RAI
RADIOTELEVISIONE
ITALIANA
CONSOLIDATO
DI GRUPPO 2001

Relazione sulla gestione
- La gestione economica. patrimoniale e finanziaria
  Sintesi dei risultati
- I fatti di rilievo dell'esercizio
- L'evoluzione del quadro normativo
- Note aggiuntive

Stato patrimoniale consolidato
Conto economico consolidato
Nota integrativa
Prospetti supplementari
Relazione del Collegio sindacale sul bilancio consolidato
Relazione di certificazione sul bilancio consolidato
Bilanci delle società controllate
Prospetto riepilogativo dei bilanci 2001 delle società collegate

RELAZIONE SULLA GESTIONE

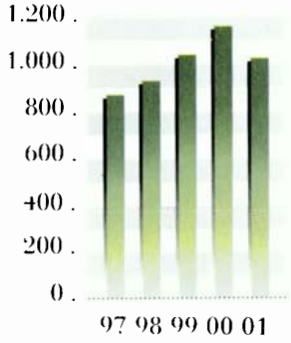
LA GESTIONE ECONOMICA, PATRIMONIALE E FINANZIARIA - SINTESI DEI RISULTATI

Il bilancio consolidato del Gruppo Rai chiuso al 31 dicembre 2001 presenta una perdita netta pari a 22.4 milioni di euro. rispetto ad un risultato positivo di 43.1 milioni di euro fatto registrare nell'esercizio precedente.

Il risultato dell'anno è stato fortemente condizionato dalla crisi straordinaria che ha colpito il mercato pubblicitario: dopo anni di notevole crescita. infatti. a partire dagli ultimi mesi del 2000 si è avviata sul mercato pubblicitario una fase caratterizzata da una decisa inversione di tendenza che interessa. pur con impatti differenziati. tutti i principali Paesi occidentali ed i diversi media.

Tale fenomeno negativo è dovuto sia ad un generalizzato rallentamento dell'economia nel suo complesso che alle forti modifiche nelle prospettive di sviluppo delle società operanti nei settori della new economy. per le quali l'investimento nella comunicazione pubblicitaria rappresenta uno dei principali fattori chiave di successo per l'ingresso in nuovi mercati.

RICAVI DA PUBBLICITÀ
(migliaia di euro)



Il gruppo Rai. peraltro. ha risentito più di altri operatori della crisi del mercato pubblicitario in funzione sostanzialmente dei seguenti fattori:

- più restrittivi indici di affollamento rispetto ai privati, che limitano i margini di adattamento dell'offerta. in particolare nelle fasi di recessione;
- più elevata incidenza di operatori (telecomunicazioni. new economy) che maggiormente hanno ridotto gli investimenti in pubblicità;
- mancanza nel 2001 di eventi sportivi di forte richiamo (nel 2000 si era verificata la contemporanea presenza di europei di calcio e olimpiadi).

Di conseguenza i ricavi pubblicitari del gruppo hanno fatto registrare nel 2001 per la prima volta. dopo anni di crescita rilevante. un forte arretramento rispetto all'anno precedente: il dato 2001 è pari a 1.124.1 milioni di euro, con una riduzione di 146.4 milioni di euro. pari al 11.5%. Tale riduzione rappresenta la principale componente del peggioramento del risultato netto consolidato 2001 rispetto all'anno precedente.

Rispetto al risultato del bilancio civilistico al 31 dicembre 2001 della capogruppo Rai SpA. pari ad un utile netto di 3.9 milioni di euro, la perdita di 22.4 milioni di euro fatta registrare a livello di bilancio consolidato è dovuta. da un lato al minor apporto dei risultati netti delle società controllate. tenuto conto anche degli effetti delle operazioni intragruppo. rispetto ai dividendi dalle stesse erogati nel 2001. e. dall'altro. ai maggiori ammortamenti tecnici da stanziare nel bilancio consolidato. quale effetto "di ritorno" dell'elisione nel bilancio consolidato stesso degli ammortamenti anticipati accantonati nei bilanci civilistici della Capogruppo Rai dei passati esercizi.

