamenti e le relative variazioni rispetto al 31 dicembre 2015.

## Posizione finanziaria netta

La posizione finanziaria netta a fine esercizio, determinata secondo lo schema ESMA, è negativa per 549,6 milioni di Euro (in peggioramento rispetto al 2015 di 187,2 milioni di Euro), come dettagliato nella tabella in fondo.

Il flusso di cassa dell'esercizio, negativo per 187,2 milioni di Euro, è determinato da un

### Benefici ai dipendenti

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Trattamento di fine rapporto	(283,5)	(289,7)	6,2
Fondo pensionistico integrativo aziendale in run off	(144,3)	(147,5)	3,2
Fondo preavviso giornalisti	(109,2)	(113,7)	4,5
Fondo assistenza FASDIR pensionati	(15,0)	(15,0)	0,0
Premi di anzianità	(2,3)	(2,1)	(0,2)
Indennità di anzianità	(0,6)	(0,7)	0,1
Previdenza	(0,1)	(0,1)	0,0
<b>Totale</b>	<b>(555,0)</b>	<b>(568,8)</b>	<b>13,8</b>

### Posizione finanziaria netta

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
<b>Liquidità</b>	<b>86,2</b>	<b>146,1</b>	<b>(59,9)</b>
<b>Crediti finanziari correnti</b>			
- attività finanziarie correnti su derivati	1,7	8,4	(6,7)
- titoli immobilizzati - quota corrente	-	2,3	(2,3)
- c/c vincolati	5,5	3,1	2,4
- altri	0,2	0,2	0,0
	<b>7,4</b>	<b>14,0</b>	<b>(6,6)</b>
<b>Indebitamento finanziario corrente</b>			
- verso banche	(200,0)	(35,9)	(164,1)
- verso altri finanziatori	(0,1)	(4,5)	4,4
- verso collegate	(0,1)	(0,1)	0,0
- altri	(0,3)	(0,3)	0,0
	<b>(200,5)</b>	<b>(40,8)</b>	<b>(159,7)</b>
<b>Indebitamento finanziario non corrente</b>			
- verso banche	(95,3)	(135,2)	39,9
- prestito obbligazionario	(346,9)	(346,1)	(0,8)
- verso altri finanziatori	(0,4)	(0,4)	0,0
- passività finanziarie non correnti su derivati	(0,1)	0,0	(0,1)
	<b>(442,7)</b>	<b>(481,7)</b>	<b>39,0</b>
<b>Disponibilità (Indebitamento) finanziario netto</b>	<b>(549,6)</b>	<b>(362,4)</b>	<b>(187,2)</b>

autofinanziamento (composto da risultato complessivo dell'esercizio, ammortamenti, svalutazioni per un importo cumulativo di 540,9 milioni di Euro) inferiore al fabbisogno determinato dalla variazione netta di capitale circolante, fondi per rischi e oneri, benefici per i dipendenti (per un totale pari a 155,9 milioni di Euro), dagli investimenti (558,5 milioni di Euro) e dalla remunerazione del capitale di terzi (13,7 milioni di Euro).

In merito si evidenzia che il fabbisogno di capitale circolante è totalmente ascrivibile al credito verso l'Amministrazione Finanziaria per canoni di abbonamento pari a 228,9 milioni di Euro, conseguente alle tempistiche di liquidazione dei maggiori ricavi dovuti all'Azienda in base alla nuova modalità di riscossione che, applicata per la prima volta nel 2016, non ha determinato maggiori riversamenti nell'esercizio.

Il flusso di cassa, rettificato di tale componente la cui liquidazione è prevista nel corso del primo semestre 2017, è quindi positivo di 42 milioni di Euro, con conseguente miglioramento dell'indebitamento finanziario netto.

La posizione finanziaria media è negativa per circa 390 milioni di Euro (-255 milioni di Euro nel 2015), in incremento di circa 135 milioni di Euro in seguito a quanto sopra illustrato.

L'analisi effettuata in base agli indici di struttura patrimoniale e finanziaria evidenzia che:

- l'indice di copertura del capitale investito netto, determinato dal rapporto tra capitale investito netto (al netto del credito per canoni) e mezzi propri è pari a 1,67 (1,74 al 31 dicembre 2015);
- l'indice di copertura dei debiti finanziari, determinato dal rapporto tra indebitamento finanziario netto (al netto del credito per canoni) e mezzi propri è pari a 0,67 (0,74 al 31 dicembre 2015);
- l'indice di disponibilità, individuato dal rapporto tra attività correnti (rimanenze, attivo

circolante al netto del credito per canoni, disponibilità liquide e crediti finanziari) e passività correnti (passivo del circolante e debiti finanziari), è pari a 0,57 (0,75 al 31 dicembre 2015).

Tutti gli indici rientrano nei limiti di riferimento.

Il finanziamento con la Banca Europea per gli Investimenti (45 milioni di Euro) della Capogruppo prevede il rispetto dei seguenti indici parametrico/patrimoniali a valere sul bilancio consolidato, redatto secondo i Principi "IFRS":

- Indebitamento Finanziario Netto (rettificato al netto dei crediti verso lo Stato per canoni)/ Patrimonio Netto  $\leq 1,3$
- Indebitamento Finanziario Netto (rettificato al netto dei crediti verso lo Stato per canoni)/ Margine Operativo Lordo  $\leq 1,0$

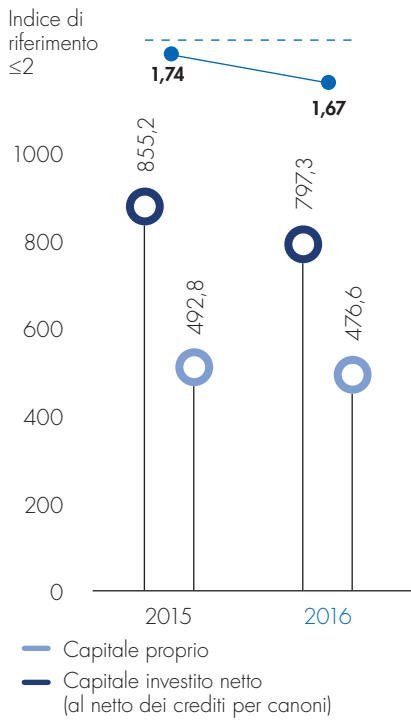
Tali indici risultano ampiamente rispettati, attestandosi rispettivamente a 0,67 e 0,51.

Le linee *committed* in capo a Rai Way prevedono ulteriori indici parametrico/patrimoniali a valere sul bilancio della società, pienamente rispettati.

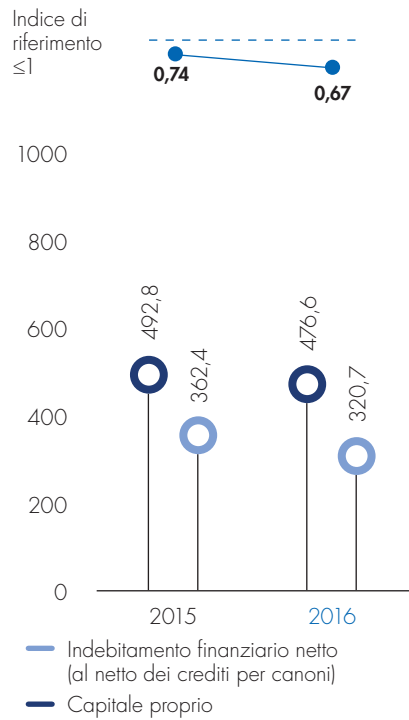
I rischi finanziari ai quali è esposto il Gruppo sono monitorati con opportuni strumenti informatici e statistici. Una policy regola la gestione finanziaria secondo le migliori pratiche, con l'obiettivo di preservare il valore aziendale attraverso un atteggiamento avverso al rischio, perseguito con un monitoraggio attivo dell'esposizione e l'attuazione di opportune strategie di copertura, realizzate centralmente dalla Capogruppo, anche per conto delle società controllate. Tra queste si distingue Rai Way che dispone di una propria autonomia finanziaria, pur con linee di indirizzo assegnate dalla Capogruppo.

Le informazioni di dettaglio sui rischi finanziari sono riportate nella specifica sezione della nota illustrativa al bilancio, alla quale si rimanda

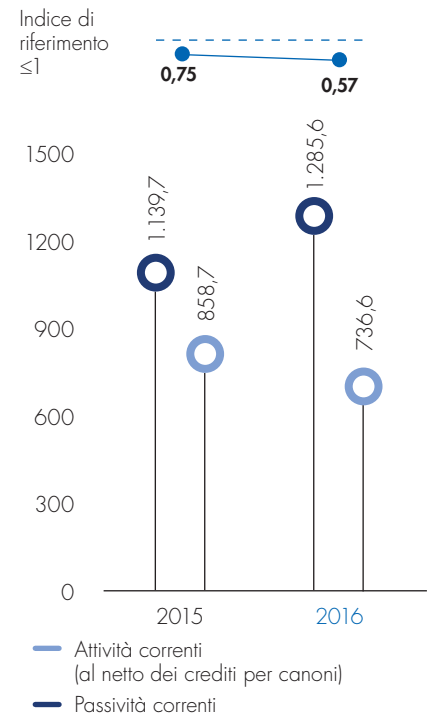
## Indice di copertura del capitale investito



## Indice di copertura dei debiti finanziari



## Indice di disponibilità





## Altre informazioni

Fatti occorsi dopo la chiusura  
dell'esercizio

128

Prevedibile evoluzione  
della gestione

129

## Altre informazioni

### Fatti occorsi dopo la chiusura dell'esercizio

#### Rinnovo Concessione

Nella seduta del 10 marzo 2017 il Consiglio dei Ministri ha dato avvio alla procedura di rinnovo della concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, approvando:

- lo schema di decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri concernente l'affidamento a Rai, per una durata decennale, dell'esercizio del predetto Servizio Pubblico (art. 49, comma 1-quinquies TUSMAR);
- l'annesso schema di convenzione (art. 49, comma 1-septies TUSMAR).

Tali atti, unitamente alla relazione del Ministro dello sviluppo economico sugli esiti della consultazione pubblica svolta in merito agli obblighi del Servizio Pubblico, sono stati trasmessi alla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, che dovrà rendere il prescritto parere entro trenta giorni.

#### Sud Engineering Srl

In data 1 marzo 2017, Rai Way ha finalizzato un accordo pluriennale per l'esercizio e la manutenzione della rete trasmissiva televisiva e radiofonica del Gruppo Norba, primo operatore locale in Italia per ascolti, attivo da 40 anni come leader nel settore della comunicazione multimediale nel Mezzogiorno. Contestualmente alla finalizzazione dell'accordo, la società ha acquisito da Telenorba l'intero capitale della Società Sud Engineering Srl con 30 siti trasmissivi localizzati in Puglia, Basilicata e Molise funzionali alla prevista attività di ospitalità delle postazioni.

#### Rai Pubblicità

In data 7 febbraio 2017 la Guardia di Finanza – Nucleo di Polizia Tributaria di Torino ha notificato a Rai Pubblicità SpA un decreto di perquisizione e sequestro, emesso in data 30 gennaio 2017 dalla Procura della Repubblica di Torino. Tale decreto è stato emesso nell'ambito di un procedimento penale già avviato nel settembre 2016, quale conseguenza degli atti impositivi emessi dalla Direzione Regionale delle Entrate del Piemonte di cui si è già data menzione nel presente bilancio 2016. Il decreto è stato emesso in relazione ad un'asserita condotta criminosa perpetrata dalla Società "nei periodi di imposta dal 2006 al 2011 attraverso l'emissione di fatture per operazioni soggettivamente inesistenti nei confronti di una società estera"; tale condotta "sarebbe

continuata nei periodi d'imposta successivi, dal 2012 al 2016, attraverso l'utilizzo" di altre società estere.

In merito a quanto sopra, si evidenzia che:

- per il periodo dal 2006 al 2011 i fatti erano già noti alla Procura della Repubblica di Milano che non ha ritenuto di procedere nei confronti di Rai Pubblicità SpA, ma esclusivamente nei confronti di soggetti legati alla predetta società estera per frode fiscale in materia di IVA;
- per il periodo dal 2012 al 2016 le vicende riguardano un'unica società estera (centro media) ancora attiva; le verifiche svolte, con l'assistenza di autorevole società di consulenza, hanno escluso anomalie nel processo di fatturazione da parte di Rai Pubblicità SpA.

#### Rinnovo linee di credito

Nel mese di gennaio 2017 si è conclusa la procedura di rinnovo delle linee di credito *Revolving Credit Facility*, destinate alla copertura e al back-up dei fabbisogni di cassa del Gruppo (ad esclusione di Rai Way). Il finanziamento è utilizzato per far fronte alle esigenze di liquidità infrannuali derivanti dal versamento in quattro rate trimestrali, da parte del Ministero dell'Economia e delle Finanze, dei canoni versati dagli utenti.

La linea è concessa da un pool di quattro primarie banche per complessivi 270 milioni di Euro, con scadenza a cinque anni, e spread dell'1,17% sull'Euribor, in linea con i tassi di recenti operazioni effettuate da prenditori di primario standing creditizio.

## Prevedibile evoluzione della gestione

L'andamento dei principali indicatori macroeconomici in Italia evidenzia, seppure ancora non consolidati, segnali di ripresa, confermati dal progressivo miglioramento della crescita del PIL, sebbene con valori inferiori rispetto all'area Euro.

Sul fronte dei ricavi, tenendo conto della loro struttura e composizione, l'andamento ancora moderatamente espansivo dell'attività economica si riflette solo sulla componente pubblicitaria – che peraltro non beneficerà della presenza in palinsesto di Grandi Eventi Sportivi – e di sfruttamento commerciale dell'offerta del Gruppo.

Per quanto riguarda le risorse derivanti dai canoni di abbonamento, la principale fonte di finanziamento di Rai, il 2017 registrerà, in forza del vigente quadro normativo, risorse inferiori a quelle dello scorso esercizio, per un importo prossimo ai 150 milioni di Euro; l'ammontare dei ricavi da canoni tornerebbe pertanto sul livello registrato nel 2013.

In tale contesto, le proiezioni economico finanziarie per l'esercizio in corso presentano un risultato in sostanziale pareggio per effetto di una serie di interventi selezionati cercando di minimizzare l'impatto su qualità e competitività dell'offerta e senza mettere a rischio il percorso di trasformazione di Rai in *Digital Media Company*. Tale previsione non tiene conto degli effetti, significativi ma allo stato attuale non stimabili con un sufficiente grado di affidabilità, che potrebbero derivare dall'implementazione di normative di recente introduzione connesse all'esercizio del Servizio Pubblico.



# Prospetti contabili al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

Prospetti contabili al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

**Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata**

(in milioni di Euro)	Nota	Esercizio chiuso al	
		31 dicembre 2016	31 dicembre 2015
Attività materiali	12.1	1.082,5	1.115,5
Investimenti immobiliari	12.2	4,9	5,2
Attività immateriali	12.3	950,4	900,5
Partecipazioni	12.4	9,1	10,5
Attività finanziarie non correnti	12.5	0,2	0,2
Altre attività non correnti	12.7	17,7	20,2
<b>Totale attività non correnti</b>		<b>2.064,8</b>	<b>2.052,1</b>
Rimanenze	13.1	2,9	2,7
Crediti commerciali	13.2	637,0	436,7
Attività finanziarie correnti	13.3	7,4	14,0
Crediti tributari	13.4	135,6	108,2
Altri crediti e attività correnti	13.5	78,7	130,8
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	13.6	86,2	146,1
<b>Totale attività correnti</b>		<b>947,8</b>	<b>838,5</b>
<b>Totale attività</b>		<b>3.012,6</b>	<b>2.890,6</b>
Capitale sociale		242,5	242,5
Riserve		205,9	500,6
Utili (perdite) portati a nuovo		(28,4)	(306,6)
<b>Totale patrimonio netto di Gruppo</b>		<b>420,0</b>	<b>436,5</b>
Capitale e riserve di terzi		42,2	42,7
Utili (perdite) portati a nuovo di terzi		14,4	13,6
<b>Totale patrimonio netto di terzi</b>		<b>56,6</b>	<b>56,3</b>
<b>Totale patrimonio netto</b>	<b>14</b>	<b>476,6</b>	<b>492,8</b>
Passività finanziarie non correnti	15.1	442,7	481,7
Benefici per i dipendenti	15.2	555,0	568,8
Fondi per rischi ed oneri non correnti	15.3	228,1	194,9
Passività per imposte differite	15.4	24,2	12,1
Altri debiti e passività non correnti	15.5	3,6	6,3
<b>Totale passività non correnti</b>		<b>1.253,6</b>	<b>1.263,8</b>
Debiti commerciali	16.1	686,2	666,4
Fondi per rischi ed oneri correnti		0,4	0,6
Passività finanziarie correnti	16.2	200,5	40,8
Debiti tributari	16.3	85,8	78,5
Altri debiti e passività correnti	16.1	309,5	347,7
<b>Totale passività correnti</b>		<b>1.282,4</b>	<b>1.134,0</b>
<b>Totale passività</b>		<b>2.536,0</b>	<b>2.397,8</b>
<b>Totale patrimonio netto e passività</b>		<b>3.012,6</b>	<b>2.890,6</b>

**Prospetto di Conto economico consolidato**

(in milioni di Euro)	Nota	Esercizio chiuso al	
		31 dicembre 2016	31 dicembre 2015
Ricavi da vendite e prestazioni	17.1	2.791,3	2.475,5
Altri ricavi e proventi	17.2	18,2	17,6
<b>Totale ricavi</b>		<b>2.809,5</b>	<b>2.493,1</b>
Costi per acquisto di materiale di consumo	17.3	(13,9)	(16,4)
Costi per servizi	17.3	(1.078,8)	(923,7)
Altri costi	17.3	(58,6)	(48,5)
Costi per il personale	17.4	(1.031,7)	(977,0)
Ammortamenti e svalutazioni	17.5	(543,4)	(537,5)
Accantonamenti	17.6	(18,8)	(2,2)
<b>Totale costi</b>		<b>(2.745,2)</b>	<b>(2.505,3)</b>
<b>Risultato operativo</b>		<b>64,3</b>	<b>(12,2)</b>
Proventi finanziari	17.7	2,6	5,0
Oneri finanziari	17.7	(20,8)	(24,4)
Risultato dalle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto	17.8	(0,7)	1,9
<b>Risultato prima delle imposte</b>		<b>45,4</b>	<b>(29,7)</b>
Imposte sul reddito	17.9	(27,3)	4,1
<b>Risultato netto delle attività operative</b>		<b>18,1</b>	<b>(25,6)</b>
<b>Risultato dell'esercizio - Utile (perdita)</b>		<b>18,1</b>	<b>(25,6)</b>
di cui attribuibile:			
- al Gruppo		3,5	(39,3)
- ai Terzi		14,6	13,7

Prospetti contabili al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

**Prospetto di Conto economico complessivo consolidato**

(in milioni di Euro)

	Esercizio chiuso al	
	31 dicembre 2016	31 dicembre 2015
<b>Risultato dell'esercizio</b>	<b>18,1</b>	<b>(25,6)</b>
Voci che possono essere riclassificate a conto economico:		
Utile/(perdita) sugli strumenti di copertura di flussi finanziari ( <i>cash-flow hedge</i> )	(6,8)	1,2
Conversione di bilanci con valuta funzionale diversa dall'Euro	(0,1)	0,4
Effetto fiscale	2,2	-
<b>Totale</b>	<b>(4,7)</b>	<b>1,6</b>
Voci che non possono essere riclassificate a conto economico:		
Rideterminazione dei piani a benefici definiti	(16,1)	28,9
Effetto fiscale	0,2	(0,2)
<b>Totale</b>	<b>(15,9)</b>	<b>28,7</b>
<b>Risultato complessivo dell'esercizio</b>	<b>(2,5)</b>	<b>4,7</b>
di cui attribuibile:		
- al Gruppo	(16,9)	(9,0)
- ai Terzi	14,4	13,7



## Rendiconto finanziario consolidato

(in milioni di Euro)	Nota	Esercizio chiuso al	
		31 dicembre 2016	31 dicembre 2015
<b>Utile (perdita) prima delle imposte</b>		<b>45,4</b>	<b>(29,7)</b>
Rettifiche per:			
Ammortamenti e svalutazioni	17.5	543,4	537,5
Accantonamenti e (rilasci) di fondi relativi al personale e altri fondi	17.6	109,4	71,9
Oneri (Proventi) finanziari netti	17.7	18,2	19,4
Risultato delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto	12.4	0,7	(1,9)
Altre poste non monetarie		0,1	0,1
<b>Flussi di cassa generati dall'attività operativa prima delle variazioni del capitale circolante netto</b>		<b>717,2</b>	<b>597,3</b>
Variazione delle rimanenze	13.1	(0,2)	(0,1)
Variazione dei crediti commerciali	13.2	(202,9)	32,2
Variazione dei debiti commerciali	16.1	19,8	11,7
Variazione delle altre attività/passività		(19,5)	1,9
Utilizzo dei fondi rischi	15.3	(38,3)	(33,2)
Pagamento benefici ai dipendenti	15.2	(72,1)	(71,6)
Imposte pagate		(6,1)	(6,9)
<b>Flusso di cassa netto generato dall'attività operativa</b>		<b>397,9</b>	<b>531,3</b>
Investimenti in attività materiali e investimenti immobiliari	12.1 - 12.2	(74,5)	(92,3)
Dismissioni di attività materiali e investimenti immobiliari	12.1 - 12.2	0,8	0,4
Investimenti in attività immateriali	12.3	(484,0)	(483,7)
Dismissioni di attività immateriali	12.3	1,7	0,4
Dividendi incassati		0,7	0,5
Interessi incassati		0,1	-
Variazione delle attività finanziarie	12.5 - 13.3	(0,2)	(2,8)
<b>Flusso di cassa netto generato dall'attività di investimento</b>		<b>(555,4)</b>	<b>(577,5)</b>
Accensione di finanziamenti a lungo termine	15.1	-	389,8
Rimborsi di finanziamenti a lungo termine	15.1	(35,2)	(295,1)
(Decremento)/incremento di finanziamenti a breve ed altri finanziamenti	16.2	154,7	(8,9)
Interessi pagati		(8,2)	(10,1)
Dividendi distribuiti		(13,7)	(11,7)
<b>Flusso di cassa netto generato dall'attività finanziaria</b>		<b>97,6</b>	<b>64,0</b>
<b>Variazione disponibilità liquide e mezzi equivalenti</b>		<b>(59,9)</b>	<b>17,8</b>
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti all'inizio dell'esercizio	13.6	146,1	128,3
<b>Disponibilità liquide e mezzi equivalenti alla fine dell'esercizio</b>	<b>13.6</b>	<b>86,2</b>	<b>146,1</b>

Prospetti contabili al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

**Prospetto delle variazioni di patrimonio netto consolidato**

(in milioni di Euro)	Capitale sociale	Riserva legale	Altre riserve	Utili (perdite) portati a nuovo	Patrimonio netto di Gruppo	Patrimonio netto di pertinenza di terzi	Totale patrimonio netto
<b>Saldi al 1 gennaio 2015</b>	<b>242,5</b>	<b>9,2</b>	<b>416,6</b>	<b>(222,8)</b>	<b>445,5</b>	<b>54,3</b>	<b>499,8</b>
Destinazione del risultato	-	2,4	70,8	(73,2)	-	-	-
Distribuzione dividendi	-	-	-	-	-	(11,7)	(11,7)
<b>Operazioni con gli azionisti</b>	-	-	-	-	-	(11,7)	(11,7)
Risultato dell'esercizio	-	-	-	(39,3)	(39,3)	13,7	(25,6)
Componenti di conto economico complessivo	-	-	1,6	28,7	30,3	-	30,3
<b>Risultato complessivo dell'esercizio</b>	-	-	<b>1,6</b>	<b>(10,6)</b>	<b>(9,0)</b>	<b>13,7</b>	<b>4,7</b>
<b>Saldi al 31 dicembre 2015</b>	<b>242,5</b>	<b>11,6</b>	<b>489,0</b>	<b>(306,6)</b>	<b>436,5</b>	<b>56,3</b>	<b>492,8</b>
<b>Saldi al 1 gennaio 2016</b>	<b>242,5</b>	<b>11,6</b>	<b>489,0</b>	<b>(306,6)</b>	<b>436,5</b>	<b>56,3</b>	<b>492,8</b>
Destinazione del risultato	-	-	(290,6)	290,6	-	-	-
Distribuzione dividendi	-	-	-	-	-	(13,7)	(13,7)
Altri movimenti <sup>(1)</sup>	-	-	0,6	(0,2)	0,4	(0,4)	-
<b>Operazioni con gli azionisti</b>	-	-	<b>0,6</b>	<b>(0,2)</b>	<b>0,4</b>	<b>(14,1)</b>	<b>(13,7)</b>
Risultato dell'esercizio	-	-	-	3,5	3,5	14,6	18,1
Componenti di conto economico complessivo	-	-	(4,7)	(15,7)	(20,4)	(0,2)	(20,6)
<b>Risultato complessivo dell'esercizio</b>	-	-	<b>(4,7)</b>	<b>(12,2)</b>	<b>(16,9)</b>	<b>14,4</b>	<b>(2,5)</b>
<b>Saldi al 31 dicembre 2016</b>	<b>242,5</b>	<b>11,6</b>	<b>194,3</b>	<b>(28,4)</b>	<b>420,0</b>	<b>56,6</b>	<b>476,6</b>

<sup>(1)</sup> Effetto determinato dalla differenza tra valore dell'opzione inclusa nell'IPO di Rai Way (Bonus share) stimato all'insorgenza del diritto e valore effettivo alla scadenza.

# Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

## 1) Informazioni generali

Rai Radiotelevisione italiana SpA (di seguito "Rai", la "Società" o la "Capogruppo") è una società per azioni costituita e domiciliata in Italia, con sede legale a Roma in Viale Mazzini 14, e organizzata secondo l'ordinamento giuridico della Repubblica Italiana.

Il bilancio consolidato al 31 dicembre 2016 (di seguito "Bilancio Consolidato"), come di seguito descritto, è redatto in accordo con gli *International Financial Reporting Standards* ("IFRS").

La Società e le sue controllate (congiuntamente il "Gruppo") operano in Italia, nel ruolo di Servizio Pubblico generale radiotelevisivo. La Capogruppo, in forza di apposite fonti normative, nazionali e comunitarie, è tenuta ad adempiere a precise obbligazioni in tema di qualità e quantità della programmazione, ulteriormente dettagliate nel Contratto di Servizio stipulato con il Ministero dello Sviluppo Economico (di seguito anche il "Contratto").

Il Contratto di Servizio attualmente vigente è quello riferito al triennio 2010-2012 tutt'ora in vigore per effetto di quanto previsto all'articolo 36 del medesimo Contratto.

Il Contratto prevede per Rai prescrizioni rispetto ai livelli di servizio e vincoli nello svolgimento della propria attività editoriale, nel tempo crescenti. Il Contratto di Servizio stabilisce una connessione evidente tra la Rai, gli individui e la collettività, rispondendo a bisogni rilevanti per la crescita dell'individuo e per la creazione di una coscienza sociale. Tra i temi editoriali sono degni di menzione l'attenzione alla formazione e al lavoro, all'informazione e all'approfondimento, ai temi sociali e culturali, a bambini e adolescenti, alla figura femminile, allo sport e all'intrattenimento, alle minoranze linguistiche e alla promozione all'estero del Paese per gli stranieri così come per le tante comunità di italiani che vi risiedono.

La Legge n. 89/2014 ha precisato che Rai debba garantire l'informazione pubblica a livello nazionale e quella a livello regionale attraverso la presenza in ciascuna regione e provincia autonoma di proprie redazioni e strutture adeguate alle specifiche produzioni. Il nuovo comma 3-bis dell'art. 17 della legge n. 112/2004 prevede inoltre che le sedi di Bolzano, di Trento, della Valle d'Aosta e del Friuli-Venezia Giulia mantengano la loro autonomia finanziaria e contabile e che fungano anche da centro di produzione decentrato per le esigenze di promozione delle culture e degli strumenti linguistici locali e che le altre sedi regionali e provinciali la mantengano fino alla definizione di un nuovo assetto territoriale da parte di Rai.

La Legge 28 dicembre 2015, n. 220, recante "Riforma della Rai e del Servizio Pubblico Radiotelevisivo" ha previsto che il rinnovo del contratto nazionale di servizio tra il Ministero dello Sviluppo Economico e Rai venga stipulato, con cadenza quinquennale e non più triennale, nel quadro della concessione che riconosce a Rai il ruolo di gestore del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale.

In data 19 aprile 2016 è entrato in vigore il nuovo Codice dei contratti pubblici (D. Lgs. 18 aprile 2016, n. 50). Tale Decreto, all'articolo 216, comma 24, prevede che "al fine di consentire lo svolgimento, con la più ampia partecipazione, della consultazione pubblica di cui all'articolo 5, comma 5, della legge 18 dicembre 2015, n. 220 (Legge di riforma Rai), e nelle more dell'aggiornamento della disciplina in materia di affidamento del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale", il termine della concessione sia prorogato dal 6 maggio 2016 al 31 ottobre 2016.

La Legge 26 ottobre 2016, n. 198, recante "Istituzione del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione e deleghe al Governo per la ridefinizione della disciplina del sostegno pubblico per il settore dell'editoria e dell'emittenza radiofonica e televisiva locale, della disciplina di profili pensionistici dei giornalisti e della composizione e delle competenze del Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti. Procedura per l'affidamento in concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale", ha stabilito la nuova procedura per l'affidamento in concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale. Tale concessione, di durata decennale, è preceduta da una consultazione pubblica sugli obblighi del servizio medesimo ai sensi del sopra citato articolo 5, comma 5, della Legge 18 dicembre 2015, n. 220 (Legge di riforma Rai).

Il Decreto Legge del 30 dicembre 2016 n. 244, recante "Proroga e definizione di termini" (c.d. "milleproroghe"), all'art. 6, comma 3 ha previsto che, nelle more dell'affidamento del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale (secondo le nuove procedure introdotte dall'art. 9 della L. 198/2016, nel quadro degli interventi già introdotti dalla L. 220/2015), e comunque per un periodo non superiore a centottanta giorni dal 31 ottobre 2016 (e cioè fino al 29 aprile 2017), continuino a trovare applicazione, ad ogni effetto, la concessione e la convenzione in atto, così prorogando, per il caso in cui non si addivenga prima al nuovo affidamento con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, la vigenza dell'attuale concessione a Rai del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale.

Il capitale della Società è detenuto rispettivamente da:

- Ministero dell'Economia e delle Finanze (99,5583%)
- SIAE Società Italiana Autori Editori (0,4417%)

Il Bilancio consolidato è sottoposto a revisione legale da parte della società PricewaterhouseCoopers SpA (di seguito la "Società di Revisione") alla quale l'Assemblea Generale Ordinaria degli Azionisti Rai, su proposta motivata del Collegio Sindacale, nell'adunanza del 10 marzo 2016 ha affidato l'incarico per gli esercizi fino al 2023, in considerazione dell'acquisizione da parte di Rai dello status di Ente di Interesse Pubblico.

