

Ammortamento in programmi

	2014	2013	Variazione	Var. %
Fiction	233,7	276,0	(42,3)	-15,3
Film	116,2	128,0	(11,8)	-9,2
Altri programmi	40,8	43,9	(3,1)	-7,1
Totale	390,7	447,9	(57,2)	-12,8

9.2.3 Teche

Nel 2014, Rai Teche ha messo a punto una serie di iniziative volte al rafforzamento delle attività di supporto alle strutture aziendali e al consolidamento del *brand* come punto di riferimento del Servizio Pubblico per la storia audiovisiva del Paese.

In particolare l'attività legata alle teche ha consentito le celebrazioni dei 90 anni della Radio e dei 60 anni della Televisione, manifestazioni che hanno valorizzato il ruolo della società quale mezzo di comunicazione del '900.

Rai Teche fornisce apporti alle direzioni di Reti e Testate attraverso il catalogo multimediale, che ha portato le ore di prodotto ricercabili a 1,5 milioni per la tv e a 1,3 milioni per la radio.

Il catalogo annovera 75 milioni di documenti, ai quali si aggiungono 75 mila libri tematici e 45 mila fotografie, a disposizione di circa 12 mila utenti Rai registrati che ogni giorno accedono alle ricerche di archivio per acquisire materiali di repertorio da riutilizzare nei programmi, per un totale di oltre 560.000 ricerche al mese. Le ore documentate nell'anno 2014 sono quasi raddoppiate rispetto a quelle inserite nel 2013. Altri compiti sono relativi alla gestione dell'archivio diritti, al fine di incrementare l'uso di materiale di repertorio all'interno della programmazione delle reti e la responsabilità di armonizzare il processo di digitalizzazione del patrimonio d'archivio. Le Teche Rai, infine, anche nel 2014, hanno proseguito con l'opera di valorizzazione culturale della memoria Rai come fonte storica e di studio per l'intero Paese. Sempre crescente, infatti, è la richiesta da parte di interlocutori pubblici e privati di materiali storici d'eccellenza per ogni tipo di celebrazione e ricorrenza.

9.2.4 Cinema

L'attività di investimento nel settore cinematografico è finalizzata all'assolvimento degli obblighi che la legge pone in capo a Rai. Il decreto legislativo 177 del 31 luglio 2005 (TUSMAR) stabilisce che la concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo destini alle opere europee realizzate da produttori indipendenti una quota non inferiore al 15% dei ricavi complessivi annui (art. 44 comma 3). All'interno di questa quota l'articolo 3, comma 2, del decreto interministeriale del 22 febbraio 2013, ha introdotto una riserva del 24%, pari al 3,6% dei predetti ricavi, da destinare alla produzione, al finanziamento, al pre-acquisto ovvero all'acquisto delle opere cinematografiche di espressione originale, ovunque prodotte e una riserva del 5%, pari allo 0,75% dei richiamati proventi, da attribuire a opere di animazione appositamente prodotte per la formazione dell'infanzia. La concessionaria provvede all'adempimento degli obblighi in materia con la controllata Rai Cinema. Le principali attività di quest'ultima società consistono nell'acquisto di film e fiction in funzione, prioritariamente, delle esigenze dei canali generalisti e tematici della Rai, nonché nelle attività di produzione cinematografica, distribuzione nelle sale e home video.

L'apporto alla composizione del budget di produzione del film da parte delle società di produzione e distribuzione cinematografica integrate ai *broadcaster* nazionali (Rai Cinema e Medusa), costituisce la parte più rilevante dell'ammontare delle "risorse private" investite nel settore⁷².

La produzione cinematografica si differenzia in modo sostanziale dal resto delle attività della Rai, in quanto non è finalizzata al prioritario utilizzo televisivo, ma viene svolta in funzione della complessiva catena del valore commerciale del film, che trova il suo primo e fondamentale esito economico nella distribuzione nelle sale (*theatrical*), da cui dipendono i risultati commerciali, le sorti dell'impresa produttiva e la idoneità di generare entrate nei diversi e successivi passaggi (*home video, pay, free, ecc.*).