In aggiunta a quanto già segnalato, tra gli elementi che hanno maggiormente caratterizzato la gestione economica. finanziaria e patrimoniale del gruppo 2001. si ricordano:

- I proventi da canoni d'abbonamento, che rimangono anche per il 2001 la fonte principale di finanziamento, ammontano a 1.350,1 milioni di euro, con un incremento di 39,0 milioni di euro (+3%), derivante dall'aumento del canone unitario (pari a 3.000 lire), e per il resto conseguente all'incremento del numero degli abbonati e al contenimento del fenomeno della morosità.

- Il costo del lavoro ammonta a 839,3 milioni di euro, con un lieve incremento del 1,6% rispetto al dato del precedente esercizio. Sono proseguite le politiche di incentivazione all'esodo, che hanno comportato un onere pari a 12,9 milioni di euro (19,4 milioni di euro nel 2000). Conseguentemente l'organico di Gruppo (tempo indeterminato e contratti formazione lavoro), pari a 11.470 unità, registra una diminuzione netta di 161 unità.

- I consumi di materie e servizi esterni, pari a 1.208,9 milioni di euro, presentano un lieve aumento pari allo 0,4%, inferiore al tasso d'inflazione, che evidenzia l'impegno perseguito nelle politiche di razionalizzazione dei costi per l'acquisizione dei fattori produttivi.
  Il risultato conseguito va soprattutto valutato considerando che l'incremento di tali costi nel 2000 rispetto al 1999 era stato dell'11%.

- La posizione finanziaria netta del Gruppo a fine esercizio è negativa per 56,9 milioni di euro (di cui 46,8 milioni di euro verso terzi e 10,1 per debiti verso Società del Gruppo in liquidazione), composta da posizioni nette a breve termine attive per 111,2 milioni di euro e debiti a m/l termine per 168,2 milioni di euro. Il peggioramento del saldo complessivo nei confronti dell'esercizio precedente (che presentava un saldo positivo di 94,8 milioni di euro), è di oltre 151,7 mil. determinato principalmente da elementi straordinari, quali la liquidazione del fondo previdenza e riserva matematica dipendenti (oltre 51 milioni di euro), la mancata liquidazione di crediti da Convenzione con lo Stato (45,0 milioni di euro), oltre alla già citata diminuzione della raccolta pubblicitaria. L'indebitamento medio annuo, pari a 13,4 milioni di euro, non è altrettanto peggiorativo, grazie al saldo attivo di inizio anno. Il risultato economico della gestione finanziaria è positivo per 4,0 milioni di euro, contro un saldo negativo di 3,6 milioni di euro dell'esercizio precedente, grazie anche ad un livello di tassi contenuto (costo medio del debito del 5,1%) e ad una gestione cambi che ha rilevato una seppur parziale ripresa dell'euro nei confronti del dollaro, principale moneta di esposizione.

- Gli investimenti in programmi ammontano a 575,1 milioni di euro, in crescita dell'1,6% rispetto al precedente esercizio, riflettono le politiche di miglioramento qualitativo del magazzino programmi e di rafforzamento della presenza del Gruppo Rai nel mercato audiovisivo nazionale ed europeo:

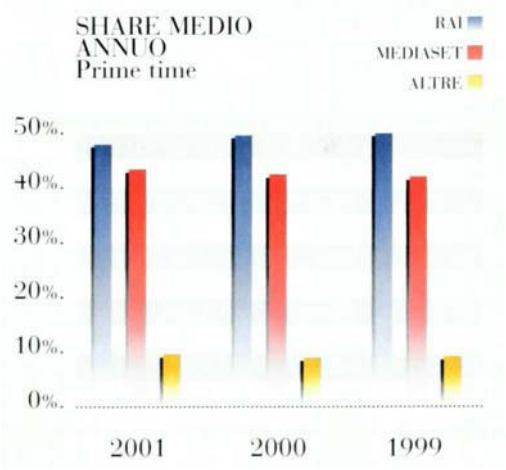
- Lo sviluppo tecnologico. il miglioramento qualitativo e quantitativo dei servizi resi e gli obblighi del Contratto di Servizio hanno richiesto investimenti tecnici per 133.3 milioni di euro. in crescita del 6.0% rispetto al dato del precedente esercizio.