## 2) Criteri di redazione

La Società, in relazione a quanto previsto dal Decreto Legislativo 28 febbraio 2005, n. 38, applica per la redazione del proprio Bilancio Consolidato gli *International Financial Reporting Standards* (nel seguito "IFRS" o "principi contabili internazionali") emanati dall'*International Accounting Standards Board* (di seguito IASB) e adottati dalla Commissione Europea secondo la procedura di cui all'art. 6 del Regolamento (CE) n. 1606/2002 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 19 luglio 2002. Per IFRS si intendono anche tutti i principi contabili internazionali ("IAS") e tutte le interpretazioni dell'*International Financial Reporting Standard Interpretations Committee* ("IFRIC"), precedentemente denominate "*Standard Interpretations Committee*" (SIC). Per la redazione del presente Bilancio Consolidato il Gruppo ha fornito una informativa completa, applicando gli IFRS in modo coerente ai periodi esposti nel presente Bilancio Consolidato.

La struttura del Bilancio Consolidato scelta dal Gruppo prevede che:

- le voci della Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata siano classificate in correnti e non correnti;
- le voci del Conto economico consolidato siano classificate per natura;
- il prospetto di Conto economico consolidato complessivo sia presentato in forma separata rispetto al Conto economico e indichi il risultato economico integrato dei proventi e oneri che per espressa disposizione degli IFRS sono rilevati direttamente a patrimonio netto;
- il Rendiconto finanziario consolidato sia predisposto secondo il "metodo indiretto", rettificando il risultato (utile/perdita prima delle imposte) dell'esercizio delle componenti di natura non monetaria; e
- il Prospetto delle variazioni del patrimonio netto consolidato presenti i proventi (oneri) complessivi dell'esercizio, le operazioni con gli azionisti e le altre variazioni del patrimonio netto.

Questa impostazione riflette al meglio gli elementi che hanno determinato il risultato economico del Gruppo oltre la sua struttura finanziaria e patrimoniale.

Il Bilancio Consolidato è stato redatto applicando il metodo del costo storico, tenuto conto ove appropriato delle rettifiche di valore, con l'eccezione delle voci di bilancio che secondo gli IFRS devono essere rilevate al *fair value*, come indicato nei criteri di valutazione e fatti salvi i casi in cui le disposizioni IFRS consentano un differente criterio di valutazione.

Il Bilancio Consolidato è stato redatto nel presupposto della continuità aziendale, in quanto non si ritiene sussistano indicatori di carattere finanziario, gestionale o di altro genere che possano segnalare criticità circa la capacità del Gruppo di far fronte alle proprie obbligazioni nel prevedibile futuro e in particolare nei prossimi 12 mesi.

La descrizione delle modalità attraverso le quali il Gruppo gestisce i rischi finanziari è contenuta nella successiva nota n. 8 relativa alla "Gestione dei rischi finanziari".

I valori delle voci di bilancio e delle relative note illustrative, tenuto conto della loro rilevanza, sono espressi in milioni di Euro, salvo quando diversamente indicato.

### 3) Principi di consolidamento

Il Bilancio Consolidato è stato predisposto utilizzando i bilanci d'esercizio della Società e delle società controllate redatti in accordo agli IFRS. Si segnala, inoltre, che tutte le società del Gruppo chiudono il proprio esercizio al 31 dicembre.

Le società incluse nell'area di consolidamento al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015 sono dettagliate nella nota n. 21 "Appendice", parte integrante del Bilancio Consolidato.

#### Imprese controllate

Un investitore controlla un'impresa partecipata quando è esposto, o ha diritto a partecipare, alla variabilità dei relativi ritorni economici ed è in grado di esercitare il proprio potere decisionale sulle attività rilevanti della partecipata in modo da influenzare tali ritorni. L'esistenza del controllo è verificata ogni volta che fatti e circostanze indicano una variazione in uno o più degli elementi qualificanti il controllo.

Le attività e le passività, gli oneri e i proventi delle imprese controllate sono assunti integralmente nel bilancio consolidato a partire dalla data in cui la Capogruppo ne assume il controllo diretto o indiretto (ossia per il tramite di una o più altre controllate) e fino alla data in cui tale controllo cessa di esistere. Il valore contabile delle partecipazioni è eliminato a fronte della corrispondente frazione di patrimonio netto. Le quote del patrimonio netto e del risultato complessivo di competenza delle interessenze di terzi sono iscritte in apposite voci del patrimonio netto e del Conto economico complessivo.

In presenza di quote di partecipazione acquisite successivamente all'assunzione del controllo (acquisto di interessenze di terzi), l'eventuale differenza positiva tra il costo di acquisto e la corrispondente frazione di patrimonio netto acquisita è rilevata nel patrimonio netto di competenza del Gruppo; analogamente, sono rilevati a patrimonio netto gli effetti derivanti dalla cessione di quote di minoranza senza perdita del controllo.

Differentemente, la cessione di quote che comporta la perdita del controllo determina la rilevazione a Conto economico:

- dell'eventuale plusvalenza/minusvalenza calcolata come differenza tra il corrispettivo ricevuto e la corrispondente frazione di patrimonio netto consolidato ceduta;
- dell'effetto della rimisurazione dell'eventuale partecipazione residua mantenuta per allinearla al relativo *fair value* (valore equo);
- degli eventuali valori rilevati nelle altre componenti del risultato complessivo relativi alla ex controllata per i quali sia previsto il rigiro a conto economico, ovvero in caso non sia previsto il rigiro a Conto economico a utili (perdite) portati a nuovo.

Il valore dell'eventuale partecipazione mantenuta, allineato al relativo *fair value* alla data di perdita del controllo, rappresenta il nuovo valore di iscrizione della partecipazione, che costituisce altresì il valore di riferimento per la successiva valutazione della partecipazione secondo i criteri di valutazione applicabili.

Le imprese consolidate sono indicate nella nota n. 21 "Appendice", che è parte integrante delle presenti note illustrative. Nello stesso allegato è riportata anche l'eventuale variazione dell'area di consolidamento verificatasi nel periodo.

#### Aggregazioni aziendali (*business combination*)

Le operazioni di aggregazione aziendale (*business combination*) sono rilevate in accordo con l'IFRS 3 "Aggregazioni aziendali", applicando il cosiddetto *acquisition method*. Il corrispettivo dell'aggregazione è determinato alla data di assunzione del controllo ed è pari al *fair value* (valore equo) delle attività trasferite, delle passività sostenute, nonché degli eventuali strumenti di capitale emessi dall'acquirente. L'eventuale corrispettivo potenziale è rilevato al *fair value* alla data di acquisizione. Le variazioni successive del *fair value* (valore equo) del corrispettivo potenziale, ossia il cui ammontare e la cui erogazione sono dipendenti da eventi futuri, classificato come strumento finanziario ai sensi dello IAS 39 "Strumenti finanziari: rilevazione e valutazione", sono rilevate a Conto economico o patrimonio netto nell'ambito delle altre componenti del risultato complessivo. I corrispettivi potenziali che non rientrano nell'ambito di applicazione dello IAS 39 sono valutati in base allo specifico IFRS/IAS di riferimento. I corrispettivi potenziali che sono classificati come strumento di capitale non sono rimisurati, e, conseguentemente il regolamento è contabilizzato nell'ambito del patrimonio netto. I costi direttamente attribuibili all'operazione sono rilevati a conto economico consolidato, quando sostenuti.

Alla data di acquisizione del controllo, il patrimonio netto delle imprese partecipate è determinato attribuendo ai singoli elementi identificabili dell'attivo e del passivo patrimoniale (ivi comprese le passività potenziali) il loro *fair value* alla data di acquisizione, fatti salvi i casi in cui l'IFRS 3 disponga diversamente.

L'eventuale differenza residua rispetto al costo di acquisto, se positiva, è iscritta alla voce dell'attivo Attività immateriali come avviamento (di seguito anche "goodwill"); se negativa, è rilevata a Conto economico come provento del periodo.

Nel caso di assunzione non totalitaria del controllo, la quota di patrimonio netto delle interessenze di terzi è determinata sulla base della quota di loro pertinenza dei valori correnti attribuiti alle attività e passività alla data di assunzione del controllo, escluso l'eventuale goodwill a essi attribuibile (c.d. *partial goodwill method*); in alternativa, è rilevato l'intero ammontare del goodwill generato dall'acquisizione considerando, pertanto, anche la quota attribuibile alle interessenze di terzi (c.d. *full goodwill method*); in quest'ultimo caso le interessenze di terzi sono espresse al loro *fair value*. La scelta delle modalità di determinazione del goodwill (*partial goodwill method* o *full goodwill method*) è operata in maniera selettiva per ciascuna operazione di *business combination*.

Nel caso di assunzione del controllo in fasi successive, il costo di acquisto è determinato sommando il *fair value* della partecipazione precedentemente detenuta nell'acquisita e l'ammontare corrisposto per l'ulteriore quota. L'eventuale differenza tra il *fair value* della partecipazione precedentemente detenuta e il relativo valore di iscrizione è imputata a Conto economico. In sede di assunzione del controllo, eventuali ammontari precedentemente rilevati nelle altre componenti dell'utile complessivo sono imputati a Conto economico ovvero in un'altra posta del patrimonio netto, nel caso in cui non ne sia prevista la riclassifica a Conto economico.

Quando la determinazione dei valori delle attività e passività dell'acquisita è operata in via provvisoria, essa deve essere conclusa entro un periodo massimo di 12 mesi dalla data di acquisizione, tenendo conto delle sole informazioni relative a fatti e circostanze esistenti alla data di acquisizione. Nell'esercizio in cui la summenzionata determinazione è conclusa, i valori provvisoriamente rilevati sono rettificati con effetto retrospettivo.

## Interessenze in accordi a controllo congiunto

Il controllo congiunto esiste unicamente quando, su base contrattuale, per le decisioni relative alle attività rilevanti dell'accordo è richiesto il consenso unanime di tutte le parti che condividono il controllo. Gli accordi a controllo congiunto possono essere distinti in due tipologie:

- le *joint venture*, ossia gli accordi a controllo congiunto nei quali le parti che detengono il controllo congiunto vantano diritti sulle attività nette dell'accordo; e
- le *joint operation*, ossia gli accordi a controllo congiunto nei quali le parti hanno diritti sulle attività e obbligazioni per le passività relative all'accordo.

Le partecipazioni in *joint venture* sono valutate con il metodo del patrimonio netto, come descritto alla nota n. 4 "Criteri di valutazione", mentre le *joint operation* sono contabilizzate rilevandone, linea per linea nel bilancio consolidato, la quota di attività/passività e di ricavi/costi sulla base degli effettivi diritti e obbligazioni rivenienti dagli accordi contrattuali.

## Partecipazioni in imprese collegate

Una collegata è un'impresa su cui il Gruppo esercita un'influenza notevole, intesa come il potere di partecipare alla determinazione delle scelte finanziarie e gestionali della partecipata senza averne il controllo o il controllo congiunto. Le partecipazioni in imprese collegate sono valutate con il metodo del patrimonio netto come indicato alla nota n. 4 "Criteri di valutazione".

## Operazioni infragruppo

Gli utili derivanti da operazioni tra le imprese consolidate sono eliminati così come sono eliminati i crediti, i debiti, i proventi e gli oneri, le garanzie, gli impegni e i rischi tra imprese consolidate. Gli utili non realizzati con società valutate secondo il metodo del patrimonio netto sono eliminati per la quota di competenza del Gruppo. In entrambi i casi, le perdite infragruppo non sono eliminate quando rappresentano un effettivo minor valore del bene ceduto.

## Conversione dei bilanci in valuta diversa dall'Euro

I bilanci delle imprese operanti in aree diverse dall'Euro, che rappresenta la valuta di presentazione del Gruppo, nonché la valuta funzionale della Capogruppo e delle sue controllate a eccezione di Rai Corporation in liquidazione (di seguito "Rai Corporation"), sono convertiti in Euro applicando alle voci dell'attivo e del passivo patrimoniale i cambi correnti alla data di chiusura dell'esercizio, alle voci del patrimonio netto i cambi storici e alle voci del Conto economico i cambi medi dell'esercizio.

Le differenze cambio da conversione dei bilanci delle imprese operanti in aree diverse dall'Euro, derivanti dall'applicazione di cambi diversi per le attività e le passività, per il patrimonio netto e per il Conto economico, sono rilevate nella voce di patrimonio netto Altre riserve come riserva per differenze cambio da conversione per la parte di competenza del Gruppo e, se del caso, alla voce Patrimonio netto di terzi per la parte di competenza di terzi. La riserva per differenze di cambio è rilevata a Conto economico quando la partecipata cessa di essere qualificata come impresa controllata. In tali circostanze, la rilevazione a Conto economico della riserva è effettuata nelle voci Proventi finanziari ovvero Oneri finanziari. All'atto della dismissione parziale, senza perdita del controllo, la quota delle differenze di cambio afferente la frazione di partecipazione dismessa è attribuita al patrimonio netto delle interessenze di terzi. Qualora il controllo della partecipata venisse meno e la partecipata si qualificasse come *joint venture* o collegata, la riserva da conversione è incorporata nella valutazione col metodo del patrimonio netto.

I bilanci utilizzati per la conversione di Rai Corporation sono quelli espressi nella valuta di presentazione Dollaro USA (USD).

## 4) Criteri di valutazione

Di seguito sono brevemente descritti i principi contabili e i criteri di valutazione più significativi utilizzati per la redazione del Bilancio Consolidato.

### Attività correnti

**Rimanenze.** Le rimanenze finali di materiali tecnici sono valutate al costo di acquisto, determinato con il metodo del costo medio ponderato, rettificato in relazione all'andamento del mercato ed alle presumibili mancate utilizzazioni legate a fenomeni di obsolescenza e lento rigiro. Le rimanenze finali di merci (editoria periodica e libraria e home video) destinate alla rivendita sono valutate al costo di acquisto, determinato con il metodo del costo medio ponderato, ovvero al valore di presumibile realizzo desumibile dall'andamento del mercato, se minore.

I lavori in corso su ordinazione, tipicamente relativi all'adeguamento della rete di trasmissione e diffusione, sono valutati sulla base dei costi sostenuti in relazione allo stato di avanzamento dei lavori, determinato utilizzando il metodo del costo sostenuto (*cost to cost*).

**Crediti commerciali - Altri crediti e attività correnti - Attività finanziarie correnti.** I crediti commerciali, gli altri crediti e attività correnti e le attività finanziarie correnti sono inizialmente iscritti al *fair value* (valore equo) rettificato dei costi di transazione direttamente attribuibili e successivamente valutati col criterio del costo ammortizzato in base al metodo del tasso di interesse effettivo (ossia del tasso che rende uguali, al momento della rilevazione iniziale, il valore attuale dei flussi di cassa attesi e il valore di iscrizione), opportunamente rettificato per tenere conto di eventuali svalutazioni, mediante l'iscrizione di un fondo svalutazione crediti. I crediti verso clienti e le altre attività finanziarie sono inclusi nell'attivo corrente, a eccezione di quelli con scadenza contrattuale superiore ai dodici mesi rispetto alla data di bilancio, che sono classificati nell'attivo non corrente.

**Riduzione di valore di attività finanziarie.** A ciascuna data di riferimento del bilancio, tutte le attività finanziarie, diverse da quelle valutate al *fair value* (valore equo) con contropartita a Conto economico, sono analizzate al fine di verificare se esiste un'obiettiva evidenza che un'attività o un gruppo di attività finanziarie abbia subito una perdita di valore. Una perdita di valore è rilevata solo nel caso in cui tale evidenza esista come conseguenza di uno o più eventi accaduti dopo la sua rilevazione iniziale, che hanno un impatto sui flussi di cassa futuri attesi dell'attività.

L'evidenza obiettiva di una perdita di valore include indicatori osservabili quali, ad esempio:

- la significativa difficoltà finanziaria dell'emittente o del debitore;
- una violazione del contratto, come un inadempimento o mancato pagamento degli interessi o del capitale;
- l'evidenza che il debitore possa entrare in una procedura concorsuale o in un'altra forma di riorganizzazione finanziaria;
- una diminuzione sensibile dei flussi di cassa futuri stimati.

Le perdite che si prevede derivino a seguito di eventi futuri non sono rilevate.

Per le attività finanziarie contabilizzate col criterio del costo ammortizzato, quando una perdita di valore è stata identificata, il suo valore viene misurato come differenza tra il valore contabile dell'attività e il valore attuale dei flussi di cassa futuri attesi, scontati sulla base del tasso di interesse effettivo originario. Questo valore è rilevato a Conto economico consolidato.



Se l'importo di una perdita di valore di una attività rilevata in passato diminuisce e la diminuzione può essere obiettivamente collegata a un evento verificatosi successivamente alla rilevazione della perdita di valore, essa è riaccreditata a Conto economico consolidato.

**Eliminazione contabile delle attività e passività finanziarie.** Le attività finanziarie sono eliminate contabilmente quando è soddisfatta una delle seguenti condizioni:

- il diritto contrattuale a ricevere i flussi di cassa dall'attività è scaduto;
- il Gruppo ha sostanzialmente trasferito tutti i rischi e benefici connessi all'attività, cedendo i suoi diritti a ricevere flussi di cassa dall'attività oppure assumendo un'obbligazione contrattuale a riversare i flussi di cassa ricevuti a uno o più eventuali beneficiari in virtù di un contratto che rispetta i requisiti previsti dallo IAS 39 (c.d. "pass through test");
- il Gruppo non ha né trasferito né mantenuto sostanzialmente tutti i rischi e benefici connessi all'attività finanziaria ma ne ha ceduto il controllo.

Nel caso di operazioni di *factoring* che non prevedono sostanzialmente il trasferimento, in capo al *factor*, dei rischi e dei benefici connessi ai crediti ceduti (pertanto il Gruppo rimane esposto al rischio di insolvenza e/o ritardato pagamento – c.d. cessioni pro-solvendo) l'operazione viene assimilata all'accensione di un finanziamento garantito dal credito oggetto di cessione. In tale circostanza, il credito ceduto rimane rappresentato nella situazione patrimoniale e finanziaria consolidata del Gruppo fino al momento dell'incasso da parte del *factor* e, in contropartita dell'eventuale anticipazione ottenuta dal *factor*, viene iscritto un debito di natura finanziaria. Il costo finanziario per le operazioni di *factoring* è rappresentato da interessi sugli ammontari anticipati imputati a conto economico nel rispetto del principio della competenza, che vengono classificati fra gli oneri finanziari. Le commissioni che maturano su cessioni sono incluse fra gli oneri finanziari.

Le passività finanziarie sono eliminate contabilmente quando sono estinte, ossia quando l'obbligazione contrattuale è adempiuta, cancellata o prescritta.

**Compensazione di attività e passività finanziarie.** Il Gruppo compensa attività e passività finanziarie se e solo se:

- esiste un diritto legalmente esercitabile di compensare i valori rilevati in bilancio; e
- vi è l'intenzione o di compensare su base netta o di realizzare l'attività e regolare la passività simultaneamente.

**Disponibilità liquide e mezzi equivalenti.** Le disponibilità liquide e mezzi equivalenti comprendono la cassa, i depositi a vista nonché le attività finanziarie con scadenza all'origine uguale o inferiore ai tre mesi, prontamente convertibili in cassa e sottoposte a un irrilevante rischio di variazione di valore. Gli elementi inclusi nelle disponibilità liquide e mezzi equivalenti sono valutati al *fair value*.

Le operazioni di incasso sono registrate per data di operazione bancaria; per le operazioni di pagamento si tiene altresì conto della data di disposizione.

## Attività non correnti

**Attività materiali.** Le attività materiali sono rilevate secondo il criterio del costo e iscritte al prezzo di acquisto o al costo di produzione comprensivo degli oneri accessori di diretta imputazione necessari a rendere le attività pronte all'uso. In presenza di obbligazioni attuali per lo smantellamento, la rimozione delle attività e il ripristino dei siti, il valore di iscrizione include i costi stimati (attualizzati) da sostenere al momento dell'abbandono delle strutture, rilevati in contropartita a uno specifico fondo (il trattamento contabile delle revisioni di stima di questi costi, del trascorrere del tempo e del tasso di attualizzazione è indicato alla nota n. 15.3 "Fondi per rischi e oneri non correnti"). Non è ammesso effettuare rivalutazioni delle attività materiali, neanche in applicazione di leggi specifiche.

I costi per migliorie, ammodernamento e trasformazione aventi natura incrementativa delle attività materiali sono rilevati all'attivo patrimoniale quando è probabile che incrementino i benefici economici futuri attesi dall'utilizzo o dalla vendita del bene.

Le attività materiali sono ammortizzate sistematicamente a quote costanti lungo la loro vita utile economico tecnica, intesa come la stima del periodo in cui l'attività sarà utilizzata dall'impresa. Periodo che decorre dal mese in cui inizia o avrebbe potuto iniziare l'utilizzazione del bene. Quando l'attività materiale è costituita da più componenti significative aventi vite utili differenti, l'ammortamento è effettuato per ciascuna componente. Il valore da ammortizzare è rappresentato dal valore di iscrizione ridotto del presumibile valore netto di cessione al termine della sua vita utile. Non sono oggetto di ammortamento i terreni, anche se acquistati congiuntamente a un fabbricato, le opere d'arte, nonché le attività materiali destinate alla vendita. Eventuali modifiche

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

al piano di ammortamento, derivanti dalla revisione della vita utile dell'attività materiale, del valore residuo ovvero delle modalità di ottenimento dei benefici economici dell'attività, sono rilevate prospetticamente.

La vita utile stimata delle principali attività materiali è la seguente:

	Vita utile in anni	
	Min	Max
Fabbricati	10	50
Impianti e macchinario	2	12
Attrezzature industriali e commerciali	5	7
Altri beni	4	9

Le spese di manutenzione e riparazione ordinarie sono rilevate a Conto economico consolidato nell'esercizio in cui sono sostenute.

**Attività immateriali.** Le attività immateriali riguardano le attività identificabili prive di consistenza fisica, controllate dal Gruppo e in grado di produrre benefici economici futuri, nonché l'avviamento quando acquisito a titolo oneroso. L'identificabilità è definita con riferimento alla possibilità di distinguere l'attività immateriale acquisita dall'avviamento. Questo requisito normalmente è soddisfatto quando:

- l'attività immateriale è riconducibile a un diritto legale o contrattuale; oppure
- l'attività è separabile, ossia può essere ceduta, trasferita, data in affitto o scambiata autonomamente oppure come parte integrante di altre attività.

Il controllo del Gruppo consiste nel diritto di usufruire dei benefici economici futuri derivanti dall'attività e nella possibilità di limitarne l'accesso ad altri.

Le attività immateriali sono iscritte al costo di acquisto o di produzione comprensivo degli oneri accessori di diretta imputazione necessari a rendere le attività pronte all'uso. Non è ammesso effettuare rivalutazioni, neanche in applicazione di leggi specifiche.

Le attività immateriali aventi vita utile definita sono ammortizzate sistematicamente lungo la loro vita utile intesa come la stima del periodo in cui le attività saranno utilizzate dal Gruppo e si articolano in:

- a) Programmi - Opere audiovisive: i costi di acquisizione e di produzione di programmi televisivi, di opere audiovisive, cinematografiche e multimediali, formati dai costi esterni direttamente imputabili a ciascuna produzione e dai costi delle risorse interne utilizzate per la loro realizzazione, sono rappresentati secondo i seguenti criteri:
- 1) i costi riferiti a produzioni ad utilità ripetuta e con diritti di utilità di durata contrattuale superiore ai 12 mesi sono capitalizzati fra le attività immateriali e, se tali produzioni risultano pronte all'uso a fine esercizio, sono assoggettati ad ammortamento per quote costanti, a partire dal mese di approntamento o di disponibilità del diritto, con riguardo alla durata della loro presumibile utilità futura. Se invece tali produzioni ad utilità ripetuta non risultano ancora utilizzabili a fine esercizio o con disponibilità dei diritti futura, i relativi costi vengono rinviati come immobilizzazioni in corso e acconti.

La vita utile dei programmi e delle opere audiovisive a utilità ripetuta, tenendo conto delle difficoltà oggettive nell'individuare elementi in grado di garantire una corretta correlazione tra i ricavi da pubblicità e da canone e l'ammortamento dei diritti, alle quali si somma l'indeterminabilità delle multiformi modalità di sfruttamento, è riportata nella seguente tabella:

	Vita utile in anni
Fiction di produzione e cartoni animati	3
Diritti diversi dal free tv relativi a film e prodotti seriali acquisiti da Rai Cinema	3
Diritti di sfruttamento di library di natura calcistica	4
Diritti free tv relativi a film e prodotti seriali acquisiti da Rai Cinema	5
"Full rights", ovvero prodotti per i quali Rai Cinema ha acquisito l'intera filiera dei diritti (cinematografici, televisivi, home video ecc.)	7

I costi riferiti a diritti in concessione per durate inferiori sono ammortizzati con quote corrispondenti al periodo di disponibilità. Nel caso in cui i diritti abbiano esaurito i passaggi disponibili contrattualmente, il valore residuo viene interamente speso.

- 2) I costi riferiti a produzioni televisive destinate ad una fruizione immediata affluiscono a Conto economico in un unico esercizio, che solitamente coincide con quello di utilizzazione o di inizio della concessione. Più precisamente:
- *Informazione giornalistica, intrattenimento leggero, documentari, musica colta, prosa e l'intera produzione radiofonica.* I costi sono rilevati nell'esercizio in cui sono sostenuti, che coincide, di norma, con quello di messa in onda.
  - *Eventi sportivi.* I costi sono rilevati nell'esercizio in cui si svolge la manifestazione.
- b) Le licenze d'uso di software sono ammortizzate in tre anni a partire dal mese in cui sono disponibili all'uso, generalmente coincidente con il mese di entrata in funzione.
- c) I costi inerenti alla realizzazione della rete digitale terrestre sono iscritti al netto delle quote di ammortamento e ammortizzati, a quote costanti, in relazione alla durata prevista di utilizzazione a partire dalla data di disponibilità del servizio, in genere coincidente con la sua attivazione.
- d) I marchi sono ammortizzati in dieci esercizi a partire dal momento in cui sono disponibili all'uso, generalmente corrispondente con l'anno in cui inizia l'utilizzo.

L'avviamento e le altre attività immateriali aventi vita utile indefinita non sono oggetto di ammortamento; la recuperabilità del loro valore di iscrizione è verificata almeno annualmente e comunque quando si verificano eventi che fanno presupporre una riduzione del valore.

**Riduzione di valore di attività non finanziarie.** A ciascuna data di riferimento del bilancio, le attività non finanziarie sono analizzate per verificare l'esistenza di indicatori di un'eventuale riduzione del loro valore. Quando si verificano eventi che fanno presumere una riduzione del valore delle attività non finanziarie, la loro recuperabilità è verificata confrontando il valore di iscrizione con il relativo valore recuperabile rappresentato dal maggiore tra il *fair value* (valore equo), al netto degli oneri di dismissione, e il valore d'uso. Il valore d'uso è determinato sulla base di assunzioni ragionevoli e dimostrabili rappresentative della migliore stima delle future condizioni economiche che si verificheranno nella residua vita utile del bene, dando rilevanza alle indicazioni provenienti dall'esterno. Quando vengono meno i motivi delle svalutazioni effettuate, il valore delle attività è ripristinato e la rettifica è rilevata a Conto economico come rivalutazione (ripristino di valore). Il ripristino è effettuato al minore tra il valore recuperabile e il valore di iscrizione al lordo delle svalutazioni precedentemente effettuate e ridotto delle quote di ammortamento che sarebbero state stanziate qualora non si fosse proceduto alla svalutazione.

**Investimenti immobiliari.** Gli investimenti immobiliari comprendono le proprietà immobiliari possedute dal Gruppo al fine di conseguire canoni di locazione e/o per l'apprezzamento del capitale investito e sono contabilizzati applicando le medesime regole illustrate nel paragrafo relativo alle "Attività materiali".

Gli investimenti immobiliari sono eliminati contabilmente o al momento della loro dismissione o svalutati quando nessun beneficio economico futuro è atteso dal loro uso o dismissione. L'eventuale utile o perdita, determinato come differenza tra l'eventuale corrispettivo netto derivante dalla dismissione e il valore netto contabile dei beni eliminati è rilevato nel conto economico complessivo consolidato.

Quando si verificano eventi che fanno presumere una riduzione di valore degli investimenti immobiliari, la loro recuperabilità è verificata confrontando il valore d'iscrizione con il relativo valore recuperabile, rappresentato dal maggiore tra il *fair value* (valore equo), al netto degli oneri di dismissione, e il valore d'uso.

La vita utile è determinata in 33 anni.

**Contributi pubblici.** I contributi pubblici, inclusi i contributi non monetari valutati al *fair value* (valore equo), sono rilevati quando esiste una ragionevole certezza che saranno ricevuti e che il Gruppo rispetterà tutte le condizioni previste per la loro erogazione.

Il beneficio di un finanziamento pubblico a un tasso di interesse inferiore a quello di mercato è trattato come un contributo pubblico. Il finanziamento è inizialmente rilevato al *fair value* e il contributo pubblico è misurato come differenza tra il valore contabile iniziale e la provvista ricevuta. Il finanziamento è successivamente valutato conformemente alle disposizioni previste per le passività finanziarie.

I contributi pubblici in conto esercizio sono rilevati come componente positiva nel Conto economico consolidato, all'interno della voce Altri ricavi e proventi.

I contributi pubblici ricevuti per l'acquisto, la costruzione o l'acquisizione di attività immobilizzate (materiali o immateriali) sono rilevati a diretta riduzione del relativo costo di acquisto o di produzione ovvero iscritti a provento in relazione alla relativa vita utile in relazione al processo di ammortamento delle attività oggetto di agevolazione.

**Attività finanziarie (correnti e non correnti).** Le partecipazioni in joint venture e in imprese collegate sono valutate con il metodo del patrimonio netto.

In applicazione del metodo del patrimonio netto, le partecipazioni sono inizialmente iscritte al costo di acquisto, attribuendo l'eventuale differenza tra il costo sostenuto e la quota di interessenza nel *fair value* (valore equo) delle attività nette identificabili della partecipata in modo analogo a quanto previsto dall'IFRS 3 "Aggregazioni aziendali". Successivamente il valore di iscrizione è adeguato per tener conto:

- della quota di pertinenza della partecipante dei risultati economici della partecipata realizzati dopo la data di acquisizione; e
- della quota di pertinenza delle altre componenti di conto economico complessivo della partecipata.

Le variazioni del patrimonio netto di una partecipata, diverse da quelle sopra indicate, sono rilevate a Conto economico consolidato quando rappresentano nella sostanza gli effetti di una cessione di una quota dell'interessenza nella partecipata. I dividendi distribuiti dalla partecipata sono rilevati a riduzione del valore di iscrizione della partecipazione. Ai fini dell'applicazione del metodo del patrimonio netto, si considerano le rettifiche previste per il processo di consolidamento (v. anche nota n. 3 "Principi di consolidamento").

In presenza di obiettive evidenze di perdita di valore, la recuperabilità è verificata confrontando il valore di iscrizione con il relativo valore recuperabile determinato adottando i criteri indicati al punto "Riduzione di valore di attività non finanziarie". Quando vengono meno i motivi delle svalutazioni effettuate, il valore delle partecipazioni è ripristinato nei limiti delle svalutazioni effettuate con imputazione dell'effetto a Conto economico consolidato.

