Deloitte & Touche S.p.A.
Revisione e organizzazione contabile
Corso Galileo Ferraris, 46
10129 Torino
Italia

Tel: + 39 011 56 11 404
Fax: + 39 011 56 12 380
R.E.A. Torino n. 524902
www.deloitte.it

Deloitte & Touche

Relazione della società di revisione
ai sensi dell'art. 14 della legge 12 agosto 1977, n.675

Agli azionisti della RAI – Radiotelevisione Italiana S.p.A.

Abbiamo svolto la revisione contabile del bilancio consolidato della RAI – Radiotelevisione Italiana S.p.A. chiuso al 31 dicembre 2000. La responsabilità della redazione del bilancio consolidato compete agli amministratori della RAI – Radiotelevisione Italiana S.p.A.. E' nostra la responsabilità del giudizio professionale espresso sul bilancio consolidato e basato sulla revisione contabile.

Il nostro esame è stato condotto secondo i principi e i criteri per la revisione contabile raccomandati dalla CONSOB. In conformità ai predetti principi e criteri, la revisione è stata pianificata e svolta al fine di acquisire ogni elemento necessario per accertare se il bilancio consolidato sia viziato da errori significativi e se risulti, nel suo complesso, attendibile. Il procedimento di revisione comprende l'esame, sulla base di verifiche a campione, degli elementi probativi a supporto dei saldi e delle informazioni contenuti nel bilancio consolidato, nonchè la valutazione dell'adeguatezza e della correttezza dei criteri contabili utilizzati e della ragionevolezza delle stime effettuate dagli amministratori. I bilanci di alcune società controllate e collegate che rappresentano rispettivamente il 2% dell'attivo consolidato ed il 2% dei ricavi consolidati sono stati esaminati da altri revisori che ci hanno fornito le relative relazioni. Il nostro giudizio, espresso in questa relazione, per quanto riguarda i valori relativi a tali società inclusi nel consolidamento, é basato anche sulla revisione svolta da altri revisori. Riteniamo che il lavoro svolto fornisca una ragionevole base per l'espressione del nostro giudizio professionale.

Per il giudizio relativo al bilancio consolidato dell'esercizio precedente, i cui dati sono presentati ai fini comparativi secondo quanto richiesto dalla legge, si fa riferimento alla relazione da noi emessa in data 26 maggio 2000.

A nostro giudizio, il bilancio consolidato della RAI – Radiotelevisione Italiana S.p.A. al 31 dicembre 2000 è conforme alle norme che ne disciplinano i criteri di redazione; esso pertanto è redatto con chiarezza e rappresenta in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale e finanziaria e il risultato economico del gruppo.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.

Giulio Uboldi
Socio

Torino, 30 maggio 2001

RAI – RADIOTELEVISIONE ITALIANA S.P.A.

BILANCIO D'ESERCIZIO 2001

RAI RADIOTELEVISIONE ITALIANA RELAZIONI E BILANCIO 2001



Organi Aziendali
Lettera agli azionisti
Relazione del Consiglio di Amministrazione sulla gestione 2001
- Il servizio pubblico radiotelevisivo
- Quadro di riferimento
- Le azioni intraprese ed i fatti di rilievo
- La gestione economico-patrimoniale e finanziaria: sintesi dei risultati
- L'attività Rai nel 2001
  L'offerta editoriale
  L'attività industriale
- I risultati d'ascolto
- Ricerca e nuovi servizi
- Personale e relazioni industriali
- Rapporti intersocietari
- Note aggiuntive
- Insediamenti aziendali

Stato patrimoniale e conto economico
Nota integrativa
Prospetti supplementari
Relazione del collegio sindacale
Relazione di certificazione
Assemblea del 25 giugno 2002

ORGANI AZIENDALI

Denominazione sociale RAI Radiotelevisione Italiana S.p.A.
Capitale sociale Euro 500.000.000 interamente versato
Sede sociale Viale G. Mazzini, 14 - 00195 Roma

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Presidente	Roberto Zaccaria	*dal 22 febbraio 2002* Antonio Baldassarre (*)
Consiglieri	Stefano Balassone	Adalberto Albertoni
	Alberto Contri	Carmine Donzelli
	Vittorio Emiliani	Marco Staderini
	Gianpiero Gamaleri	Luigi Enrico Zanda Loy
Segretario	Franco Di Loreto	

COLLEGIO SINDACALE

Presidente	Marcello Bigi	
Sindaci effettivi	Bruno De Leo	
	Roberto Chionne	
Sindaci supplenti	Domenico Mastroianni	
	Ascanio Turco	

		dal 9 febbraio 2001	*dal 19 Marzo 2002*
Direttore Generale	Pier Luigi Celli	Claudio Cappon	Agostino Saccà

Revisori contabili Deloitte & Touche S.p.A.

(*) eletto Presidente nella riunione di Consiglio di Amministrazione del 5 marzo 2002

Signori Azionisti.