Da un punto di vista produttivo, l'apporto di Rai Cinema è ispirato da logica industriale e non di mera contribuzione, circostanza che ne ha valorizzato la posizione di volano del comparto cinematografico italiano. Con il marchio 01 Distribution, Rai Cinema si colloca, mediamente, al

⁷² Le forme contrattuali con cui le due società perfezionano il proprio investimento possono essere diverse: dalla coproduzione all'associazione in partecipazione, all'acquisto o pre-acquisto di diritti di trasmissione. In tal modo, i due principali *broadcaster*, tramite le società controllate, da un lato ottimizzano le proprie risorse, adempiendo agli obblighi di legge, promuovendo la diffusione del prodotto in sala e alimentando il settore produttivo, e, dall'altro, si assicurano i diritti per la trasmissione di contenuti cinematografici nazionali da inserire nei rispettivi palinsesti televisivi, non più solo generalisti.

quarto posto della classifica dei distributori, dopo le grandi società internazionali; la sua offerta è costituita da non meno dell'80% da film italiani, di cui una buona parte d'autore.

Nel corso degli anni, l'attività di distribuzione nelle sale cinematografiche ed home video svolta da 01 Distribution ha neutralizzato i costi. Infatti, nonostante le difficoltà endemiche al settore (riduzione ingressi, ridimensionamento home video), l'attività di commercializzazione dei diritti cinematografici nel complesso ha generato dal 2001 margini diretti positivi.

Nel 2014, Rai Cinema ha confermato un consistente fabbisogno di prodotto seriale per tutti i canali, cui si è aggiunta un'aumentata necessità di titoli cinematografici per le prime serate delle reti generaliste.

Per l'approvvigionamento del prodotto seriale la società ha confermato la strategia dei grandi accordi pluriennali con le major Disney, CBS, Beta, ZDF, risultata positiva e funzionale già negli anni precedenti.

Rai Cinema, inoltre, ha potuto arricchire il suo listino di film internazionali per la distribuzione grazie a contingenze favorevoli sul mercato di acquisto di tali diritti per l'Italia.

Per quanto riguarda la programmazione cinematografica, la società nell'anno in rassegna ha evidenziato notevoli iniziative.

Nel 2014, gli investimenti in produzione cinematografica sono stati pari a circa 61 milioni di euro (51 milioni di euro nel 2013). Rai Cinema ha contribuito al finanziamento di 55 opere cinematografiche, di cui 21 fra opere prime e seconde.

	2012	2013	2014
Opere finanziate	51	59	55
<i>di cui:</i>			
Opere 1[^]	19	17	13
Opere 2[^]	9	6	8
Investimento annuo (€/mil)	50,7	50,5	60,6

In aggiunta alle opere cinematografiche, nel 2014 sono stati realizzati 40 documentari per un investimento complessivo pari a circa 2 milioni di euro.

La società ha distribuito 27 film per un *box office* totale di circa 76 milioni di euro, con più di 12 milioni di biglietti venduti, conquistando il terzo posto nella classifica dei distributori e una quota di mercato del 13,5%.

Anche nel 2014 parte della distribuzione ha interessato le opere dei nuovi registi e la diffusione del cinema di qualità anche legato alla memoria storica.

Sul versante dell'*home video*, tra titoli di proprietà e acquisiti, la società ha raggiunto una *market share* pari al 6,2%, vendendo oltre 1.700.000 dvd.

Va, infine, segnalata la partecipazione ai festival ove sono stati ottenuti vari premi.

Nel 2014, Rai Cinema ha rafforzato la presenza sul mercato delle nuove piattaforme digitali, consolidando i rapporti con iTunes, Chili, Sony e Telecom; ne è risultata incrementata la possibilità di distribuzione digitale dei propri titoli, concludendo importanti trattative commerciali con Dailymotion, Anica e Poste Mobile Cinema; ciò ha permesso di allargare il numero di clienti potenziali dei film di Rai Cinema sulle nuove piattaforme.

È stato inoltre concluso un importante accordo annuale con Sky per la commercializzazione dei diritti PPV e PAY che include 30 nuovi *current*. Anche il canale edicola ha riportato una consistente presenza di film prodotti o distribuiti dalla società.

Le vendite internazionali della maggior parte dei film coprodotti con Rai Cinema sono state affidate a Rai Com. Continuano ad arricchirsi di contenuti e di nuovi progetti i portali raicinema.it e raicinemachannel.it, rafforzando il loro posizionamento di riferimento presso il pubblico degli appassionati di cinema.