- L'incremento degli ammortamenti. considerando l'evoluzione degli investimenti tecnici. è connesso soprattutto alla progressiva entrata in ammortamento degli investimenti in prodotti effettuati nei precedenti esercizi.

È proseguito nel 2001 l'impegno del Gruppo nell'attività di ricerca e sviluppo. attraverso l'ideazione e la sperimentazione di nuovi servizi e l'evoluzione di nuove tecnologie e sistemi per l'ottimizzazione delle risorse produttive aziendali. anche in vista della sperimentazione della televisione digitale terrestre.
Sul fronte degli ascolti il gruppo Rai riconferma la propria posizione di leader di mercato. pur in un quadro di riduzione del distacco rispetto a Mediaset. soprattutto nel prime time.

In questa fascia infatti si assiste ad una contrazione dello share Rai. che si riduce dal +9.24% del 2000 al +7.58% del 2001. mentre il principale concorrente passa dal +2.19% al +3.05% e le altre emittenti passano dal 8.57% al 9.37%.

Per quanto attiene all'ascolto relativo all'intera giornata, le variazioni rispetto al 2000 risultano più contenute: Rai passa dal +7.31% al +7.02%. Mediaset dal +3.39% al +3.19%. le altre emittenti dal 9.3% al 9.79%.

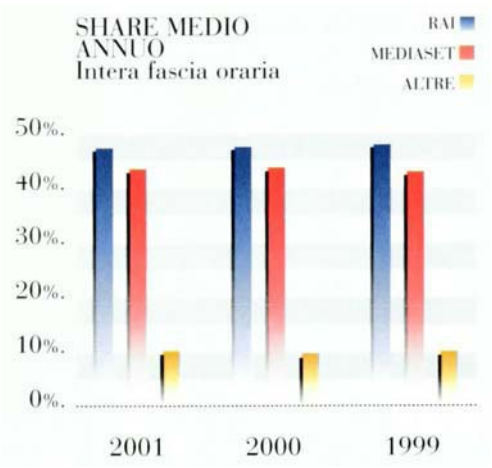


Da rilevare che per quanto riguarda la fascia del *prime time* per la prima volta Raiuno ha perso il primato degli ascolti (share del 23.66%. contro il 25.07% del 2000) a favore di Canale 5 (24.09%. nel 2000 era 22.53%). Su questo fenomeno ha inciso anche la politica di *polarizzazione* attuata da Mediaset. con la concentrazione su Canale 5 dei prodotti più pregiati.

I FATTI DI RILIEVO DELL'ESERCIZIO

In aggiunta alla grave crisi che ha colpito il mercato pubblicitario e della quale si è già detto. si è assistito nel corso 2001 ad un significativo ridimensionamento delle prospettive di sviluppo dei new media.
Dopo una fase contraddistinta da un processo di grande evoluzione del settore (in particolare Internet). con forti aspettative di crescita. che si è riflesso in prezzi di collocamento in Borsa delle società attive in tali mercati molto elevati. ha fatto seguito un sensibile ridimensionamento nelle

aspettative degli investitori in termini di ritorno economico degli ingenti investimenti effettuati. che ha provocato un vero e proprio tracollo dei mercati finanziari. i cui livelli attuali sono inferiori anche dell'80-90% rispetto a quelli massimi raggiunti a marzo 2000.



