

RAI – RADIOTELEVISIONE ITALIANA SPA

---

# BILANCIO D'ESERCIZIO 2005

**PAGINA BIANCA**

**Indice****Struttura Organizzativa****Organi Sociali****Profilo di Gruppo****Rai: il Servizio Pubblico radiotelevisivo****Relazione sulla gestione****Lo scenario di riferimento**

La platea radiotelevisiva

Le risorse del sistema

Il quadro normativo

La Rai nel confronto europeo

**L'anno Rai**

Area Editoriale TV

Area Editoriale Radiofonia

Area Editoriale Nuovi Media e DTT

Area Commerciale

Area Trasmissiva

**Risorse Umane****Ricerca e Sviluppo****Rapporti intersocietari****Ulteriori informazioni**

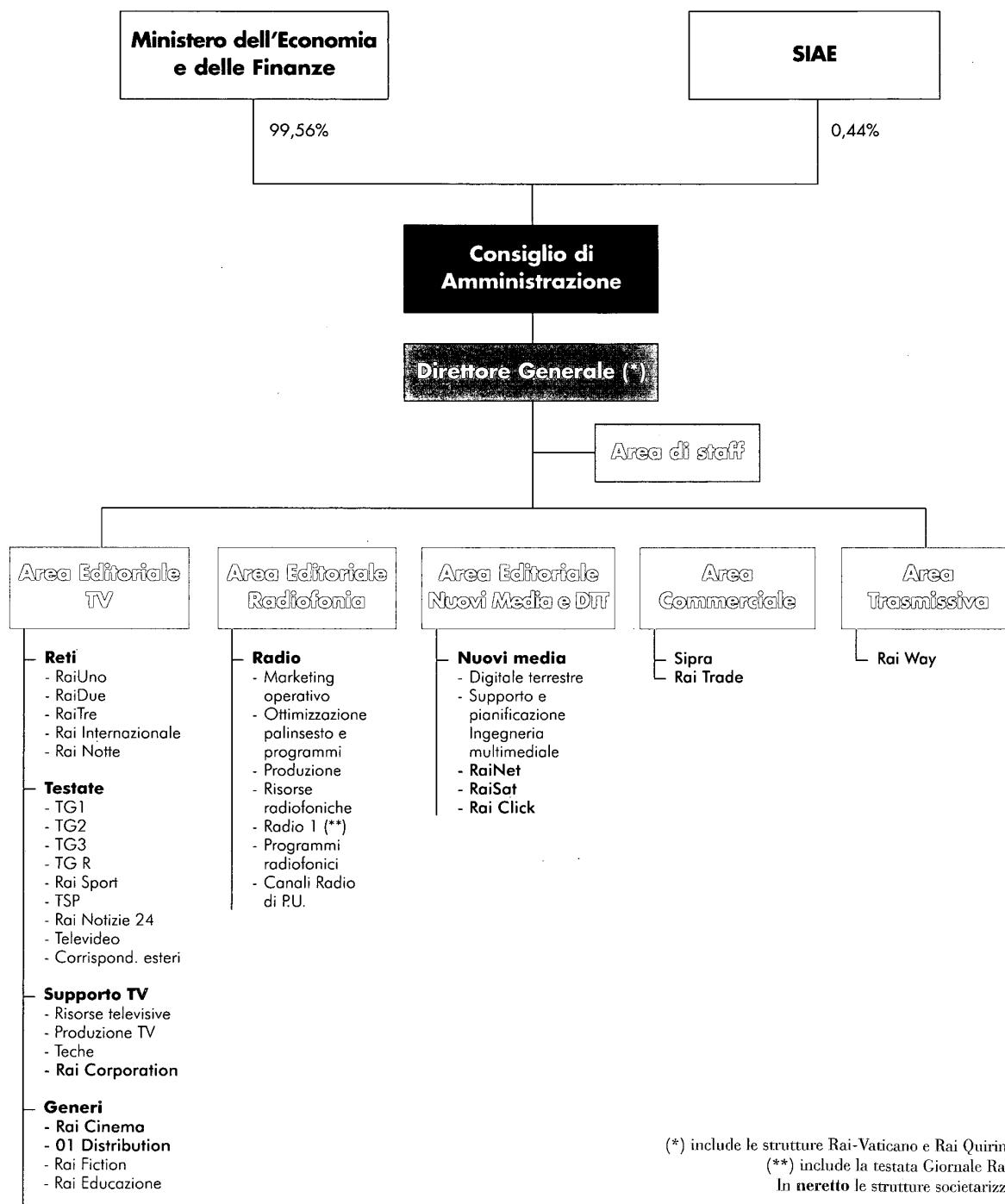
Fatti di rilievo oltre la chiusura dell'esercizio

Prevedibile evoluzione della gestione

Informazioni supplementari

**Proposta di delibera****Bilancio civilistico al 31 dicembre 2005****Delibera Assembleare****Bilancio consolidato al 31 dicembre 2005****Corporate Directory**