La cessione di quote di partecipazione che comporta la perdita del controllo congiunto o dell'influenza notevole sulla partecipata determina la rilevazione a Conto economico consolidato:

- dell'eventuale plusvalenza/minusvalenza calcolata come differenza tra il corrispettivo ricevuto e la corrispondente frazione del valore di iscrizione della partecipazione ceduta;
- dell'effetto della rivalutazione dell'eventuale partecipazione residua mantenuta per allinearla al relativo *fair value* (valore equo);
- degli eventuali valori rilevati nelle altre componenti di Conto economico complessivo relativi alla partecipata per i quali sia prevista la riclassifica a Conto economico consolidato.

Il valore dell'eventuale partecipazione mantenuta, allineato al relativo *fair value* (valore equo) alla data di perdita del controllo congiunto o dell'influenza notevole, rappresenta il nuovo valore di iscrizione e pertanto il valore di riferimento per la successiva valutazione secondo i criteri di valutazione applicabili.

Dopo che una partecipazione valutata con il metodo del patrimonio netto, o una quota di tale partecipazione, è classificata come destinata alla vendita, in quanto rispetta i criteri previsti per tale classificazione, la partecipazione, o quota di partecipazione, non è più valutata con il metodo del patrimonio netto. Le eventuali quote di tale partecipazione non classificate come destinate alla vendita sono valutate con il metodo del patrimonio netto fino alla conclusione della dismissione della quota di partecipazione classificata come destinata alla vendita. Successivamente alla dismissione, l'eventuale quota residua mantenuta è valutata in base ai criteri di valutazione applicabili.

Le **altre partecipazioni** iscritte tra le attività non correnti sono valutate al *fair value* (valore equo) con imputazione degli effetti nella riserva di patrimonio netto afferente le altre componenti di Conto economico complessivo consolidato; le variazioni del *fair value* (valore equo) rilevate nel patrimonio netto consolidato sono imputate a Conto economico consolidato all'atto della svalutazione o del realizzo. Quando le partecipazioni non sono quotate in un mercato regolamentato e il *fair value* (valore equo) non può essere attendibilmente determinato, le stesse sono valutate al costo rettificato per perdite di valore; le perdite di valore non sono oggetto di ripristino.

La **quota di pertinenza della partecipante di eventuali perdite della partecipata**, eccedente il valore di iscrizione della partecipazione, è rilevata in un apposito fondo nella misura in cui la partecipante è impegnata ad adempiere a obbligazioni legali o implicite della partecipata, o comunque, a coprirne le perdite.

I **crediti e le attività finanziarie detenuti fino alla scadenza** sono iscritti al costo rappresentato dal *fair value* (valore equo) del corrispettivo iniziale, incrementato degli eventuali costi di transazione. Il valore di iscrizione iniziale è successivamente rettificato per tener conto dei rimborsi in quota capitale, delle eventuali svalutazioni e dell'ammortamento della differenza tra il valore di rimborso e il valore di iscrizione iniziale; l'ammortamento è effettuato sulla base del tasso di interesse effettivo (c.d. criterio del costo ammortizzato).

In presenza di obiettive evidenze di perdita di valore, la svalutazione è determinata confrontando il relativo valore di iscrizione con il valore attuale dei flussi di cassa attesi attualizzati al tasso di interesse effettivo definito al momento della rilevazione iniziale. I crediti e le attività finanziarie da mantenersi sino alla scadenza sono esposti al netto del relativo fondo svalutazione.

## Passività correnti e non correnti

**Passività finanziarie - Debiti commerciali - Altri debiti e passività.** I finanziamenti e i debiti commerciali sono iscritti quando il Gruppo diviene parte delle relative clausole contrattuali e sono valutati inizialmente al *fair value* (valore equo) rettificato dei costi di transazione direttamente attribuibili.

Successivamente sono valutati con il criterio del costo ammortizzato, utilizzando il metodo del tasso di interesse effettivo.

**Fondi per rischi e oneri.** I fondi per rischi e oneri riguardano costi e oneri di natura determinata e di esistenza certa o probabile che alla data di chiusura del bilancio sono indeterminati nell'ammontare e/o nella data di accadimento. Gli accantonamenti a tali fondi sono rilevati quando:

- è probabile l'esistenza di un'obbligazione attuale, legale o implicita, derivante da un evento passato;
- è probabile che l'adempimento dell'obbligazione sia oneroso;
- l'ammontare dell'obbligazione può essere stimato attendibilmente.

Gli accantonamenti sono iscritti al valore rappresentativo della migliore stima dell'ammontare che l'impresa ragionevolmente pagherebbe per estinguere l'obbligazione o per trasferirla a terzi alla data di chiusura del bilancio. Quando l'effetto finanziario del trascorrere del tempo è significativo e le date di pagamento delle obbligazioni sono attendibilmente stimabili, l'accantonamento è determinato attualizzando i flussi di cassa attesi determinati tenendo conto dei rischi associati all'obbligazione; l'incremento del fondo connesso al trascorrere del tempo è rilevato a conto economico consolidato alle voci Proventi finanziari ovvero Oneri finanziari.

I costi che l'impresa prevede di sostenere per attuare programmi di ristrutturazione sono iscritti nell'esercizio in cui viene definito formalmente il programma e si è generata nei soggetti interessati la valida aspettativa che la ristrutturazione avrà luogo.

I fondi sono periodicamente aggiornati per riflettere le variazioni delle stime dei costi, dei tempi di realizzazione e del tasso di attualizzazione; le revisioni di stima sono imputate alla medesima voce di Conto economico che ha precedentemente accolto l'accantonamento. I fondi per rischi ed oneri sono soggetti ad attualizzazione nel caso in cui sia possibile stimare ragionevolmente il momento della manifestazione delle uscite monetarie. Quando la passività è relativa ad attività materiali (es. smantellamento e ripristino siti), le variazioni di stima del fondo sono rilevate in contropartita all'attività a cui si riferiscono nei limiti dei valori di iscrizione; l'eventuale eccedenza è rilevata a Conto economico.

Qualora sia previsto che tutte le spese (o una parte di esse) richieste per estinguere un'obbligazione siano rimborsate da terzi, l'indennizzo, quando virtualmente certo, è rilevato come un'attività distinta.

Per i contratti i cui costi non discrezionali necessari per adempiere alle obbligazioni assunte sono superiori ai benefici economici che si prevede siano ottenibili dal contratto (contratti onerosi), il Gruppo rileva un accantonamento pari al minore tra il costo necessario all'adempimento e qualsiasi risarcimento o sanzione derivante dall'inadempienza del contratto.

L'esistenza di **passività potenziali**, rappresentate da obbligazioni possibili, ma non probabili, derivanti da eventi passati, la cui esistenza sarà confermata solo al verificarsi o meno di uno o più eventi futuri incerti non totalmente sotto il controllo dell'impresa, ovvero il cui ammontare non può essere stimato attendibilmente, non dà luogo alla rilevazione di passività iscritte in bilancio, ma è oggetto di illustrazione in un'apposita nota all'interno del Bilancio Consolidato.

**Benefici per i dipendenti.** I benefici successivi al rapporto di lavoro, tenendo conto delle loro caratteristiche, sono distinti in piani "a contributi definiti" e "a benefici definiti". Nei piani a contributi definiti, l'obbligazione dell'impresa, limitata al versamento dei contributi allo Stato ovvero a un patrimonio o a un'entità giuridicamente distinta, è determinata sulla base dei contributi dovuti. I costi relativi a tali piani sono rilevati a Conto economico sulla base della contribuzione effettuata nel periodo. Nei piani a benefici definiti, invece, l'obbligazione dell'impresa è determinata, separatamente per ciascun piano, sulla base di ipotesi attuariali stimando (in conformità con il metodo di proiezione unitaria del credito) l'ammontare dei benefici futuri che i dipendenti hanno maturato alla data di riferimento. Più precisamente, il valore attuale dei piani a benefici definiti è calcolato utilizzando un tasso determinato in base ai rendimenti di mercato, alla data di riferimento di bilancio, di titoli obbligazionari di aziende primarie ovvero, in assenza di un mercato attivo in cui queste ultime siano scambiate, di titoli di Stato. La passività è rilevata per competenza durante il periodo di maturazione del diritto. La valutazione della passività è effettuata da attuari indipendenti. Se le attività a servizio del piano eccedono il valore attuale della relativa passività, l'eccedenza è rilevata come attività.

Gli interessi netti (cd. *net interest*) includono la componente di rendimento delle attività al servizio del piano e del costo per interessi da rilevare a conto economico. Il *net interest* è determinato applicando alle passività, al netto delle eventuali attività al servizio del piano, il tasso di sconto definito per le passività; il *net interest* di piani a benefici definiti è rilevato nel Conto economico consolidato tra i Proventi finanziari ovvero Oneri finanziari.

Gli utili e le perdite attuariali derivanti dalla valutazione attuariale dei piani a benefici definiti e il rendimento delle attività a servizio del piano (al netto dei relativi interessi attivi) sono rilevati nell'ambito delle altre componenti del Conto economico complessivo consolidato. Per gli altri benefici a lungo termine, gli utili e le perdite attuariali sono rilevati a Conto economico consolidato. In caso di modifica di un piano a benefici definiti o di introduzione di un nuovo piano, l'eventuale costo previdenziale relativo alle prestazioni di lavoro passate è rilevato a Conto economico consolidato.

**Strumenti finanziari derivati.** Un derivato è uno strumento finanziario o un altro contratto:

- il cui valore cambia in relazione alle variazioni di un parametro definito *underlying*, quale tasso di interesse, prezzo di un titolo o di una merce, tasso di cambio in valuta estera, indice di prezzi o di tassi, rating di un credito o altra variabile;
- che richiede un investimento netto iniziale pari a zero, o minore di quello che sarebbe richiesto per contratti con una risposta simile ai cambiamenti delle condizioni di mercato;
- che è regolato a una data futura.

Gli strumenti derivati sono classificati come attività o passività finanziarie a seconda del *fair value* (valore equo) positivo o negativo e sono classificati come "detenuti per la negoziazione" e valutati al *fair value* (valore equo) rilevato a Conto economico consolidato, a eccezione di quelli designati come efficaci strumenti di copertura.

I derivati sono designati come strumenti di copertura quando la relazione tra il derivato e l'oggetto della copertura è formalmente documentata e l'efficacia della copertura, verificata periodicamente, è elevata. Quando i derivati coprono il rischio di variazione dei flussi di cassa degli strumenti oggetto di copertura (*cash flow hedge*; es. copertura della variabilità dei flussi di cassa di attività/passività per effetto delle oscillazioni dei tassi di cambio), le variazioni del *fair value* (valore equo) dei derivati considerate efficaci sono inizialmente rilevate nella riserva di patrimonio netto afferente le altre componenti del Conto economico complessivo consolidato e successivamente imputate a Conto economico consolidato coerentemente agli effetti economici prodotti dall'operazione coperta. Le variazioni del *fair value* (valore equo) dei derivati che non soddisfano le condizioni per essere qualificati come di copertura sono rilevate a Conto economico consolidato.

## Valutazione del *fair value*

Le valutazioni al *fair value* e la relativa informativa sono effettuate o predisposte applicando l'IFRS 13 "Valutazione del *fair value*". Il *fair value* (valore equo) rappresenta il prezzo che si percepirebbe per la vendita di un'attività ovvero che si pagherebbe per il trasferimento di una passività nell'ambito di una transazione ordinaria posta in essere tra operatori di mercato, alla data di valutazione.

La valutazione al *fair value* (valore equo) si fonda sul presupposto che l'operazione di vendita dell'attività o di trasferimento della passività abbia luogo nel mercato principale, ossia nel mercato in cui avviene il maggior volume e livello di transazioni per l'attività o la passività. In assenza di un mercato principale, si suppone che la transazione abbia luogo nel mercato più vantaggioso al quale il Gruppo ha accesso,

ossia il mercato suscettibile di massimizzare i risultati della transazione di vendita dell'attività o di minimizzare l'ammontare da pagare per trasferire la passività.

Il *fair value* (valore equo) di un'attività o di una passività è determinato considerando le assunzioni che i partecipanti al mercato utilizzerebbero per definire il prezzo dell'attività o della passività, nel presupposto che gli stessi agiscano secondo il loro migliore interesse economico. I partecipanti al mercato, sono acquirenti e venditori indipendenti, informati, in grado di entrare in una transazione per l'attività o la passività e motivati ma non obbligati né indotti ad effettuare la transazione.

Nella valutazione del *fair value* (valore equo) il Gruppo tiene conto delle caratteristiche delle specifiche attività o passività, in particolare, per le attività non finanziarie, della capacità di un operatore di mercato di generare benefici economici impiegando l'attività nel suo massimo e migliore utilizzo o vendendola a un altro operatore di mercato capace di impiegarlo nel suo massimo e miglior utilizzo. La valutazione del *fair value* (valore equo) delle attività e delle passività è effettuata utilizzando tecniche adeguate alle circostanze e per le quali sono disponibili dati sufficienti, massimizzando l'utilizzo di *input* osservabili.

## Ricavi e costi

I ricavi sono rilevati nella misura in cui al Gruppo affluiscono i benefici economici e siano determinati in modo attendibile; i ricavi delle prestazioni di servizi sono rilevati al compimento della prestazione, i ricavi delle vendite quando si verifica l'effettivo trasferimento dei rischi e dei benefici tipici della proprietà dei beni ceduti.

Relativamente ai servizi più rilevanti per il Gruppo, il riconoscimento dei ricavi avviene:

- per i proventi da canone, in relazione al versamento effettuato dallo Stato, anche mediante addebito in bolletta elettrica, per i canoni ordinari o alla Rai per i canoni speciali, relativamente alla quota di competenza del periodo (sono esclusi gli importi versati in anticipo rispetto al periodo di competenza); sono inoltre inclusi i versamenti effettuati nel periodo relativi a canoni riferiti a esercizi precedenti e i canoni relativi a esenzioni concesse a particolari categorie di abbonati;
- per i proventi pubblicitari, con la diffusione dell'inserzione pubblicitaria.

Gli stanziamenti di ricavi relativi a servizi parzialmente resi sono rilevati per il corrispettivo maturato, sempreché sia possibile determinarne attendibilmente lo stadio di completamento e non sussistano incertezze di rilievo sull'ammontare e sull'esistenza del ricavo e dei relativi costi; diversamente sono rilevati nei limiti dei costi sostenuti recuperabili.

I ricavi sono rilevati per l'ammontare pari al *fair value* (valore equo) del corrispettivo ricevuto o da ricevere, al netto di resi, sconti, abbuoni e premi, nonché delle imposte direttamente connesse.

I costi sono iscritti per competenza quando relativi a servizi e beni acquistati o consumati nell'esercizio o per ripartizione sistematica ovvero quando non si possa identificare l'utilità futura degli stessi.

I canoni relativi a *leasing* operativi sono imputati a Conto economico consolidato lungo la durata del contratto.

I proventi e gli oneri finanziari sono rilevati a Conto economico consolidato nel corso dell'esercizio nel quale sono maturati.

## Differenze cambio

I ricavi e i costi relativi a operazioni in moneta diversa da quella funzionale sono iscritti al cambio corrente del giorno in cui viene rilevata l'operazione.

Le attività e passività monetarie in moneta diversa da quella funzionale sono convertite nella moneta funzionale applicando il tasso di cambio corrente alla data di riferimento del bilancio consolidato con imputazione dell'effetto a Conto economico consolidato. Le attività e passività non monetarie espresse in moneta diversa da quella funzionale valutate al costo sono iscritte al cambio di rilevazione iniziale; quando la valutazione è effettuata al *fair value* (valore equo) ovvero al valore recuperabile o di realizzo, è adottato il cambio corrente alla data di determinazione di tale valore.

## Dividendi

I dividendi sono rilevati alla data di assunzione della delibera da parte dell'Assemblea che stabilisce il diritto a ricevere il pagamento, salvo quando sia ragionevolmente certa la cessione delle azioni prima dello stacco della cedola.

I dividendi deliberati dall'Assemblea degli Azionisti sono rappresentati come movimento del patrimonio netto consolidato nell'esercizio in cui sono approvati.

## Imposte sul reddito

Le imposte correnti, iscritte tra i Debiti tributari al netto degli acconti versati, ovvero nella voce Crediti tributari quando il saldo netto risulti a credito, sono determinate in base alla stima del reddito imponibile e in conformità alla normativa fiscale. In particolare tali debiti e crediti sono calcolati applicando le aliquote fiscali in vigore alla data di riferimento.

Le imposte correnti sono rilevate nel Conto economico consolidato, fatta eccezione per quelle relative a voci imputabili direttamente al patrimonio netto consolidato.

Le imposte sul reddito, differite e anticipate, sono calcolate sulle differenze temporanee tra i valori patrimoniali iscritti in bilancio e i corrispondenti valori riconosciuti ai fini fiscali, applicando l'aliquota fiscale in vigore alla data in cui la differenza temporanea si rivergerà, in base alle aliquote previste alla data di riferimento. Una passività fiscale differita viene rilevata per tutte le differenze temporanee imponibili, fatta eccezione per l'avviamento. Le attività per imposte anticipate sulle differenze temporanee, le perdite fiscali e i crediti d'imposta non utilizzati sono rilevati se e quando il loro recupero è probabile in previsione che per Raispa e per il Gruppo possano realizzarsi imponibili fiscali positivi in futuri periodi d'imposta. Ad ogni chiusura di periodo si procede ad una nuova valutazione sull'iscrivibilità delle imposte anticipate.

Le imposte sul reddito differite e anticipate sono rilevate nel Conto economico consolidato, fatta eccezione per quelle relative a voci imputabili direttamente al patrimonio netto consolidato.

Le imposte sul reddito differite e anticipate, conseguenti all'applicazione di normative riferibili alla medesima autorità fiscale, sono compensate se esiste un diritto legalmente esercitabile di compensare le attività fiscali correnti con le passività fiscali correnti che si genereranno al momento del loro riversamento.

Le attività per imposte anticipate e le passività per imposte differite sono classificate tra le attività e le passività non correnti e sono compensate a livello di singola giurisdizione fiscale, se riferite a imposte compensabili. Il saldo della compensazione, se attivo, è iscritto alla voce "Attività per imposte anticipate", se passivo, alla voce "Passività per imposte differite".

## Parti correlate

Per Parti correlate si intendono quelle che condividono con Rai il medesimo soggetto controllante, le società che direttamente o indirettamente la controllano, sono controllate, oppure sono soggette a controllo congiunto dalla Capogruppo e quelle nelle quali la medesima detiene una partecipazione tale da poter esercitare un'influenza notevole. Nella definizione di Parti correlate rientrano, inoltre, le entità che gestiscono piani di benefici successivi alla fine del rapporto di lavoro esclusivi per i dipendenti della Società o del Gruppo (nello specifico indicati alla nota n. 18.4 "Rapporti con Parti correlate"), i dirigenti con responsabilità strategiche, di Rai e di società da questa controllate. I dirigenti con responsabilità strategiche sono coloro che hanno il potere e la responsabilità, diretta o indiretta, della pianificazione, della direzione, del controllo delle attività della Società e comprendono i relativi Amministratori.

Conformemente con quanto disciplinato dallo IAS 24 "Informativa di bilancio sulle operazioni con parti correlate", paragrafo 26, Rai è dispensata dai requisiti informativi di cui al paragrafo 18 (secondo il quale la Società deve indicare la natura del rapporto con la parte correlata, oltre a fornire informazioni su tali operazioni e sui saldi in essere, inclusi gli impegni, necessarie agli utilizzatori del bilancio per comprendere i potenziali effetti di tale rapporto sul bilancio consolidato) nel caso di rapporti con un'altra entità che è una parte correlata perché lo stesso ente governativo ha il controllo sia sull'entità che redige il bilancio sia sull'altra entità.



## 5) Utilizzo di stime

L'applicazione degli IFRS per la redazione del Bilancio Consolidato comporta l'effettuazione di stime contabili, spesso basate su valutazioni complesse e/o soggettive, fondate su esperienze passate e ipotesi considerate ragionevoli e realistiche in relazione alle informazioni conosciute al momento della stima. L'uso di queste stime si riflette sul valore di iscrizione delle attività e delle passività e sull'informativa relativa alle attività e passività potenziali alla data del bilancio, nonché sull'ammontare dei ricavi e dei costi nel periodo contabile rappresentato. I risultati effettivi possono differire da quelli stimati a causa dell'incertezza che caratterizza le ipotesi e le condizioni sulle quali le stime sono basate. Le stime e le assunzioni sono riviste periodicamente e gli effetti di ogni variazione sono riflessi nel Conto economico consolidato.

Per una migliore comprensione del Bilancio Consolidato, di seguito sono indicate le stime più significative del processo di redazione del Bilancio Consolidato perché comportano un elevato ricorso a giudizi soggettivi, assunzioni e stime relativi a tematiche per loro natura incerte. Le modifiche delle condizioni alla base di giudizi e assunzioni adottati potrebbero avere un impatto rilevante sui risultati successivi.

### Svalutazioni

Le attività sono svalutate quando eventi o circostanze manifestatesi successivamente alla loro rilevazione contabile iniziale facciano ritenere che tale valore non sia recuperabile. La decisione se procedere a una svalutazione e la quantificazione della stessa dipendono da valutazioni effettuate sulla base di assunzioni ragionevoli e dimostrabili, rappresentative della migliore stima delle future condizioni economiche che si verificheranno nella residua vita utile dell'attività, dando rilevanza alle indicazioni provenienti dall'esterno.

La svalutazione è determinata confrontando il valore di iscrizione con il relativo valore recuperabile, rappresentato dal maggiore tra il *fair value* (valore equo), al netto degli oneri di dismissione, e il valore d'uso. Quest'ultimo è determinato dall'utilizzo dell'attività al netto degli oneri di dismissione e quantificati alla luce delle informazioni disponibili al momento della stima sulla base di giudizi soggettivi sull'andamento di variabili future (quali ad esempio i prezzi, i costi, i tassi di crescita della domanda).

### Recupero delle imposte anticipate

Nel Bilancio Consolidato sono iscritte attività per imposte anticipate, connesse principalmente alla rilevazione di perdite fiscali utilizzabili in successivi periodi d'imposta e a componenti di reddito a deducibilità tributaria differita, per un importo il cui recupero negli esercizi futuri è ritenuto altamente probabile. La recuperabilità delle suddette imposte anticipate è subordinata al conseguimento di utili imponibili futuri sufficientemente capienti o fino alla concorrenza della fiscalità differita passiva. Significativi giudizi del management sono richiesti per determinare l'ammontare delle imposte anticipate che possono essere rilevate in bilancio in base alla tempistica e all'ammontare dei redditi imponibili futuri. Qualora in futuro si dovesse verificare che il Gruppo non fosse in grado di recuperare in tutto o in parte le imposte anticipate iscritte in bilancio, la relativa rettifica verrà imputata al Conto economico consolidato.

### Benefici per i dipendenti

Una parte dei dipendenti del Gruppo è iscritta a piani che erogano benefici successivi alla fine del rapporto di lavoro (quali, il Trattamento di Fine Rapporto oltre ai fondi pensionistici integrativi indicati alla nota 15.2 "Benefici per i dipendenti"). La quantificazione dei costi e delle passività associate a tali piani sono basati su stime effettuate da attuari, che utilizzano una combinazione di fattori statistico-attuariali, tra cui dati statistici relativi agli anni passati e previsioni dei costi futuri. Sono inoltre considerati come componenti di stima gli indici di mortalità e di recesso, le ipotesi relative all'evoluzione futura dei tassi di sconto, dei tassi di crescita delle retribuzioni, dei tassi inflazionistici, nonché l'analisi dell'andamento tendenziale dei costi dell'assistenza sanitaria. Accade normalmente che, in occasione della rimisurazione periodica del saldo delle suddette passività, si manifestino delle differenze derivanti, tra l'altro, dalle modifiche delle ipotesi attuariali utilizzate, dalla differenza tra le ipotesi attuariali precedentemente adottate e quelle che si sono effettivamente realizzate e dal differente rendimento delle attività al servizio del piano rispetto a quello considerato nel calcolo del *net interest*. Gli impatti delle rimisurazioni sono rilevati nel prospetto di Conto economico complessivo consolidato per i piani a benefici definiti e a Conto economico consolidato per i piani a contributi definiti.

### Contenziosi

Il Gruppo è parte in diversi contenziosi legali relativi a questioni amministrative, civili, tributarie e attinenti al diritto del lavoro. La natura di tali contenziosi rende oggettivamente non prevedibile l'esito finale delle vertenze. Sono stati pertanto costituiti fondi destinati a coprire tutte le passività significative per i casi in

cui i legali (interni al Gruppo e i consulenti terzi di cui si avvalgono) abbiano ritenuto sussistere la probabilità di un esito sfavorevole e sia stato possibile elaborare una stima ragionevole degli oneri derivanti dall'eventuale soccombenza.

## Smantellamento e ripristino siti

Il Gruppo ha rilevato delle passività relative agli obblighi di smantellamento delle attività materiali e di ripristino di alcune aree condotte in locazione operativa al termine del periodo di utilizzo delle stesse. La stima dei costi futuri di smantellamento e di ripristino è un processo complesso e richiede l'apprezzamento e il giudizio nella valutazione delle passività da sostenersi a distanza di molti anni, spesso non compiutamente definiti da leggi, regolamenti o clausole contrattuali. La criticità delle stime degli oneri di smantellamento e di ripristino deriva, inoltre, (i) dalla contabilizzazione di tali oneri il cui valore attuale è inizialmente iscritto ad incremento del costo dell'attività a cui sono riferiti, in contropartita al fondo rischi; e (ii) dalla complessità e soggettività del processo valutativo da svolgere in sede di rilevazione iniziale e da aggiornare con periodicità almeno annuale per determinare il tasso di attualizzazione da utilizzare.

## Valutazione del *fair value* (valore equo) di strumenti finanziari

Il *fair value* (valore equo) degli strumenti finanziari quotati è determinato osservando i prezzi direttamente rilevabili sul mercato, mentre per gli strumenti finanziari non quotati, utilizzando specifiche tecniche di valutazione che facciano uso del maggior numero possibile di input osservabili sul mercato. Nelle circostanze in cui ciò non fosse possibile, gli input sono stimati dal management tenendo conto delle caratteristiche degli strumenti oggetto di valutazione. Variazioni nelle assunzioni effettuate nella stima dei dati di input potrebbero avere effetti sul *fair value* (valore equo) rilevato in bilancio per tali strumenti.

## 6) Principi contabili di recente emanazione

### Principi contabili omologati dall'Unione Europea ma non ancora applicabili

- Con regolamento n. 2016/1905 emesso dalla Commissione Europea in data 22 settembre 2016 è stato omologato il principio contabile IFRS 15 "*Revenue from Contracts with Customers*" (di seguito IFRS 15), che disciplina la rilevazione dei ricavi derivanti da contratti con i clienti. In particolare, l'IFRS 15 prevede che la rilevazione dei ricavi sia basata sui seguenti cinque passaggi:
  1. identificazione del contratto con il cliente;
  2. identificazione delle *performance obligations* (ossia gli impegni contrattuali a trasferire beni e/o servizi al cliente);
  3. determinazione del prezzo della transazione;
  4. allocazione del prezzo della transazione alle *performance obligations* identificate sulla base del prezzo di vendita stand alone di ciascun bene o servizio; e
  5. rilevazione del ricavo quando la relativa *performance obligation* risulta soddisfatta.

Le disposizioni dell'IFRS 15 sono efficaci a partire dagli esercizi che hanno inizio il, o dopo il, 1° gennaio 2018.

- Con regolamento n. 2016/2067 emesso dalla Commissione Europea in data 22 novembre 2016 è stato omologato il principio contabile IFRS 9 "*Financial Instruments*" (di seguito IFRS 9). In particolare, il nuovo standard riduce il numero delle categorie di attività finanziarie previste dallo IAS 39 e definisce: (i) le modalità di classificazione e valutazione delle attività finanziarie; (ii) le modalità di impairment degli strumenti finanziari; (iii) le modalità di applicazione dell'*hedge accounting* e (iv) la contabilizzazione delle variazioni del merito creditizio nella misurazione a *fair value* delle passività.

Le disposizioni dell'IFRS 9 sono efficaci a partire dagli esercizi che hanno inizio il, o dopo il, 1° gennaio 2018.

Allo stato il Gruppo sta analizzando i principi indicati e valutando se la loro adozione avrà un impatto significativo sul proprio bilancio.

## Principi contabili non ancora omologati dall'Unione Europea

- In data 14 gennaio 2016, lo IASB ha emesso l'IFRS 16 "Leasing". Il nuovo standard definisce il nuovo modello di contabilizzazione del leasing eliminando la distinzione tra leasing operativo e finanziario. L'IFRS 16 è efficace a partire dagli esercizi che hanno inizio il, o dopo il, 1° gennaio 2019.
- In data 19 gennaio 2016, lo IASB ha emesso le modifiche allo IAS 12 "Income taxes". La modifica chiarisce la modalità di contabilizzazione di una perdita non realizzata su uno strumento di debito misurato al fair value che dà luogo alla creazione di una differenza temporanea deducibile quando il proprietario dello strumento si aspetta di mantenerlo fino alla scadenza. Tali modifiche sono efficaci dal 1° gennaio 2017.
- In data 29 gennaio 2016, lo IASB ha emesso le modifiche allo IAS 7 "Statement of cash flows": La modifica richiede che in bilancio siano fornite informazioni circa i cambiamenti delle passività finanziarie. L'obiettivo è quello di fornire informative che permettano agli utilizzatori del bilancio di valutare i cambiamenti nelle passività derivanti da attività di finanziamento. Tali modifiche sono efficaci dal 1° gennaio 2017.
- In data 12 aprile 2016 lo IASB ha emesso i chiarimenti all'IFRS 15 "Revenue from Contracts with Customers". Tali chiarimenti, efficaci a partire dal 1° gennaio 2018, riguardano:
  - l'identificazione delle obbligazioni contrattuali correlate al raggiungimento di performance;
  - l'attribuzione del ruolo di *principal* o di *agent*;
  - la determinazione del momento di riconoscimento dei proventi derivanti dalla concessione di una licenza.
- In data 20 giugno 2016 lo IASB ha emesso le modifiche all'IFRS 2: "Classification and Measurement of Share-based Payment Transactions". Le modifiche chiariscono i requisiti e le modalità di rilevazione dei pagamenti basati su azioni. Tali modifiche sono efficaci dal 1° gennaio 2018
- In data 12 settembre 2016 lo IASB ha emesso le modifiche all'IFRS 4 "Applying IFRS 9 Financial Instruments with IFRS 4 Insurance Contracts". Le modifiche rispondono alle criticità derivanti dall'introduzione dell'IFRS 9 in attesa del principio che sostituirà l'attuale IFRS 4. Tali modifiche sono efficaci dal 1° gennaio 2018.
- In data 8 dicembre 2016 lo IASB ha emesso "Ciclo annuale di miglioramenti agli IFRS 2014-2016", contenente modifiche, essenzialmente di natura tecnica e redazionale, di alcuni principi contabili internazionali. Le modifiche indicate nel summenzionato documento sono efficaci a partire dagli esercizi che inizieranno il, o successivamente al, 1° gennaio 2018. Le modifiche contenute nel ciclo di miglioramenti 2014-2016 sono le seguenti:
  - IFRS 1: vengono eliminate l'esenzioni di breve periodo previste ai paragrafi E3-E7, perché sono venuti meno i motivi della loro previsione;
  - IFRS 12: viene chiarito il fine dello standard specificando che i requisiti di informativa, eccetto per quelli previsti dai paragrafi B10-B16, si applicano agli interessi di un'entità elencata al paragrafo 5 che sono classificate come detenute per la vendita, per la distribuzione o come discontinued operation ex IFRS5;
  - IAS 28: viene chiarito che la decisione di misurare al fair value attraverso il Conto economico un investimento in una società controllata o in una joint venture detenuta da una società di venture capital è possibile per ogni investimento in controllate o joint venture sin dalla loro rilevazione iniziale.
- In data 8 dicembre 2016 lo IASB ha emesso l'IFRIC Interpretation 22 "Foreign Currency Transactions and Advance Consideration". L'interpretazione tratta delle operazioni in valuta estera nel caso in cui un'entità riconosca una attività o una passività non monetaria proveniente dal pagamento o dall'incasso di un anticipo prima che l'entità si riconosca il relativo asset, costo o ricavo. Quanto definito non deve essere applicato alle imposte, ai contratti assicurativi o riassicurativi. L'IFRIC è efficace a partire dagli esercizi che hanno inizio il, o dopo il, 1° gennaio 2018.
- In data 8 dicembre 2016 lo IASB ha emesso le modifiche allo IAS 40: "Transfers of Investment Property." Le modifiche chiariscono le modalità per il cambiamento di classificazione da o verso gli Investimenti Immobiliari. Tali modifiche sono efficaci dal 1° gennaio 2018.