I fenomeni fin qui delineati hanno determinato la necessità per il Gruppo Rai di sviluppare una serie di risposte su più livelli che si possono schematizzare. nel breve periodo. in interventi "immediati" per riavvicinare la struttura dei costi a quella imposta dalla corrente congiuntura di mercato e. nel medio – lungo periodo. nella individuazione di aree e progetti strategici di investimento per il consolidamento della posizione di mercato e per lo sviluppo.

Sul fronte dei costi si è agito in particolare sulle seguenti aree:

- 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 i cui effetti sul conto economico. tramite la progressiva riduzione degli ammortamenti. saranno evidenti a partire dai prossimi esercizi:
- revisione della strategia di investimento sui new media in coerenza con i trend di mercato ed avvio di politiche di contenimento di costi ed efficientamento di strutture e processi produttivi in tale settore:
- messa in liquidazione di iniziative dimostratesi prive di concrete possibilità di sviluppo (Sport Set e Serra Creativa).

Sul fronte delle operazioni finalizzate al consolidamento del posizionamento strategico di mercato. si sintetizzano di seguito gli elementi delle principali operazioni realizzate nell'esercizio:

- **Costituzione di 01 Distribution**: in data 27 giugno è stata costituita. attraverso una joint venture paritetica tra Rai Cinema e Studio Canal. la Società di distribuzione cinematografica 01 Rai Cinema & Studiocanal distribution S.r.l., che completa la missione di Rai Cinema segnando l'inizio dell'attività di distribuzione nelle sale cinematografiche. Obiettivo della nuova Società è quello di personalizzare con una propria struttura di Edizione. Marketing e di Vendita l'uscita cinematografica del prodotto. fattore di particolare importanza in quanto costituisce il primo contatto con il pubblico e l'anello della fi-

liera cui contrattualmente si fa riferimento nei successivi sfruttamenti del prodotto (pay tv. home video. free tv).

- **Ampliamento portafoglio prodotti di Rai Trade**. Nel 2001 è proseguita l'attività di ricerca e potenziamento delle sinergie all'interno del Gruppo. attraverso la gestione in proprio dell'area "Musica colta e Prosa". nonché con l'attività di monitoraggio delle produzioni sia italiane che estere finalizzata alla predisposizione del "cartellone degli eventi" da sottoporre alle reti Rai. Tali iniziative vanno lette in termini di razionalizzazione del processo di approvvigionamento dei diritti e nell'affermazione di un orientamento strategico alla creazione di valore attraverso lo sfruttamento delle più profittevoli alternative di mercato. in uno scenario in cui la specializzazione e le competenze specifiche si dimostrano fattori fondamentali per l'ottimizzazione delle politiche di acquisto/commercializzazione del prodotto.

- **Avvio dell'attività operativa di Rai Click.** La società. frutto di una partnership tra Rai (60%) ed e.Biscom (40%). ha avviato dalla seconda metà di luglio la fornitura (on-line nelle zone "cablate": inizialmente Milano, Torino e Genova) di un'offerta sulla banda larga di informazione, intrattenimento e servizi in modalità Video on Demand. Al fine di ottimizzare la complementarità e le sinergie di offerta del Gruppo nell'ambito delle "nuove" piattaforme distributive. nel dicembre 2001 l'accordo Rai e-Biscom è stato integrato attribuendo a Rai Net la responsabilità editoriale nella ideazione e realizzazione sia dell'offerta fruibile tramite TV che Internet.



