Tabella 25 - Ore e costi intera giornata

(milioni di euro)

Intera Giornata				
	Rai Uno	Rai Due	Rai Tre	Totale
Prima Trasmissione				
Ore	242	25	94	361
Costi	121,4	8,2	16,5	146,1
Repliche (*)				
Ore	350	290	149	789
Costi	2,7	-	-	2,7
Totale				
Ore	591	315	243	1.150
Costi	124,1	8,2	16,5	148,8

(*) il costo delle repliche si riferisce al valore dei "Premi Qualità" riconosciuti a fronte della trasmissione in replica di ciascuna delle 16 serate dei TV Movie della serie "Il commissario Montalbano", delle 7 serate (quale risultato dell'accorpamento delle originarie 20 serate da 50' previste contrattualmente) relative alla serie "Che Dio ci aiuti 5" ed alle due serate della serie "Il giovane Montalbano 2".

Fonte: Rai

La programmazione della *fiction* di produzione 2020 presenta un numero complessivo di ore pari a 1.150, di cui 361 ore di prima trasmissione e 789 di replica.

Il costo delle suddette ore (riferito alla prima trasmissione) è pari a 146,1 mln. Rai 1 rappresenta il canale con il maggior numero di ore trasmesse (prima trasmissione e repliche), con un assorbimento della quasi totalità dei costi di trasmissione. Nelle tabelle seguenti il dettaglio per l'intera giornata e per la prima serata.

Tabella 26 - Serate e costi prima serata

(milioni di euro)

Prima Serata				
	Rai Uno	Rai Due	Rai Tre	Totale
Prima Trasmissione				
Serate	80	14	9	103
Costi	110,8	8,2	5,8	124,8
Repliche (*)				
Serate	84	10	1	95
Costi	2,7	-	-	2,7
Totale				
Serate	164	24	10	198
Costi	113,5	8,2	5,8	127,5

il costo delle repliche si riferisce al valore dei "Premi Qualità" riconosciuti a fronte della trasmissione in replica di ciascuna delle 16 serate dei TV Movie della serie "Il commissario Montalbano", delle 7 serate (quale risultato dell'accorpamento delle originarie 20 serate da 50' previste contrattualmente) relative alla serie "Che Dio ci aiuti 5" ed alle due serate della serie "Il giovane Montalbano 2".

Fonte: Rai

5.4.1 RaiPlay e Digital

Il 2020, è stato un anno cruciale per il segmento digitale della Rai impegnata, sin dalla fine dell'esercizio precedente, con la nuova versione di RaiPlay e il lancio di VivaRaiPlay!, lo *show* distribuito in esclusiva sulla piattaforma, in un processo di profonda trasformazione della propria offerta editoriale e del suo posizionamento di mercato. In questo contesto di grande cambiamento, è intervenuta la pandemia Covid-19 e i profondi effetti che questa ha prodotto nelle abitudini di consumo digitali.

Nel 2020, la Direzione RaiPlay e Digital ha modificato la strategia d'offerta, precedentemente incentrata sul solo modello *replay*, in sinergia con le Direzioni Rai Ragazzi, Rai Fiction e Rai Cinema, arricchendo l'offerta "Bambini" con molti titoli in anteprima *boxset* rispetto alla messa in onda televisiva o in esclusiva assoluta. In particolare, nel corso dell'anno, l'offerta è stata arricchita con 30 titoli in esclusiva RaiPlay, per diversi periodi temporali, e 15 titoli in *boxset*, con nuove serie e nuove edizioni dei programmi e film, provenienti dalla messa in onda. L'applicazione RaiPlayYoYo, protetta e interamente dedicata ai bambini, prevede un ricco palinsesto tematico *on demand* declinato su due differenti *target*, definiti per fascia d'età, e aggiornato settimanalmente.

L'offerta del periodo è stata caratterizzata anche dal prodotto cinematografico, sia con la pubblicazione in prima visione, sia con l'iniziativa #ilcinemanonsiferma, realizzata in collaborazione con Rai Cinema, che ha visto la pubblicazione in esclusiva sulla piattaforma di 8 titoli, 4 dei quali mai distribuiti nelle sale, chiuse a causa delle restrizioni anti-Covid, ma presentati in prima visione su RaiPlay.

Il complesso delle attività introdotte, in relazione alla pandemia Covid-19, ha permesso a RaiPlay di raggiungere la *leadership* di mercato soprattutto nel periodo del *lockdown*, con una quota del tempo speso per la fruizione dei contenuti *on-demand* che ha raggiunto una media mensile, tra marzo e maggio, del 42 per cento, come rilevato dal sistema *Auditel* digitale.

Il Festival di Sanremo 2020, al pari del grande successo ottenuto sulle piattaforme digitali proprietarie della Rai, ha generato un risultato notevole anche in ambito *social*. Durante il periodo dell'evento, le persone ingaggiate dai profili *social* Rai che hanno seguito il Festival sono state oltre 11,3 mln, generando oltre 4,2 mln di interazioni e 66,8 mln di visualizzazioni video.