LETTERA AGLI AZIONISTI

il bilancio d'esercizio chiuso al 31 dicembre 2001. che sottoponiamo al Vostro esame per l'approvazione. è relativo alla gestione aziendale del precedente Consiglio di Amministrazione. della quale evidentemente l'attuale Consiglio non è responsabile.
Con questa doverosa premessa. Vi comunichiamo che detto bilancio presenta un utile netto di 3.9 milioni di euro ed è stato redatto. come per il passato. nel più attento rispetto della normativa vigente. con particolare riferimento ai contenuti ed ai criteri di valutazione adottati. che hanno comportato l'effettuazione di opportuni e congrui stanziamenti ai fondi.
Nel rinviarVi alla Nota Integrativa per quanto concerne i chiarimenti sui dati quantitativi risultanti dallo Stato Patrimoniale e dal Conto Economico. desideriamo qui relazionarVi sull'andamento della gestione della Vostra società con riferimento all'esercizio testè chiuso, in conformità a quanto stabilito dall'art. 2428 del Codice Civile.

Il 2001 è stato un esercizio particolarmente sofferto sotto il profilo gestionale, soprattutto a causa della crisi straordinaria che ha colpito il settore della pubblicità, e che ha interessato non solo il nostro paese ma in pratica tutta l'area dei paesi occidentali.
Il fenomeno ha avuto pesanti riflessi sull'entità degli introiti pubblicitari della Vostra società, che, dopo anni di crescita ininterrotta, hanno fatto registrare una flessione di ben 139,5 milioni di euro, pari al 12% in meno rispetto all'anno precedente.
In tale contesto è stato reso necessario un piano di riequilibrio che ha previsto un insieme articolato di interventi diffusi su tutta la struttura dei costi aziendali, incluse le società partecipate, le cui linee principali hanno riguardato:
- contenimento dei costi nelle aree non direttamente connesse al core business
- razionalizzazione sui diritti sportivi (specie calcio)
- ridisegno delle curve degli investimenti tecnici e di prodotto
- revisione delle strategie di investimento sui new media, in coerenza con i trend di mercato
- liquidazione di attività senza concrete prospettive di ritorni economici

Grazie a tali interventi è stato possibile mantenere l'andamento gestionale della Vostra società in una situazione di sostanziale break-even. senza particolari sofferenze sotto il profilo finanziario.

Peraltro. dato il persistere della crisi del mercato pubblicitario anche nell'anno in corso. particolare attenzione sarà dedicato al monitoraggio dei piani di razionalizzazione della struttura dei costi. per garantire il superamento. senza particolari traumi sotto il profilo economico. di questa fase congiunturale particolarmente negativa.
Per quanto concerne il rapporto con il pubblico, nel 2001 la Rai confer-

ma da un lato il trend di crescita degli abbonamenti (con l'acquisizione nel corso dell'esercizio di 414.000 nuovi abbonati. contro i 327.000 dell'anno precedente) e. dall'altro. la propria leadership negli ascolti. pur in un quadro di riduzione del distacco rispetto al principale concorrente. soprattutto nella fascia del prime-time.

Signori azionisti.

il bilancio al 31 dicembre 2001. presenta. come già detto all'inizio. un utile netto di euro 3.994.441.78 che Vi proponiamo di destinare come segue:

- quanto a euro 199.722.09 (pari al 5% del risultato netto) alla Riserva Legale
- quanto al rimanente. alle "Altre riserve".

RELAZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE SULLA GESTIONE 2001

IL SERVIZIO PUBBLICO RADIOTELEVISIVO

La Rai è la più grande azienda radiotelevisiva italiana. e la sua storia ha caratterizzato in misura significativa la vita e il costume del nostro Paese nel corso del secolo.

La nascita del servizio radiofonico pubblico in Italia risale infatti al 27 agosto 1924. data di costituzione a Roma. dell'Unione Radiofonica Italiana (le trasmissioni radiofoniche furono avviate il 6 ottobre 1924).

Il 3 gennaio 1954 ha invece inizio il servizio regolare televisivo. che raggiunge l'intero territorio nazionale a partire dal 24 gennaio 1957.

Il 4 novembre 1961 iniziano le trasmissioni del secondo programma televisivo. Il 1° febbraio 1977 partono ufficialmente le trasmissioni televisive a colori in Italia.

Il 15 dicembre 1979 è inaugurata la terza rete TV a diffusione sia nazionale che regionale.

La Rai. per effetto della convenzione con lo Stato. resa esecutiva dal DPR del 28.3.1994. detiene una "concessione ventennale di servizio pubblico" per la diffusione dei programmi radiofonici e televisivi sull'intero territorio nazionale. L'attivazione della convenzione avviene attraverso la stipula di un "contratto di servizio" con l'Ente concedente. il Ministero delle Comunicazioni. di durata triennale. Il Contratto di Servizio 2000 – 2002. a proposito del quale si relaziona dettagliatamente più avanti. è stato stipulato in data 6 novembre 2000.