La prova del cuoco: **ricette, rubriche alimentari, curiosità, alla ricerca dei sapori vecchi e nuovi.**

- **Avvio operativo di Rai Net.** L'avvio dell'attività operativa di Rai Net è avvenuto con il lancio nei primi mesi del 2001 del nuovo portale "Rai.it". Il portale. attraverso un sistema editoriale integrato. rende facile, efficace ed interattiva la fruizione da parte dei diversi segmenti di utenti internet. valorizzando le capacità del Gruppo di produrre intrattenimento. cultura e servizi per ogni tipo di pubblico. Nel portale "Rai.it" oltre alle offerte tematiche esclusive e prodotte ad hoc per il web si alternano spazi di valorizzazione dell'offerta peculiari del servizio pubblico. Nel corso dell'esercizio, inoltre, è proseguita l'attività di "razionalizzazione" dei siti Rai con conseguente miglioramento della strategia di comunicazione e del posizionamento complessivo dell'offerta internet Rai.

L'EVOLUZIONE DEL QUADRO NORMATIVO

Sotto il profilo normativo, le principali novità riguardano:

- *legge 20 marzo 2001, n. 66 ("digitale terrestre")*

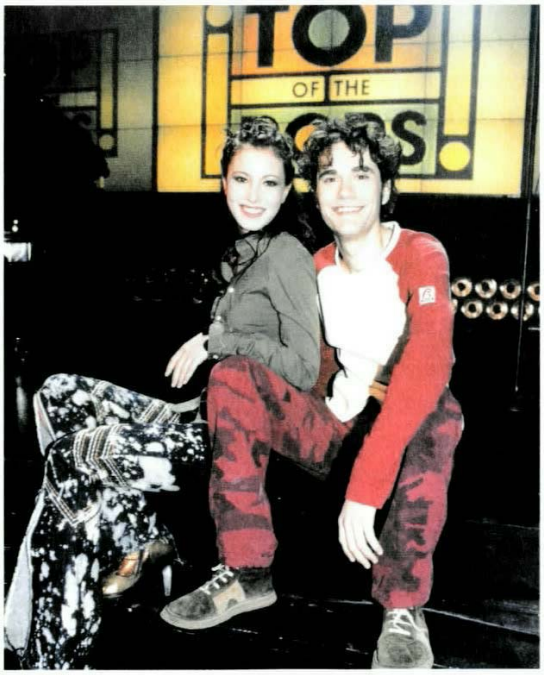
Con la legge 66/2001 – che, in sintesi, stabilisce il passaggio integrale del sistema televisivo italiano alla diffusione digitale entro il 2006 – si viene a configurare una vera e propria discontinuità strutturale nel sistema televisivo italiano.

La legge ed il regolamento attuativo predisposto dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni da un lato disegnano il sistema a regime e, dall'altro, definiscono le regole che guideranno la fase di passaggio.

- *periodo di transizione (sino al 2006)*: rappresenta una fase di controllata apertura del mercato, con la definizione di un percorso che riserva ai titolari di concessioni radiotelevisive un ruolo di promozione del digitale e definisce gli strumenti (trading delle frequenze) per l'attuazione dei piani di costruzione della rete, precostituendo in tal modo un posizionamento di mercato da far valere al momento del passaggio al regime di licenza. Nella fase transitoria gli attuali titolari di concessione radiotelevisiva possono, in tal modo, disporre di un quadro di certezze giuridiche che incoraggia gli investimenti nella nuova tecnologia ed assicura un'adeguata saldatura tra la fase sperimentale e l'assetto a regime.

- *fase a regime (a partire dal 2006)*: prevede la separazione tra gli operatori di rete (che opereranno su licenza) ed i fornitori di contenuti e servizi (per i quali è prevista l'autorizzazione). L'operatore di rete che sia anche fornitore di contenuti, dovrà avere un sistema di contabilità separata e seguire criteri di trasparenza e non discriminazione nell'acquisizione tra i canali di proprietà e quelli offerti da terzi. Sotto il profilo antitrust, nessun fornitore di contenuti potrà controllare più del 20% del totale dei canali distribuiti nel sistema nel suo complesso.

Anche in Italia *Top of the pops* che ha fatto la storia della televisione mondiale.