Unitamente alle attività di promozione di *brand*, prodotti e piattaforme digitali della Rai sui *social*, nel 2020 la Direzione RaiPlay e Digital ha consolidato la strategia di *caring*, creando

un'area dedicata al *Customer Care* per le piattaforme digitali. Questo obiettivo risponde a quanto previsto dal contratto di servizio in merito alla comunicazione diretta con gli utenti, finalizzata alla partecipazione e al miglioramento dell'offerta, nonché alla raccolta di segnalazioni ed eventuali reclami attraverso le più idonee piattaforme tecnologiche; obiettivo perseguito con una attenzione ancora maggiore vista il particolare periodo che si stava vivendo.

5.4.2 Il Festival di Sanremo

I primi due mesi del 2020 sono stati caratterizzati da un'attività molto intensa che ha avuto il suo massimo impegno nella copertura produttiva di una edizione del Festival di Sanremo particolarmente impegnativa.

Il 70° Festival di Sanremo ha rappresentato una sfida particolarmente impegnativa non solo per il presidio del Teatro Ariston, sede della competizione canora, ma anche per gli innumerevoli eventi organizzati all'esterno dello stesso. Per la gestione degli accrediti ed il controllo degli accessi, la Società ha implementato una specifica piattaforma innovativa basata sulle più recenti tecnologie.

Il Servizio sanitario aziendale, come nelle passate edizioni, ha messo a punto e gestito, in cooperazione con l'Ente locale, il Piano di assistenza sanitaria del Festival. Per l'emergenza Coronavirus, è stata strutturata un'unità medica specialistica dedicata, per predisporre le azioni di contenimento in ambito aziendale e consentire la tutela della salute di tutti i lavoratori impegnati nel garantire la continuità operativa. A tal proposito sono stati implementati articolati programmi di *screening* con *test* sierologici e *test* antigenici sequenziali.

La *performance* della 70^a edizione del Festival di Sanremo è stata nel complesso positiva, con i dati di *share* aumentati rispetto all'edizione precedente. La prima serata del Festival 2019 è stata seguita da 10.905.000 telespettatori, pari a 61,6 per cento di *share* (11.622.000 spettatori nell'edizione 2019, con il 56,5 per cento di *share*).

Il Festival di Sanremo 2020, al pari del grande successo ottenuto sulle piattaforme digitali proprietarie della Rai, ha generato un risultato notevole anche in ambito *social*. Durante il periodo dell'evento, le persone raggiunte dai profili *social* Rai, che hanno seguito il Festival, sono state oltre 11,3 mln, generando oltre 4,2 mln di interazioni e 66,8 mln di visualizzazioni video.

La tabella seguente riporta costi e ricavi della 70^a edizione del Festival di Sanremo.

Tabella 27 - Costi e ricavi Festival di Sanremo

(migliaia di euro)

	Edizione 2017	Edizione 2018	Edizione 2019	Edizione 2020	Variazione assoluta 2019/2020
PUNTATE	5	5	5	5	
Convezione Comune di Sanremo (a)	5.000	5.000	5.000	5.000	0
FESTIVAL					
Costi esterni di rete (*)	7.324	7.468	7.960	7.904	-56
Costi esterni di produzione	1.240	1.626	1.500	1.633	133
Totale costi esterni (b)	8.564	9.094	9.460	9.537	77
Totale costi (a + b)	13.564	14.094	14.460	14.537	77
Costi industriali (c)	2.193	2.186	2.057	2.239	182
Totale costi Festival (d) = (a+b+c)	15.757	16.280	16.517	16.776	259
Di cui:					
esterni (a)+(b)	13.564	14.094	14.460	14.537	77
industriali (c)	2.193	2.186	2.057	2.239	182
Totale ricavi evento Sanremo (**)	18.745	18.443	20.326	23.198	2.872
Saldo	2.988	2.163	3.809	6.422	2.613

(*) I dati non comprendono le spese sostenute per la realizzazione di sponsorizzazioni e telepromozioni, oggetto di rimborso da parte degli inserzionisti.

(**) I dati relativi ai ricavi fanno riferimento al valore netto Rai.

Fonte: Rai

Con riferimento alla natura dei costi evidenziati in tabella, la voce “Convenzione Comune di Sanremo”³⁰ identifica il corrispettivo riconosciuto al Comune a fronte della concessione, in esclusiva, alla Rai dell’organizzazione della produzione e della ripresa della manifestazione, nonché dell’utilizzazione del marchio “Festival della Canzone Italiana”.

I costi esterni della direzione produzione per l’edizione 2020 del Festival hanno gravato sul bilancio della società per 1,633 mln, valore in aumento rispetto quello dell’anno precedente (+133 mila, +9 per cento). Essi annoverano i costi conseguenti all’affidamento a terzi di appalti per la fornitura di beni, servizi e lavori nonché i costi delle trasferte del personale della stessa direzione.

Nella voce “costi industriali” rientrano i costi delle risorse interne, umane e tecniche, impiegate nella realizzazione dell’evento sulla base di tariffe determinate nell’ambito della procedura di contabilità separata. I costi industriali dell’edizione 2020, pari a 2,239 mln, risultano maggiori di 182 mila (+9 per cento) rispetto a quelli registrati per l’edizione precedente.