10 CONTABILITÀ SEPARATA

10.1 La disciplina legislativa

Ai sensi dell'articolo 47 del TUR (art.18 della legge n. 112 del 2004), il trasferimento pubblico derivante dal canone radiotelevisivo, percepito dalla società concessionaria, è utilizzabile esclusivamente ai fini dell'adempimento dei compiti di servizio pubblico generale che le sono affidati. A tal fine, in attuazione dei principi enunciati dal Protocollo sul sistema di radiodiffusione pubblica negli Stati membri della Ue, è previsto che la concessionaria predisponga il bilancio di esercizio, indicando in una contabilità separata i ricavi derivanti dal gettito del canone e gli oneri sostenuti nell'anno solare precedente per la fornitura del servizio pubblico, sulla base dello schema approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni⁷³. Oltre che dall'entrata proveniente dal canone di abbonamento, i costi del servizio pubblico sono coperti anche dai ricavi pubblicitari derivanti dalla gestione dello stesso servizio, come si desume dall'articolo 10, comma 3, del contratto di servizio.

La competenza in ordine al procedimento per la verifica dell'effettivo adempimento, da parte della società concessionaria, dei compiti di servizio pubblico ad essa affidati ed all'irrogazione delle eventuali sanzioni è attribuita all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (art. 48 TUR).

La separazione contabile impone che la gestione della RAI venga suddivisa figurativamente in due distinte sezioni: la prima costituita dai costi e dai ricavi imputabili alla gestione del servizio pubblico (aggregato A), la seconda costituita dai costi e dai ricavi attinenti alla gestione per il mercato (aggregato B). Il sistema contabile dovrebbe, pertanto, essere impostato in modo tale da garantire l'effettivo isolamento della maggior parte dei dati rappresentativi della gestione fin dall'inizio dell'esercizio, al fine di ridurre il più possibile il ricorso a procedure basate sull'applicazione di parametri, ancorché consentite dallo schema di contabilità approvato dall'AGCOM.

10.2 La forma e il contenuto dello schema della contabilità separata

Lo schema in cui vanno riportati i dati della contabilità separata, è predisposto dalla RAI ed approvato dall'Autorità per la Garanzia delle Comunicazioni. I criteri seguiti per la determinazione degli aggregati iscritti nel documento debbono essere “applicati in modo coerente e obiettivamente giustificati e definendo con chiarezza i principi di contabilità analitica secondo cui vengono tenuti i

⁷³ Il controllo della contabilità viene esercitato da una società di revisione scelta dalla citata Autorità, tra quelle iscritte nell'apposito albo tenuto presso la Consob, diversa da quella incaricata della revisione del bilancio di esercizio della Rai. L'affidamento è, poi, formalizzato dalla concessionaria. Il Consiglio dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni - con delibera assunta nella seduta del 12 ottobre 2011 (n. 544/11/CONS) - ha approvato, su conforme proposta della Rai, formulata all'esito della procedura ad evidenza pubblica effettuata in ottemperanza alle indicazioni della stessa Autorità, di aggiudicare l'incarico per il controllo della contabilità separata degli esercizi finanziari del novennio 2010 - 2018 della Rai S.p.A. alla società Mazars S.p.A.. L'Assemblea degli Azionisti della Rai ha nominato la menzionata Società con delibera del 17 novembre 2011.

conti separati". A tal fine, l'Autorità ha introdotto una distinzione tra la programmazione di servizio pubblico predeterminata dalla legge e dai contratti di servizio e quella di carattere commerciale che - essendo rimessa alla discrezionalità imprenditoriale della concessionaria- deve essere svolta rispettando, comunque, i vincoli stabiliti dalle disposizioni legislative, contrattuali e dagli atti di indirizzo della competente Commissione parlamentare. La distinzione comporta che l'attività della RAI venga suddivisa, come accennato, figurativamente in due "gestioni" separate rispondenti a logiche operative diverse: la prima riferita allo svolgimento del servizio pubblico - aggregato A, la seconda a criteri esclusivamente di mercato - aggregato B. Nel primo aggregato, secondo le indicazioni dell'AGCOM, sono comprese le Direzioni/Strutture che svolgono attività di servizio pubblico mentre nell'aggregato B sono iscritte quelle di carattere commerciale. A tale regola, di carattere generale, fanno eccezione quelle strutture di carattere editoriale la cui attività rientra in entrambi gli aggregati.

La programmazione televisiva (sostanzialmente di utilità immediata) gestita dalle Reti può, infatti, alternativamente essere annoverata all'interno dell'aggregato A o dell'aggregato B, in funzione della tipologia e dei contenuti del programma.