Nell'erogazione dei servizi. in coerenza con gli obblighi di convenzione. la Rai garantisce in particolare:

- una ***diffusione nazionale ed internazionale***. assicurando la qualità del segnale. la copertura del territorio italiano ed il raggiungimento di comunità italiane all'estero:
- la ***qualità della programmazione***. al fine di soddisfare il più ampio spettro di interessi e di assicurare lo sviluppo della base produttiva. italiana ed europea:
- una ***informazione completa*** e di facile accesso:
- ***servizi di pubblica utilità***. richiesti da parte della Amministrazione Pubblica in funzione di specifiche esigenze individuate.

QUADRO DI RIFERIMENTO

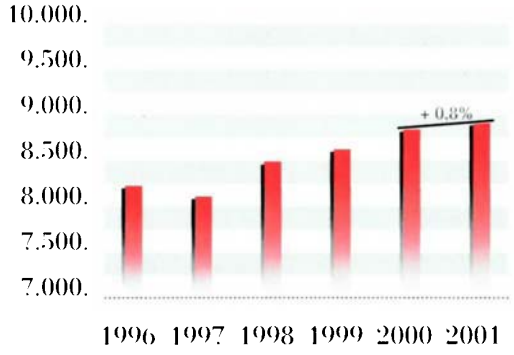
L'evoluzione del mercato delle comunicazioni

La struttura del settore televisivo – che rappresenta il segmento centrale del più ampio mercato dei media - ha goduto di una forte stabilità nel corso degli ultimi 10 anni. A partire dalla seconda metà degli anni '90. invece. si è avviata una fase di forte evoluzione. che ha determinato – in parallelo con la crescita sensibile della dimensione dei mercati - la moltiplicazione degli operatori. lo sviluppo di segmenti di business. sia collaterali che separati - seppur convergenti - con la TV generalista.

In linea generale, le direzioni di tale processo evolutivo possono essere evidenziate nell'avvento sul mercato di nuovi operatori, in nuove attività da presidiare, nuove modalità di funzionamento anche nei business tradizionali indotte dallo sviluppo delle tecnologie.
La progressiva integrazione dei mercati ha determinato impatti rilevanti su aree strategiche per l'attività degli operatori televisivi quali, più specificamente, il costo dei diritti sul cinema, sugli sport maggiori, ecc., ed ha portato alla definizione di una serie di accordi a livello internazionale, finalizzati alla ricerca di sinergie tra mercati contigui e dell'aumento della dimensione industriale degli operatori.
L'esercizio 2001 registra alcuni fenomeni che – secondo dinamiche in qualche modo tra loro contraddittorie - hanno inciso sulla direzione evolutiva delle variabili di scenario. Ciò ha portato la Rai a ridefinire su alcuni aspetti la strategia complessiva impostata nel corso degli scorsi esercizi, per renderla coerente con l'evoluzione dello scenario.

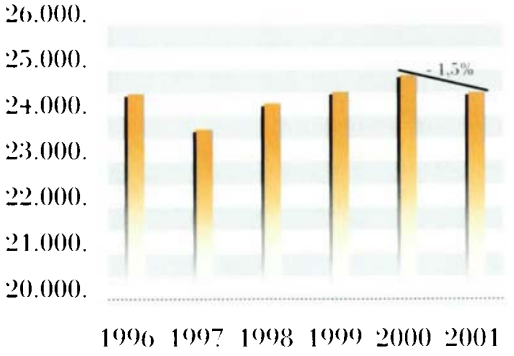
L'evoluzione dello scenario di mercato

L'ascolto della televisione. Pur in contesto che – come si vedrà più diffusamente in seguito – è sempre più caratterizzato da un significativo processo di moltiplicazione delle potenziali modalità di diffusione agli utenti dell'offerta di comunicazione attraverso l'immagine (basti pensare, a tal proposito, all'utilizzo di Internet), il mezzo televisivo mantiene nel corso del 2001 il proprio ruolo decisivo nell'ambito del sistema delle comunicazioni. Dai dati sull'ascolto complessivo della televisione si possono mettere in evidenza alcune dinamiche:



a) intera giornata

Nel corso dell'esercizio prosegue il trend - in atto peraltro da alcuni anni – di incremento del numero di ascoltatori nel corso dell'intera giornata. Nel 2001, più in particolare, la platea televisiva si accresce rispetto al 2000 di quasi 70 mila unità (pari ad un incremento dello 0,8%), portandosi al livello più elevato dal 1987 (primo anno di rilevazione dell'ascolto attraverso Auditel).



b) prime-time

Per quanto concerne la fascia del prime time, si registra una diminuzione del pubblico rispetto al 2000 nella misura di circa 380 mila spettatori, pari all'1,5%: in ogni caso, poiché il valore di ascolto in termini assoluti si mantiene in linea o al di sopra dei dati consolidati negli anni precedenti, la variazione del 2001 sembra potersi leggere in funzione della ciclicità del comporta-