³⁰ La convenzione con il Comune di Sanremo, di durata triennale (2018-2020), è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione della Rai nella seduta del 14 dicembre 2017 per un importo complessivo di euro 15 ml (5 mln per ciascuna delle 3 edizioni) contro il valore di 15,75 mln del triennio precedente.

Tabella 28 - Costi esterni di rete del Festival di Sanremo

(migliaia di euro)

	2018	2019	2020	Variazione Assoluta 2019/2020
Autori e consulenti	585	681	646	-35
Orchestra (compensi coristi e dir. musicale)	810	864	797	-67
Conduzione/direzione artistica	622	627	637	10
Co-conduttori /cast fisso	824	991	182	-809
Ospiti	1.034	1.142	1.921	779
Regia	137	134	124	-10
Totale risorse artistico/autorali (A)	4.012	4.439	4.307	-132
Scenografia (B)	954	987	1.000	13
Rimborso case discografiche (C)	1.282	1.298	1.589	291
Giuria demoscopica (D)	40	20	28	8
Altri costi di produzione (E)	1180	1.216	980	-236
Totale altri costi ester. di rete (F) =(B)+(C)+(D)+(E)	3.456	3.521	3.597	76
Totale costi esterni G=(A+F)	7.468	7.960	7.904	-56

Fonte: Rai

I “costi esterni di rete”, pari a 7,904 mln, possono suddividersi - come da tabella appresso riportata - in quelli relativi alle risorse artistico/autorali, in cui sono riportati gli oneri sostenuti dalla Società per remunerare le prestazioni degli artisti (A) e il totale altri costi esterni di rete (F), afferenti all’approvvigionamento di beni e servizi della rete e per gli altri aspetti artistici.

I costi registrano, rispetto a quelli sostenuti per l’edizione 2019, pari a 7,960 mln, un decremento di euro 56 mila.

Nella dinamica dei “costi delle risorse artistico autorali”, emerge l’aumento dell’onere sostenuto per la voce ospiti (+779 mila, +68 per cento) mentre sono diminuiti gli oneri per le voci co-conduttori e cast fisso (-809 mila, -82 per cento), autori e consulenti (-35 mila, -5 per cento) e orchestra (-67 mila, -8 per cento).

I costi per la conduzione/direzione artistica e la regia rimangono sostanzialmente stabili.

Gli “altri costi di rete” registrano un incremento di 76 mila (+2 per cento), in particolar modo connesso alla voce rimborso case discografiche (+291 mila, +22 per cento). Gli altri costi di produzione fanno registrare un decremento di 236 mila (-19 per cento).

Per quanto riguarda la natura dei singoli costi, si precisa che quelli inerenti la “conduzione/direzione artistica”, la “co-conduzione/cast fisso”, gli “ospiti”, la “regia” e la “direzione musicale” riguardano i diversi contratti di “prestazione artistica”.

5.4.3 Rai *fiction*

Rai *fiction* è la direzione responsabile della produzione di *fiction* per le reti generaliste e i canali specializzati Rai.

Nel 2020, Rai 1 ha trasmesso 20 titoli di *fiction* in prima visione per complessive 78 serate, ottenendo un ascolto medio di oltre 5,8 mln di telespettatori e il 23,3 per cento di *share* (21,3 per cento nel 2019).

Ai dati del *prime time* si aggiungono quelli della fascia pomeridiana, che ha raggiunto una media di ascolto pari a 2,1 mln di telespettatori, con uno *share* del 16,2 per cento (14 per cento nel 2019).

Dal punto di vista della composizione, l'offerta di *fiction* Rai, nel 2020, ha mantenuto il suo carattere poliedrico, combinando formati e generi diversi.

Gli ascolti delle repliche su Rai 1, nel 2020, hanno coperto 86 serate (55 nel 2019). I titoli riproposti hanno totalizzato una media di ascolto di 3,6 mln (3,3 mln nel 2019) di telespettatori e il 16,6 per cento (17,7 per cento nel 2019) di *share* in leggero calo, ma che conferma il valore di utilità ripetuta della *fiction*.

Al dato di Rai 1 - che, sia per volume dell'offerta che per risultati di ascolto, pone la *fiction* Rai ai primi posti in ambito europeo - si aggiunge quello di Rai 2, che nel 2020 ha trasmesso 3 titoli di *fiction* in prima visione per complessive 14 serate (16 nel 2019), con un ascolto medio di 1,5 mln (2,3 mln nel 2019) di telespettatori e uno *share* del 6,3 per cento (9,6 per cento nel 2019).

Complessivamente, nel 2020, le tre reti della Rai hanno trasmesso un totale di 197 serate di *fiction* tra prime visioni (101 serate) e repliche (96 serate).