- *legge 249/97: delibera dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni n. 346/01*

L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha adottato, in data 7 agosto 2001, una delibera recante i termini e criteri per l'attuazione delle disposizioni di cui all'art. 3 della legge 249/97 (distacco delle pubblicità da Rai Tre e spostamento su cavo/satellite di Retequattro e di un canale di Tele+). I principali contenuti della delibera possono essere così riepilogati:

- il termine previsto per l'attuazione delle disposizioni di cui sopra è il 31 dicembre 2003, data alla quale si presume che la quota di po-

polazione coperta dai sistemi di trasmissione alternativi alla via terrestre analogica (satellite. cavo. digitale terrestre) sia pari al 50% del totale:

- l'Autorità. comunque. alla luce dei significativi margini di oscillazione rispetto alla quota percentuale di cui sopra. si riserva di rivedere la data del 31 dicembre 2003: più in particolare. tale termine potrà essere posticipato qualora al 31 dicembre 2002 la quota delle famiglie digitali risulti inferiore al 35% del totale. mentre potrà essere anticipato nel caso in cui a tale data la quota delle famiglie digitali risulti superiore alla soglia del 45%.

NOTE AGGIUNTIVE

Dopo la data di riferimento del bilancio consolidato i fatti di rilievo avvenuti sono i seguenti:

- il canone di abbonamento per l'anno 2002 è stato determinato in euro 93.80 con D.M. del 30.11.2001:

- con riferimento al contratto stipulato in data 22 aprile 1999 con Canal+ S.A. riguardante l'acquisto da parte della Rai di azioni Tele+. in data 22 aprile 2002 e 15 maggio 2002 è stato comunicato alla controparte. rispettivamente. il non esercizio dell'opzione call per l'acquisto di ulteriori azioni Tele + e l'esercizio dell'opzione put per la vendita alla controparte delle n. 271002 azioni Tele + precedentemente acquistate in forza del citato contratto.

Per quanto concerne la prevedibile evoluzione della gestione. il 2002 rappresenta un esercizio particolarmente impegnativo per il Gruppo Rai. Le indicazioni disponibili riguardo l'andamento della gestione per l'anno in corso confermano il persistere della crisi del mercato pubblicitario. I primi mesi dell'anno stanno evidenziando una raccolta ancora in flessione anche se sono già percepibili segnali di inversione della tendenza che confortano l'ipotesi di un recupero di una dinamica positiva prevista a partire dal secondo semestre 2002.
Per quanto invece riguarda il canone di abbonamento si conferma una buona tenuta del portafoglio. insieme ad un soddisfacente livello di acquisizione di nuovi abbonati.
In questo quadro. l'attuazione dei piani di razionalizzazione della struttura dei costi. avviati nel corso del 2001. stante la volatilità del mercato pubblicitario. assumono un'importanza decisiva per il mantenimento dell'equilibrio economico del Gruppo.

Si precisa infine. ai sensi dell'art.40. secondo comma. punto d). del D.Lgs. 9 aprile 1991. n. 127. che la Controllante non possiede azioni proprie e parimenti non ne possiedono le Società controllate. neppure tramite società fiduciarie o per interposta persona.

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO 2001 E CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO 2001