Allo stato il Gruppo sta analizzando i principi indicati e valutando se la loro adozione avrà un impatto significativo sul proprio bilancio.

## 7) Informativa per settore operativo

L'IFRS 8 "Settori operativi", identifica il "Settore operativo" come una componente di una entità: (i) che svolge attività in grado di generare flussi di ricavi e di costi autonomi; (ii) i cui risultati operativi sono rivisti periodicamente al più alto livello decisionale operativo, che per il Gruppo coincide con il Consiglio di Amministrazione della Capogruppo, con lo scopo di assumere decisioni circa l'allocazione delle risorse e valutarne i risultati; e (iii) per il quale sono predisposte informazioni economico-patrimoniali separate. Il Gruppo ha identificato un solo settore operativo e l'informativa gestionale che è predisposta e resa periodicamente disponibile al Consiglio di Amministrazione della Capogruppo per le finalità sopra richiamate, considerano l'attività svolta dal Gruppo come un insieme indistinto; conseguentemente nel Bilancio Consolidato non è presentata alcuna informativa per settore operativo. Le informazioni circa i servizi svolti dal Gruppo, l'area geografica (che per il Gruppo corrisponde pressoché interamente con il territorio dello Stato italiano) in cui esso svolge la propria attività e i principali fruitori degli stessi sono fornite nelle pertinenti note illustrative al presente Bilancio Consolidato, alle quali, pertanto, si rinvia.

## 8) Gestione dei rischi finanziari

I rischi finanziari ai quali il Gruppo è esposto sono gestiti secondo l'approccio e le procedure definiti all'interno di una specifica policy emanata dalla Capogruppo ed applicata anche alle società controllate, ad eccezione di Rai Way SpA (di seguito "Rai Way") che, in seguito alla quotazione, ha adottato una propria policy, peraltro analoga a quella di Rai. Tali documenti stabiliscono procedure, limiti, strumenti per il monitoraggio e la minimizzazione del rischio finanziario, con l'obiettivo di preservare il valore del Gruppo e dunque delle entità che vi fanno parte.

I principali rischi individuati dal Gruppo sono:

- il rischio di mercato, derivante dall'esposizione alle fluttuazioni dei tassi di interesse e dei rapporti di cambio, connesse alle attività e passività finanziarie rispettivamente possedute/originarie e assunte;
- il rischio di credito, derivante dalla possibilità che una o più controparti possano essere insolventi;
- il rischio di liquidità, derivante dall'incapacità del Gruppo di ottenere le risorse finanziarie necessarie per far fronte agli impegni finanziari di breve termine.

### 8.1 Rischio di mercato

Il rischio di mercato consiste nella possibilità che variazioni dei tassi di interesse e di cambio possano influire negativamente sul valore delle attività, delle passività o dei flussi di cassa attesi.

#### Rischio tasso di interesse

Il rischio tasso di interesse è originato dal possibile incremento degli oneri finanziari netti in conseguenza di variazioni sfavorevoli dei tassi di mercato sulle posizioni finanziarie a tasso variabile. Al fine di limitare tale rischio la policy aziendale prevede che i finanziamenti a medio/lungo termine a tasso variabile siano convertiti a tasso fisso per un minimo del 50% tramite l'utilizzo di prodotti derivati, quali *Interest Rate Swaps*.

Al 31 dicembre 2016 la Capogruppo detiene finanziamenti a medio-lungo termine interamente a tasso fisso e pertanto gli effetti della variazione dei tassi ricadono unicamente sulle posizioni a breve termine, di durata e segno variabile in corso d'anno.

Rai Way, nel rispetto della propria policy finanziaria, ha stipulato nel corso dell'esercizio due contratti di *Interest Rate Swap* (IRS) a copertura del 50% della linea di credito amortising. Al 31 dicembre 2016 la quota di tale finanziamento esposta al rischio tasso è di Euro 45 milioni.

## Sensitivity analysis

Nella tabella sottostante è esposta la *sensitivity analysis* effettuata sulle posizioni finanziarie non coperte, al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015. In considerazione del livello minimo già raggiunto dai tassi, per il 2016 è stata considerata unicamente l'ipotesi di uno shift parallelo della curva dei tassi di +50 bp, i cui effetti sono di seguito sintetizzati. In particolare, si evidenzia come un rialzo dei tassi avrebbe determinato un modesto incremento degli oneri finanziari sulle posizioni a breve termine di Rai SpA e sulla quota a medio lungo termine di Rai Way non coperta, compensata solo in parte dai maggiori proventi sulle disponibilità liquide.

(In milioni di euro)	Variazione tasso di interesse	Variazione risultato economico Al lordo dell'effetto fiscale
Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	+50 Bp.	(0,6)
	-	-
Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	+50 Bp.	0,1
	-10 Bp.	0,0

## Rischio di cambio

Il rischio di cambio del Gruppo è relativo principalmente all'esposizione in dollari statunitensi originata dall'acquisto di diritti sportivi da parte di Rai e di diritti cinematografici e televisivi da parte di Rai Cinema SpA (di seguito "Rai Cinema"). Nel corso del 2016 tali impegni hanno generato pagamenti per circa USD 191 milioni (USD 182 milioni nel 2015). Ulteriori valute di esposizione, con esborsi frazionati e di importo complessivamente modesto sono il Franco svizzero e la Sterlina inglese per complessivi Euro 6 milioni.

La gestione del rischio di cambio è realizzata a far data dalla sottoscrizione dell'impegno commerciale, spesso di durata pluriennale, e ha come obiettivo la salvaguardia del controvalore in Euro degli impegni, così come stimati in sede di ordine (o di budget). La *policy* ne regola la gestione secondo le migliori pratiche internazionali, con l'obiettivo di minimizzare il rischio, perseguito attraverso il monitoraggio attivo dell'esposizione e l'attuazione di strategie di copertura da parte di Rai, anche per conto delle società controllate (ad eccezione di Rai Way, dotata di *policy* e gestione autonoma). Le deleghe per la realizzazione degli interventi di copertura sono attribuite in via gerarchica e progressiva, con una percentuale minima di intervento del 50% dell'importo contrattuale in divisa.

Le strategie di copertura sono attuate attraverso strumenti finanziari derivati – quali acquisti a termine e strutture opzionali – senza assumere carattere di speculazione finanziaria. A tal fine, mediante opportuni sistemi, vengono realizzati test di efficacia a preventivo e a consuntivo, che consentono di individuare, secondo quanto meglio dettagliato nella nota 16.2 "Passività finanziarie correnti", la quota efficace ed inefficace della copertura.

Si riporta di seguito il dettaglio delle attività e passività in valuta differente dall'Euro:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016		Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	
	Valuta USD	Altre valute estere	Valuta USD	Altre valute estere
Crediti commerciali	4,1	1,2	2,3	0,5
Debiti commerciali	(41,4)	(1,5)	(34,1)	(1,3)
Disponibilità liquide	0,7	0,1	0,7	0,1
Altre attività non correnti	0,1	0,1	-	0,1
Altri crediti e attività correnti	0,1	-	-	-
Altri debiti e passività correnti	(0,1)	(0,1)	(0,1)	(0,3)

## Sensitivity analysis

Per quanto sopra illustrato l'esposizione al rischio cambio risulta significativa unicamente per il cambio EUR/USD. È stata pertanto realizzata una *sensitivity analysis* al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015 sulle posizioni di credito e di debito non coperte, sui derivati a copertura di impegni a fronte di contratti già sottoscritti e sulle disponibilità in divisa. È stata simulata una variazione simmetrica del 10% del cambio rispetto a quello presente alla data di riferimento, a parità di ogni altra condizione. Tale valutazione evidenzia l'effetto a Conto economico delle disponibilità in divisa e dei crediti/debiti non oggetto di copertura, nonché l'effetto, interamente rilevato nell'apposita riserva di patrimonio netto consolidato, dei derivati a copertura di *cash-flow* su impegni futuri, con efficacia prospettica confermata.

Gli effetti sono indicati nella seguente tabella. In particolare si evidenzia che un deprezzamento dell'Euro al 31 dicembre 2016 avrebbe determinato da un lato effetti economici negativi sull'ammontare delle posizioni non coperte, dall'altro un incremento della Riserva di *cash-flow hedge* conseguente al maggior valore delle coperture. Per contro l'apprezzamento dell'Euro comporterebbe minor oneri economici e un decremento della Riserva di *cash-flow hedge* per effetto del minor valore delle coperture.

(in milioni di Euro)	Cambio Euro/USD	Variazione cambio	Cambio Euro/USD ricalcolato	Variazione c/e (lordo imposte)	Variazione Riserva <i>cash-flow hedge</i>
Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	1,0541	-10%	0,9487	(1,2)	1,2
		+10%	1,1595	1,0	(1,0)
Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	1,0887	-10%	0,9798	(0,4)	3,8
		+10%	1,1976	0,4	(3,7)

## 8.2 Rischio di credito

L'esposizione teorica al rischio di credito per il Gruppo è riferita principalmente al valore contabile delle attività finanziarie e dei crediti commerciali iscritti in bilancio.

Per quanto riguarda il rischio di controparte, per la gestione del credito commerciale sono adottate procedure. L'analisi viene svolta periodicamente sulla situazione delle partite scadute e può portare all'eventuale costituzione in mora dei soggetti interessati dall'emersione di problemi di solvibilità. Gli elenchi delle partite scadute oggetto di analisi vengono ordinati per importo e per cliente, aggiornati alla data di analisi ed evidenziano le situazioni che richiedono maggiore attenzione.

Le strutture aziendali delle singole società preposte al recupero del credito promuovono azioni di sollecito in via bonaria nei confronti delle controparti che risultano debentrici di importi relativi a partite scadute. Qualora tali attività non conducano all'incasso delle somme, dopo aver proceduto alla formale costituzione in mora dei soggetti debitori, le strutture avviano di concerto con le rispettive funzioni legali le opportune azioni volte al recupero del credito (diffida, decreto ingiuntivo ecc.). Gli accantonamenti al fondo svalutazione crediti sono effettuati in maniera specifica sulle posizioni creditorie che presentano elementi di rischio peculiari. Sulle posizioni creditorie che non presentano tali caratteristiche, sono invece effettuate le valutazioni, per il segmento di clientela di appartenenza, per eventuali accantonamenti sulla base dell'inesigibilità media.

Di seguito è riportata l'analisi dei crediti per scadenza (al lordo del fondo svalutazione):

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
<b>Fatture da emettere</b>	<b>335,5</b>	<b>115,1</b>
A scadere	198,0	213,3
Scaduti da 0-90 giorni	63,4	68,3
Scaduti da 91-180 giorni	8,9	5,8
Scaduti da oltre 180 giorni	78,2	84,0
<b>Fatture emesse</b>	<b>348,6</b>	<b>371,3</b>
<b>Totale crediti commerciali</b>	<b>684,1</b>	<b>486,4</b>

Il rischio di credito sugli impieghi di liquidità è limitato in quanto la policy aziendale prevede, per i periodi di eccedenze di cassa, l'utilizzo di strumenti finanziari a basso rischio e con controparti di rating elevato. Nel corso dell'esercizio 2016 e dell'esercizio 2015 sono stati utilizzati unicamente depositi vincolati o a vista con controparti bancarie con rating *Investment grade*.

### 8.3 Rischio di liquidità

In forza di un contratto di tesoreria centralizzata, la gestione finanziaria del Gruppo, con la sola esclusione della controllata Rai Way, dotata di risorse finanziarie autonome, è affidata a Rai attraverso un sistema di *cash-pooling* che prevede il trasferimento giornaliero dei saldi bancari delle consociate sui conti correnti della Controllante, la quale concede le linee di credito *intercompany* necessarie per l'attività delle società.

La struttura finanziaria del Gruppo è costituita, per quanto riguarda il medio/lungo termine, da un prestito obbligazionario con scadenza nel maggio 2020 e da un finanziamento *amortising* con scadenza finale 2021, concesso dalla Banca Europea degli Investimenti a valere sul progetto di implementazione del digitale terrestre per complessivi Euro 395 milioni, ambedue a favore di Rai, oltre ad un prestito in pool di Euro 90 milioni, a favore di Rai Way, con scadenza 2019 (per maggiori dettagli si rimanda alla nota n. 15.1 "Passività finanziarie non correnti e quote correnti di passività finanziarie non correnti").

In considerazione della significativa oscillazione dell'indebitamento infrannuale, correlata alla liquidazione in quattro rate trimestrali da parte del Ministero dell'Economia e delle Finanze dei canoni, la Capogruppo ha inoltre in essere linee bancarie *uncommitted* per circa Euro 370 milioni e, dal mese di gennaio 2017, una linea revolving a cinque anni con un pool di banche per complessivi Euro 270 milioni. Rai Way è inoltre dotata di una propria linea revolving di Euro 50 milioni, non utilizzata al 31 dicembre 2016, con scadenza nel 2019.

La situazione di cassa è costantemente monitorata tramite un processo di previsione finanziaria che consente di evidenziare con largo anticipo eventuali criticità finanziarie per mettere in atto le opportune azioni.

Le seguenti tabelle includono l'analisi per scadenze delle passività finanziarie al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015. I saldi presentati sono quelli contrattuali non attualizzati. Per i contratti IRS di Rai Way presenti al 31 dicembre 2016, i flussi rappresentano il differenziale di interesse stimato nei diversi periodi. Le varie fasce di scadenza sono determinate sulla base del periodo intercorrente tra la data di riferimento del bilancio e la scadenza delle obbligazioni.

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016				Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015			
	< 1 anno	1-5 anni	>5 anni	Totale	< 1 anno	1-5 anni	>5 anni	Totale
<b>Debiti commerciali e altre passività:</b>								
Debiti commerciali	686,2	-	-	686,2	666,4	-	-	666,4
Altri debiti e passività	309,5	3,3	0,3	313,1	347,7	6,3	-	354,0
<b>Passività finanziarie a medio/lungo termine:</b>								
Finanziamenti a medio/lungo termine	41,9	97,9	0,1	139,9	37,5	134,7	5,3	177,5
Obbligazioni	5,3	365,8	-	371,1	5,3	371,0	-	376,3
<b>Passività finanziarie a breve termine:</b>								
Debiti verso Banche	160,1	-	-	160,1	1,0	-	-	1,0
Factor e altri finanziatori	-	-	-	-	4,4	-	-	4,4
Verso collegate	0,1	-	-	0,1	0,1	-	-	0,1
<b>Strumenti finanziari derivati:</b>								
Derivati su tassi - flussi di cassa non attualizzati	0,1	-	-	0,1	-	-	-	-

## 9) Gestione del rischio di capitale

Gli obiettivi del Gruppo nella gestione del capitale sono ispirati alla salvaguardia della capacità di continuare a garantire un'ottimale solidità patrimoniale anche attraverso il costante miglioramento dell'efficienza operativa e finanziaria. Il Gruppo persegue l'obiettivo di mantenere un adeguato livello di capitalizzazione che permetta di realizzare un ritorno economico e l'accessibilità a fonti esterne di finanziamento. Il Gruppo monitora costantemente l'evoluzione del livello di indebitamento in rapporto al patrimonio netto. Nello specifico il rapporto tra mezzi propri e il totale delle passività comprensive del patrimonio netto è evidenziato nella sottostante tabella:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Patrimonio netto	476,6	492,8
Totale passivo e patrimonio netto	3.012,6	2.890,6
Indice	15,8%	17,0%

Nella nota 21.2 "Appendice" è riportata la posizione finanziaria netta del Gruppo per i periodi oggetto di analisi.

## 10) Valutazione del fair value (valore equo)

Di seguito sono riportati i valori al *fair value* (valore equo) degli strumenti finanziari classificati sulla base di una gerarchia di livelli che rifletta la significatività degli input utilizzati nella determinazione del *fair value* (IFRS 13 "Valutazione del *fair value*").

- Livello 1: Prezzo quotato (mercato attivo): i dati utilizzati nelle valutazioni sono rappresentati da prezzi quotati su mercati in cui sono scambiati attività e passività identiche a quelle oggetto di valutazione;
- Livello 2: Utilizzo di parametri osservabili sul mercato (ad esempio, per i derivati, i tassi di cambio rilevati dalla Banca d'Italia, curve dei tassi di mercato, volatilità fornita da Reuters, *credit spread* calcolati sulla base dei *Credit default swap* ecc.) diversi dai prezzi quotati del livello 1;
- Livello 3: Utilizzo di parametri non osservabili sul mercato (assunzioni interne, ad esempio, flussi finanziari, spread rettificati per il rischio ecc.).

Gli strumenti finanziari a *fair value* (valore equo) a bilancio sono costituiti dai derivati finanziari di copertura, valutati attraverso un modello finanziario che utilizza le più diffuse e accettate formule di mercato (valore attuale netto per le operazioni di acquisto valuta a termine e applicazione della formula di Black&Scholes per le opzioni), oltre ai seguenti dati di input forniti dal provider Reuters: tassi di cambio spot BCE, curve tassi Euribor e IRS, volatilità e spread creditizi delle diverse controparti bancarie e, per Rai, dei titoli emessi dallo Stato italiano. Il *fair value* (valore equo) degli strumenti derivati rappresenta la posizione netta tra valori attivi e valori passivi relativi alle coperture attivate su flussi monetari denominati in USD che si manifesteranno successivamente alla data di riferimento del bilancio. Per maggiori informazioni in merito agli strumenti derivati attivi e passivi si rimanda alle note n. 13.3 "Attività finanziarie correnti" e n. 16.2 "Passività finanziarie correnti".

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016		
	Livello 1	Livello 2	Livello 3
Derivati su tassi di cambio	-	1,7	-
Derivati su tassi d'interesse	-	(0,1)	-
(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015		
	Livello 1	Livello 2	Livello 3
Derivati su tassi di cambio	-	8,4	-
Derivati su tassi d'interesse	-	-	-



## 11) Riconciliazione tra classi di attività e passività finanziarie e le tipologie di attività e passività finanziarie

A completamento dell'informativa sui rischi finanziari, si riporta di seguito una riconciliazione tra classi di attività e passività finanziarie e le tipologie di attività e passività finanziarie identificate sulla base dei requisiti dell'IFRS 7:

Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 (in milioni di Euro)	Crediti e finanziamenti	Attività finanziarie disponibili alla vendita	Attività e passività finanziarie al fair value con contropartita conto economico	Strumenti finanziari di copertura	Totale attività e passività finanziarie	Note (**)
<b>Attività</b>						
Crediti commerciali (*)	639,2	-	-	-	639,2	12.7/13.2
Attività finanziarie correnti	5,7	-	1,0	0,7	7,4	13.3
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	86,2	-	-	-	86,2	13.6
Attività finanziarie non correnti	0,2	-	-	-	0,2	12.5
<b>Totale attività finanziarie</b>	<b>731,3</b>	<b>-</b>	<b>1,0</b>	<b>0,7</b>	<b>733,0</b>	
<b>Passività</b>						
Debiti commerciali	(686,2)	-	-	-	(686,2)	16.1
Passività finanziarie correnti	(160,5)	-	-	-	(160,5)	16.2
Quota corrente di finanziamenti a m/l termine	(40,0)	-	-	-	(40,0)	15.1/16.2
Passività finanziarie non correnti	(442,6)	-	-	(0,1)	(442,7)	15.1
<b>Totale passività finanziarie</b>	<b>(1.329,3)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(0,1)</b>	<b>(1.329,4)</b>	

(\*) La voce comprende il valore dei crediti commerciali allocati tra le Altre attività non correnti.

(\*\*) I numeri sotto riportati indicano i paragrafi all'interno delle note illustrative in cui sono dettagliate le attività e le passività sopra esposte.

Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015 (in milioni di Euro)	Crediti e finanziamenti	Attività finanziarie disponibili alla vendita	Attività e passività finanziarie al fair value con contropartita conto economico	Strumenti finanziari di copertura	Totale attività e passività finanziarie	Note (**)
<b>Attività</b>						
Crediti commerciali (*)	438,7	-	-	-	438,7	12.7/13.2
Attività finanziarie correnti	5,5	-	5,8	2,7	14,0	13.3
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	146,1	-	-	-	146,1	13.6
Attività finanziarie non correnti	0,2	-	-	-	0,2	12.5
<b>Totale attività finanziarie</b>	<b>590,5</b>	<b>-</b>	<b>5,8</b>	<b>2,7</b>	<b>599,0</b>	
<b>Passività</b>						
Debiti commerciali	(666,4)	-	-	-	(666,4)	16.1
Passività finanziarie correnti	(5,8)	-	-	-	(5,8)	16.2
Quota corrente di finanziamenti a m/l termine	(35,0)	-	-	-	(35,0)	15.1/16.2
Passività finanziarie non correnti	(481,7)	-	-	-	(481,7)	15.1
<b>Totale passività finanziarie</b>	<b>(1.188,9)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(1.188,9)</b>	

(\*) La voce comprende il valore dei crediti commerciali allocati tra le Altre attività non correnti.

(\*\*) I numeri sotto riportati indicano i paragrafi all'interno delle note illustrative in cui sono dettagliate le attività e le passività sopra esposte.

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

## 12) Attività non correnti

### 12.1 Attività materiali

Le attività materiali, pari ad Euro 1.082,5 milioni (Euro 1.115,5 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Terreni	Fabbricati	Impianti e macchinari	Attrezzature industriali e commerciali	Altri beni	Immobilizzazioni in corso e acconti	Totale
Costo storico	381,8	575,2	2.056,9	92,2	119,1	48,2	3.273,4
Svalutazioni	-	-	(1,3)	-	-	-	(1,3)
Fondo ammortamento	-	(224,8)	(1.751,5)	(83,8)	(96,5)	-	(2.156,6)
<b>Saldo al 31 dicembre 2015</b>	<b>381,8</b>	<b>350,4</b>	<b>304,1</b>	<b>8,4</b>	<b>22,6</b>	<b>48,2</b>	<b>1.115,5</b>
Incrementi e capitalizzazioni	-	3,1	31,0	2,5	3,4	34,5	74,5
Dismissioni [1]	-	-	(0,1)	-	(0,6)	(0,2)	(0,9)
Riclassifiche	-	2,7	26,6	0,4	2,0	(31,7)	-
Svalutazioni	-	-	-	-	-	-	-
Ammortamenti	-	(18,0)	(80,2)	(2,8)	(5,6)	-	(106,6)
<b>Saldo al 31 dicembre 2016</b>	<b>381,8</b>	<b>338,2</b>	<b>281,4</b>	<b>8,5</b>	<b>21,8</b>	<b>50,8</b>	<b>1.082,5</b>
<i>così articolato: [2]</i>							
Costo storico	381,8	580,6	2.101,2	94,4	116,7	50,8	3.325,5
Svalutazioni	-	-	(0,8)	-	-	-	(0,8)
Fondo ammortamento	-	(242,4)	(1.819,0)	(85,9)	(94,9)	-	(2.242,2)
[1] di cui:							
Costo	-	(0,4)	(13,3)	(0,7)	(7,8)	(0,2)	(22,4)
Rivalutazioni	-	-	-	-	-	-	-
Svalutazioni	-	-	-	-	-	-	-
Ammortamenti	-	0,4	13,2	0,7	7,2	0,0	21,5
	-	-	<b>(0,1)</b>	-	<b>(0,6)</b>	<b>(0,2)</b>	<b>(0,9)</b>
[2] al netto dell'utilizzo del fondo svalutazione per:	-	-	0,5	-	-	-	0,5

Gli investimenti, pari ad Euro 74,5 milioni (Euro 92,3 milioni nell'esercizio 2015) rientrano nell'ambito delle iniziative di ammodernamento e sviluppo tecnologico poste in essere dal Gruppo.

Le svalutazioni riguardano impianti e macchinari e sono volte all'adeguamento del valore dell'asset in presenza di fenomeni di obsolescenza tecnologica.

L'ammontare degli impegni contrattuali in essere per l'acquisto di immobili, impianti e macchinari è indicato alla nota n. 18.2 "Impegni".

## 12.2 Investimenti immobiliari

Gli investimenti immobiliari ammontano ad Euro 4,9 milioni (Euro 5,2 milioni al 31 dicembre 2015) e riguardano alcuni immobili, di proprietà di Rai Pubblicità SpA (di seguito "Rai Pubblicità"), concessi in locazione a terzi, per i quali è percepito un canone periodico pari complessivamente a Euro 1,9 milioni nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016, invariato rispetto all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2015. Gli investimenti immobiliari si analizzano come di seguito indicato:

(in milioni di Euro)	Fabbricati
Costo storico	12,9
Fondo ammortamento	(7,7)
<b>Saldo al 31 dicembre 2015</b>	<b>5,2</b>
Ammortamenti	(0,3)
<b>Saldo al 31 dicembre 2016</b>	<b>4,9</b>
<i>così articolato:</i>	
Costo storico	12,9
Fondo ammortamento	(8,0)

Nel corso dell'esercizio 2016 non sono stati effettuati investimenti e dismissioni, la variazione del periodo pertanto si riferisce esclusivamente alla quota di ammortamento.

In base all'ultimo parere estimativo, il valore di mercato al 31 dicembre 2016 degli Investimenti immobiliari ammonta a un valore compreso in un range tra Euro 41,8 milioni e Euro 46,1 milioni.

## 12.3 Attività immateriali

Le attività immateriali, pari ad Euro 950,4 milioni (Euro 900,5 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Programmi	Software	Digitale terrestre	Marchi	Altri diritti	Immobilizzazioni in corso e acconti	Totale
Costo	1.459,0	12,7	40,5	0,1	1,0	298,8	1.812,1
Svalutazioni	(33,6)	-	-	-	-	(22,9)	(56,5)
Ammortamenti	(809,0)	(5,7)	(39,4)	(0,1)	(0,9)	-	(855,1)
<b>Saldo al 31 dicembre 2015</b>	<b>616,4</b>	<b>7,0</b>	<b>1,1</b>	<b>-</b>	<b>0,1</b>	<b>275,9</b>	<b>900,5</b>
Incrementi e capitalizzazioni	322,7	3,8	-	-	-	157,5	484,0
Dismissioni e radiazioni [1]	-	-	-	-	-	(1,7)	(1,7)
Riclassifiche	143,4	4,5	-	-	0,5	(148,4)	-
Svalutazioni	(32,2)	-	-	-	-	(11,2)	(43,4)
Ammortamenti [2]	(381,4)	(6,2)	(1,1)	-	(0,3)	-	(389,0)
<b>Saldo al 31 dicembre 2016</b>	<b>668,9</b>	<b>9,1</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0,3</b>	<b>272,1</b>	<b>950,4</b>
<i>così articolato: [3]</i>							
Costo	1.380,2	15,3	-	0,1	1,5	295,3	1.692,4
Rivalutazioni	-	-	-	-	-	-	-
Svalutazioni	(44,0)	-	-	-	-	(23,2)	(67,2)
Ammortamenti	(667,3)	(6,2)	-	(0,1)	(1,2)	-	(674,8)
[1] di cui:							
Costo	-	-	-	-	-	(12,6)	(12,6)
Rivalutazioni	-	-	-	-	-	-	-
Svalutazioni	-	-	-	-	-	10,9	10,9
Ammortamenti	-	-	-	-	-	-	-
<b>Totale Dismissioni</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(1,7)</b>	<b>(1,7)</b>
[2] al netto dell'utilizzo del fondo svalutazione per:	21,8	-	-	-	-	-	21,8
[3] valori al netto dei cespiti totalmente ammortizzati a fine esercizio pari a:	544,9	5,7	40,5	-	-	-	591,1

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

Gli investimenti, pari ad Euro 484,0 milioni (Euro 483,7 milioni al 31 dicembre 2015) sono riferiti principalmente a programmi del genere fiction per Euro 331,9 milioni e film per Euro 121,3 milioni.

L'ammontare delle immobilizzazioni in corso e acconti si riferisce a programmi per Euro 259,0 milioni, a software per Euro 8,9 milioni e ad altri diritti per Euro 4,2 milioni.

Le svalutazioni iscritte nell'esercizio ammontano ad Euro 43,4 milioni e sono state apportate al fine di adeguare gli asset al loro valore recuperabile stimato.

L'ammontare degli impegni contrattuali in essere per l'acquisto di attività immateriali è indicato alla nota n. 18.2 "Impegni".

## 12.4 Partecipazioni

Le partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto e le altre partecipazioni, rispettivamente pari ad Euro 8,4 milioni (Euro 9,8 milioni al 31 dicembre 2015) e ad Euro 0,7 milioni (Euro 0,7 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Joint venture	5,4	5,3
Imprese collegate	3,0	4,5
<b>Totale partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto</b>	<b>8,4</b>	<b>9,8</b>
Altre partecipazioni	0,7	0,7
<b>Totale partecipazioni</b>	<b>9,1</b>	<b>10,5</b>

Di seguito è riportata la movimentazione delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	Nuove iscrizioni	Adeguamento da valutazione al patrimonio netto	Decremento per dividendi	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016
<b>Joint venture:</b>					
San Marino RTV SpA	2,1	-	(0,1)	-	2,0
Tivù Srl	3,2	-	0,9	(0,7)	3,4
<b>Imprese collegate:</b>					
Audiradio Srl	-	-	-	-	-
Auditel Srl	0,7	-	-	-	0,7
Euronews SA	3,8	-	(1,5)	-	2,3
Tavolo Editori Radio Srl	-	-	-	-	-
<b>Totale partecipazioni in joint venture e imprese collegate</b>	<b>9,8</b>	<b>-</b>	<b>(0,7)</b>	<b>(0,7)</b>	<b>8,4</b>

Le partecipazioni in *joint venture* riguardano:

- *San Marino Rtv SpA* (50% Rai): la società, costituita nel 1991 con quote paritetiche Rai ed E.R.A.S. ("Ente di Radiodiffusione Sammarinese"), in base alla L. 9 aprile 1990 n. 99 di ratifica del trattato di collaborazione fra la Repubblica Italiana e la Repubblica di San Marino in materia radiotelevisiva, ha un capitale sociale pari a Euro 0,5 milioni composto da n. 1.000 azioni del valore nominale di Euro 516,46 cadauna. In relazione al risultato negativo conseguito dalla società nel 2016, la partecipazione è stata svalutata per adeguarla al valore di Euro 2,0 milioni corrispondente alla quota di spettanza Rai sul patrimonio netto della società.
- *Tivù Srl* (48,16% Rai): il capitale sociale pari a Euro 1 milione è sottoscritto da Rai e da R.T.I. – Reti Televisive Italiane SpA – con quote paritetiche del 48,16%, da TI Media – Telecom Italia Media SpA – con quota del 3,5% e da due associazioni – FRT e Aeranti Corallo – con quota dello 0,09% ciascuna. Nel corso del 2016 è stata deliberata la distribuzione di un dividendo di Euro 1,5 milioni a valere sul risultato 2015. L'importo di spettanza Rai, pari a Euro 0,7 milioni, è stato contabilizzato in riduzione del

valore d'iscrizione della partecipazione. In relazione al risultato positivo conseguito dalla società nel 2016 pari a Euro 1,9 milioni, la partecipazione è stata rivalutata per la quota di spettanza Rai pari a Euro 0,9 milioni. La partecipazione risulta iscritta per un valore di Euro 3,4 milioni corrispondente alla quota di spettanza Rai sul patrimonio netto della società.