Come negli anni precedenti, anche nel 2020 la *top ten* della *fiction* italiana è composta solo da produzioni Rai; anche per quanto riguarda il pubblico abbonato alla *pay Tv* satellitare, i primi dieci titoli per *share*, con riferimento alle *fiction* sono tutti titoli Rai. La *fiction* si conferma, inoltre, il contenuto più visto anche nell'ambito dell'offerta della nuova piattaforma RaiPlay, dove su un dato complessivo di *media views* relativo all'anno 2020, oltre 382,3 mln (200 mln nel 2019) sono relative al solo prodotto *fiction* (pari al 39 per cento del totale): in altre parole, più di un terzo della fruizione VOD del prodotto Rai interessa il contenuto di genere *fiction*.

Nel corso dell'anno, parallelamente all'affermazione e al consolidamento di RaiPlay, la società ha ampliato anche il perimetro dell'offerta di *fiction* originale destinata alla piattaforma.

Le linee guida che caratterizzeranno l'offerta *fiction* per i prossimi anni intendono privilegiare i temi sociali e culturali, indagando tematiche rilevanti per i giovani, parlando alle donne e alle famiglie, agli anziani e alle fasce più deboli, muovendosi su un'ampia varietà di generi e di territori valorizzandone la trasversalità.

5.4.4 Teche Rai

Anche nel 2020 sono proseguite le iniziative funzionali al rafforzamento del *brand* come punto di riferimento del Servizio Pubblico per la storia audiovisiva del Paese.

Le difficoltà produttive legate al Covid-19 hanno comportato un grande ricorso a materiali di repertorio per la programmazione sia sui canali *on air* sia nell'offerta *on line*, nonché per la formazione di un'offerta culturale destinata ad integrare la didattica a distanza.

Un risultato ottenuto grazie anche alla partecipazione, attraverso la fornitura di materiale di repertorio Rai, a moltissime iniziative culturali che hanno avuto luogo *on line* in Italia e all'estero.

Inoltre, sempre nella chiave di consentire anche se a distanza le iniziative culturali Rai Teche ha partecipato fornendo contributi di materiali di repertorio aziendale alla realizzazione di mostre interattive e a circa 30 tra rassegne e Festival e alle attività pubbliche di moltissime associazioni e fondazioni.

Rai Teche ha proseguito e potenziato nel 2020 l'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 "Teche Rai" continua ed essere 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 più di 2,3 mln per la tv e più di 1,6 mln per la radio.

I documenti indicizzati in Catalogo per televisione e radio sono oltre 100 mln, 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 2 mln.

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.

Sono state concluse le trattative e formalizzati gli accordi con le seguenti collecting society: AFI (Licenza TV-RADIO per biennio 2018-2019), SCF (Licenza Radio 2018-2022, Proroga Licenza TV 2018 e Accordo Acconti 2020), LEA (Accordo Acconti 2020), Artisti 7607 (Accordo Acconti 2019-2020), Nuovo IMAIE (Accordo Acconti 2019-2020); sono state concluse le trattative e sono in via di perfezionamento gli accordi di licenza con LEA, per le annualità 2020-2021.

Sono proseguite le trattative con *Itsright* e RASI per la corresponsione dell'"equo compenso". È stato perfezionato un accordo con la casa editrice musicale Sugar relativo al noleggio degli spartiti musicali, per le esecuzioni della Orchestra sinfonica della RAI e le diffusioni radiotelevisive di opere sinfoniche e drammatico-musicali, per il periodo 2017-2020.

Le Teche, infine, anche nel 2020, 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.

5.4.5 Rai Cinema

Rai provvede all'adempimento degli obblighi in materia cinematografica per il tramite della controllata Rai Cinema. Infatti, le attività di quest'ultima società consistono, oltre che nell'acquisto di film e *fiction* funzionali alle esigenze di programmazione dei canali generalisti e tematici della Rai, nella produzione di lungometraggi cinematografici e nella distribuzione degli stessi nei canali *theatrical*, *home video* e sulle piattaforme di nuova generazione, in un contesto di mercato concorrenziale.

Nel 2020, lo stato di emergenza Covid-19 e le azioni intraprese dal Governo ai fini del suo contenimento hanno condizionato l'attività di Rai Cinema. Infatti, gli effetti del *lockdown* hanno determinato il blocco dei *set* produttivi e la chiusura delle sale cinematografiche.

Pertanto, in tale contesto, l'acquisizione di film e di *fiction* per i palinsesti Rai è stata indirizzata su un numero mirato di operazioni che garantissero la migliore gestione possibile della programmazione in emergenza dei canali, mentre sul fronte della produzione cinematografica è

stato assicurato supporto ai produttori indipendenti per garantire la piena ripartenza delle produzioni.

Ad integrare l'offerta cinematografica di tutte le reti, continua l'attività di approvvigionamento di cinema di qualità dai distributori indipendenti italiani.

Relativamente al prodotto più specificatamente televisivo, un'ampia selezione di prodotto proviene dalla società tedesca ZDFE che, in virtù di una *partnership* consolidata, fornisce una quantità consistente di prodotto per la programmazione di tutte le fasce tra tv *movie* e tv *collection*, miniserie e serie in prosecuzione. La società ha concluso un ulteriore accordo triennale per gli anni 2021-2023 per l'acquisto in esclusiva di una pluralità di prodotti televisivi. Infine, sono state negoziate alcune serie, in esclusiva assoluta nel territorio, per la sola piattaforma RaiPlay, al fine di raggiungere un *target* di riferimento 'young adult' 18-35 anni.