E' stato previsto un terzo aggregato, denominato C, che comprende le Direzioni/Strutture di servizio, i cui costi - con un sistema di "*transfer charge*" - vengono trasferiti ai primi due aggregati. Occorre aggiungere che le risultanze dello schema della contabilità separata devono essere armonizzate, a livello di risultato operativo, con l'esito netto del bilancio civilistico della società concessionaria. In particolare, l'utile o la perdita dell'esercizio devono essere raccordati con il risultato della contabilità separata, sommando algebricamente a tale ultimo valore, le partite finanziarie, straordinarie e fiscali, non annoverate nella contabilità stessa.

Alla concessionaria del servizio pubblico, secondo la giurisprudenza comunitaria, oltre alla copertura dei costi specifici, deve essere garantito un margine di utile adeguato alla remunerazione del capitale investito (art. 1 comma 4, della citata delibera dell'Autorità), inserendo nella contabilità separata l'importo dei relativi costi figurativi. La contabilità in rassegna, come precisato, riguarda unicamente l'attività della società concessionaria nell'ambito del servizio pubblico radiotelevisivo, ma deve, comunque, prendere in considerazione i rapporti intercorrenti con le società partecipate, per come sono recepiti nel bilancio civilistico.

Il riscontro eseguito dalla società di revisione scelta dalla AGCom e incaricata dalla Rai, sulla contabilità separata 2014, si è concluso positivamente⁷⁴.

⁷⁴ Il Consiglio dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni - con atto assunto nella seduta del 12 ottobre 2011 (n. 544/11/CONS) - ha deliberato, su conforme proposta della Rai, formulata all'esito della procedura ad evidenza pubblica effettuata in ottemperanza

Di seguito vengono esposti gli aggregati A e B della contabilità separata, per l'esercizio 2014 e un raffronto con l'esito degli anni precedenti, ove sono illustrati i valori che concorrono alla formazione dei risultati richiesti dalla legge (art. 47, comma 1, TUR) e dalla deliberazione n. 102/05 dell'AGCOM (art.1, comma 4).

Tabella 17 - Contabilità separata esercizi 2012-2014

Contenuto dello schema della contabilità separata esercizi 2012-2014						
	esercizio 2012		esercizio 2013		esercizio 2014	
	Agg. A	Agg. B	Agg. A	Agg. B	Agg. A	Agg. B
Canone di abbonamento	1.747,80		1.755,60		1.590,60	
Pubblicità (1)		523,6		434,7		401,4
Altri ricavi	82,3	74	82,9	74,8	83,1	47,1
Costi diretti+costo del capitale+Costi transfer charge intercompany	-1.673,00	-445,7	-1.421,00	-433,6	-1.418,90	-394,7
Costi transfer charge interni	-654,1	-179,8	-580,2	-163,1	-615,3	-142,2
Primo margine di cui all'art. 47, c. 1, TUR	-497	-27,9	-162,7	-87,2	-360,5	-88,5
Pubblicità residua (1)	151,1		162,7		193,6	
Margine finale (art. 1, c. 4, Del. 102/05/Cons.)	-345,9	-27,9	0	-87,2	-166,9	-88,5
(1) Distribuzione della pubblicità						
Pubblicità totale iscritta in bilancio		674,9		597,6		597,6
Pubblicità attribuita al servizio pubblico	382,2	-382,4	339,4	-339,6	347	-349,7
Vincolo di affollamento pubblicitario	-231,2	231,2	-176,7	176,7	-153,4	153,4
Pubblicità attribuita agli aggregati A e B	151	523,7	162,7	434,7	193,6	401,4

Dal 2005, anno in cui venne istituita, le sue risultanze sono state sempre di segno negativo, tranne che per il 2013, come precisato nelle precedenti relazioni.

Lo schema di contabilità separata al bilancio civilistico della Rai pone in evidenza la seguente situazione al 31 dicembre 2014:

- 1. Aggregato A** – le risorse da canone integralmente imputate al servizio pubblico specifico non sono sufficienti a pareggiare i costi sostenuti dalla concessionaria per l'assolvimento dei compiti di servizio pubblico. Emerge un disavanzo di 360,5 milioni di euro, quale differenza tra ricavi complessivi pari a 1.673,7 milioni di euro e costi diretti e indiretti (*transfer charge*) ammontanti a 2.034,2 milioni di euro.

alle indicazioni della stessa Autorità, di aggiudicare l'incarico per il controllo della contabilità separata degli esercizi finanziari del novennio 2010 – 2018 della Rai S.p.A. alla società Mazars S.p.A., ora BDO Italia S.p.A.. L'Assemblea degli Azionisti della Rai ha conferito l'incarico alla menzionata Società con delibera del 17 novembre 2011.