Le partecipazioni in imprese collegate riguardano:

- *Audiradio Srl in liquidazione* (27% Rai): il capitale sociale ammonta a Euro 0,3 milioni ed è composto da n. 258.000 quote del valore nominale di 1 Euro cadauna. Il valore lordo della partecipazione pari a Euro 1,4 milioni è completamente svalutato in base al bilancio predisposto alla data del 31 dicembre 2015, ultimo disponibile, che evidenzia un patrimonio netto negativo di importo non significativo in milioni di Euro. La quota parte del deficit patrimoniale è accantonata in un apposito fondo per oneri e rischi.
- *Auditel Srl* (33% Rai): il capitale sociale, pari a Euro 0,3 milioni, è composto da n. 300.000 quote del valore nominale di 1 Euro cadauna. La partecipazione risulta iscritta per un valore di Euro 0,7 milioni corrispondente alla percentuale di spettanza Rai sul patrimonio netto della società risultante dal bilancio al 31 dicembre 2015, ultimo disponibile.
- *Euronews - Société Anonyme* (9,66% Rai): il capitale sociale, pari a Euro 8,6 milioni è composto da n. 572.034 azioni del valore nominale di Euro 15 cadauna. Al 31 dicembre 2016 la partecipazione è stata svalutata per un ammontare pari a Euro 1,5 milioni al fine di adeguarla alla percentuale di spettanza Rai sul valore del patrimonio netto della società.
- *Tavolo Editori Radio Srl* (15,8% Rai): la società è stata costituita in data 1° aprile 2016 con un capitale sociale di Euro 0,1 milioni ripartito tra Editori nazionali (70%) di cui Rai 15,8% e locali (30%). La quota di pertinenza Rai ha un valore non significativo in milioni di Euro. L'obiettivo prioritario della società è progettare e realizzare un sistema di ricerche proprietario, finalizzato a misurare l'ascolto del mezzo radio e delle emittenti radiofoniche su tutte le piattaforme trasmissive, in attuazione delle linee guida formulate in materia da Agcom e in dialogo con le rappresentanze degli investitori pubblicitari, nella prospettiva di un nuovo Joint Industry Committee della Radiofonia italiana. La società ha avuto nel corso dell'esercizio 2016 un'operatività limitata correlata alla fase di avvio societario.

Di seguito è riportata la movimentazione delle altre partecipazioni:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Almaviva	0,3	0,3
Istituto Enciclopedia Treccani	0,5	0,5
Altre [1]	0,1	0,1
<b>Valore lordo</b>	<b>0,9</b>	<b>0,9</b>
Fondo svalutazione altre partecipazioni	(0,2)	(0,2)
<b>Totale partecipazioni</b>	<b>0,7</b>	<b>0,7</b>

[1] Banca di Credito Cooperativo di Roma S.c.p.a e International Multimedia University Umbria Srl.

Le partecipazioni in altre imprese riguardano:

- *Almaviva – The Italian Innovation Company SpA* (0,83% Rai): il valore della partecipazione, pari a Euro 0,3 milioni, è invariato rispetto all'esercizio precedente. Il capitale sociale pari a Euro 154,9 milioni è rappresentato da n. 107.567.301 azioni ordinarie e da n. 47.331.761 azioni speciali entrambe del valore nominale di Euro 1,00 cadauna.
- *Istituto Enciclopedia Treccani SpA* (0,81% Rai): la partecipazione, iscritta per un valore lordo di Euro 0,5 milioni, svalutata per Euro 0,1 milioni, in conseguenza delle perdite subite dalla società. Il capitale sociale è rappresentato da n. 44.491.545 azioni del valore nominale di Euro 1,00 cadauna.
- *Banca di Credito Cooperativo di Roma S.c.p.a.* (società a capitale variabile; percentuale detenuta da Rai non significativa): risulta iscritta per un valore di Euro 1 migliaia equivalente a quanto versato in data 16 gennaio 2009 per l'acquisizione di n. 100 azioni.
- *International Multimedia University Umbria Srl* (1,533% Rai): il valore della partecipazione è stato totalmente svalutato poiché non esiste più la certezza del recupero delle quote versate.

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

## 12.5 Attività finanziarie non correnti

Le attività finanziarie non correnti, pari a Euro 0,2 milioni (Euro 0,2 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Crediti verso il personale	0,1	-
Altre attività finanziarie non correnti	0,1	0,2
<b>Totale attività finanziarie non correnti</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>

Le attività finanziarie non correnti sono esposte al netto del fondo svalutazione di Euro 0,2 milioni (Euro 0,4 milioni al 31 dicembre 2015).

La scadenza delle attività finanziarie, correnti e non correnti, si analizza come di seguito indicato:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016			
	Entro 12 mesi	Tra 1 e 5 anni	Oltre 5 anni	Totale
Crediti finanziari verso il personale	0,1	0,1	-	0,2
Strumenti finanziari derivati	1,7	-	-	1,7
Depositi bancari vincolati	5,5	-	-	5,5
Altre attività finanziarie	0,1	0,1	-	0,2
<b>Totale</b>	<b>7,4</b>	<b>0,2</b>	<b>-</b>	<b>7,6</b>

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015			
	Entro 12 mesi	Tra 1 e 5 anni	Oltre 5 anni	Totale
Crediti finanziari verso il personale	0,1	-	-	0,1
Altri titoli	2,3	-	-	2,3
Strumenti finanziari derivati	8,4	-	-	8,4
Depositi bancari vincolati	3,1	-	-	3,1
Altre attività finanziarie	0,1	0,2	-	0,3
<b>Totale</b>	<b>14,0</b>	<b>0,2</b>	<b>-</b>	<b>14,2</b>

La quota a breve delle attività finanziarie, pari ad Euro 7,4 milioni, è inclusa tra le componenti correnti dello schema di stato patrimoniale descritte alla nota n. 13.3 "Attività finanziarie correnti".

Le informazioni relative ai rischi oggetto di copertura e alle politiche di *hedging* sono indicate alla nota n. 8.1 "Rischio di mercato".

## 12.6 Attività per imposte anticipate

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Attività per imposte anticipate compensabili	137,7	154,6
Passività per imposte differite compensabili	(161,9)	(166,7)
<b>Passività per imposte differite</b>	<b>(24,2)</b>	<b>(12,1)</b>

Il saldo netto delle attività per imposte anticipate e passività per imposte differite evidenzia un importo negativo ed è quindi esposto nel passivo della situazione patrimoniale finanziaria. Si rinvia pertanto alla nota n. 15.4 "Passività per imposte differite" per le relative analisi.

Le imposte sul reddito sono commentate alla nota n. 17.9 "Imposte sul reddito".

## 12.7 Altre attività non correnti

Le altre attività non correnti, pari ad Euro 17,7 milioni (Euro 20,2 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Anticipazioni per manifestazioni sportive	6,9	7,4
Anticipi per iniziative commerciali	20,5	21,7
Quota non corrente di crediti commerciali	2,2	2,0
Crediti verso il personale	0,3	0,5
Importi vincolati a cauzione verso terzi	2,6	2,6
Altri crediti non correnti	3,7	3,5
- Fondo svalutazione altri crediti e attività non correnti	(18,5)	(17,5)
<b>Totale altre attività non correnti</b>	<b>17,7</b>	<b>20,2</b>

Le poste sopra riportate riguardano sostanzialmente quote non correnti di attività di cui alla nota n. 13.5 "Altri crediti e attività correnti", alla quale si rimanda.

Il fondo svalutazione relativo ad altri crediti e attività non correnti, pari ad Euro 18,5 milioni (Euro 17,5 milioni al 31 dicembre 2015), è di seguito analizzato:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	Accantonamenti	Utilizzi	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016
Fondo svalutazione anticipi per iniziative commerciali	(11,5)	(0,5)	0,1	(11,9)
Fondo svalutazione anticipi per manifestazioni sportive	(6,0)	(0,6)	-	(6,6)
<b>Totale fondo svalutazione altri crediti e attività non correnti</b>	<b>(17,5)</b>	<b>(1,1)</b>	<b>0,1</b>	<b>(18,5)</b>

## 13) Attività correnti

### 13.1 Rimanenze

Le rimanenze, al netto del relativo fondo di svalutazione, pari ad Euro 2,9 milioni (Euro 2,7 milioni al 31 dicembre 2015) si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Materiali tecnici	13,1	13,3
Fondo svalutazione materiali tecnici	(12,2)	(12,3)
Lavori in corso su ordinazione	0,2	0,2
Prodotti finiti e merci	1,8	1,5
<b>Totale rimanenze</b>	<b>2,9</b>	<b>2,7</b>

Le rimanenze finali di materiali tecnici, pari a Euro 0,9 milioni al netto del relativo fondo svalutazione (Euro 1,0 milioni al 31 dicembre 2015), si riferiscono a scorte e ricambi per la manutenzione e l'esercizio dei beni strumentali tecnici, assimilabili a materiali di consumo in quanto la loro utilità si esaurisce in un periodo che in genere non eccede i 12 mesi.

I lavori in corso su ordinazione, pari a Euro 0,2 milioni (invariati rispetto al 31 dicembre 2015), sono relativi ai costi sostenuti per lo sviluppo della rete Isoradio, iscritti nel bilancio della controllata Rai Way.

Le rimanenze finali di merci, pari a Euro 1,8 milioni (Euro 1,5 milioni al 31 dicembre 2015), riguardano principalmente le rimanenze collegate all'attività riferita ad editoria periodica e libraria e all'attività di distribuzione *home video*.

### 13.2 Crediti commerciali

I crediti commerciali, pari ad Euro 637,0 milioni (Euro 436,7 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Verso clienti:		
Stato ed altri enti pubblici per servizi da convenzione	84,3	92,4
Ministero Economia e Finanze per canoni	228,9	-
Altri crediti	370,5	393,7
Fondo svalutazione crediti verso clienti	(47,1)	(49,6)
Verso joint ventures e imprese collegate	0,4	0,2
<b>Totale crediti commerciali</b>	<b>637,0</b>	<b>436,7</b>

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Verso joint venture e imprese collegate:		
San Marino RTV SpA	0,1	0,1
Tivu Srl	0,3	0,1
<b>Crediti verso joint ventures e imprese collegate</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>

L'articolazione per area geografica dei crediti commerciali evidenzia una prevalenza nazionale.



I crediti verso lo Stato ed altri enti pubblici per servizi da convenzione, pari a Euro 84,3 milioni (Euro 92,4 milioni al 31 dicembre 2015), si riferiscono a:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Presidenza Consiglio dei Ministri:		
Contributo in conto esercizio da versare a San Marino RTV	3,1	3,3
Offerta televisiva, radiofonica e multimediale per l'estero	6,7	6,7
Trasmissioni da Trieste in lingua slovena	7,4	11,4
Trasmissioni radiofoniche e televisive in lingua francese per la Regione autonoma Valle d'Aosta	1,4	2,1
Agenzia Entrate: gestione dei canoni ordinari alla televisione	14,8	22,5
Regioni e Provincie:		
Provincia autonoma di Bolzano: trasmissione di programmi radiofonici e televisivi in lingua tedesca e ladina nella provincia autonoma di Bolzano	42,3	37,8
Regione autonoma Valle d'Aosta: gestione impianti per la ricezione televisiva di programmi provenienti dall'area culturale francese	8,6	8,6
<b>Totale</b>	<b>84,3</b>	<b>92,4</b>

Il credito verso il Ministero dell'Economia e delle Finanze per canoni ammonta a Euro 228,9 milioni e rappresenta le quote ancora da riversare alla Rai.

I crediti ceduti per operazioni di factoring con modalità pro-solvendo, pari a Euro 18,2 milioni (Euro 51,4 milioni al 31 dicembre 2015), sono inclusi nella voce Crediti verso clienti – Altri crediti e sono relativi a crediti verso i clienti di Rai Pubblicità per servizi pubblicitari.

I crediti verso parti correlate sono indicati alla nota n. 18.4 "Rapporti con parti correlate".

I crediti commerciali sono esposti al netto del fondo svalutazione di Euro 47,1 milioni (Euro 49,6 milioni al 31 dicembre 2015):

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	Accantonamenti	Utilizzi	Assorbimenti	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016
Fondo svalutazione crediti verso clienti	(49,6)	(3,0)	5,1	0,4	(47,1)
<b>Fondo svalutazione crediti commerciali</b>	<b>(49,6)</b>	<b>(3,0)</b>	<b>5,1</b>	<b>0,4</b>	<b>(47,1)</b>

I crediti in valuta diversa dall'Euro ammontano a Euro 5,3 milioni (Euro 2,8 milioni al 31 dicembre 2015) come indicato alla nota n. 8.1 "Rischio di mercato".

### 13.3 Attività finanziarie correnti

Le attività finanziarie correnti, pari a Euro 7,4 milioni (Euro 14,0 milioni al 31 dicembre 2015), presentano un decremento di Euro 6,6 milioni. La composizione della voce e il confronto con l'esercizio precedente sono evidenziati nel dettaglio sottostante:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Verso il personale	0,1	0,1
Titoli	-	2,3
Strumenti derivati di copertura	1,7	8,4
Depositi bancari vincolati	5,5	3,1
Altre attività finanziarie correnti	0,1	0,1
<b>Totale attività finanziarie correnti</b>	<b>7,4</b>	<b>14,0</b>

I depositi bancari vincolati, pari ad Euro 5,5 milioni (Euro 3,1 milioni al 31 dicembre 2015), si riferiscono a somme su conti correnti pignorate per contenziosi legali in corso.

Gli strumenti finanziari derivati, iscritti al *fair value* (valore equo), sono di seguito analizzati nella componente attiva, comprensiva della quota corrente e non corrente:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Derivati di copertura cambi	1,7	8,4
<b>Totale strumenti finanziari derivati - Quota corrente</b>	<b>1,7</b>	<b>8,4</b>
<b>Totale strumenti finanziari derivati - Quota non corrente</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Totale strumenti finanziari derivati</b>	<b>1,7</b>	<b>8,4</b>

Il *fair value* (valore equo) degli strumenti finanziari derivati è stato determinato considerando modelli di valutazione diffusi in ambito finanziario e i parametri di mercato alla data di redazione del bilancio, come meglio indicato alla nota n. 10 "Valutazione del *fair value* (valore equo)". Le operazioni di *cash-flow hedge* riguardano l'attività di copertura dal rischio di cambio su contratti per l'acquisto di diritti per la trasmissione di eventi sportivi e programmi televisivi denominati in USD. La rilevazione degli effetti sul Conto economico e il realizzo dei flussi di cassa delle transazioni future oggetto di copertura, ritenute altamente probabili, sono previsti in un arco temporale che si chiude nel terzo trimestre 2017.

Nel corso del 2016 non vi sono stati casi significativi in cui, a fronte di operazioni qualificate precedentemente come copertura, la realizzazione dell'oggetto di copertura non sia stata più considerata altamente probabile.

Il *fair value* attivo su strumenti finanziari derivati al 31 dicembre 2016 ammonta a Euro 1,7 milioni (Euro 8,4 milioni al 31 dicembre 2015). In particolare:

- la quota corrente è pari a Euro 1,7 milioni (Euro 8,4 milioni al 31 dicembre 2015) di cui Euro 0,6 milioni sospesi a patrimonio netto nella riserva di *cash-flow hedge*, Euro 1,0 attribuiti a rettifica del valore di imputazione del diritto acquistato, Euro 0,1 milioni nella voce di oneri e proventi finanziari;
- non sono presenti operazioni di durata superiore ai 12 mesi, eventualmente rilevate tra le Attività finanziarie non correnti.

Le informazioni relative ai rischi oggetto di copertura e alle politiche di *hedging* sono indicate alla nota n. 8.1 "Rischio di mercato".

### 13.4 Crediti tributari

I crediti tributari, pari ad Euro 135,6 milioni (Euro 108,2 milioni al 31 dicembre 2015), sono specificati come di seguito:

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016</b>	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
IVA chiesta a rimborso	60,1	24,3
IVA di Gruppo	54,1	62,2
IRES chiesta rimborso per deducibilità IRAP per spese del personale dipendente e assimilato	16,9	16,9
Crediti IRAP	2,4	3,7
Ritenute su cessioni imprese estere	0,8	-
Altre imposte chieste a rimborso	0,5	0,6
Altri crediti tributari	0,8	0,5
<b>Totale crediti tributari</b>	<b>135,6</b>	<b>108,2</b>

Il credito IRAP, pari a Euro 2,4 milioni (Euro 3,7 milioni al 31 dicembre 2015) si riferisce agli acconti IRAP versati all'Erario.

Le imposte sono commentate alla nota n. 17.9 "Imposte sul reddito".

### 13.5 Altri crediti e attività correnti

Gli altri crediti e attività correnti, pari ad Euro 78,7 milioni (Euro 130,8 milioni al 31 dicembre 2015) sono composti come segue:

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016</b>	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Anticipazioni per manifestazioni sportive	11,6	53,6
Anticipi per iniziative commerciali	0,7	0,1
Anticipi a fornitori, collaboratori e agenti	14,0	17,1
Crediti verso enti previdenziali e assistenziali	2,8	9,3
Crediti verso personale	12,3	12,6
Anticipo canone utilizzo frequenze	-	10,5
Crediti verso enti, società, organismi ed altri	15,1	10,5
Crediti per sovvenzioni e contributi da Stato, UE ed altri enti pubblici	0,3	0,8
Altri crediti	25,9	20,6
- Fondo svalutazione altri crediti e attività correnti	(4,0)	(4,3)
<b>Totale altri crediti e attività correnti</b>	<b>78,7</b>	<b>130,8</b>

Si precisa che:

- Crediti verso enti previdenziali e assistenziali si riferiscono ad anticipi erogati a fronte di contributi dovuti per collaborazioni artistiche e per altre causali;
- Crediti verso il personale sono in massima parte riferiti a crediti per cause di lavoro, ad anticipi per spese di trasferta e ad anticipi per spese di produzione. La voce include i crediti derivanti dall'applicazione della Legge 89/2014.

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

Il fondo svalutazione altri crediti e attività correnti, pari ad Euro 4,0 milioni (Euro 4,3 milioni al 31 dicembre 2015) è di seguito analizzato:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	Accantonamenti	Utilizzi	Assorbimenti	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016
Fondo svalutazione altri crediti e attività correnti	(4,3)	(0,4)	0,4	0,3	(4,0)
<b>Totale fondo svalutazione altri crediti e attività correnti</b>	<b>(4,3)</b>	<b>(0,4)</b>	<b>0,4</b>	<b>0,3</b>	<b>(4,0)</b>

Considerato il breve periodo di tempo intercorrente tra il sorgere del credito e la sua scadenza, non si ritiene sussistano significative differenze fra il valore contabile dei crediti commerciali, degli altri crediti e delle attività finanziarie correnti e i rispettivi *fair value* (valori equi).

### 13.6 Disponibilità liquide e mezzi equivalenti

Le disponibilità liquide e mezzi equivalenti, pari a Euro 86,2 milioni (Euro 146,1 milioni al 31 dicembre 2015), sono articolate nelle seguenti voci:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Depositi bancari e postali	85,9	145,8
Denaro e valori in cassa	0,3	0,3
<b>Totale disponibilità liquide e mezzi equivalenti</b>	<b>86,2</b>	<b>146,1</b>

I depositi bancari e postali ammontano ad Euro 85,9 milioni (Euro 145,8 milioni al 31 dicembre 2015) ed esprimono le disponibilità a vista o a breve risultanti da rapporti di deposito o di conto corrente con istituti di credito, istituti finanziari e con l'amministrazione postale.

Il denaro e valori in cassa ammontano ad Euro 0,3 milioni (valore invariato rispetto al 31 dicembre 2015) e comprendono i fondi liquidi rappresentati dal denaro e valori assimilabili (valori bollati, assegni circolari o comunque garantiti da Istituti di credito etc.) giacenti al 31 dicembre 2016 presso le casse sociali.

Nella seguente tabella si riportano le disponibilità liquide per valuta al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Disponibilità liquide in Euro	85,4	145,3
Disponibilità liquide in dollaro statunitense	0,7	0,7
Disponibilità liquide in altre valute	0,1	0,1
<b>Totale disponibilità liquide e mezzi equivalenti</b>	<b>86,2</b>	<b>146,1</b>

## 14) Patrimonio netto

Riportiamo di seguito la composizione del patrimonio netto, suddiviso tra quota di Gruppo e di terzi:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
<b>Capitale sociale</b>	<b>242,5</b>	<b>242,5</b>
<b>Riserva legale</b>	<b>11,6</b>	<b>11,6</b>
Riserva da sovrapprezzo azioni	-	-
Riserva di prima adozione IFRS	(58,7)	146,3
Riserva per differenza di traduzione	0,7	0,8
Riserva di <i>cash-flow hedge</i>	0,3	4,9
Altre riserve	252,0	337,0
<b>Totale altre riserve</b>	<b>194,3</b>	<b>489,0</b>
Riserve attuariali per benefici ai dipendenti	(31,9)	(16,1)
Riserva pagamenti basati su azioni	-	0,1
Utili (perdite) portati a nuovo	-	(251,3)
Utile (perdite) dell'esercizio	3,5	(39,3)
<b>Totale utili (perdite) portati a nuovo</b>	<b>(28,4)</b>	<b>(306,6)</b>
<b>Totale patrimonio netto di Gruppo</b>	<b>420,0</b>	<b>436,5</b>
Capitale e riserve di terzi	42,2	42,7
Utili (perdite) portati a nuovo di terzi	14,4	13,6
<b>Totale patrimonio netto di terzi</b>	<b>56,6</b>	<b>56,3</b>
<b>Totale patrimonio netto</b>	<b>476,6</b>	<b>492,8</b>

### Interessenze di terzi

Il risultato dell'esercizio e il patrimonio netto delle interessenze di terzi sono riferiti alla controllata Rai Way.

La quota della società detenuta da Rai, alla data del 31 dicembre 2016, è pari al 64,971% in riduzione dello 0,10253% rispetto al 31 dicembre 2015 in seguito all'assegnazione gratuita delle azioni ai terzi prevista in sede di offerta pubblica di vendita.

### Capitale sociale

Al 31 dicembre 2016 il capitale sociale della Capogruppo è rappresentato da n. 242.518.100 azioni ordinarie del valore nominale unitario pari a Euro 1. Il capitale, interamente sottoscritto e versato, è di proprietà:

- del Ministero dell'Economia e delle Finanze (MEF) per n. 241.447.000 azioni, pari al 99,55835% del capitale; e
- della Società Italiana Autori Editori (S.I.A.E.) per n. 1.071.100 azioni, pari allo 0,4417% del capitale.

### Riserva legale

La riserva legale è pari a Euro 11,6 milioni.

### Altre riserve e utili (perdite) portati a nuovo

Le altre riserve, pari a Euro 194,3 milioni (Euro 489,0 milioni al 31 dicembre 2015) e le perdite portate a nuovo, pari ad Euro 28,4 milioni (Euro 306,6 milioni al 31 dicembre 2015) sono articolate come da dettaglio sopra riportato.

## 15) Passività non correnti

### 15.1 Passività finanziarie non correnti e quote correnti di passività finanziarie non correnti

Le passività finanziarie non correnti, comprensive delle quote correnti sono pari a Euro 482,7 milioni (Euro 516,7 milioni al 31 dicembre 2015), e si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016			Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015		
	Quota non corrente	Quota corrente	Totale	Quota non corrente	Quota corrente	Totale
Obbligazioni	346,9	-	346,9	346,1	-	346,1
Debiti verso banche a m/l termine	95,3	39,9	135,2	135,2	34,9	170,1
Strumenti derivati di copertura	0,1	-	0,1	-	-	-
Debiti verso altri finanziatori a m/l termine	0,4	0,1	0,5	0,4	0,1	0,5
<b>Totale</b>	<b>442,7</b>	<b>40,0</b>	<b>482,7</b>	<b>481,7</b>	<b>35,0</b>	<b>516,7</b>

Le passività finanziarie non correnti, comprensive delle quote correnti, si decrementano di Euro 34,0 milioni rispetto al 31 dicembre 2015 principalmente per:

- rimborso della prima rata del finanziamento della Banca Europea per gli Investimenti ("BEI") per Euro 5,0 milioni da parte di Rai;
- rimborso di due rate del finanziamento *amortising* Rai Way per Euro 30,0 milioni.

I principali debiti verso banche a medio-lungo termine sono composti al 31 dicembre 2016 da:

- prestito *amortising*, scadenza 2021, della Banca Europea per gli Investimenti per residui Euro 45 milioni, concesso a Rai per lo sviluppo dell'infrastruttura del Digitale Terrestre;
- finanziamento *amortising* Rai Way per un importo residuo di Euro 90,0 milioni con scadenza finale nell'esercizio 2019;
- linee di credito a medio-lungo termine concesse da Mediocredito Centrale e Cassa Depositi e Prestiti a Rai Way per un importo complessivo di Euro 0,9 milioni.

Il finanziamento BEI prevede il rispetto dei seguenti indici parametrico/patrimoniali a valere sul bilancio annuale e semestrale consolidato, redatto secondo i Principi "IFRS":

- Indebitamento Finanziario Netto (rettificato al netto dei crediti verso lo Stato per canoni)/patrimonio netto  $\leq 1,3$
- Indebitamento Finanziario Netto (rettificato al netto dei crediti verso lo Stato per canoni)/Margine Operativo Lordo  $\leq 1,0$

Tali indici risultano alla data di bilancio ampiamente rispettati, attestandosi rispettivamente a 0,67 e 0,51.

Il finanziamento *amortising* in capo a Rai Way prevede il rispetto al 31 dicembre e al 30 giugno di ciascun esercizio dei seguenti indici parametrico/patrimoniali a valere sul bilancio della Società:

- Indebitamento Finanziario Netto/patrimonio netto  $\leq 2,75$
- Indebitamento Finanziario Netto/Margine Operativo Lordo  $\leq 2,75$

Tali indici risultano pienamente rispettati, attestandosi rispettivamente a 0,06 e 0,09.

Il prestito obbligazionario emesso da Rai nel maggio 2015 è quotato presso l'Irish Stock Exchange. Il titolo, interamente sottoscritto da investitori istituzionali internazionali, ha un tasso nominale dell'1,5% con scadenza maggio 2020, è totalmente *unsecured* e contiene gli usuali *covenants* per emissioni con rating di pari livello, tra i quali:

- *Negative Pledge* ovvero il divieto di concedere garanzie su altre emissioni obbligazionarie dell'Emittente o delle "controllate rilevanti", a meno di concedere la stessa garanzia agli obbligazionisti esistenti;
- *Cross-default* ovvero, in caso di default sul debito di ammontare superiore ad Euro 50 milioni dell'Emittente o di "controllate rilevanti", la possibilità per gli obbligazionisti di richiedere il *default* sul bond;
- *Change of Control* ovvero la possibilità per gli obbligazionisti di esercitare una opzione "Put" alla pari qualora il Ministero dell'Economia e delle Finanze cessi di detenere la maggioranza dei voti dell'Assemblea Ordinaria e Straordinaria di Rai.

Al riguardo si segnala che Rai nel corso del primo semestre 2015 ha ottenuto, ai fini dell'emissione del prestito obbligazionario, il rating *Long-Term Issuer Baa3* ("Investment grade") di Moody's, che equipara sostanzialmente la solvibilità di Rai a quella dello Stato italiano. Nel mese di dicembre 2016 è stata

rilasciata una "Credit Opinion" che conferma il rating indicato con modifica dell'outlook da "stable" a "negative", in conseguenza dell'analogo movimento del rating dello Stato italiano.

La scadenza delle passività finanziarie (correnti e non correnti) risulta come di seguito indicato:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016			
	Entro 12 mesi	Tra 1 e 5 anni	Oltre 5 anni	Totale
Obbligazioni	-	346,9	-	346,9
Debiti verso banche a m/l termine	39,9	95,2	0,1	135,2
Debiti verso banche a breve termine	160,1	-	-	160,1
Debiti verso altri finanziatori a m/l termine	0,1	0,4	-	0,5
Debiti verso collegate	0,1	-	-	0,1
Strumenti derivati di copertura	-	0,1	-	0,1
Altre passività finanziarie	0,3	-	-	0,3
<b>Totale</b>	<b>200,5</b>	<b>442,6</b>	<b>0,1</b>	<b>643,2</b>

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015			
	Entro 12 mesi	Tra 1 e 5 anni	Oltre 5 anni	Totale
Obbligazioni	-	346,1	-	346,1
Debiti verso banche a m/l termine	34,9	130,1	5,1	170,1
Debiti verso banche a breve termine	1,0	-	-	1,0
Debiti verso altri finanziatori a m/l termine	0,1	0,3	0,1	0,5
Debiti verso altri finanziatori a breve termine	4,4	-	-	4,4
Debiti verso collegate	0,1	-	-	0,1
Altre passività finanziarie	0,3	-	-	0,3
<b>Totale</b>	<b>40,8</b>	<b>476,5</b>	<b>5,2</b>	<b>522,5</b>

Il *fair value* (valore equo) delle passività finanziarie non correnti (diverse dagli strumenti finanziari derivati), è di seguito indicato ed è stato valutato secondo i seguenti criteri:

- il titolo obbligazionario, al valore di quotazione presso l'Irish Stock Exchange, pari a 103,06 (comprensivo di rateo interessi);
- il *fair value* del finanziamento BEI (compresa la parte a breve termine) è stato calcolato scontando i flussi per capitale ed interessi ai tassi impliciti nella curva Euro alla data di rendicontazione, incrementati del credit spread di Rai, stimato sulla base dei titoli emessi dallo Stato italiano e risulta sostanzialmente in linea con il valore di bilancio.

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016		Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	
	Valore di bilancio	Fair value	Valore di bilancio	Fair value
Rai - Prestito Obbligazionario	346,9	360,7	346,1	350,3
Rai - Finanziamento BEI	45,0	46,0	50,0	51,7

Per quanto riguarda le linee Rai Way si stima che il valore di iscrizione approssimi il *fair value* (valore equo) degli stessi.