Nel primo semestre 2020, gli effetti dell'emergenza Covid-19 sono ricaduti anche sulla produzione e sulla distribuzione cinematografica. Lo stato di emergenza legato alla diffusione del Covid-19 ha avuto ricadute anche sull'organizzazione degli eventi successivi: il Festival di Cannes, previsto dal 12 al 23 maggio, è stato cancellato.

Per quanto riguarda il cinema del reale e documentario, Rai Cinema ha attivato 28 progetti in continuità con le proprie linee editoriali e con il mandato di supporto nei confronti dei produttori e degli autori indipendenti.

Il 2020 è stato aperto con 2 premi vinti alla Berlinale (20 febbraio-1° marzo): l'Orso d'Argento come Miglior attore e l'Orso d'Argento nella categoria Migliore sceneggiatura. Alla Mostra d'Arte Cinematografica di Venezia (2-12 settembre) Rai Cinema ha partecipato con 19 titoli, di cui 3 in concorso. Sono 20 i David di Donatello conquistati da Rai Cinema, in una cerimonia svoltasi in assenza di pubblico. A questi si aggiungono i 7 Globi d'Oro assegnati dalla stampa estera in Italia e i Nastri d'Argento assegnati dal Sindacato Nazionale Giornalisti Cinematografici Italiani. Nella parte finale dell'anno, Rai Cinema è stata presente alla Festa del Cinema di Roma e di Alice nella città con 18 titoli e al Torino Film Festival, svoltosi completamente *on line*, con 8 titoli. Infine, agli *European Film Awards* (EFA) 2020 Rai Cinema ha raccolto 4 riconoscimenti: la Migliore fotografia e i Migliori costumi, il premio per il miglior montaggio, il Prix Fipresci - *European Discovery*.

Rai Cinema e 01 *Distribution* sono intervenuti al consueto appuntamento estivo che ha luogo a Riccione, realizzando a fine giugno la presentazione digitale del listino 2020/2021 a cui hanno

partecipato circa 1.500 persone³¹.

Il *lockdown* ha indubbiamente inciso nella distribuzione del prodotto anche in presenza di titoli particolarmente importanti e appetibili e la chiusura degli esercizi cinematografici non ha permesso di avere a disposizione novità dal forte richiamo.

La *market share* di Rai Cinema si attesta al 4,5 per cento, in flessione rispetto al 2019 (4,8 per cento), con una ripartizione del fatturato tra novità e *library* rispettivamente pari a 34 per cento e 66 per cento.

La situazione emergenziale generata dalla pandemia, con la chiusura delle sale cinematografiche per gran parte dell'anno, ha interrotto alla fonte la filiera dei diritti gestiti da Rai Cinema (sia direttamente che in collaborazione con Rai Com) dei titoli *current*, soprattutto quelli regolati da *escalator* basati su *admission* cinematografiche o percentuali degli incassi sala. La mancata uscita in sala nel primo semestre 2020 dei titoli del listino 01 ha determinato lo slittamento della finestra *pay* dal 2020 al 2021. Rai Cinema ha rinegoziato *ad hoc* i *License Fee* di alcuni titoli che mantenevano comunque un forte potenziale; altri titoli, invece, sono stati distribuiti direttamente in *pay* o in AVOD su RaiPlay. In particolare, sono stati messi a disposizione di RaiPlay 8 film con brillanti risultati in termini di visualizzazioni.

Il numero esiguo di *release*, nel 2020, ha negativamente impattato anche sugli introiti derivanti dalle commercializzazioni TVOD e dagli accordi con Trenitalia e Alitalia, mentre sono stati conclusi significativi accordi di *second pay* e *library* con Netflix, Amazon e Tim, cessioni edicola e *free tv* di *library* a emittenti tematiche e locali. Si conferma l'impegno di Rai Cinema sul *web*, con il consueto sostegno di Rai Cinema Channel alla promozione di tutti i film prodotti e coprodotti da Rai Cinema, e sui principali *social*. In relazione alla sperimentazione di nuovi linguaggi e tecnologie, nell'esercizio in esame la società è impegnata nella realizzazione di un docufilm che racconta, attraverso l'utilizzo della realtà virtuale, un viaggio unico nella bellezza e nella desolazione delle più importanti città d'arte italiane - Roma, Venezia, Milano, Napoli, Firenze - durante l'emergenza Covid-19. Al Festival di Venezia, infine, la società ha presentato un nuovo progetto transmediale dal titolo *Revenge Room*.