Non si è pertanto in presenza di compensazioni eccessive del servizio pubblico, non compatibili con il mercato comune.

Il suddetto deficit è ridotto mediante l'attribuzione al servizio pubblico dei ricavi commerciali da pubblicità che residuano dopo aver imputato all'aggregato "commerciale" le risorse tratte dal mercato corrispondenti a quelle che avrebbe raccolto un operatore privato. L'importo è stato determinato secondo le previsioni dello schema di contabilità separata, approvato dalla menzionata delibera n.541/06/Cons, secondo cui «se la differenza tra le risorse da canone ed i costi diretti, del capitale e di *transfer charges* fosse negativa, il surplus tra l'ammontare delle risorse pubblicitarie risultanti dal bilancio civilistico della Rai e la pubblicità spettante all'aggregato B andrebbe accreditato all'aggregato di servizio pubblico, al fine di contenere il deficit da coprire con il canone di abbonamento. L'apporto della pubblicità residuale non può comunque essere tale da far diventare positivo il saldo finale dell'aggregato A». Sulla base di tali principi, la pubblicità riconosciuta all'aggregato di servizio pubblico ammonta a 193,6 milioni di euro.

La pubblicità da iscrivere nell'aggregato B, e quindi la determinazione del vincolo di affollamento, è stata definita esclusivamente per i canali generalisti. Tale metodologia risulta prudentiale in quanto non viene apprezzata la maggiore pubblicità di cui dovrebbe beneficiare l'aggregato "commerciale" per i canali semigeneralisti e specializzati.

Il deficit da finanziare mediante un corrispondente incremento delle risorse pubbliche ammonta quindi a 166,9 milioni di euro.

2. **Aggregato B** – le risorse pubblicitarie assegnate all'aggregato corrispondono a quelle di cui disporrebbe un operatore privato nazionale, tenendo conto di quanto precisato al punto precedente. Il margine economico risulta negativo per 88,5 milioni di euro.

A fini comparativi si riporta il confronto sintetico tra gli esiti della contabilità separata 2014, a livello di secondo margine, e quella dell'esercizio precedente

Valori in milioni	2014	2013	2014 VS 2013
Aggregato A	-167	0	-167
Aggregato B	-88	-87	-1

Le risultanze dell'aggregato di servizio pubblico peggiorano sensibilmente rispetto al 2013, oltreché per la presenza del costo dei grandi eventi sportivi, anche per effetto della decurtazione pari a 150 milioni di euro, disposta dalla legge 23 giugno 2014, n. 89, delle somme da riversare alla Rai per il canone.

Il risultato di esercizio di Rai S.p.A. per il 2014, tuttavia, evidenzia un utile pari a 47,9 milioni di euro (4,3 milioni di euro nel 2013), ascrivibile, principalmente, alla plusvalenza derivante dal collocamento sul mercato del 34,93% del capitale della controllata Rai Way, iscritta a bilancio tra i proventi straordinari (plusvalenza lorda di 236,6 milioni di euro).

Con decreto del 29 dicembre 2014 il Ministro dello Sviluppo Economico:

- richiamata espressamente la norma di legge che riserva alla propria responsabilità la determinazione del canone unitario, sulla base del costo del servizio pubblico predeterminato, come risultante dall'applicazione della contabilità separata certificata da un revisore indipendente;
- valutati i risultati della contabilità separata 2013 e del bilancio civilistico della concessionaria, anch'esso riferito al 2013;
- prefigurando i costi che la Rai avrebbe dovuto prevedibilmente sostenere nel 2015 per l'espletamento del servizio pubblico;

ha stabilito l'invarianza del canone di abbonamento unitario rispetto all'esercizio precedente, pari a 113,5 euro.

10.3 Raccordo tra contabilità separata e bilancio di esercizio

Di seguito si presenta il raccordo (valori in milioni di euro) tra il risultato operativo degli aggregati regolamentari e il risultato netto del bilancio civilistico di Rai S.p.A..