Il *fair value* degli strumenti finanziari derivati passivi non correnti pari ad Euro 0,1 milioni al 31 dicembre 2016 è relativo alle operazioni di *Interest Rate Swap* stipulate da Rai Way a copertura del 50% della linea di credito amortising. Il dettaglio della determinazione del *fair value* degli strumenti derivati è indicato alla nota n. 10 "Valutazione del *fair value* (valore equo)"; la quantificazione dell'imputazione delle variazioni del valore di mercato a Conto economico consolidato e nella riserva di patrimonio netto consolidato sono indicati alla nota n. 16.2 "Passività finanziarie correnti".

## 15.2 Benefici per i dipendenti

I benefici per i dipendenti, pari a Euro 555,0 milioni (Euro 568,8 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Fondo trattamento di fine rapporto	283,5	289,7
Fondi pensione	144,3	147,5
Fondo indennità preavviso giornalisti	109,2	113,7
Fondo assistenza sanitaria dei dirigenti (FASDIR)	15,0	15,0
Premi di anzianità	2,3	2,1
Altri benefici per dipendenti	0,7	0,8
<b>Totale fondi per benefici ai dipendenti</b>	<b>555,0</b>	<b>568,8</b>

Il fondo trattamento di fine rapporto, disciplinato dall'art. 2120 del Codice Civile, accoglie la stima dell'obbligazione, determinata sulla base di tecniche attuariali, relativa all'ammontare da corrispondere ai dipendenti all'atto della cessazione del rapporto di lavoro. L'indennità è calcolata sulla base della retribuzione corrisposta in dipendenza del rapporto di lavoro, rivalutata fino al momento della cessazione dello stesso. Per effetto delle modifiche legislative introdotte a partire dal 1° gennaio 2007, il trattamento di fine rapporto maturando è destinato, in funzione della scelta operata da ciascun dipendente, ai fondi pensione ovvero al fondo di tesoreria istituito presso l'INPS. Questo comporta che la passività relativa al trattamento di fine rapporto maturata antecedentemente al 1° gennaio 2007 continui a rappresentare un piano a benefici definiti da valutare secondo tecniche attuariali, mentre una quota del trattamento di fine rapporto maturando sia classificato come un piano a contributi definiti in quanto l'obbligazione dell'impresa si esaurisce col versamento dei contributi al fondo pensione ovvero all'INPS.

Il fondo pensionistico integrativo accoglie la stima degli oneri a carico del Gruppo per l'erogazione di trattamenti pensionistici integrativi riconosciuti ad alcuni ex dipendenti che al momento della cessazione del rapporto di lavoro, come previsto dai precedenti accordi sindacali, hanno optato per la pensione integrativa. Più precisamente, gli ex quadri, impiegati e operai e i loro familiari hanno diritto ad un trattamento integrativo alle pensioni erogate dall'Assicurazione Generale Obbligatoria dell'ENPALS, mentre gli ex dirigenti e i loro familiari hanno diritto a un trattamento integrativo alle pensioni erogate dall'Assicurazione Generale Obbligatoria dell'INPS. Tali pensioni integrative sono a loro volta erogate direttamente dai fondi negoziali, cui è demandata la gestione della previdenza complementare del personale Rai dal 1989, C.RAI.P.I. (Cassa di Previdenza Integrativa dei dipendenti Rai, di seguito "Craipi") per gli ex quadri, impiegati e operai, e F.I.P.D.RAI (Fondo Integrativo Previdenza dei Dirigenti Rai, di seguito "Fipdrai") per gli ex dirigenti. In sintesi, le principali caratteristiche che contraddistinguono tali trattamenti integrativi sono le seguenti: (i) le pensioni integrative sono reversibili ai superstiti secondo le aliquote previste per gli aventi diritto dalle leggi vigenti in materia di assicurazione obbligatoria; (ii) i trattamenti integrativi subiranno le variazioni che, per effetto dei mutamenti familiari del pensionato, saranno apportate alla misura della pensione a lui corrisposta dall'Assicurazione Generale Obbligatoria; (iii) le somme corrisposte per fini integrativi non saranno soggette a diminuzioni per effetto degli aumenti della pensione liquidata dall'Assicurazione Generale Obbligatoria; (iv) l'ammontare spettante ai beneficiari sarà soggetto ad una rivalutazione annuale in base ai coefficienti previsti dall'INPS. In fase di quantificazione del fondo pensioni, si è tenuto conto anche del patrimonio attivo di Fipdrai, frutto dell'attività d'investimento da parte del fondo delle somme ad esso erogate dalle aziende del Gruppo al momento della cessazione del rapporto di lavoro dei propri dipendenti, di ammontare pari ad Euro 3,1 milioni (Euro 4,8 milioni al 31 dicembre 2015).

Il fondo indennità preavviso dei giornalisti accoglie la stima della somma che dovrà essere corrisposta, secondo quanto previsto dall'ultimo CNLG recepito da Rai, ai giornalisti dipendenti del Gruppo. In base a tale accordo, i giornalisti hanno diritto all'accantonamento a loro nome di un capitale erogato in occa-



sione di: (i) licenziamento per giustificato motivo; (ii) licenziamento per raggiungimento dei requisiti pensionistici; (iii) decesso del giornalista. Non è prevista, invece, una liquidazione in caso di dimissioni o di licenziamento per giusta causa. Il summenzionato accantonamento, che include i relativi oneri contributivi, è pari a 7 mensilità di retribuzione del mese antecedente la risoluzione del rapporto di lavoro, anche per i giornalisti residenti all'estero, aumentata di una mensilità per i giornalisti aventi qualifica di capo servizio o redattore senior, di due mensilità per quelli aventi la qualifica di vice capo redattore, di tre mensilità per quelli aventi la qualifica di redattore capo, corrispondente da Roma o capo dell'Ufficio romano di corrispondenza, e di sei mensilità per quelli aventi la qualifica di direttore, condirettore e vice direttore. L'indennità spettante è aumentata di una mensilità per tutti i giornalisti che, al momento della risoluzione del rapporto di lavoro, abbiano un'anzianità di servizio di almeno venti anni.

Il fondo assistenza sanitaria dei dirigenti Rai (di seguito "FASDIR") è stato costituito nel 1980 e garantisce assistenza sanitaria integrativa a dirigenti del Gruppo in servizio, a dirigenti pensionati e a superstiti di dirigenti, aventi diritto e iscritti al FASDIR (di seguito "Soci"), nonché ai loro familiari. Il finanziamento del FASDIR è realizzato con il versamento delle quote annuali associative dei Soci e con il versamento di quote di intervento aziendale (contributo annuo pro capite per ciascun Dirigente Attivo e contributo annuo integrativo forfetario per i Dirigenti pensionati). Storicamente, attraverso il contributo annuo integrativo forfetario erogato dalla Rai al FASDIR per i dirigenti pensionati, il fondo ha coperto il disavanzo che si era formato in ciascun anno. In un contesto nel quale non esiste un'obbligazione legale ma solo implicita in capo a Rai a coprire gli eventuali futuri disavanzi del fondo e la Capogruppo non ha accesso a tutte le informazioni, di dominio del fondo, necessarie a valutare con tecniche attuariali la passività che rappresenti il potenziale impegno nei confronti del FASDIR, si è ritenuto appropriato formulare una stima basata sull'ammontare dei contributi medi annui versati dal Gruppo negli ultimi 5 anni, moltiplicato per la durata media residua dei dirigenti pensionati alla data di valutazione, che al 31 dicembre 2016 risulta essere pari a 12 anni.

I premi di anzianità, previsti nella società Rai Pubblicità, sono benefici erogati al raggiungimento di un periodo di servizio in azienda e sono erogati in denaro. I summenzionati premi rientrano nella fattispecie dei piani per benefici a lungo termine.

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

I fondi per benefici ai dipendenti valutati applicando tecniche attuariali si analizzano come di seguito indicato:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016				
	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione (a)	FASDIR	Preavviso giornalisti	Altri benefici
<b>Valore attuale dell'obbligazione all'inizio dell'esercizio</b>	<b>289,7</b>	<b>147,5</b>	<b>15,0</b>	<b>113,7</b>	<b>2,9</b>
Costo corrente per piani a benefici definiti	-	-	-	7,1	0,2
Costo corrente per piani a contributi definiti	44,5	-	1,0	-	-
Interessi passivi	3,5	2,1	0,2	1,6	-
Rivalutazioni:					
- Utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi demografiche	0,4	2,1	-	(0,5)	-
- Utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi finanziarie	12,6	7,4	-	3,9	-
- Effetto dell'esperienza passata	(3,9)	(4,4)	-	(1,5)	-
- Utili/perdite attuariali da rendimenti di attività al servizio del piano	-	-	-	-	-
Costo per prestazioni passate e Utili/perdite per estinzione	-	-	-	(12,4)	-
Benefici pagati	(13,0)	(10,4)	(1,2)	(2,7)	(0,1)
Trasferimenti a fondi esterni per piani a contributi definiti	(44,7)	-	-	-	-
Trasferimenti di personale da/a società del Gruppo	-	-	-	-	-
Altri movimenti	(5,6)	-	-	-	-
<b>Valore attuale dell'obbligazione alla fine dell'esercizio</b>	<b>283,5</b>	<b>144,3</b>	<b>15,0</b>	<b>109,2</b>	<b>3,0</b>

(a) al netto delle attività al servizio del piano

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015				
	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione (a)	FASDIR	Preavviso giornalisti	Altri benefici
<b>Valore attuale dell'obbligazione all'inizio dell'esercizio</b>	<b>310,1</b>	<b>171,4</b>	<b>15,1</b>	<b>117,5</b>	<b>2,9</b>
Costo corrente per piani a benefici definiti	-	-	-	7,2	0,2
Costo corrente per piani a contributi definiti	43,9	-	1,1	-	-
Interessi passivi	2,4	1,5	0,1	1,2	-
Rivalutazioni:					
- Utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi demografiche	2,9	0,9	-	(0,4)	-
- Utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi finanziarie	(10,5)	(8,8)	-	(6,0)	-
- Effetto dell'esperienza passata	(0,6)	(6,0)	-	(0,4)	-
- Utili/perdite attuariali da rendimenti di attività al servizio del piano	-	(0,1)	-	-	-
Costo per prestazioni passate e Utili/perdite per estinzione	-	-	-	(2,1)	-
Benefici pagati	(11,5)	(11,4)	(1,3)	(3,3)	(0,2)
Trasferimenti a fondi esterni per piani a contributi definiti	(43,9)	-	-	-	-
Trasferimenti di personale da/a società del Gruppo	-	-	-	-	-
Altri movimenti	(3,1)	-	-	-	-
<b>Valore attuale dell'obbligazione alla fine dell'esercizio</b>	<b>289,7</b>	<b>147,5</b>	<b>15,0</b>	<b>113,7</b>	<b>2,9</b>

(a) al netto delle attività al servizio del piano

I costi per benefici ai dipendenti, determinati utilizzando ipotesi attuariali, rilevati a Conto economico consolidato si analizzano come di seguito indicato:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016				
	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione	FASDIR	Preavviso giornalisti	Altri benefici
Costo corrente per piani a benefici definiti	-	-	-	(7,1)	(0,2)
Costo corrente per piani a contributi definiti	(44,5)	-	(1,0)	-	-
Costo per prestazioni passate e Utili/perdite per estinzione	-	-	-	12,4	-
Interessi passivi (attivi) netti:					
- Interessi passivi	(3,5)	(2,1)	(0,2)	(1,6)	-
<b>Totale</b>	<b>(48,0)</b>	<b>(2,1)</b>	<b>(1,2)</b>	<b>3,7</b>	<b>(0,2)</b>

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015				
	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione	FASDIR	Preavviso giornalisti	Altri benefici
Costo corrente per piani a benefici definiti	-	-	-	(7,2)	(0,2)
Costo corrente per piani a contributi definiti	(43,9)	-	(1,1)	-	-
Costo per prestazioni passate e Utili/perdite per estinzione	-	-	-	2,1	-
Interessi passivi (attivi) netti:					
- Interessi passivi	(2,4)	(1,5)	(0,1)	(1,2)	-
<b>Totale</b>	<b>(46,3)</b>	<b>(1,5)</b>	<b>(1,2)</b>	<b>(6,3)</b>	<b>(0,2)</b>

I costi per piani a benefici definiti rilevati tra le altre componenti del Conto economico complessivo consolidato si analizzano come di seguito indicato:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016				
	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione	FASDIR	Preavviso giornalisti	Altri benefici
Rivalutazioni:					
- Utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi demografiche	(0,4)	(2,1)	-	0,5	-
- Utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi finanziarie	(12,6)	(7,4)	-	(3,9)	-
- Effetto dell'esperienza passata	3,9	4,4	-	1,5	-
- Utili (perdite) attuariali da rendimenti di attività al servizio del piano	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>(9,1)</b>	<b>(5,1)</b>	<b>-</b>	<b>(1,9)</b>	<b>-</b>

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015				
	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione	FASDIR	Preavviso giornalisti	Altri benefici
Rivalutazioni:					
- Utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi demografiche	(2,9)	(0,9)	-	0,4	-
- Utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi finanziarie	10,5	8,8	-	6,0	-
- Effetto dell'esperienza passata	0,6	6,0	-	0,4	-
- Utili (perdite) attuariali da rendimenti di attività al servizio del piano	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>8,2</b>	<b>13,9</b>	<b>-</b>	<b>6,8</b>	<b>-</b>

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

Le attività al servizio del fondo pensione Fipdrai si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016		Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	
	Con prezzi quotati in mercati attivi	Con prezzi non quotati in mercati attivi	Con prezzi quotati in mercati attivi	Con prezzi non quotati in mercati attivi
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	-	0,9	-	1,3
Strumenti rappresentativi di debito	-	(0,2)	-	(0,3)
Titoli emessi da Stati o organismi internazionali	2,4	-	3,7	-
Altri titoli quotati	-	-	0,1	-
<b>Totale attività al servizio del piano</b>	<b>2,4</b>	<b>0,7</b>	<b>3,8</b>	<b>1,0</b>

Le principali ipotesi attuariali adottate sono di seguito indicate:

	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
<b>Assunzioni finanziarie</b>		
Tassi di attualizzazione	da 0,65% a 1,13%	da 1,21% a 1,81%
Tasso di inflazione	1,50%	1,50%
Tasso atteso di incremento retributivo (*)	da 1,21% a 3%	da 1,21% a 3%
<b>Assunzioni demografiche</b>		
Età massima di collocamento a riposo	Secondo disposizioni di legge	Secondo disposizioni di legge
Tavole di mortalità	SI 2014 Modificata	SI 2013 Modificata
Percentuale media annua di uscita del personale	da 3,65% a 7,56%	da 3,31% a 7,16%
Probabilità annua di richiesta di anticipo	da 1,00% a 1,50%	da 1,00% a 1,50%

(\*) Inflazione inclusa

Il tasso di attualizzazione adottato è stato determinato considerando i rendimenti di titoli obbligazionari di aziende primarie, specificando la classe di rating, oppure altri riferimenti (es. titoli di stato in assenza di titoli emessi da aziende primarie). Al fine della definizione delle ipotesi attuariali ed in particolare del tasso di attualizzazione, considerando la definizione dei titoli "Investment grade", sono stati considerati i soli titoli emessi da emittenti corporate compresi nella classe "AA" di rating.

Le tavole demografiche adottate sono SI 2014, distinte per sesso ed opportunamente modificate in funzione di uno studio specifico sulla mortalità della collettività del Gruppo.

Gli effetti derivanti da una modifica ragionevolmente possibile del tasso di attualizzazione alla fine dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015 sono di seguito indicati:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016				
	Sensitivity	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione	FASDIR	Altri benefici
Tasso di attualizzazione	+0,50%	273,4	141,2	-	105,1
	-0,50%	294,3	154,2	-	113,5
(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015				
	Sensitivity	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione	FASDIR	Altri benefici
Tasso di attualizzazione	+0,50%	279,1	119,6	-	109,8
	-0,50%	300,9	130,3	-	117,8

Il profilo di scadenza delle obbligazioni per piani a benefici definiti per i dipendenti è di seguito indicato:

(in milioni di Euro)	Gruppo			
	Pagamenti previsti	Indennità di preavviso giornalisti	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione
Pagamenti previsti al 31.12.2017		8,3	21,5	11,7
Pagamenti previsti al 31.12.2018		8,9	23,5	11,3
Pagamenti previsti al 31.12.2019		9,9	23,5	10,9
Pagamenti previsti al 31.12.2020		9,6	26,9	10,4
Pagamenti previsti al 31.12.2021		10,7	23,9	10,0
Pagamenti previsti dall'1.01.2022 al 31.12.2026		55,9	91,6	42,6

### 15.3 Fondi per rischi e oneri non correnti

I fondi per rischi e oneri non correnti, pari a Euro 228,1 milioni (Euro 194,9 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	Accantonamenti	Utilizzi	Assorbimenti	Altri movimenti	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016
Fondo controversie legali	77,6	19,7	(13,3)	(3,9)	-	80,1
Fondo canone di concessione 2014 - 2015	35,8	-	(19,7)	(16,1)	-	-
Fondo bonifica e ristrutturazione immobili	15,1	14,2	(1,3)	-	-	28,0
Fondo smantellamento e ripristino	12,1	1,5	-	-	0,5	14,1
Fondo costi competenze maturate	12,3	31,9	(0,1)	(0,2)	-	43,9
Fondo contenzioso previdenziale	10,0	-	(0,4)	(6,6)	-	3,0
Fondo contenzioso fiscale	2,6	10,6	-	-	-	13,2
Fondo ISC ICM Agenti	2,5	0,2	(0,8)	-	-	1,9
Fondo restituzione canoni d'abbonamento	1,2	0,4	(0,9)	-	-	0,7
Fondo controversie su locazioni	1,3	0,1	-	-	-	1,4
Fondo rischi per interessi di mora	0,7	-	(0,1)	-	-	0,6
Fondo svalutazione partecipazioni eccedenti il valore di carico	0,1	-	-	(0,1)	-	-
Altri fondi	23,6	19,5	(1,7)	(2,0)	1,8	41,2
<b>Totale fondo per rischi e oneri</b>	<b>194,9</b>	<b>98,1</b>	<b>(38,3)</b>	<b>(28,9)</b>	<b>2,3</b>	<b>228,1</b>

Il fondo rischi per controversie legali, pari a Euro 80,1 milioni, accoglie la stima prudenziale e prognostica degli oneri conseguenti ai procedimenti giudiziari in corso, in cui il Gruppo è a vario titolo coinvolto. Più in particolare essi si riferiscono (importi comprensivi delle spese legali) a controversie civili, amministrative e penali per Euro 48,9 milioni, in materia giuslavoristica per Euro 31,2 milioni.

Il fondo bonifica e ristrutturazione immobili, pari a Euro 28,0 milioni, accoglie la stima dei costi che il Gruppo si attende di dover sostenere prevalentemente in relazione alla rimozione di strutture contenenti amianto presenti all'interno degli immobili di proprietà. L'obbligazione implicita a procedere alla bonifica e conseguente ristrutturazione dei summenzionati immobili, trova origine nelle manifestazioni di volontà a procedere in tal senso che il Gruppo ha formulato in più di un'occasione agli organi di rappresentanza sindacale aziendale.

Il fondo smantellamento e ripristino, di importo pari a Euro 14,1 milioni accoglie i costi stimati per lo smantellamento, la rimozione delle installazioni e modifiche effettuate e il ripristino delle aree e/o dei locali condotti dal Gruppo sulla base di contratti di locazione operativa che prevedono l'obbligo, per il locatario, di ripristinare le aree e/o i locali assunti in locazione al termine della stessa (con ciò intendendo la circostanza del rilascio dell'area e/o dei locali in assenza del rinnovo della locazione).

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

Il fondo costi competenze maturate, pari ad Euro 43,9 milioni, accoglie la stima degli oneri complessivamente previsti in relazione ai rapporti di lavoro in essere.

Il fondo rischi per contenzioso previdenziale, pari a Euro 3,0 milioni, accoglie la stima degli oneri derivanti da procedimenti giurisdizionali pendenti con enti previdenziali.

Il fondo rischi per contenzioso fiscale, pari a Euro 13,2 milioni, accoglie gli oneri previsti a fronte di probabili passività derivanti da potenziali esiti sfavorevoli dei contenziosi tributari. Tale fondo è stato incrementato per l'importo di Euro 10,6 milioni considerando le sanzioni e gli interessi che potrebbero derivare, dagli avvisi di accertamento notificati a Rai Pubblicità in data 29 dicembre 2016, per i periodi d'imposta compresi tra il 2007 ed il 2011, in esito alla verifica fiscale conclusasi nel luglio 2016; in detti avvisi si ipotizza un'evasione IVA commessa da Rai Pubblicità in conseguenza di un coinvolgimento in una frode carosello posta in essere da soggetti terzi. Si rinvia in merito anche a quanto esposto alla nota n. 18.3 "Passività potenziali".

Il fondo indennità suppletiva di clientela degli agenti (ISC) e il fondo indennità di clientela meritocratica agenti (ICM) pari a Euro 1,9 milioni, include le somme da corrispondere agli agenti all'atto dello scioglimento del contratto di agenzia per fatto non imputabile all'agente, determinato anche in base a stime che tengono conto dei dati storici e in relazione allo sviluppo del portafoglio clienti o dell'incremento d'affari con i clienti già presenti nel medesimo.

## 15.4 Passività per imposte differite

Le passività per imposte differite, pari a Euro 24,2 milioni sono indicate al netto delle attività per imposte anticipate compensabili pari a Euro 137,7 milioni. Il saldo netto al 31 dicembre 2015 presentava passività per imposte differite per Euro 12,1 milioni.

La natura delle differenze temporanee che hanno determinato passività per imposte differite e attività per imposte anticipate compensate è la seguente:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	Variazioni			Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016
		Conto economico	Altre componenti di risultato complessivo	Patrimoniali	
Differenze civilistico fiscali su attività materiali	(162,2)	2,5	-	-	(159,7)
Derivati su cambi e tassi	(2,4)	-	2,2	-	(0,2)
Altre partecipazioni	(1,7)	-	-	-	(1,7)
Imposte differite su rettifiche di consolidamento	(0,1)	(0,1)	-	-	(0,2)
Altro	(0,3)	0,2	-	-	(0,1)
<b>Passività per imposte differite compensabili</b>	<b>(166,7)</b>	<b>2,6</b>	<b>2,2</b>	<b>-</b>	<b>(161,9)</b>
Imponibile fiscale negativo	142,2	26,5	-	(39,2)	129,5
Svalutazione programmi	3,7	0,1	-	(3,7)	0,1
Differenza civilistico/fiscale programmi	1,1	(0,1)	-	(1,0)	-
Benefici ai dipendenti	0,6	-	0,2	-	0,8
Stima rientro fondi	4,6	0,7	-	(0,1)	5,2
Imposte anticipate da rettifiche di consolidamento	1,8	(0,2)	-	-	1,6
Derivati su cambi e tassi	-	-	-	-	-
Altro	0,6	(0,1)	-	-	0,5
<b>Attività per imposte anticipate compensabili</b>	<b>154,6</b>	<b>26,9</b>	<b>0,2</b>	<b>(44,0)</b>	<b>137,7</b>
<b>Passività per imposte differite</b>	<b>(12,1)</b>	<b>29,5</b>	<b>2,4</b>	<b>(44,0)</b>	<b>(24,2)</b>

Nella determinazione delle attività per imposte anticipate si è tenuto conto della ragionevole certezza del loro futuro recupero.

Le variazioni relative alle altre componenti di risultato complessivo riguardano essenzialmente le imposte differite e anticipate rilevate a patrimonio netto e riferite all'effetto fiscale sulla rideterminazione dei piani a benefici definiti e degli strumenti di copertura di flussi finanziari rilevati secondo l'*hedge accounting*.

Le imposte anticipate sulle perdite fiscali portate a nuovo sono pari a Euro 129,5 milioni il cui utilizzo è probabile in relazione alla possibilità di compensazione con il riversamento a Conto economico consolidato della fiscalità differita passiva.

## 15.5 Altri debiti e passività non correnti

Gli altri debiti e passività non correnti, interamente riferiti a partite in Euro, sono pari a Euro 3,6 milioni (Euro 6,3 milioni al 31 dicembre 2015) e si riferiscono a risconti passivi per la quota non corrente dei contributi erogati dall'allora Ministero per le Comunicazioni a sostegno delle iniziative per il processo di transizione al digitale terrestre (Euro 6,2 al 31 dicembre 2015). Si rimanda alla nota n. 16.1 "Debiti commerciali e altri debiti e passività correnti" per ulteriori commenti in merito a tali contributi.

I debiti verso parti correlate sono indicati alla nota n. 18.4 "Rapporti con parti correlate".

## 16) Passività correnti

### 16.1 Debiti commerciali e altri debiti e passività correnti

I debiti commerciali e gli altri debiti e passività correnti, pari complessivamente a Euro 995,7 milioni (Euro 1.014,1 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016</b>	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Debiti commerciali verso i fornitori	679,1	662,4
Debiti commerciali verso collegate	7,1	4,0
<b>Totale debiti commerciali</b>	<b>686,2</b>	<b>666,4</b>
Debiti verso istituti di previdenza	78,3	76,1
Altri debiti verso il personale	203,8	184,6
Debiti per accertamenti di competenza	7,6	10,9
Acconti	6,5	59,6
Risconti:		
- Contributo per transizione al Digitale Terrestre	2,6	5,6
- Altri risconti	1,9	1,6
Altri debiti	8,8	9,3
<b>Totale altri debiti e passività correnti</b>	<b>309,5</b>	<b>347,7</b>
<b>Totale debiti commerciali e altri debiti e passività correnti</b>	<b>995,7</b>	<b>1.014,1</b>

I debiti commerciali, pari a Euro 686,2 milioni, aumentano di Euro 19,8 milioni rispetto al 31 dicembre 2015.

Gli altri debiti e passività correnti si riducono di Euro 38,2 milioni rispetto al 31 dicembre 2015 principalmente per il venir meno degli acconti per canoni iscritti nell'esercizio precedente.

I debiti verso il personale ammontano a Euro 203,8 milioni (Euro 184,6 milioni al 31 dicembre 2015) e si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016</b>	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Ferie non fruita	75,8	82,5
Mancati riposi compensativi	51,0	52,1
Accertamento retribuzioni	52,0	43,7
Incentivazioni all'esodo	22,7	4,1
Altri	2,3	2,2
<b>Totale debiti verso il personale</b>	<b>203,8</b>	<b>184,6</b>

Nella voce Risconti per contributo per transizione al Digitale Terrestre figura iscritta per Euro 2,6 milioni la quota corrente dei contributi erogati alla Capogruppo dall'allora Ministero per le Comunicazioni dal 2007 al 2011 a sostegno delle iniziative per l'accelerazione del processo di transizione al digitale terrestre. Tali iniziative sono consistite in interventi su impianti e adeguamento infrastrutturale di siti per l'estensione delle aree con copertura digitale e il miglioramento dell'omogeneità di ricezione e della qualità del servizio all'utente. Il compito di effettuare tali tipologie di investimento è affidato alla società controllata Rai Way, alla quale sono demandate, tra l'altro, la progettazione, l'installazione, la realizzazione, la manutenzione, l'implementazione, lo sviluppo e la gestione delle reti di telecomunicazione. Il contributo è imputato nel Conto economico consolidato di ciascun esercizio in relazione alla quota d'ammortamento che si sarebbe rilevata nel caso in cui l'investimento fosse stato effettuato da Rai, tenuto conto del rapporto tra l'ammontare dei contributi riscossi e gli investimenti effettuati per la realizzazione dei progetti ad essi correlati.



I debiti verso istituti di previdenza sociale ammontano a Euro 78,3 milioni (Euro 76,1 milioni al 31 dicembre 2015) e si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016</b>	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Debiti verso Fondi Integrativi Previdenza personale	23,2	22,5
Debiti verso INPS (ex ENPALS)	20,2	19,8
Debiti verso INPGI	14,7	15,2
Debiti verso INPS	8,3	8,1
Debiti verso CASAGIT	1,5	1,5
Contributi su retribuzioni accertate	9,5	8,2
Altri debiti	0,9	0,8
<b>Debiti verso istituti previdenziali</b>	<b>78,3</b>	<b>76,1</b>

L'ammontare dei debiti in valute diverse dall'Euro è evidenziato alla nota n. 8.1 "Rischio di mercato".

I debiti verso parti correlate sono indicati alla nota n. 18.4 "Rapporti con parti correlate".

## 16.2 Passività finanziarie correnti

Le passività finanziarie correnti, pari ad Euro 200,5 milioni (Euro 40,8 milioni al 31 dicembre 2015), sono evidenziate nella sottostante tabella:

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016</b>	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Debiti verso banche a m/l termine (quota corrente)	39,9	34,9
Debiti verso altri finanziatori a m/l termine (quota corrente)	0,1	0,1
Debiti verso banche a breve termine	160,1	1,0
Debiti verso altri finanziatori - Finanziari del circolante	-	4,4
Debiti verso collegate - Finanziari del circolante	0,1	0,1
Altri debiti e passività finanziarie correnti	0,3	0,3
<b>Totale passività finanziarie correnti</b>	<b>200,5</b>	<b>40,8</b>

Le quote correnti di passività finanziarie non correnti sono già evidenziate e commentate alla nota n. 15.1 "Passività finanziarie non correnti".

I debiti verso banche a breve termine, pari a Euro 160,1 milioni (Euro 1,0 milioni al 31 dicembre 2015), sono determinati dal saldo negativo di conto corrente con le banche finanziatrici, la cui crescita è ascrivibile alle tempistiche di liquidazione dei maggiori canoni dovuti al Gruppo in base alla nuova modalità di riscossione che, applicata per la prima volta nell'esercizio in oggetto, non ha determinato maggiori versamenti nell'esercizio 2016, che saranno invece liquidati, a saldo, nell'esercizio 2017.

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

Il *fair value* (valore equo) degli strumenti finanziari derivati passivi, correnti e non correnti è di seguito indicato:

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016</b>	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
<b>Totale strumenti finanziari derivati - Quota corrente</b>	-	-
Derivati di copertura tassi	0,1	-
<b>Totale strumenti finanziari derivati - Quota non corrente</b>	<b>0,1</b>	-
<b>Totale strumenti finanziari derivati</b>	<b>0,1</b>	-

Le operazioni di *cash-flow hedge* riguardano l'attività di copertura del rischio di cambio su contratti per l'acquisto di diritti per la trasmissione di eventi sportivi e diritti televisivi relativi a prodotti seriali e cinematografici denominati in dollari e le operazioni di *Interest Rate Swap* sui finanziamenti a medio-lungo termine di Rai Way.

Al 31 dicembre 2016 non sono stimati *fair value* negativi di importo rilevante su strumenti derivati di copertura cambi.

Il *fair value* negativo sugli strumenti derivati di copertura tassi è pari a 0,1 al 31 dicembre 2016, interamente sospeso a patrimonio netto nella riserva di *cash-flow hedge*.

Le informazioni relative ai rischi oggetto di copertura e alle politiche di *hedging* sono indicate alla nota n. 8.1 "Rischio di mercato".