Nel 2020, gli investimenti in produzione cinematografica sono stati pari a circa 59 mln e Rai Cinema ha contribuito al finanziamento di 44 opere cinematografiche, di cui 21 fra opere prime e seconde, secondo linee di intervento diversificate per garantire un'offerta differenziata per

³¹ Nel 2020, la quota di mercato per incasso di 01 *Distribution* è stata superiore al 17 per cento con 31,6 mln di box office totale, terzo posto nella classifica dei distributori.

genere, potenzialità commerciale e forza autoriale. La tabella che segue riporta il dettaglio delle opere cinematografiche nell'ultimo triennio. In aggiunta alle opere cinematografiche, sono poi stati realizzati 29 documentari (42 nel 2019), per un investimento complessivo pari a 1,7 mln. La società ha distribuito in sala 15 film (31 nel 2019), per un box office totale di circa 32 mln (61 mln nel 2019) e circa 5,0 mln di biglietti venduti (9,5 mln biglietti nel 2019), attestandosi al terzo posto nella classifica dei distributori – dopo Medusa Film e Warner Bros Italia – con una quota di mercato di circa il 17 per cento (10 per cento nel 2019).

La tabella che segue riporta il dettaglio delle opere cinematografiche nell'ultimo triennio.

Tabella 29 - Opere cinematografiche

	2018	2019	2020
Opere finanziate	77	63	44
<i>di cui:</i>			
Opere 1^	27	19	13
Opere 2^	16	11	8
Investimento annuo (€/mil)	73,8	72,7	58,9

* Il termine Opere 1^ indica le prime opere degli autori e gli investimenti per i giovani autori (nuovi talenti).

** Il termine Opere 2^ indica tutte le altre opere

Fonte: Rai

5.4.6 I costi e la produzione delle testate giornalistiche televisive

Nel 2020, i costi esterni, individuati dalla società nell'acquisto di beni e servizi in contrapposizione ai costi interni rappresentati dagli oneri per il personale e per i centri di produzione, sono complessivamente pari a 62,5 mln, con una significativa riduzione rispetto al biennio precedente (-15,3 mln rispetto al 2019 e -10,4 mln rispetto al 2018, al netto impatto dei grandi eventi sportivi). La diminuzione, che ha coinvolto tutte le testate, riguarda sia i costi editoriali che quelli di produzione.

I costi dell'offerta informativa Rai, articolata in differenti testate giornalistiche (Tg1, Tg2, Tg3, TgR, Rai Sport, Rai Parlamento, Rai News), sono sintetizzati nella seguente tabella.

Tabella 30 - Costi esterni testate giornalistiche

(milioni di euro)

Testate	2018	2019	2020
TG1	11,8	12,4	10,5
TG2	9,1	9,7	8,5
TG3	7,2	7,9	6,9
TGR	16,0	15,9	15,2
Rai Sport (*)	16,6	17,8	10,2
Rai Parlamento	1,3	1,4	1,0
Rai News	12,7	12,6	10,1
Televideo (**)	0,1	0,1	
TOTALE	74,8	77,8	62,5

(*) Include costi per grandi eventi sportivi pari euro 1,9 mln nel 2018 (European Championship e Olimpiadi/Paraolimpiadi invernali).

(**) Nel 2017 l'attività Televideo è stata riallocata all'interno della Struttura Pubblica Utilità.

Fonte: Rai

5.5 Il contenzioso

La società è parte in diversi contenziosi relativi a questioni amministrative, civili, tributarie e attinenti al diritto del lavoro. Pertanto, la società ha costituito fondi destinati a coprire tutte le passività per i casi in cui la Rai ritenga sussista la probabilità di un esito sfavorevole e la possibilità di elaborare una stima ragionevole degli oneri derivanti dall'eventuale soccombenza.

Nel 2020, diminuiscono le controversie pendenti rispetto al 2019 (da 809 a 702). La consistenza e gli oneri relativi al contenzioso nel 2020 sono sintetizzati nella seguente tabella.

Tabella 31 - Analisi contenzioso

(migliaia di euro)

	2018	2019	2020
Numero dei giudizi pendenti al 1° gennaio			
- per cause civili e amministrative	558	312	320
- per cause di lavoro	660	554	481
Totale giudizi pendenti al 1° gennaio	1.218	866	801
Giudizi definiti nell'anno tra quelli pendenti al 1° gennaio ⁽¹⁾ (-)	299	233	252
Nuovi giudizi aperti nell'anno (+)	216	176	153
Numero dei giudizi pendenti al 31 dicembre per cause civili, amministrative e di lavoro	1.135	809	702
⁽¹⁾ di cui favorevoli alla Rai	142	110	131
⁽¹⁾ di cui sfavorevoli alla Rai	61	50	47
⁽¹⁾ transazioni e/o conciliazioni ^(a)	96	73	74
Fondo controversie legali ^(b) Consistenza al 1° gennaio	63.000	58.500	52.700
Utilizzo del fondo	-12.705	-9.106	-8.447
Rilascio del fondo a conto economico	-240	-1.993	0
Riclassifica da fondo previdenziale	-	-	3.000
Accantonamento dell'esercizio	8.445	5.299	9.447
Consistenza del fondo al 31 dicembre	58.500	52.700	56.700

(a) Di cui per l'anno 2020: di cui 5 transate con riferimento alle cause civili.