CONTABILITA' SEPARATA 2014	A	B	C	A+B+C	RAI S.P.A.
Canone di abbonamento	1.590,6			1.590,6	1.590,6
Pubblicità		401,4	2,7	404,1	597,7
Altri ricavi	83,1	47,1	60,9	191,0	180,9
Ricavi transfer charge interni			757,6	757,6	
Costi diretti + costo del capitale	1.418,9	394,7	821,3	2.634,9	2.626,3
- costi diretti	1.134,9	233,9	791,8	2.160,6	2.626,3
- transfer charge intercompany	280,2	155,9	0,0	436,1	
- costo del capitale	3,8	4,9	29,4	38,1	
	0,0	0,0	0,0	0,0	
Costi transfer charge interni	615,3	142,2		757,6	
MARGINE DI CUI ALL'ART. 47, COMMA 1, TUSMAR	-360,5	-88,5	-0,2	-449,1	-257,2
Pubblicità residua	193,6				
MARGINE DI CUI ALL'ART. 1, COMMA 4, DELIBERA 102/05/CONS	-166,9	-88,5	-0,2	-255,6	-257,2
Partite in riconciliazione				303,4	305,0
- service intercompany				-39,7	
- costo del capitale				38,1	
- partite finanziarie				67,3	67,3
- partite straordinarie				223,1	223,1
- partite fiscali				14,6	14,6
UTILE (PERDITA) DELL'ESERCIZIO				47,9	47,9
PUBBLICITÀ	A	B	C		
- pubblicità totale da bilancio		597,6			
- pubblicità servizio pubblico	347,0	-349,7	2,7		
- vincolo affollamento pubblicitario	-153,4	153,4	0,0		
PUBBLICITÀ NETTA	193,6	401,4	2,7		
RICONCILIAZIONE					
Margine di cui all'art.1, comma 4, Delibera 102/05/CONS	-255,6				
Costo medio del capitale	38,1				
Transfer charge Gruppo	-39,7				
Risultato operativo 2014	-257,2				

Come emerge dalla tabella sopra esposta, l'utile di esercizio 2014 (47,9 milioni di euro) si raccorda alle risultanze della contabilità separata attraverso l'impatto delle partite finanziarie, straordinarie e fiscali.

Le voci di raccordo tra margine della contabilità separata 2014 (-255,6 milioni di euro) e risultato operativo del bilancio di esercizio (-257,2 milioni di euro) sono costituite prevalentemente dai transfer charge di Gruppo, dal costo medio del capitale di Rai S.p.A. e dalle partite finanziarie.

10.4 La contabilità separata come strumento per la trasparenza e la responsabilità nell'utilizzo del finanziamento pubblico

Il bilancio di esercizio 2014, come pure quelli riferiti agli anni precedenti, non annovera la contabilità separata dell'esercizio di competenza, stante la diversa tempistica stabilita in materia dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni⁷⁵. Nulla viene disposto in ordine alle modalità da seguire per rendere pubblico il documento contabile. La contabilità stessa è trasmessa alla menzionata Autorità ed al Ministero vigilante affinché quest'ultimo possa tenerne conto in sede di determinazione della misura del canone di abbonamento.

La Corte ribadisce, come esplicitato nelle precedenti relazioni, la necessità di includere nel bilancio di esercizio la contabilità separata afferente al medesimo anno. Ciò consentirebbe un'informazione tempestiva, ampia e più completa sull'andamento della gestione della società concessionaria del servizio pubblico, offrendo, fra l'altro, la possibilità di confrontare i dati della richiamata contabilità con quelli del bilancio d'esercizio cui si riferisce.

Si deve osservare, al riguardo, che, in linea generale, il sistema contabile applicato per la rilevazione dei fatti gestionali non soddisfa di per sé l'esigenza della trasparenza, ma ne costituisce il necessario presupposto. La trasparenza sul reperimento e sull'impiego delle risorse finanziarie trova efficace espansione mediante la pubblicità dei conti, che, nel caso di specie, dovrebbe avvenire con l'inserimento della contabilità separata nel bilancio d'esercizio, o tramite l'accesso ai conti stessi, al fine di consentire all'esterno la verifica dei criteri di rilevazione e di aggregazione effettivamente seguiti per la determinazione del loro valore e per una loro valutazione. Va rilevato, comunque, che il Contratto di Servizio riferito al triennio 2010–2012, tuttora vigente, contiene specifica clausola che estende la conoscibilità delle risultanze della contabilità separata nella prospettiva di una concreta ed effettiva trasparenza.

In ottemperanza a tale disposizione, a partire dal bilancio 2011, i conti annuali separati, non appena approvati dal Consiglio di amministrazione della Rai e dalla società di revisione vengono pubblicati sul sito web della società.

⁷⁵ Ai sensi dell'articolo 3, commi 3 e 4, della delibera n. 102/05/CONS del 10 febbraio 2005, infatti, la contabilità separata va compilata da parte della RAI entro 60 giorni dall'approvazione del bilancio d'esercizio e la società di revisione deve completare i suoi lavori entro i successivi 60 giorni.