Raffrontati con l'esercizio 2000 ed espressi in euro

VALORI ESPRESSI IN MIGLIAIA DI EURO

ATTIVO	31.12.2001	31.12.2000
A) CREDITI VERSO SOCI PER VERSAMENTI ANCORA DOVUTI	-	-
B) IMMOBILIZZAZIONI		
I. IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI		
1. - Costi di impianto e di ampliamento	1.235	1.625
2. - Costi di ricerca, di sviluppo e di pubblicità	-	62
3. - Diritti di brevetto industriale e diritti di utilizzazione delle opere dell'ingegno	462.749	397.457
4. - Concessioni, licenze, marchi e diritti simili	412	985
6. - Immobilizzazioni in corso ed acconti	220.038	246.258
7. - Altre	13.409	12.864
TOTALE IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI	697.863	659.251
II. IMMOBILIZZAZIONI MATERIALI		
1. - Terreni e fabbricati	509.641	563.328
2. - Impianti e macchinario	247.458	219.834
3. - Attrezzature industriali e commerciali	16.608	20.495
4. - Altri beni	43.556	44.801
5. - Immobilizzazioni in corso ed acconti	159.154	162.330
TOTALE IMMOBILIZZAZIONI MATERIALI	976.417	1.010.788
III. IMMOBILIZZAZIONI FINANZIARIE		
1. - Partecipazioni in		
a) imprese controllate non consolidate	2.456	-
b) imprese collegate .	3.147	4.803
d) altre imprese	47.359	31.784
	52.962	36.587
2. - Crediti		
d) verso altri		
importi esigibili entro l'esercizio successivo	2.501	3.888
importi esigibili oltre l'esercizio successivo	27.234	29.025
	29.735	32.913
3. - Altri titoli	3.174	3.664
TOTALE IMMOBILIZZAZIONI FINANZIARIE	85.871	73.164
TOTALE IMMOBILIZZAZIONI	1.760.151	1.743.203

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO 2001 - 2000

VALORI ESPRESSO IN MIGLIAIA DI EURO

PASSIVO	31.12.2001	31.12.2000
A) PATRIMONIO NETTO		
I. QUOTE DELLA CAPOGRUPPO		
1. - Capitale sociale	500.000	61.975
3. - Riserve e risultati portati a nuovo	206.581	612.058
4. - Utile (perdita) dell'esercizio	(22.286)	42.739
	684.295	716.772
II. QUOTE DI TERZI		
1. - Capitale, riserve e risultati portati a nuovo	7.520	7.250
2. - Utile (perdita) dell'esercizio	(127)	335
TOTALE PATRIMONIO NETTO	691.688	724.357
B) FONDI PER RISCHI E ONERI		
1. - Per trattamento di quiescenza e obblighi simili	140.565	213.197
2. - Per imposte	32.614	45.456
3. - Altri	378.239	351.948
TOTALE FONDI PER RISCHI E ONERI	551.418	610.601
C) TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO DI LAVORO SUBORDINATO	322.605	307.179

VALORI ESPRESSI IN MIGLIAIA DI EURO

ATTIVO *(segue)*	31.12.2001	31.12.2000
C) ATTIVO CIRCOLANTE		
I. RIMANENZE		
1. - Materie prime, sussidiarie e di consumo	9.644	10.274
2. - Prodotti in corso di lavorazione e semilavorati	-	7
3. - Lavori in corso su ordinazione	911	282
4. - Prodotti finiti e merci		
a) prodotti finiti	532	470
b) merci	216	17
5. - Acconti	-	231
TOTALE RIMANENZE	11.303	11.281
II. CREDITI		
1. - Verso clienti	621.928	613.360
2. - Verso imprese controllate non consolidate	59	4.677
3. - Verso imprese collegate	2.667	79
5. - Verso altri	252.244	175.669
TOTALE CREDITI	876.898	793.785
III. ATTIVITÀ FINANZIARIE CHE NON COSTITUISCONO IMMOBILIZZAZIONI		
6. - Altri titoli	3.500	246
TOTALE ATTIVITÀ FINANZIARIE CHE NON COSTITUISCONO IMMOBILIZZAZIONI	3.500	246
IV. DISPONIBILITÀ LIQUIDE		
1. - Depositi bancari e postali	116.567	263.070
2. - Assegni	21	16
3. - Denaro e valori in cassa	241	344
TOTALE DISPONIBILITÀ LIQUIDE	116.829	263.430
TOTALE ATTIVO CIRCOLANTE	1.008.530	1.068.742
D) RATEI E RISCONTI		
b) ratei e altri risconti	17.396	32.602
TOTALE RATEI E RISCONTI	17.396	32.602
TOTALE ATTIVO	**2.786.077**	**2.844.547**