(b) Nel fondo sono rilevate le stime degli oneri derivanti da soccombenze in cause civili, amministrative penali e di lavoro instaurate verso l'azienda, nonché gli oneri per spese legali relative a giudizi in cui si prevede un esito negativo per Rai e giudiziarie.

Fonte: Rai

L'entità dell'apposito fondo rischi, all'inizio del 2020, ammonta a 52,7 mln, comprensivo sia della stima degli oneri conseguenti ai procedimenti giudiziari in corso, che delle relative spese legali; l'utilizzo durante il periodo di riferimento è stato pari a 8,447 mln. Al conto economico è stata accantonata la somma di 9,447 mln, che accoglie la stima prudenziale e prognostica degli oneri (incluse le spese legali), conseguenti ai procedimenti giudiziari in corso, in cui la Società è a vario titolo coinvolta.

Tenuto conto che nel corso dell'esercizio 2020 la Rai ha proceduto alla riclassifica in tale fondo della somma di 3 mln, proveniente dal fondo contenzioso previdenziale, ne consegue che il fondo rischi per controversie legali, a fine esercizio, è pari a 56,7 mln. Più in particolare, tale importo (comprensivo delle spese legali) è riferito sia alle controversie civili, amministrative e penali per 32,5 mln (di cui 5,5 mln per spese legali), sia alle controversie in materia giuslavoristica per 24,2 mln (di cui 1,2 mln per spese legali).

5.5.1 Il contenzioso in materia civile e amministrativa Rai

Il contenzioso in materia civile e amministrativa che riguarda la Società attiene principalmente alle attività di produzione, trasmissione al pubblico e messa a disposizione di programmi audiovisivi.

La quasi totalità del contenzioso civile ha ad oggetto richieste di risarcimento di danni, in larga parte connesse alla diffamazione e alla lesione di diritti della personalità, in particolare del diritto all'immagine e dei diritti di *privacy* o riservatezza nonché a violazioni di norme in materia di diritto di autore.

In ambito amministrativo, invece, occorre distinguere principalmente tra due macroaree: da un lato, le controversie in materia di appalti, che traggono origine dalle procedure di appalto indette dalla società per l'approvvigionamento di lavori, servizi e forniture e nelle quali, tuttavia, 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, dall'altro, le numerose controversie con emittenti private che rivendicano frequenze o negano di interferire con le trasmissioni della Rai effettuate attraverso gli impianti di Rai Way.

Nei giudizi promossi dalla stessa Rai assumono, invece, particolare rilevanza quelli per l'annullamento di sanzioni amministrative irrogate dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni nell'esercizio dei poteri di vigilanza ad essa assegnati.

Si devono segnalare, infine, le iniziative giurisdizionali intraprese dalla Società in materia di canone (tanto con riferimento alle disposte riduzioni delle somme da riversare alla concessionaria, quanto con riguardo alle annuali determinazioni del relativo ammontare) e in relazione ai contributi e diritti amministrativi dovuti alle autorità di vigilanza.

5.5.2 Il contenzioso in materia di lavoro Rai

L'ultimo triennio evidenzia una tendenza alla riduzione della mole di controversie in materia giuslavoristica; in particolare, nel 2020, emerge una diminuzione nel totale giudizi pendenti di n. 104 cause rispetto all'anno precedente, determinata da una flessione del numero di cause introdotte nell'anno e del numero di transazioni concluse.

Nella tabella che segue sono riportati i dati del contenzioso derivante da rapporti di lavoro relativo agli anni 2018, 2019 e 2020.

Tabella 32 - Contenzioso lavoro (numero giudizi pendenti)

	2018	2019	2020
Numero dei giudizi pendenti al primo gennaio	660	554	481
Giudizi definiti nell'anno tra quelli pendenti al primo gennaio ⁽¹⁾ (-)	222	164	177
Giudizi aperti nell'anno (+)	116	91	73
Numero giudizi pendenti al 31 dicembre	554	481	377
<i>(1) di cui favorevoli alla Rai</i>	92	50	80
<i>(1) di cui sfavorevoli alla Rai</i>	46	41	28
<i>(1) transazioni e/o conciliazioni</i>	84	73	69

Fonte: Rai

Il numero complessivo di giudizi definiti nel 2020, per effetto di provvedimenti giudiziali o di accordi conciliativi, è stato pari a 177.

Tabella 33 - Contenzioso lavoro (Parte del Fondo controversie legali al netto delle spese legali

(migliaia di euro)

	2018	2019	2020
Fondo controversie legali relativo a soccombenza in cause di lavoro			
Consistenza al 1° gennaio	23.000	22.000	21.000
Utilizzo del fondo	-8.166	-6.190	-6.463
Riclassifica da fondo contenzioso previdenziale a fondo controversie legali (1)	0	0	3.000
Accantonamento al fondo	7.166	5.190	5.463
Consistenza del fondo al 31 dicembre	22.000	21.000	23.000
<small>(1) Il fondo rischi da contenzioso previdenziale, che recepiva gli stanziamenti effettuati per tener conto di possibili oneri rivenienti dalle controversie introdotte dagli Istituti Previdenziali, fino all'esercizio precedente evidenziato separatamente, è stato riclassificato nell'ambito del fondo rischi per controversie legali, in quanto tale tipologia di controversie, numerose in passato e che espongono Rai a potenziali ingenti oneri economici, si è ridotta considerevolmente, venendo pertanto meno la motivazione per il mantenimento di due fondi distinti.</small>			