11 I RICAVI

I ricavi della società possono essere distinti in tre diverse tipologie: entrate derivanti da canone radiotelevisivo, dalla pubblicità e da altro. L'andamento dei suddetti proventi è rappresentato nel seguente prospetto relativo al triennio 2012 - 2014:

Tabella 18 - Ricavi

Ricavi delle vendite e delle prestazioni (milioni di euro)	2012	2013	2014
Canoni	1.747,80	1.755,60	1.590,60
Pubblicità	674,9	597,6	597,7
Altri ricavi	202,8	208,5	167,1
Totale	2.625,50	2.561,70	2.355,40

Il fatturato 2014, pari a 2.355,4 milioni di euro, si presenta in decremento rispetto a quello totalizzato nel 2013, quando si era attestato in 2.561,7 milioni di euro, per 206,3 milioni di euro (- 8,1%). La diminuzione trae origine dal calo dei proventi derivanti dalla riscossione del canone e solo marginalmente dall'omologo andamento degli altri ricavi.

La decrescita riflette principalmente la significativa contrazione determinata dalla riduzione di 150 milioni di euro delle somme da riversare dallo Stato alla concessionaria ai sensi della legge n. 89 del 2014. In misura più modesta hanno inciso negativamente, peraltro, la diminuzione degli utenti paganti rispetto all'anno precedente, stante il minor numero di nuovi abbonati, in un contesto caratterizzato dalla significativa crescita della morosità.

Come si evince dalla sopra riportata tabella il calo del provento del canone è stato pari a 165 milioni di euro (-9,4 per cento).

Anche i ricavi commerciali, pari a 167,1 milioni di euro, a confronto con gli esiti del 2013 (208,5 milioni di euro) evidenziano una riduzione percentuale attestata intorno al -19,9 per cento (- 41,4 milioni di euro). I proventi pubblicitari nell'anno in rassegna sono rimasti sostanzialmente stabili rispetto alla raccolta nel precedente esercizio.

Le entrate del Gruppo Rai sono state pari complessivamente a 2.474,8 milioni di euro e presentano una flessione per 198,3 milioni di euro rispetto al 2013 quando avevano raggiunto l'importo di 2.673,1 milioni di euro.

Ricavi delle vendite e delle prestazioni Gruppo Rai (milioni di euro)	2013	2014
Canoni	1.737,10	1.568,60
Pubblicità	682,2	674,9
Altri ricavi	203,1	179,7
Ricavi dalle vendite	0,8	0,6
Totale	2.673,10	2.474,80

11.1 Il canone di abbonamento

11.1.1 Il canone quale strumento di finanziamento pubblico

Il canone radiotelevisivo configura una imposta la cui riscossione è demandata alla Agenzia delle entrate, dovuta in ragione della detenzione di un apparecchio idoneo alla ricezione delle radioaudizioni.

I rapporti tra Rai e amministrazione delle finanze sono stati disciplinati sin dal 2001 da convenzioni approvate con decreto ministeriale e pubblicate sulla Gazzetta Ufficiale.

Il 1° agosto 2014 l’Agenzia delle entrate ha inviato la proposta di proroga della Convenzione alla scadenza della concessione RAI, iniziativa positivamente riscontrata dalla società. In data 25 aprile 2015 è stato formalmente sottoscritto tra le parti l’Accordo per la proroga della Convenzione “senza soluzione di continuità fino al 6 maggio 2016”.

L’Agenzia ha riconosciuto per il 2013 l’entità del rimborso dei costi di gestione in linea con i criteri adottati nel 2012. Per i rimborsi relativi al 2014 ha chiesto una riduzione di euro 250.000 in ottemperanza alla normativa in materia di *spending review*. Per il 2015 e 2016 l’Accordo di proroga sottoscritto prevede – sempre in una logica di revisione della spesa pubblica - una ulteriore riduzione di euro 250.000.

La riscossione del canone per gli abbonamenti speciali per i pubblici esercizi non è disciplinata dalla convenzione con l’Agenzia delle Entrate, ed è, pertanto, curata direttamente dalla società. A tal fine la Direzione Rai Canone invia gli avvisi di pagamento (solitamente in numero di 4); la riscossione coattiva (prevista in convenzione anche per il canone speciale) avviene anch’essa tramite cartella esattoriale (come per gli abbonamenti ordinari).

Nel prospetto che segue sono riportati i dati relativi alla consistenza numerica degli abbonati.