### 16.3 Debiti tributari

I debiti tributari, pari a Euro 85,8 milioni (Euro 78,5 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016</b>	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Debiti per IRES da consolidato fiscale nazionale	46,6	38,0
Debiti per IRAP	1,2	0,3
<b>Totale debiti per imposte dirette</b>	<b>47,8</b>	<b>38,3</b>
Debiti per IVA in sospensione	1,5	2,7
<b>Totale debiti per imposte indirette</b>	<b>1,5</b>	<b>2,7</b>
Trattenute da riversare su redditi da lavoro subordinato e autonomo	36,0	36,8
Ritenute diverse e imposte sostitutive	0,5	0,7
<b>Totale debiti per trattenute operate quale sostituto d'imposta</b>	<b>36,5</b>	<b>37,5</b>
<b>Totale debiti tributari</b>	<b>85,8</b>	<b>78,5</b>

Per quanto riguarda i debiti verso l'Erario per IRES, pari ad Euro 46,6 milioni (Euro 38,0 milioni al 31 dicembre 2015), si tenga presente che le società del Gruppo hanno optato per la tassazione di Gruppo, con il trasferimento alla Capogruppo, in qualità di soggetto consolidante, degli adempimenti connessi alla liquidazione e al versamento dell'imposta IRES relativamente alle società incluse nel consolidato fiscale. La procedura di consolidamento degli imponibili fiscali di Gruppo è regolata da apposito accordo tra la Capogruppo e le società controllate, come descritto alla nota n. 18.4 "Rapporti con parti correlate".

Le imposte sul reddito sono commentate alla nota n. 17.9 "Imposte sul reddito".

## 17) Conto economico

### 17.1 Ricavi da vendite e prestazioni

Di seguito sono analizzate le principali voci che compongono i Ricavi da vendite e prestazioni.

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Canoni	1.909,7	1.637,5
Pubblicità	698,2	658,8
Altri ricavi	183,4	179,2
<b>Totale ricavi da vendite e prestazioni</b>	<b>2.791,3</b>	<b>2.475,5</b>

L'articolazione per area geografica dei ricavi evidenzia una provenienza prevalentemente nazionale.

#### Ricavi da canoni

I ricavi da canoni, nel 2016 pari a Euro 1.909,7 milioni (Euro 1.637,5 milioni nel 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Canoni del periodo - utenze private	1.792,7	1.537,4
Canoni del periodo - utenze speciali	77,8	75,6
Canoni da riscossione coattiva	39,6	25,9
Restituzione canoni	(0,4)	(1,4)
<b>Totale canoni</b>	<b>1.909,7</b>	<b>1.637,5</b>

In merito ai ricavi da canoni (per la cui definizione si rimanda alla nota n. 4 "Criteri di valutazione") si precisa che nella determinazione dell'ammontare dei canoni per utenze private sono state utilizzate le informazioni e i dati resi disponibili con riferimento alle nuove modalità di riscossione, tenuto conto di quanto previsto dalla Legge 23 dicembre 2014, n. 190 (art. 1, comma 293), che aveva disposto la riduzione del 5 per cento, a decorrere dall'anno 2015, delle somme da riversare a Rai per la copertura del costo di fornitura del Servizio Pubblico.

Le nuove modalità di riscossione sono state introdotte dalla Legge n. 208 del 28 dicembre 2015 (c.d. Legge di stabilità 2016) che all'art.1, commi 152 e seguenti, ha disposto, a partire dal 1° gennaio 2016, la riscossione del canone Tv per uso privato attraverso l'addebito – con distinta voce – sulle fatture emesse dalle imprese elettriche.

Tale norma ha introdotto, al fine di contrastare il fenomeno dell'evasione, il meccanismo in base al quale la detenzione di un apparecchio Tv si presume nel caso in cui esista un'utenza per la fornitura di energia elettrica nel luogo in cui un soggetto ha la sua residenza anagrafica. Tale presunzione di detenzione della Tv può essere superata esclusivamente attraverso una dichiarazione sostitutiva rilasciata ai sensi del Testo Unico di cui al decreto del Presidente della Repubblica 28 dicembre 2000, n. 445, la cui mendacia comporta effetti anche penali.

La citata legge di stabilità 2016 ha inoltre stabilito che, per gli anni dal 2016 al 2018, le eventuali maggiori entrate rispetto a quanto previsto nel bilancio di previsione dello Stato per l'anno 2016 sono riversate a Rai nella misura del 67% per l'anno 2016 e del 50% per ciascuno degli anni 2017 e 2018.

Il meccanismo di determinazione del canone unitario previsto dal Testo Unico dei media audiovisivi e radiofonici (cosiddetta "contabilità separata"), finalizzato ad assicurare la proporzionalità tra costi sostenuti dalla Rai per lo svolgimento delle attività di Servizio Pubblico ad essa affidate, certificati da revisore indipendente, e le risorse da canone, evidenzia una carenza di queste ultime per il periodo 2005 - 2015 per un importo pari a oltre Euro 2,6 miliardi.

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

## Ricavi da pubblicità

I ricavi da pubblicità, nel 2016 pari a Euro 698,2 milioni (Euro 658,8 milioni nel 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Pubblicità televisiva su canali generalisti:		
- tabellare	458,8	432,1
- promozioni, sponsorizzazioni e iniziative speciali	127,3	113,4
- product placement	5,3	4,5
Pubblicità televisiva su canali specializzati	65,8	68,2
Pubblicità radiofonica	29,9	27,8
Pubblicità cinema	3,8	5,6
Pubblicità su web	8,5	7,1
Altra pubblicità	0,7	1,8
Quote competenza terzi	(1,5)	(1,2)
Sopravvenienze	(0,4)	(0,5)
<b>Totale ricavi da pubblicità</b>	<b>698,2</b>	<b>658,8</b>

I ricavi da pubblicità presentano un incremento pari ad Euro 39,4 milioni rispetto al dato del 2015, beneficiando degli ottimi risultati conseguiti con la raccolta relativa ai Grandi Eventi Sportivi (in particolare il Campionato Europeo di Calcio).

È altresì da rilevare che a partire dal mese di maggio la Capogruppo ha deciso di interrompere la raccolta pubblicitaria per tre canali delle Tv specializzate (Rai YoYo, Rai 5, Rai Storia), che nel periodo maggio-dicembre 2015 era stata dell'ordine di un fatturato di circa 11 milioni di Euro.

## Altri ricavi

Gli altri ricavi da vendite e prestazioni, nell'esercizio 2016 pari a Euro 183,4 milioni (Euro 179,2 milioni nel 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Servizi speciali da convenzione	44,4	50,3
Commercializzazione diritti ed edizioni musicali	60,5	54,8
Distribuzione cinematografica e home video	29,3	37,7
Distribuzione e commercializzazione canali	20,0	16,1
Canoni ospitalità impianti e apparati	32,4	32,7
Servizi diversi, principalmente a fini istituzionali	9,5	16,1
Servizi di diffusione segnale, nolo circuiti, ponti radio e collegamenti	5,8	5,7
Interazioni telefoniche	0,7	1,2
Servizi di produzione	0,7	0,6
Ricavi da vendita pubblicazioni	1,6	0,7
Altro	1,5	1,4
Quote terzi	(29,1)	(41,6)
Sopravvenienze	6,1	3,5
<b>Totale ricavi delle vendite e delle prestazioni - altri ricavi</b>	<b>183,4</b>	<b>179,2</b>

## 17.2 Altri ricavi e proventi

Gli altri ricavi e proventi, nel 2016 pari ad Euro 18,2 milioni (Euro 17,6 milioni nel 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Contributi in conto esercizio	9,1	8,0
Proventi degli investimenti immobiliari e noleggi	2,0	2,1
Proventi da produzione programmi	0,7	0,9
Risarcimento danni	0,7	1,2
Plusvalenze da alienazioni	-	0,5
Sopravvenienze	1,9	0,4
Altro	3,8	4,5
<b>Totale altri ricavi e proventi</b>	<b>18,2</b>	<b>17,6</b>

## 17.3 Costi per acquisto di materiale di consumo, per servizi e altri costi

I costi per acquisto di materiale di consumo, per servizi e altri costi, complessivamente pari ad Euro 1.151,3 milioni (Euro 988,6 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
<b>Acquisti materiali di consumo</b>	<b>139</b>	<b>164</b>
Prestazioni di lavoro autonomo	134,9	132,1
Servizi per acquisizione e produzione programmi	212,6	195,6
Diarie, viaggi di servizio e costi accessori del personale	41,1	38,1
Manutenzioni, riparazioni, trasporti e assimilati	45,1	44,7
Servizi di documentazione e assistenza sistemi informativi	50,0	46,5
Altri servizi esterni (telefonata, servizi di erogazione, pulizia, postali, assicurazioni ecc.)	160,0	157,7
Affitti passivi e noleggi	95,1	88,6
Diritti di ripresa	257,9	146,2
Diritti di utilizzazione	111,1	106,5
Sopravvenienze	(14,5)	(14,5)
Recuperi e rimborsi di spesa	(14,5)	(17,8)
<b>Costi per servizi</b>	<b>1.078,8</b>	<b>923,7</b>
Premi e vincite	12,4	11,4
Contributo diritti d'uso frequenze digitali Tv e altri contributi	10,3	0,1
Contributo alle Autorità di Controllo	5,5	5,8
TASI/IMU	10,6	10,6
Altre imposte indirette, tasse e altri tributi	11,1	11,0
Quotidiani, periodici, libri e pubblicazioni	1,7	1,7
Quote e contributi associativi	3,7	3,7
Minusvalenze da alienazioni	0,1	0,6
Altri	3,8	3,3
Sopravvenienze	(0,6)	0,3
<b>Altri costi</b>	<b>58,6</b>	<b>48,5</b>
<b>Totale costi per acquisto di materiale di consumo, per servizi e altri costi</b>	<b>1.151,3</b>	<b>988,6</b>

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

I costi per acquisti di materiali di consumo, pari a Euro 13,9 milioni (Euro 16,4 milioni al 31 dicembre 2015), si riferiscono principalmente ad acquisti di materiali vari di produzione per Euro 4,3 milioni (Euro 4,1 milioni al 31 dicembre 2015), di materiali tecnici per magazzino per Euro 1,1 milioni (Euro 1,4 milioni al 31 dicembre 2015) e di altri materiali per Euro 8,9 milioni (Euro 11,0 milioni al 31 dicembre 2015).

I costi per servizi, il cui dettaglio è presentato nel sovrastante prospetto, ammontano complessivamente a Euro 1.078,8 milioni (Euro 923,7 milioni al 31 dicembre 2015) al netto degli sconti e abbuoni ottenuti. Comprendono, tra l'altro, gli emolumenti, le indennità di carica e i rimborsi spese corrisposti dalla Capogruppo agli Amministratori per Euro 0,5 milioni ed ai Sindaci per Euro 0,2 milioni. Si segnala inoltre, che due Sindaci della Capogruppo hanno svolto, in sovrapposizione, mansioni analoghe in altre società controllate, percependo per tali incarichi, emolumenti di ammontare non significativo.

Ai sensi dell'art. 2427, n. 16 bis, del C.C. si precisa che i corrispettivi di competenza dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 per i servizi di revisione e per quelli diversi da quelli della revisione resi dalla stessa Società di revisione ammontano rispettivamente ad Euro 0,3 milioni ed Euro 0,1 milioni.

Gli altri costi, pari ad Euro 58,6 milioni (Euro 48,5 milioni al 31 dicembre 2015), si riferiscono principalmente a premi e vincite su concorsi radiotelevisivi, imposte indirette e altri tributi, contributo diritti d'uso frequenze digitali Tv e altri contributi.

## 17.4 Costi per il personale

I costi per il personale pari a Euro 1.031,7 milioni (Euro 977,0 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016</b>	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Salari e stipendi	747,1	713,8
Oneri sociali	206,1	206,3
Trattamento di fine rapporto	44,5	43,8
Trattamenti di quiescenza e simili	14,8	14,0
Altri	15,0	19,5
<b>Costi del personale</b>	<b>1.027,5</b>	<b>997,4</b>
Oneri di incentivazione all'esodo	28,4	8,1
Recuperi di spesa	(1,0)	(0,8)
Costi del personale capitalizzati	(17,1)	(22,0)
<b>Altri costi del personale</b>	<b>10,3</b>	<b>(14,7)</b>
Sopravvenienze e rilasci di fondi	(6,1)	(5,7)
<b>Totale costi del personale</b>	<b>1.031,7</b>	<b>977,0</b>

La voce include oneri per piani a contributi definiti per Euro 45,5 milioni e proventi per piani a benefici definiti per Euro 5,1 milioni al netto delle prestazioni passate come analizzati alla nota n. 15.2 "Benefici per i dipendenti".

Nel Gruppo sono applicati cinque Contratti Collettivi di Lavoro, rispettivamente il CCL di lavoro per i quadri impiegati ed operai dipendenti delle società Rai, Rai Way, Rai Cinema e Rai Com, il CCL per i Professori d'Orchestra della Rai, il Contratto Nazionale di Lavoro Giornalistico, applicato in Rai secondo le modalità definite da una "Convenzione di estensione alla Rai del CNLG" ed il relativo Accordo Integrativo con Usigrai per il personale giornalistico, il CCNL per i Dirigenti di Aziende produttrici di beni e servizi ed il relativo Accordo Integrativo fra Rai e ADRAI e il CCNL per i dipendenti di Rai Pubblicità.

I contratti aziendali rispettivamente per quadri, impiegati e operai e per i Professori d'orchestra sono scaduti il 31 dicembre 2013.

Per il personale giornalistico, il Contratto Nazionale di Lavoro vigente (1/4/2013 - 31/3/2016 prorogato per ulteriori 6 mesi) non viene al momento applicato in azienda non essendo stato possibile

raggiungere una intesa con l'Usigrai sulla Convenzione di estensione; l'Accordo Integrativo è scaduto il 31 dicembre 2013.

Per il personale con qualifica di dirigente, il Contratto Nazionale è vigente per il periodo 1/1/2015 – 31/12/2018 mentre il contratto integrativo Rai ADRAI per il periodo 2014 – 2016 è stato rinnovato il 23 dicembre 2015.

Il numero medio dei dipendenti delle imprese incluse nell'area di consolidamento ripartito per categoria è il seguente:

	31 dicembre 2016			31 dicembre 2015		
	numero medio TD	Numero medio TI (1)	Totale	numero medio TD	Numero medio TI (1)	Totale
- Dirigenti	0	343	343	0	324	324
- Funzionari e quadri	1	1.354	1.355	2	1.324	1.326
- Giornalisti	117	1.709	1.826	223	1.621	1.844
- Impiegati	579	7.757	8.336	635	7.602	8.237
- Operai	89	930	1.019	109	945	1.054
- Orchestrali e coristi	4	119	123	3	121	124
- Medici ambulatoriali	0	8	8	0	8	8
<b>Totale</b>	<b>790</b>	<b>12.220</b>	<b>13.010</b>	<b>972</b>	<b>11.945</b>	<b>12.917</b>

(1) di cui contratti di inserimento/apprendistato

193

197

Il numero medio dei dipendenti è calcolato come media aritmetica della consistenza giornaliera del periodo considerato ponderata in relazione all'impiego a tempo parziale del dipendente. Il numero medio dei dipendenti include il personale con contratto a tempo indeterminato e determinato.

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

## 17.5 Ammortamenti e svalutazioni

Gli ammortamenti e svalutazioni pari a Euro 543,4 milioni (Euro 537,5 milioni nel 2015), si analizzano come di seguito indicato:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
<b>Attività materiali:</b>		
Fabbricati	18,0	17,6
Impianti e macchinario	80,2	87,6
Attrezzature industriali e commerciali	2,8	2,7
Altri beni	5,6	5,6
<b>Totale ammortamenti attività materiali</b>	<b>106,6</b>	<b>113,5</b>
<b>Attività immateriali:</b>		
Programmi	381,4	371,5
Software	6,2	5,7
Frequenze Digitale Terrestre	1,1	3,4
Altri diritti	0,3	0,3
<b>Totale ammortamenti attività immateriali</b>	<b>389,0</b>	<b>380,9</b>
<b>Ammortamenti investimenti immobiliari</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>
<b>Totale ammortamenti</b>	<b>495,9</b>	<b>494,7</b>
Programmi in ammortamento	32,2	25,3
Altre attività immateriali	-	1,4
Programmi in corso	11,2	9,6
Crediti commerciali	2,6	3,8
Altri crediti e attività correnti	0,4	0,3
Altri crediti e attività non correnti	1,1	2,4
<b>Totale svalutazioni</b>	<b>47,5</b>	<b>42,8</b>
<b>Totale ammortamenti e svalutazioni</b>	<b>543,4</b>	<b>537,5</b>

## 17.6 Accantonamenti

Gli accantonamenti netti, pari a Euro 18,8 milioni (Euro 2,2 milioni nel 2015), sono determinati da accantonamenti per Euro 40,6 milioni (Euro 17,7 milioni nel 2015), compensati da rilasci per Euro 21,8 milioni (Euro 15,5 milioni nel 2015) in gran parte riferiti a fondi rischi e oneri per controversie di varia natura. Tra gli accantonamenti è da segnalare l'importo di Euro 10,6 milioni effettuato per tenere conto delle sanzioni e degli interessi che potrebbero derivare dagli avvisi di accertamento notificati a Rai Pubblicità ai fini IVA come già commentato alla nota n. 15.3 "Fondi per rischi ed oneri non correnti", rinviando in merito a quanto esposto nella nota n. 18.3 "Passività potenziali".



## 17.7 Proventi e oneri finanziari

Gli oneri finanziari netti pari a Euro 18,2 milioni (Euro 19,4 milioni nel 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
<b>Proventi finanziari</b>		
Interessi attivi v/banche	0,1	0,4
Utili su cambi da valutazione	0,5	1,2
Utilizzi su cambi realizzati	0,1	0,4
Proventi su strumenti derivati su tassi	-	0,8
Proventi su strumenti derivati su cambi	0,4	0,3
Altri	1,5	1,9
<b>Totale proventi finanziari</b>	<b>2,6</b>	<b>5,0</b>
<b>Oneri finanziari</b>		
Interessi passivi v/banche	(2,4)	(6,9)
Interessi passivi v/altri finanziatori	(0,6)	(1,0)
Interessi passivi su prestiti obbligazionari	(6,1)	(3,6)
Oneri su strumenti derivati di copertura tassi	(0,1)	(2,1)
Oneri su strumenti derivati di copertura cambi	(0,2)	(0,7)
Perdite su cambi da valutazione	(0,9)	(0,6)
Perdite su cambi realizzate	(0,9)	(1,1)
Interessi su obbligazioni per beneficiari dipendenti	(7,4)	(5,2)
Altri	(2,2)	(3,2)
<b>Totale oneri finanziari</b>	<b>(20,8)</b>	<b>(24,4)</b>
<b>Oneri finanziari netti</b>	<b>(18,2)</b>	<b>(19,4)</b>

## 17.8 Risultato delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto

Il risultato delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto, negativo per Euro 0,7 milioni (positivo per Euro 1,9 milioni nel 2015), si analizza come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Euronews SA	(1,5)	1,0
San Marino RTV SpA	(0,1)	-
Tivù Srl	0,9	0,9
<b>Totale effetto della valutazione con il metodo del patrimonio netto</b>	<b>(0,7)</b>	<b>1,9</b>

L'analisi della variazione delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto è indicata alla nota n. 12.4 "Partecipazioni".

## 17.9 Imposte sul reddito

Le imposte sul reddito si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016</b>	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
IRES	(47,0)	(38,3)
IRAP	(8,9)	(7,7)
<b>Totale imposte correnti</b>	<b>(55,9)</b>	<b>(46,0)</b>
Imposte differite passive	2,6	21,9
Imposte differite attive	26,9	27,5
<b>Totale imposte differite</b>	<b>29,5</b>	<b>49,4</b>
Imposte dirette di esercizi precedenti	(0,9)	0,7
<b>Totale imposte dell'esercizio</b>	<b>(27,3)</b>	<b>4,1</b>

L'analisi della differenza tra la fiscalità teorica e quella effettiva è la seguente:

(in milioni di Euro)	<b>Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016</b>	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Utile (Perdita) prima delle imposte	45,4	(29,7)
Aliquota fiscale IRES	27,5%	27,5%
(Onere) Provento fiscale teorico	(12,5)	8,2
Imposte relative a esercizi precedenti	(0,9)	0,7
Differenze fiscali	(5,0)	2,9
IRAP	(8,9)	(7,7)
<b>Totale imposte sul reddito</b>	<b>(27,3)</b>	<b>4,1</b>

La voce Differenze fiscali rappresenta l'effetto economico, sulle imposte teoriche dell'esercizio, derivante dall'applicazione delle norme fiscali italiane che regolano la determinazione della base imponibile IRES e IRAP.

Per l'anno 2016 tali differenze sono da ricondurre principalmente alla dinamica delle variazioni dell'imponibile IRES/IRAP e, in misura minore, agli effetti derivanti dalla diminuzione dell'aliquota IRES (dal 27,5% al 24%) a partire dal periodo d'imposta 2017.

## 18) Altre informazioni

### 18.1 Garanzie

Le garanzie prestate, pari a Euro 38,4 milioni (Euro 41,8 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016			
	Fidejussioni	Altre garanzie personali	Garanzie reali	Totale
Joint venture e collegate	2,6	-	-	2,6
Altri	35,8	-	-	35,8
<b>Totale</b>	<b>38,4</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>38,4</b>

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015			
	Fidejussioni	Altre garanzie personali	Garanzie reali	Totale
Joint venture e collegate	2,6	-	-	2,6
Altri	36,9	-	2,3	39,2
<b>Totale</b>	<b>39,5</b>	<b>-</b>	<b>2,3</b>	<b>41,8</b>

Tra le garanzie prestate risulta iscritta l'assunzione di obbligo di pagamento nei confronti dell'Amministrazione Finanziaria, a garanzia del rimborso anticipato di eccedenze IVA pari a Euro 34,0 milioni al 31 dicembre 2016 (Euro 35,1 milioni al 31 dicembre 2015) a favore di imprese controllate.

Il Gruppo presenta inoltre garanzie prestate da terzi a fronte di obbligazioni commerciali e finanziarie per un ammontare pari a Euro 400,1 milioni (Euro 379,2 milioni al 31 dicembre 2015) che riguardano principalmente:

- (i) garanzie ricevute da banche ed enti assicurativi diversi:
  - a garanzia dell'acquisizione di beni e servizi;
  - dell'esatto adempimento di contratti di realizzazione di produzioni radiotelevisive;
- (ii) garanzie prestate da terzi per obbligazioni del Gruppo:
  - a fronte di debiti – principalmente per fidejussione rilasciata in favore della Capogruppo a garanzia del finanziamento a medio lungo termine BEI;
  - a fronte di altre obbligazioni – principalmente per fidejussioni rilasciate in favore della Capogruppo all'Amministrazione Finanziaria a garanzia dei concorsi a premio e del credito IVA oggetto di rimborso e a UEFA per le qualificazioni ai Mondiali di Calcio del 2018.

### 18.2 Impegni

I principali impegni, anche di carattere pluriennale, collegati al prodotto o connessi a iniziative di ammodernamento e sviluppo tecnologico, già sottoscritti alla data di riferimento del bilancio, sono di seguito riportati:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
<b>Impegni</b>		
Diritti sportivi	161,1	265,5
Investimenti in opere audiovisive	178,4	220,8
Diritti e servizi per la realizzazione di altri programmi	40,8	38,2
Investimenti tecnici	39,8	19,6
<b>Totale impegni</b>	<b>420,1</b>	<b>544,1</b>

### 18.3 Passività potenziali

Le società del Gruppo, e principalmente Rai, sono parti in procedimenti civili, amministrativi, giuslavoristici e previdenziali connessi all'ordinario svolgimento delle proprie attività.

I contenziosi in materia civile e amministrativa che riguardano il Gruppo attengono principalmente alle attività di produzione e trasmissione al pubblico di programmi radiotelevisivi. La quasi totalità dei contenziosi civili ha ad oggetto richieste di risarcimento di danni, in larga parte connesse alla diffamazione e alla lesione di diritti della personalità, mentre nell'ambito dei giudizi amministrativi riguardanti gli appalti, la domanda risarcitoria per equivalente viene formulata solo in via subordinata, poiché la domanda principale ha ad oggetto l'annullamento degli atti di gara e in alcuni casi il subentro nel contratto.

Al verificarsi, sulla base delle analisi condotte su tali tipologie di controversie, delle seguenti condizioni:

- disponibilità, al momento della redazione del bilancio, di informazioni che facciano ritenere probabile il sorgere di una passività;
- possibilità di stimare l'entità dell'onere con sufficiente ragionevolezza, tenuto conto del *petitum attoreo*, si procede all'appostazione del relativo onere mediante appostazione nel Fondo controversie legali.

Si evidenzia in proposito il procedimento, il cui rischio di soccombenza è ritenuto possibile, instaurato nei confronti della Rai in merito alla diffusione di contenuti Rai su piattaforme DVB-H. La Corte d'Appello di Milano ha rigettato integralmente le domande di controparte, confermando la sentenza del Tribunale. I termini di impugnazione non sono tuttavia ancora decorsi.

Per quanto attiene alla materia giuslavoristica e previdenziale, il Gruppo è parte di un elevato numero di contenziosi aventi ad oggetto, principalmente, richieste di reintegrazione, domande di accertamento di interposizioni fittizie di manodopera, richieste di qualifiche superiori o inquadramenti, domande di risarcimento danni per asserita dequalificazione e la dedotta inosservanza di obblighi di previdenza derivanti da contratti o accordi collettivi. Al fine di determinare l'eventuale somma da accantonare, considerato il numero di cause pendenti e la conseguente difficoltà di effettuare una valutazione puntuale per ciascuna di esse, sono state individuate tre sotto-categorie in relazione allo stato del giudizio e all'eventuale esito intermedio della controversia (cause non ancora definite in primo grado, soccombenza in grado intermedio ed esito favorevole in grado intermedio), per ciascuna delle quali si procede a stimare la percentuale di rischio con l'individuazione di un valore medio espresso in termini percentuali, al fine di quantificare lo stanziamento al Fondo controversie legali.

Con riferimento alle passività potenziali correlate ai provvedimenti dell'Agenzia delle Entrate notificati nel mese di dicembre 2016 a Rai Pubblicità, di cui è stata già fornita indicazione alla nota n. 15.3 "Fondi per rischi e oneri non correnti", si precisa che, in relazione agli importi complessivamente contestati per IVA pari a totali Euro 42,2 milioni (Euro 16,8 milioni per imposta, Euro 20,9 milioni per sanzioni ed Euro 4,5 milioni per interessi calcolati al 30 dicembre 2016), l'onere probabile è stato valutato in Euro 6,1 milioni a fronte del rischio correlato alle sanzioni (determinate applicando il principio della continuazione di cui all'art. 12 comma 1 e 5 D. Lgs. 472/97, con riferimento al minimo applicabile) e in Euro 4,5 milioni a fronte del rischio correlato agli interessi calcolati fino alla data del 31 dicembre 2016. Con riferimento a tali specifici importi è stato pertanto effettuato un accantonamento al Fondo contenzioso fiscale di complessivi Euro 10,6 milioni, come evidenziato alla nota n.15.3 "Fondi per rischi e oneri non correnti". Per quanto attiene all'IVA, il grado di rischio della correlata passività potenziale è stato giudicato meramente possibile e, conseguentemente, non è stato effettuato alcun accantonamento al Fondo contenzioso fiscale. Rai Pubblicità, infatti, ritiene, in caso di conferma della pretesa tributaria, di potersi avvalere al termine del contenzioso, con probabilità di positiva valutazione in sede giurisdizionale, dell'istituto della rivalsa di cui all'art. 60 comma 7 D.P.R. 633/72, al fine di recuperare l'importo eventualmente pagato.

La nota n.15.3 "Fondi per rischi e oneri non correnti" dettaglia gli accantonamenti effettuati a fronte di tali fattispecie.

Sulla base delle informazioni attualmente a disposizione, e tenuto conto dei fondi rischi esistenti, il Gruppo ritiene congrui i valori accantonati nei fondi rischi esistenti.

## 18.4 Rapporti con Parti Correlate

Di seguito è riportato il dettaglio dei rapporti intrattenuti dalla Capogruppo con le Parti Correlate, individuate sulla base dei criteri definiti dallo IAS 24 "Informativa di bilancio sulle operazioni con parti correlate", per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 e per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2015.

La Capogruppo intrattiene rapporti principalmente di natura commerciale e finanziaria con le seguenti parti correlate:

- Rai Cinema;
- Rai Com;
- Rai Corporation;
- Rai Pubblicità;
- Rai Way;
- dirigenti con responsabilità strategiche del Gruppo ("Alta direzione");
- altre società collegate e *joint venture* verso le quali il Gruppo possiede un'interessenza come indicate nella nota n. 12.4 "Partecipazioni"; società sotto il controllo o il controllo congiunto dell'Alta direzione ed entità che gestiscono piani di benefici successivi alla fine del rapporto di lavoro esclusivi per i dipendenti del Gruppo Rai ("Altre parti correlate").

Sebbene le operazioni con Parti Correlate siano effettuate a normali condizioni di mercato, non vi è garanzia che, ove le stesse fossero state concluse fra o con terze parti, queste ultime avrebbero negoziato e stipulato i relativi contratti, ovvero eseguito le operazioni stesse, alle medesime condizioni e con le stesse modalità.

Per "Alta direzione" si intendono i dirigenti con responsabilità strategica aventi il potere e la responsabilità diretta o indiretta della pianificazione, della direzione e del controllo delle attività delle società del Gruppo e comprende tra l'altro i componenti del Consiglio di Amministrazione delle società del Gruppo. Relativamente ai compensi dei Sindaci si rimanda a quanto riportato alla nota n. 17.3 "Costi per acquisto di materiali di consumo, per servizi e altri costi".

Nella seguente tabella sono dettagliati i saldi patrimoniali al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015 e gli effetti economici delle operazioni tra il Gruppo e le parti correlate nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015 ad esclusione ovviamente di quelli intercorrenti tra la Capogruppo e le sue controllate, consolidate con il metodo integrale:

(in milioni di Euro)	Alta direzione	Altre parti correlate	Totale
<b>Crediti commerciali correnti</b>			
Al 31 dicembre 2016	-	0,4	0,4
Al 31 dicembre 2015	-	0,2	0,2
<b>Altri crediti e attività correnti</b>			
Al 31 dicembre 2016	0,3	-	0,3
Al 31 dicembre 2015	0,5	-	0,5
<b>Benefici ai dipendenti</b>			
Al 31 dicembre 2016	(6,6)	(15,0)	(21,6)
Al 31 dicembre 2015	(6,9)	(15,0)	(21,9)
<b>Debiti commerciali</b>			
Al 31 dicembre 2016	-	(7,2)	(7,2)
Al 31 dicembre 2015	-	(4,0)	(4,0)
<b>Altri debiti e passività correnti</b>			
Al 31 dicembre 2016	(7,0)	(14,2)	(20,8)
Al 31 dicembre 2015	(7,2)	(13,6)	(24,6)
<b>Passività finanziarie correnti</b>			
Al 31 dicembre 2016	-	(0,1)	(0,1)
Al 31 dicembre 2015	-	(0,1)	(0,1)

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

(in milioni di Euro)	Alta direzione	Altre parti correlate	Totale
<b>Ricavi da vendite e prestazioni</b>			
Al 31 dicembre 2016	-	0,7	0,7
Al 31 dicembre 2015	-	0,7	0,7
<b>Altri ricavi e proventi</b>			
Al 31 dicembre 2016	-	0,1	0,1
Al 31 dicembre 2015	-	0,1	0,1
<b>Costi per servizi</b>			
Al 31 dicembre 2016	(0,9)	(9,6)	(10,5)
Al 31 dicembre 2015	(1,2)	(8,5)	(9,7)
<b>Costi per il personale</b>			
Al 31 dicembre 2016	(25,8)	(14,0)	(39,8)
Al 31 dicembre 2015	(23,2)	(13,3)	(36,5)

Di seguito si riporta una descrizione dei principali accordi in essere tra Capogruppo e società controllate, collegate e *joint venture* sopra identificate.