Fonte: Rai

Le transazioni e le conciliazioni, relative prevalentemente a controversie volte a conseguire la stabilizzazione del rapporto di lavoro o il riconoscimento di qualifiche superiori, nel 2020 hanno raggiunto la soglia di n. 69. La tendenza agli esiti favorevoli per la Società registrata già nel 2018 (n. 92), con particolare riferimento alle istanze giudiziali di migliore inquadramento e riconoscimento di qualifiche superiori e/o di reintegra mansioni e di risarcimento danni, in lieve flessione nel 2019 (n. 50) ha avuto un incremento nell'anno in rassegna (n. 80).

Il dato riferito alle sentenze in cui la Società è rimasta soccombente nel 2020 (n. 28) evidenzia un evidente decremento rispetto al 2019 (n. 41), confermando, comunque, l'andamento sostanzialmente costante rispetto agli anni precedenti. Il numero di cause per reintegrazioni in servizio ed assunzioni (ivi ricomprese le tipologie relative al lavoro autonomo ed alle interposizioni di manodopera, in aumento rispetto alle impugnative dei contratti a termine) rappresenta circa un terzo del contenzioso del lavoro.

L'onere complessivo del contenzioso per cause di lavoro è imputato nel conto economico, mediante specifici accantonamenti annuali al fondo rischi. Il fondo viene adeguato periodicamente in relazione alle prospettive di futura soccombenza e al complessivo numero dei giudizi in cui è coinvolta la Società.

Nel prospetto che segue sono riportati i dati sul costo del contenzioso posto a raffronto con quello del personale, con un'incidenza sostanzialmente invariata nel 2020, rispetto al 2019.

Tabella 34 - Incidenza accantonamento costo contenzioso sul costo del personale

(migliaia di euro)

Incidenza costo contenzioso/costo personale						
	2018	Var.%	2019	Var.%	2020	Var.%
Costo del contenzioso da lavoro	7.166	-20,1	5.190	-27,6	5.463	5,3
Costo del personale	911.839	2,6	938.992	3	917.169	-2,3
Incidenza	0,8		0,6		0,6	

Fonte Rai

6. L'ATTIVITA' NEGOZIALE

6.1 I contratti

La Rai, in quanto organismo di diritto pubblico, è soggetta alla disciplina del *Codice dei contratti pubblici*, decreto legislativo n. 50 del 2016, e s.m.i., ai sensi e per gli effetti dell'articolo 3, lettera d), del Codice medesimo.

Sotto l'aspetto della concreta applicabilità delle norme del Codice, gli acquisti del Gruppo sono distinti in tre diverse categorie di contratti:

- *contratti del settore ordinario*: integralmente soggetti al Codice dei contratti pubblici;
- *contratti esclusi*: i principali contratti esclusi sono quelli relativi al settore radiotelevisivo, vale a dire quei contratti "(...) aventi ad oggetto l'acquisto, lo sviluppo, la produzione o coproduzione di programmi destinati ai servizi di media audiovisivi o radiofonici che sono aggiudicati da fornitori di servizi di media audiovisivi o radiofonici, ovvero gli appalti concernenti il tempo di trasmissione o la fornitura di programmi aggiudicati ai fornitori di servizi di media audiovisivi o radiofonici" (articolo 17, comma 1, lett. b) del decreto legislativo 50 del 2016 e s.m.i. e articolo 49-ter, comma 1, del decreto legislativo n. 177 del 2005 e s.m.i). Per tali contratti non si applicano le disposizioni del Codice dei contratti pubblici, ma i soli principi generali dell'articolo 4 del Codice stesso;
- *contratti necessari*: aventi ad oggetto lavori, servizi e forniture collegati, connessi o funzionali ai contratti del settore radiotelevisivo, e di importo inferiore alla soglia comunitaria, previsti dall'articolo 49-ter, comma 2, del Tusmar, introdotto dalla legge n. 220 del 2015, per i quali non si applicano le disposizioni del Codice dei contratti pubblici, ma i principi generali di cui innanzi.

Le nuove regole per i contratti esclusi, varate all'esito del processo di aggiornamento, sono entrate in vigore a partire dal 1° dicembre 2017. Rai - ove non sussistano gli specifici presupposti legittimanti il ricorso alla trattativa diretta con unico operatore - continua ad affidare i contratti esclusi, di cui alla legge di riforma Rai, a seguito di espletamento di una procedura competitiva che coinvolge almeno tre operatori economici, se esistenti sul mercato, selezionati di norma, nel rispetto del principio della rotazione, tra quelli iscritti all'Albo fornitori Rai. Tale Albo costituisce il prioritario strumento di individuazione dei soggetti che partecipano alle procedure competitive indette dalla Rai, sia nell'ambito del settore radiotelevisivo escluso dall'applicazione del nuovo codice dei contratti pubblici che