Tabella 19 - Andamento canoni abbonati

Andamento canoni abbonati						
<i>Anni di riferimento</i>	2010	2011	2012	2013	2014	%2014/2013
Nuovi	415.001	401.958	506.486	355.376	253.543	-28,7
Rinnovi	15.580.879	15.629.150	15.614.136	15.636.145	15.469.260	-1,1
Totale abbonati paganti	15.995.880	16.031.108	16.120.622	15.991.521	15.722.803	-1,7
Morosi	865.244	903.856	963.091	1.091.104	1.287.191	18
Iscritti a ruolo	16.861.124	16.934.964	17.083.713	17.082.625	17.009.994	-0,4
Disdette	310.368	328.118	357.737	356.464	326.174	-8,5

Fonte Rai S.p.A

I dati 2014 confermano la progressiva riduzione (-268.718 unità) del numero degli abbonati già da anni rilevata; in particolare è proseguito anche il trend decrescente di acquisizione di nuovi abbonati con una riduzione di 101.833 unità al netto del lieve incremento dei canoni speciali:

- decremento nuovi abbonati ordinari - 103.205
- incremento nuovi abbonati speciali + 1.372

Saldo - 101.833

La Rai, quale gestore di un servizio pubblico, da molti anni pubblica un annuario ove sono riportate informazioni articolate, anche a livello comunale, sugli abbonamenti alla televisione

11.1.2 L'entrata proveniente dal canone di abbonamento

Nel prospetto che segue sono indicati, per ogni esercizio in riferimento, i ricavi derivanti dai canoni di abbonamento, dalla pubblicità, in cui sono compresi anche i ricavi da promozioni e sponsorizzazioni, dalla prestazione di servizi speciali rientranti nelle convenzioni stipulate dalla RAI con pubbliche amministrazioni e da altre attività. Sono esclusi i ricavi dalla vendita di beni.

I dati sono stati desunti dal conto economico e dai prospetti illustrativi contenuti nella Nota Integrativa.

Tabella 20 - Ricavi dal canone di abbonamento

(valori in milioni di euro)

Ricavi RAI										
Anni di riferimento	2010	%	2011	%	2012	%	2013	%	2014	%
Canone(a)	1.661,40	60,60	1.689,10	61,40	1.729,20	67,80	1.755,60	68,60	1590,6	67,6
Pubblicità (b)	942,4	34,40	883,9	32,10	674,9	26,50	597,6	23,30	597,7	25,3
Altre(c)	136,5	5,00	177,9	6,50	145,2	5,70	208,5	8,10	167,1	7,1
Totale	2.740,30	100	2.750,90	100	2.549,30	100	2.561,70	100	2.355,40	100
Valore della produzione	2.886,00		2.875,00		2.684,00		2.626,00		2.395,70	
Entrate/val. produz. %	95,00%		95,70%		95,00%		97,50%		98,32	

Dal prospetto sopra riportato si evince che il decremento dei ricavi derivanti dai canoni di abbonamento nel 2014 rispetto al 2013 è stato pari a circa 165 milioni di euro, esito in controtendenza rispetto agli anni precedenti.

La rappresentazione sottostante pone in risalto i diversi volumi che compongono l'aggregato del provento in argomento e le variazioni intervenute rispetto al 2013 per singola tipologia di canone.

Canoni

(in milioni di Euro)	2014	2013	Variazione	Var. %
Canoni dell'esercizio - utenze private	1.492,5	1.662,7	(170,2)	-10,2
Canoni dell'esercizio - utenze speciali	76,1	74,4	1,7	2,3
Canoni da riscossione coattiva	22,0	18,5	3,5	18,9
Totale	1.590,6	1.755,6	(165,0)	-9,4

L'entrata in rassegna, come emerge dai dati riportati nel successivo prospetto, è la fonte più rilevante delle risorse finanziarie della RAI e supera mediamente di oltre 36 punti percentuali quello proveniente dalla raccolta pubblicitaria.

Incidenza % ricavi

	2014	2013
Canoni	62,8	64,3
Pubblicità	26,6	25,0
Altri ricavi	10,6	10,7
Totale	100,0	100,0

L'entrata complessiva rappresenta circa il 98,32 % del valore della produzione. Da ciò discende la fondamentale importanza che assumono i proventi provenienti dai canoni di abbonamento per la gestione della società.

Nel prospetto che segue è indicato l'importo annuo del canone di abbonamento a partire dall'esercizio 2012.

Anni di riferimento	2012	2013	2014
Canone	112	113,5	113,5

Nell'anno di riferimento la sua misura è rimasta immutata rispetto al pregresso esercizio.