## Accordi di fornitura di servizi a Rai

### Rai Pubblicità

Rai ha in essere una convenzione per la raccolta pubblicitaria sulla base della quale Rai Pubblicità gestisce in esclusiva l'acquisizione della pubblicità sulla radio e televisione generalista, sui canali specializzati digitali e satellitari in chiaro, sul televideo, sul dominio Rai e su altri mezzi minori.

### Rai Com

Rai ha conferito a Rai Com un mandato senza rappresentanza avente principalmente ad oggetto:

- la commercializzazione di diritti di sfruttamento in sede televisiva, in sede radiofonica e/o cinematografica, in sede audiovisiva (intendendosi per tali i diritti di sfruttamento a mezzo home e commercial video eccetera), di sfruttamento multimediale interattivo e non e di diritti derivati;
- la gestione negoziale di contratti quadro e/o convenzioni con enti ed istituzioni, centrali e locali, nazionali ed internazionali, pubblici e privati;
- l'acquisizione e/o la realizzazione di opere musicali e/o teatrali: musica colta, prosa e edizioni musicali;
- la gestione dei servizi di biglietteria, nonché la realizzazione e/o gestione, di iniziative di interazione telefonica e/o di iniziative interattive;
- l'ideazione, lo sviluppo, la definizione, la stipula e/o la gestione di progetti finalizzati alla partecipazione della Rai a bandi di gara italiani ed europei aventi ad oggetto finanziamenti attivi a fondo perduto o a tasso agevolato;
- la negoziazione, definizione, formalizzazione e/o gestione dei contratti library sportive, inclusa la realizzazione e/o gestione di tutte le iniziative di carattere commerciale negli stessi previste;
- la negoziazione, definizione, formalizzazione e/o gestione di altri accordi di collaborazione con società terze, purché aventi natura e finalità commerciale; e
- le attività di commercializzazione all'estero di canali facenti capo alla Rai.

### Rai Cinema

Con Rai Cinema è in essere uno specifico contratto con il quale la società si impegna a mettere a disposizione di Rai, in esclusiva, un catalogo di passaggi *free tv* relativi ad opere audiovisive dalla stessa Rai Cinema acquisite a vario titolo e Rai si obbliga ad acquistare da Rai Cinema, in esclusiva, i diritti di sfruttamento per passaggi *free tv* di opere audiovisive.

## Rai Way

Rai Way e Rai hanno in essere un contratto di servizio, per effetto del quale Rai ha affidato a Rai Way, su base esclusiva, un insieme di servizi che permettano a Rai:

- (i) la regolare trasmissione e diffusione, in Italia e all'estero, dei MUX che le sono stati assegnati in base alla normativa applicabile; e
- (ii) il regolare assolvimento degli obblighi di Servizio Pubblico.

Il Contratto di Servizio prevede e disciplina, altresì, l'eventualità che in futuro, al manifestarsi di nuove esigenze di Rai, le parti possano negoziare la fornitura di servizi aggiuntivi ovvero di servizi finalizzati allo sviluppo di nuove reti di comunicazione elettronica e di telecomunicazioni o, ancora, di nuove tecnologie e standard trasmissivi.

## Accordi di natura finanziaria

Tra Rai e le società controllate – a eccezione di Rai Way che, in seguito al processo di quotazione, si è dotata di una piena autonomia finanziaria – è in vigore un rapporto di gestione di tesoreria centralizzata, tramite *cash-pooling* bancario, al fine di garantire la copertura dei fabbisogni finanziari e l'ottimizzazione dei flussi di cassa.

Al fine della copertura del rischio di cambio gravante sulla controllata Rai Cinema, quest'ultima ha conferito specifico mandato a Rai al fine di negoziare valuta e strumenti finanziari per proprio conto, operando secondo le modalità gestionali previste nelle policy di Gruppo.

Con riferimento a Rai Way, sono inoltre in vigore:

- un contratto di conto corrente intersocietario, strumentale a fornire a Rai la provvista necessaria per regolare le reciproche posizioni di credito e di debito derivanti da taluni servizi di pagamento residuali previsti dal contratto di servizi di Rai nei confronti di Rai Way;
- un contratto di mandato in favore di Rai ad eseguire pagamenti e incassi, rispettivamente, dei debiti e crediti derivanti dalla liquidazione di talune partite infragruppo, prevalentemente nel contesto dell'attività di compensazione, per il tramite di Rai, delle posizioni di credito e di debito tra le società del Gruppo (c.d. attività di *netting*), restando inteso che tale attività non include i pagamenti rivenienti dal Contratto di Servizio e che il mandato non sarà utilizzato per autorizzare operazioni di copertura.

## Accordi di fornitura di servizi da parte di Rai

La Rai fornisce una serie di prestazioni ad alcune società controllate, regolate da specifici contratti di servizio, che riguardano in particolare servizi amministrativi, servizi immobiliari, servizi informatici, servizi di collaudo e servizi di doppiaggio.

## Consolidato Fiscale

Il Gruppo Rai applica il regime di tassazione di gruppo ai fini IRES definito "Consolidato fiscale nazionale", come previsto dagli articoli 117 e seguenti del TUIR e disciplinato inoltre dal D.M. 9 giugno 2004.

L'opzione per il Consolidato fiscale nazionale, avente durata triennale, è stata rinnovata dalla Capogruppo Rai per Rai Way, Rai Cinema e Rai Com sino al 31 dicembre 2018; per Rai Pubblicità l'opzione ha validità sino al periodo d'imposta 2016, e sarà rinnovata nella prossima dichiarazione dei redditi di Rai.

I rapporti di natura civilistica e patrimoniale tra le società partecipanti sono regolati da un apposito accordo sottoscritto tra le parti, aggiornato in relazione alle modifiche normative in materia che si verificano in vigenza dell'accordo medesimo.

## Regime IVA di Gruppo

Il Gruppo si avvale della procedura di compensazione dell'IVA di Gruppo prevista dal Decreto Ministeriale del 13 dicembre 1979, recante le norme di attuazione delle disposizioni di cui all'articolo 73, ultimo comma, del Decreto del Presidente della Repubblica del 26 ottobre 1972, n. 633.

L'opzione per l'esercizio della procedura IVA di Gruppo con valenza annuale è stata esercitata tra Rai e tutte le altre società controllate residenti in Italia sino al 31 dicembre 2016. I rapporti di natura civilistica e patrimoniale, sono regolati da un apposito accordo sottoscritto fra le parti.

## Altre parti correlate

Il Gruppo intrattiene con le Altre parti correlate rapporti di natura commerciale e finanziaria; tra i più rilevanti si indicano i seguenti.

### San Marino RTV

È in essere con la società un contratto di conto corrente intersocietario sul quale sono trasferiti i debiti e crediti derivanti dalle transazioni economiche e finanziarie tra le parti. È inoltre previsto un affidamento da parte di Rai di Euro 1 milione che la società può utilizzare per scoperti derivanti dalla gestione ordinaria. Tale linea è controgarantita per il 50% dall'ERAS ("Ente per la Radiodiffusione Sammarinese").

Si segnala inoltre l'accordo di collaborazione in materia radiotelevisiva fra il Governo della Repubblica di San Marino e il Governo della Repubblica Italiana – Presidenza Consiglio dei Ministri, che prevede il riversamento di un contributo forfettario annuo a San Marino Rtv, effettuato per il tramite di Rai Com.

### Tivù

Sono in vigore accordi che prevedono:

- da parte di Rai: la fornitura dei servizi di elaborazione e di gestione dell'EPG (Electronic Program Guide), di servizi editoriali e di consulenza, nonché la messa a disposizione di capacità trasmissiva satellitare funzionale all'offerta dei servizi EPG;
- da parte di Tivù: la fornitura del servizio EPG per la piattaforma digitale terrestre e satellitare e il servizio di "encryption".

### Auditel

Fornisce il servizio di rilevazione dei dati di ascolto dei canali televisivi.



## 19) Eventi successivi alla data di riferimento del Bilancio Consolidato

### Rinnovo Concessione

Il Consiglio dei Ministri ha deliberato, con decreto del 28 aprile 2017 attualmente in via di pubblicazione, la concessione in esclusiva alla Rai, per una durata decennale a decorrere dal 30 aprile 2017, dell'esercizio del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale sull'intero territorio nazionale, approvando contestualmente l'annesso schema di convenzione.

Una volta completata la procedura, verrà poi negoziato e sottoscritto con il Ministero dello Sviluppo Economico il Contratto di Servizio quinquennale con cui saranno individuati diritti e obblighi della Società.

### Sud Engineering Srl

In data 1 marzo 2017, Rai Way ha finalizzato un accordo pluriennale per l'esercizio e la manutenzione della rete trasmissiva televisiva e radiofonica del Gruppo Norba, primo operatore locale in Italia per ascolti, attivo da 40 anni come leader nel settore della comunicazione multimediale nel Mezzogiorno. Contestualmente alla finalizzazione dell'accordo, la società ha acquisito da Telenorba l'intero capitale della Società Sud Engineering Srl con 30 siti trasmissivi localizzati in Puglia, Basilicata e Molise funzionali alla prevista attività di ospitalità delle postazioni.

### Rai Pubblicità

In data 7 febbraio 2017 la Guardia di Finanza – Nucleo di Polizia Tributaria di Torino ha notificato a Rai Pubblicità SpA un decreto di perquisizione e sequestro, emesso in data 30 gennaio 2017 dalla Procura della Repubblica di Torino. Tale decreto è stato emesso nell'ambito di un procedimento penale già avviato nel settembre 2016, quale conseguenza degli atti impositivi emessi dalla Direzione Regionale delle Entrate del Piemonte di cui si è già data menzione nel presente bilancio 2016. Il decreto è stato emesso in relazione ad un'asserita condotta criminosa perpetrata dalla Società "nei periodi di imposta dal 2006 al 2011 attraverso l'emissione di fatture per operazioni soggettivamente inesistenti nei confronti di una società estera"; tale condotta "sarebbe continuata nei periodi d'imposta successivi, dal 2012 al 2016, attraverso l'utilizzo" di altre società estere.

In merito a quanto sopra, si evidenzia che:

- per il periodo dal 2006 al 2011 i fatti erano già noti alla Procura della Repubblica di Milano che non ha ritenuto di procedere nei confronti di Rai Pubblicità SpA, ma esclusivamente nei confronti di soggetti legati alla predetta società estera per frode fiscale in materia di IVA;
- per il periodo dal 2012 al 2016 le vicende riguardano un'unica società estera (centro media) ancora attiva; le verifiche svolte, con l'assistenza di autorevole società di consulenza, hanno escluso anomalie nel processo di fatturazione da parte di Rai Pubblicità SpA.

### Rinnovo linee di credito

Nel mese di gennaio 2017 si è conclusa la procedura di rinnovo delle linee di credito *Revolving Credit Facility*, destinate alla copertura e al back-up dei fabbisogni di cassa del Gruppo (ad esclusione di Rai Way). Il finanziamento è utilizzato per far fronte alle esigenze di liquidità infrannuali derivanti dal versamento in quattro rate trimestrali, da parte del Ministero dell'Economia e delle Finanze, dei canoni versati dagli utenti.

La linea è concessa da un pool di quattro primarie banche per complessivi 270 milioni di Euro, con scadenza a cinque anni, e spread dell'1,17% sull'Euribor, in linea con i tassi di recenti operazioni effettuate da prenditori di primario standing creditizio.

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

## 20) Raccordo tra Bilancio Separato e Bilancio Consolidato

L'analisi delle voci di raccordo tra risultato del Conto economico e del patrimonio netto del Bilancio Separato e i rispettivi dati del Bilancio Consolidato è il seguente:

(in milioni di Euro)	Risultato economico		Patrimonio netto	
	2016	2015	2016	2015
Bilancio Rai	4,2	(46,0)	799,4	811,8
Eliminazione del valore delle partecipazioni contro i rispettivi patrimoni netti e dei dividendi distribuiti contro gli utili dell'esercizio	13,8	20,3	(321,2)	(318,2)
Rettifica imposte differite su rivalutazione partecipazione Rai Wway	-	(0,7)	5,0	5,0
Altre rettifiche di consolidamento	0,1	0,8	(6,6)	(5,8)
Bilancio consolidato	18,1	(25,6)	476,6	492,8
di cui attribuibile ai terzi	14,6	13,7	56,6	56,3

## 21) Appendice

### 21.1 Partecipazioni di Rai in società controllate

La seguente tabella contiene le indicazioni delle partecipazioni di Rai in società per azioni anche estere.

Le suddette partecipazioni al 31 dicembre 2016 non sono variate rispetto alla situazione presente al 31 dicembre 2015.

	Sede Legale	N. Azioni/Quote possedute	Valore Nominale (in Euro)	Capitale Sociale (in migliaia di Euro)	Quota partecipazione %
Imprese controllate:					
Rai Cinema SpA	Roma	38.759.690	5,16	200.000	100,00%
Rai Com SpA	Roma	2.000.000	5,16	10.320	100,00%
Rai Corporation in liquidazione	New York (USA)	50.000	10,00 (1)	500 (2)	100,00%
Rai Pubblicità SpA	Torino	100.000	100,00	10.000	100,00%
Rai Wway SpA	Roma	176.721.110	-(3)	70.176	64,971% (4)

(1) valori in USD

(2) valori in migliaia di USD

(3) Azioni ordinarie senza indicazione del valore nominale.

(4) La quota di partecipazione di Rai diminuisce dal 65,07353% al 64,971% in seguito alla concessione gratuita delle azioni prevista in sede di Offerta Pubblica di Vendita.

Il valore di mercato delle azioni di Rai Wway SpA al 30 dicembre 2016 è pari a 3,58 Euro.

## 21.2 Posizione finanziaria netta consolidata

La posizione finanziaria netta, determinata conformemente a quanto previsto dal paragrafo 127 delle raccomandazioni contenute nel documento predisposto dall'ESMA n. 319 del 2013, implementative del Regolamento (CE) 809/2004, è la seguente:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
A. Cassa	0,3	0,3
B. Altre disponibilità liquide	85,9	145,8
C. Titoli detenuti per la negoziazione	-	-
<b>D. Liquidità (A+B+C)</b>	<b>86,2</b>	<b>146,1</b>
Titoli	-	2,3
Strumenti derivati di copertura	1,7	8,4
Depositi bancari vincolati	5,5	3,1
Prestiti al personale	0,1	0,1
Altri (ratei, risconti, disaggi emissione)	0,1	0,1
<b>E. Crediti finanziari correnti</b>	<b>7,4</b>	<b>14,0</b>
F. Debiti bancari correnti	(160,1)	(1,0)
G. Parte corrente dell'indebitamento non corrente	(40,0)	(35,0)
<i>Debiti verso altri finanziatori</i>	-	(4,4)
<i>Debiti verso collegate</i>	(0,1)	(0,1)
<i>Altri (ratei, risconti, disaggi emissione)</i>	(0,3)	(0,3)
H. Altri debiti finanziari correnti	(0,4)	(4,8)
<b>I. Indebitamento finanziario corrente (F+G+H)</b>	<b>(200,5)</b>	<b>(40,8)</b>
<b>J. Posizione finanziaria corrente netta (D+E+I)</b>	<b>(106,9)</b>	<b>119,3</b>
K. Debiti bancari non correnti	(95,3)	(135,2)
L. Obbligazioni emesse	(346,9)	(346,1)
<i>Debiti verso altri finanziatori non correnti</i>	(0,4)	(0,4)
<i>Strumenti derivati di copertura non correnti</i>	(0,1)	-
M. Altri debiti non correnti	(0,5)	(0,4)
<b>N. Indebitamento finanziario non corrente (K+L+M)</b>	<b>(442,7)</b>	<b>(481,7)</b>
<b>O. Posizione finanziaria netta (J+N)</b>	<b>(549,6)</b>	<b>(362,4)</b>

## Attestazione ai sensi dell'art. 154 bis del D. Lgs. 58/98

I sottoscritti Antonio Campo Dall'Orto in qualità di Direttore Generale e Massimo Cappelli in qualità di Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari della RAI Radiotelevisione italiana Spa attestano, tenuto anche conto di quanto previsto dall'art. 154-bis, commi 3 e 4, del decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58:

- l'adeguatezza in relazione alle caratteristiche dell'impresa e
- l'effettiva applicazione

delle procedure amministrative e contabili per la formazione del Bilancio consolidato nel corso dell'esercizio 2016.


Le procedure amministrativo-contabili e le prassi operative in essere sono state applicate in coerenza con il sistema di controllo interno amministrativo-contabile in maniera idonea a garantire il raggiungimento degli obiettivi richiesti dal quadro normativo di riferimento.

Si attesta inoltre che:

- il Bilancio consolidato al 31 dicembre 2016 della RAI Radiotelevisione italiana Spa:
  - a) è redatto in conformità ai principi contabili internazionali applicabili riconosciuti nell'Unione Europea ai sensi del regolamento (CE) n. 1606/2002, del Parlamento europeo e del Consiglio, del 19 luglio 2002;
  - b) corrisponde alle risultanze dei libri e delle scritture contabili;
  - c) è idoneo a fornire una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale, economica e finanziaria dell'emittente e dell'insieme delle imprese incluse nel consolidamento.
- La Relazione sulla Gestione comprende un'analisi attendibile dell'andamento e del risultato della gestione, nonché della situazione dell'emittente e dell'insieme delle imprese incluse nel consolidamento, unitamente alla descrizione dei principali rischi e incertezze cui sono esposti.

Roma, 13.4.2017

  
Antonio Campo Dall'Orto  
Direttore Generale

  
Massimo Cappelli  
Dirigente Preposto alla redazione  
dei documenti contabili societari

## Relazione del Collegio Sindacale

Il Bilancio consolidato della Rai dell'esercizio 2016, trasmesso nei termini di legge unitamente alla Relazione sulla Gestione, è stato redatto nel rispetto delle norme sulla formazione del bilancio di Gruppo e risulta conforme agli *International Financial Reporting Standards (IFRS)* emanati dall'*International Accounting Standards Board* e adottati dalla Commissione Europea secondo la procedura di cui all'art. 6 del Regolamento (CE) n. 1606/2002 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 19 luglio 2002.

Il Bilancio consolidato al 31 dicembre 2016, messo a disposizione dal Consiglio di Amministrazione nella riunione del 13 aprile scorso, si compone di:

- Relazione sulla Gestione;
- Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata;
- Prospetto di Conto economico consolidato;
- Prospetto di Conto economico complessivo consolidato;
- Rendiconto Finanziario consolidato;
- Prospetto delle variazioni di Patrimonio netto consolidato;
- Note illustrative al Bilancio consolidato.

L'attività di vigilanza del Collegio sull'osservanza delle norme procedurali inerenti alla redazione del bilancio consolidato è stata svolta in ossequio alle norme di legge e alle "Norme di comportamento del Collegio Sindacale – Principi di comportamento del Collegio sindacale di società non quotate", emanate dal Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili.

Il Bilancio è corredato da note di carattere contabile che analizzano e commentano le variazioni delle singole voci di Situazione patrimoniale-finanziaria e di Conto economico. In un apposito prospetto è riportato il raccordo del Risultato e del Patrimonio netto del Bilancio della Capogruppo con i corrispondenti valori del Bilancio consolidato.

Il Direttore Generale ed il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari hanno rilasciato le previste attestazioni ai sensi dell'art. 154 bis del D.Lgs. n. 58/98, con riferimento al Bilancio consolidato 2016, analogamente a quanto fatto per il bilancio separato, attestando altresì che la Relazione sulla Gestione comprende un'analisi attendibile dell'andamento e del risultato della gestione, nonché della situazione dell'emittente e dell'insieme delle imprese incluse nel consolidamento, unitamente alla descrizione dei principali rischi e incertezze cui sono esposti.

La società PricewaterhouseCoopers, società di revisione cui spetta il compito di verificare la conformità del Bilancio Consolidato alle norme di legge e la sua corrispondenza alle risultanze delle

scritture contabili e di consolidamento, ha rilasciato la propria Relazione ai sensi degli artt. 14 e 16 del D.Lgs, n. 39/2010. A giudizio della PWC il Bilancio consolidato al 31 dicembre 2016 fornisce una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale e finanziaria del Gruppo Rai, del risultato economico e dei flussi di cassa per l'esercizio chiuso a tale data in conformità agli IFRS adottati.

Inoltre, sempre a giudizio della PWC, la Relazione sulla gestione e le informazioni della relazione sul governo societario e gli assetti proprietari sono coerenti con il Bilancio consolidato del Gruppo Rai al 31 dicembre 2016.

Il Bilancio consolidato del Gruppo Rai al 31 dicembre 2016 chiude con un utile di 18,1 milioni di euro (a fronte della perdita di 25,6 milioni di euro del 2015).

Per quanto di competenza, il Collegio Sindacale, a seguito di quanto esposto, è dell'avviso che il Bilancio consolidato del Gruppo Rai al 31 dicembre 2016 e la Relazione sulla gestione siano stati redatti secondo le prescritte disposizioni.

Roma, 09 maggio 2017

Il Collegio sindacale

Dott. Biagio Mazzotta



Dott.ssa Anna Maria Magro



Dott. Roberto De Martino



# Relazione della Società di revisione



## RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE AI SENSI DEGLI ARTICOLI 14 E 16 DEL DLGS 27 GENNAIO 2010, N° 39

Agli azionisti di  
RAI – Radiotelevisione italiana SpA

### *Relazione sul bilancio consolidato*

Abbiamo svolto la revisione contabile dell'allegato bilancio consolidato di RAI – Radiotelevisione italiana SpA e delle sue controllate ("Gruppo RAI"), costituito dalla situazione patrimoniale-finanziaria al 31 dicembre 2016, dal prospetto di conto economico, dal prospetto di conto economico complessivo, dal prospetto delle variazioni del patrimonio netto, dal rendiconto finanziario per l'esercizio chiuso a tale data, da una sintesi dei principi contabili significativi e dalle altre note illustrative.

### *Responsabilità degli amministratori per il bilancio consolidato*

Gli amministratori sono responsabili per la redazione del bilancio consolidato che fornisca una rappresentazione veritiera e corretta in conformità agli International Financial Reporting Standards adottati dall'Unione Europea nonché ai provvedimenti emanati in attuazione dell'articolo 9 del DLgs n° 38/05.

### *Responsabilità della società di revisione*

E' nostra la responsabilità di esprimere un giudizio sul bilancio consolidato sulla base della revisione contabile. Abbiamo svolto la revisione contabile in conformità ai Principi di revisione internazionali (ISA Italia) elaborati ai sensi dell'articolo 11 del DLgs 39/10. Tali principi richiedono il rispetto di principi etici, nonché la pianificazione e lo svolgimento della revisione contabile al fine di acquisire una ragionevole sicurezza che il bilancio consolidato non contenga errori significativi.

La revisione contabile comporta lo svolgimento di procedure volte ad acquisire elementi probativi a supporto degli importi e delle informazioni contenuti nel bilancio consolidato. Le procedure scelte dipendono dal giudizio professionale del revisore, inclusa la valutazione dei rischi di errori significativi nel bilancio consolidato dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali. Nell'effettuare tali valutazioni del rischio, il revisore considera il controllo interno relativo alla redazione del bilancio consolidato dell'impresa che fornisca una rappresentazione veritiera e corretta al fine di definire procedure di revisione appropriate alle circostanze, e non per esprimere un giudizio sull'efficacia del controllo interno dell'impresa. La revisione contabile comprende altresì la valutazione dell'appropriatezza dei principi contabili adottati, della ragionevolezza delle stime contabili effettuate

### *PricewaterhouseCoopers SpA*

Sede legale e amministrativa: Milano 20149 Via Monte Rosa 91 Tel. 0277851 Fax 027785240 Cap. Soc. Euro 6.890.000,00 i.v., C.F. e P.IVA e Reg. Imp. Milano 12979880155 Iscritta al n° 119644 del Registro dei Revisori Legali - Altri Uffici: **Ancona** 60131 Via Sandro Totti 1 Tel. 0712132311 - **Bari** 70122 Via Abate Gimma 72 Tel. 0805640211 - **Bologna** 40126 Via Angelo Finelli 8 Tel. 0516186211 - **Brescia** 25123 Via Borgo Pietro Wuhler 23 Tel. 0303697501 - **Catania** 95129 Corso Italia 302 Tel. 0957532311 - **Firenze** 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 0552482811 - **Genova** 16121 Piazza Piccapietra 9 Tel. 01029041 - **Napoli** 80121 Via dei Mille 16 Tel. 08136181 - **Padova** 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049873481 - **Palermo** 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 091349737 - **Parma** 43121 Viale Tanara 20/A Tel. 0521275011 - **Pescara** 65127 Piazza Ettore Troilo 8 Tel. 0854545711 - **Roma** 00154 Largo Fochetti 29 Tel. 06570251 - **Torino** 10122 Corso Palestro 10 Tel. 011556771 - **Trento** 38122 Viale della Costituzione 33 Tel. 0461237004 - **Treviso** 31100 Viale Felissent 90 Tel. 0422696911 - **Trieste** 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 0403480781 - **Udine** 33100 Via Poscolle 43 Tel. 043225789 - **Varese** 21100 Via Albuzzi 43 Tel. 0332285039 - **Verona** 37135 Via Francia 21/C Tel. 0458263001 - **Vicenza** 36100 Piazza Pontelandolfo 9 Tel. 0444393311

[www.pwc.com/it](http://www.pwc.com/it)



dagli amministratori, nonché la valutazione della presentazione del bilancio consolidato nel suo complesso.

Riteniamo di aver acquisito elementi probativi sufficienti ed appropriati su cui basare il nostro giudizio.

#### *Giudizio*

A nostro giudizio, il bilancio consolidato fornisce una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale e finanziaria del gruppo Gruppo RAI al 31 dicembre 2016, del risultato economico e dei flussi di cassa per l'esercizio chiuso a tale data, in conformità agli International Financial Reporting Standards adottati dall'Unione Europea nonché ai provvedimenti emanati in attuazione dell'articolo 9 del DLgs n° 38/05.

#### ***Relazione su altre disposizioni di legge e regolamentari***

*Giudizio sulla coerenza della relazione sulla gestione e di alcune informazioni contenute nella relazione sul governo societario e gli assetti proprietari con il bilancio consolidato*

Abbiamo svolto le procedure indicate nel principio di revisione (SA Italia) n° 720B al fine di esprimere, come richiesto dalle norme di legge, un giudizio sulla coerenza della relazione sulla gestione e delle informazioni della relazione sul governo societario e gli assetti proprietari indicate nell'articolo 23-bis, comma 4, del DLgs 58/98, la cui responsabilità compete agli amministratori di RAI – Radiotelevisione italiana SpA, con il bilancio consolidato del Gruppo RAI al 31 dicembre 2016. A nostro giudizio la relazione sulla gestione e le informazioni della relazione sul governo societario e gli assetti proprietari sopra richiamate sono coerenti con il bilancio consolidato del Gruppo RAI al 31 dicembre 2016.

Roma, 9 maggio 2017

PricewaterhouseCoopers SpA

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Pier Luigi Vitelli', written over a faint, illegible background.

Pier Luigi Vitelli  
(Revisore legale)





# Corporate Directory

## *Direzione Generale Rai*

Viale Mazzini, 14  
00195 Roma

Via Cavalli, 6  
10138 Torino

t. +39 06 38781  
[www.rai.it](http://www.rai.it)

## *Centri Rai*

**Centro di produzione TV**  
Largo Villy De Luca, 4  
00188 Roma

**Centro di produzione RF**  
Via Asiago, 10  
00195 Roma

**Centro di produzione**  
Corso Sempione, 27  
20145 Milano

**Centro di produzione**  
Via Marconi, 9  
80125 Napoli

**Centro di produzione**  
Via Verdi, 16  
10124 Torino

**Centro ricerche**  
Via Cavalli, 6  
10138 Torino

## *Società controllate*

**Rai Cinema SpA**  
Piazza Adriana, 12  
00193 Roma

**Rai Com SpA**  
Via Umberto Novaro, 18  
00195 Roma

t. +39 06 684701  
[www.raicinema.it](http://www.raicinema.it)

t. +39 06 36861  
[www.rai-com.com](http://www.rai-com.com)

**Rai Pubblicità SpA**  
Via Cavalli, 6  
10138 Torino

**Rai Way SpA**  
Via Teulada, 66  
00195 Roma

t. +39 011 7441111  
[www.raipubblicità.it](http://www.raipubblicità.it)

t. 800 111 555  
[www.raiway.it](http://www.raiway.it)

**Rai Corporation (in liquidazione)**  
c/o GC Consultants  
444 Madison Avenue - Suite 1206  
New York - NY 10022



## Sedi regionali

### Abruzzo

Via de Amicis, 27  
65123 Pescara

### Marche

Scalo Vittorio Emanuele, 1  
60121 Ancona

### Sicilia

Viale Strasburgo, 19  
90146 Palermo

### Basilicata

Via dell'Edilizia, 2  
85100 Potenza

### Molise

Contrada Colle delle Api  
86100 Campobasso

### Toscana

Largo Alcide De Gasperi, 1  
50136 Firenze

### Calabria

Via G. Marconi snc  
87100 Cosenza

### Provincia autonoma di Bolzano

Piazza Mazzini, 23  
39100 Bolzano

### Umbria

Via Luigi Masi, 2  
06121 Perugia

### Emilia Romagna

Viale della Fiera, 13  
40127 Bologna

### Provincia autonoma di Trento

Via f.lli Perini, 141  
38122 Trento

### Valle d'Aosta

Loc. Grande Charriere, 70  
11020 Saint Christophe (AO)

### Friuli Venezia Giulia

Via Fabio Severo, 7  
34133 Trieste

### Puglia

Via Dalmazia, 104  
70121 Bari

### Veneto

Palazzo Labia - Campo San Geremia  
Cannaregio, 275  
30121 Venezia

### Liguria

Corso Europa, 125  
16132 Genova

### Sardegna

Via Barone Rossi, 27  
09125 Cagliari

## Rai - Radiotelevisione Italiana SpA

### Capogruppo

Denominazione: Rai - Radiotelevisione italiana SpA  
Capitale Sociale: Euro 242.518.100,00 int. vers.  
Sede Sociale: Viale Giuseppe Mazzini, 14  
00195 - Roma

Progetto a cura di: Direzione Finanza e Pianificazione

Consulenza e coordinamento: Ergon Com