## Struttura organizzativa



## Organi sociali

### Consiglio di Amministrazione

Fino al 31 maggio 2005

Dal 1 giugno 2005

**Presidente**

Claudio Petruccioli <sup>(2)</sup>

**Consiglieri**

Francesco Alberoni <sup>(1)</sup>  
 Angelo Maria Petroni  
 Giorgio Rumi  
 Marcello Veneziani

Giovanna Bianchi Clerici  
 Sandro Curzi  
 Gennaro Malgieri  
 Angelo Maria Petroni  
 Nino Rizzo Nervo  
 Carlo Rognoni  
 Marco Staderini  
 Giuliano Urbani

**Segretario**

Franco Di Loreto

### Collegio Sindacale

**Presidente**

Carlo Cesare Gatto

**Sindaci effettivi**

Paolo Germani  
 Salvatore Randazzo

**Sindaci supplenti**

Domenico Mastroianni  
 Carlo Tixon

### Direttore Generale

Dal 5 agosto 2005

Flavio Cattaneo

Alfredo Meocci <sup>(3)</sup>

### Revisori Contabili

PricewaterhouseCoopers <sup>(4)</sup>

(1) a seguito delle dimissioni del Presidente del Consiglio di Amministrazione Lucia Annunziata, assume la qualifica di facente funzioni del Presidente del Consiglio di Amministrazione.

(2) nominato il 30 luglio 2005 membro del Consiglio di Amministrazione dall'Assemblea degli Azionisti e nominato Presidente dal Consiglio di Amministrazione del 2 agosto 2005. Dal 3 maggio 2006 il Consiglio di Amministrazione si è assunto i poteri del Direttore Generale accogliendone la richiesta di messa in aspettativa (vedere nota 3), delegandone l'esercizio al Presidente per tutta la durata dell'aspettativa.

(3) nominato durante la riunione del Consiglio di Amministrazione del 5 agosto 2005. Dal 3 maggio 2006 ha chiesto di essere posto in aspettativa fino alla decisione del TAR del Lazio sulle domande di sospensione del provvedimento AGCOM sulla presunta incompatibilità con la carica di Direttore Generale.

(4) alla società è altresì conferito il controllo contabile ex articolo 2409bis, come da delibera dell'Assemblea del 20/12/2004.

## Profilo di Gruppo

### **Televisione**

**3 canali televisivi**  
 RaiUno, RaiDue, RaiTre  
 - circa 26.000 ore di trasmissione a diffusione nazionale  
 - 78,9% generi di servizio (92,9% RaiTre)  
 - 9,2% per bambini e adolescenti (fascia 7.00-22.30)

### **Televideo**

### **Radio**

**5 canali radiofonici**  
 Radio1, Radio2, Radio3, Isoradio, GR Parlamento  
 - oltre 80.000 ore di trasmissione  
 - 260 ore al giorno di diretta

### **Filodiffusione**

### **Digitale**

**2 canali tematici**  
 RaiDoc - RaiFutura, RaiUtile  
 - 70% della popolazione raggiunta (al 1 gennaio 2005)  
 - RaiDoc - Rai Futura: 6,5 ore di programmazione originale al giorno  
 di cui 4,5 in diretta dallo studio  
 - RaiUtile: 5 ore di programmazione originale al giorno

**3 canali generalisti, 3 canali satellitari free, 4 canali radiofonici,  
 V canale della filodiffusione**

### **Satellite**

**7 canali gratuiti (2 worldwide)**  
 Rai Sport, Rai Edu 1, Rai Edu 2, Rai Notizie 24, Rai Med, Rai Internazionale 1 e 2

**5 canali Rai Sat pay (sulla piattaforma Sky)**  
 Extra, Premium, Cinema World, Gambero Rosso, Ragazzi

**2 canali per conto terzi (sulla piattaforma Sky)**  
 Inter Channel  
 Roma Channel

### **Banda Larga**

**Piattaforma Rai Click**  
 - 47.000 abbonati  
 - 4 milioni di video scaricati

### **Internet**

**Portale Rai.it**  
 - 2,2 milioni e mezzo di utenti unici al mese  
 - 41 milioni di pagine visitate al mese

### **Cinema**

**Rai Cinema**  
 - 50 milioni di Euro in coproduzioni e acquisizioni di cinema italiano

**01 Distribution (3° distributore italiano per quota di mercato)**  
 - 17 film distribuiti in almeno 150/200 sale

## Rai: il Servizio Pubblico radiotelevisivo

La Rai - la più grande azienda radiotelevisiva italiana, che da oltre 50 anni rappresenta e mette in scena l'evoluzione della vita civile, sociale, religiosa ed economica del Paese - si presenta con una rinnovata qualificazione della propria missione all'interno del mercato della comunicazione.

Come sarà più oltre precisato, la Legge di riforma del sistema delle comunicazioni (Legge 3 maggio 2004 n. 112) ha conferito alla Rai, direttamente per fonte primaria, la concessione per il servizio pubblico generale radiotelevisivo, prima assentito con provvedimento amministrativo.

Tale servizio è esercitato mediante la complessiva programmazione, anche non informativa, della concessionaria.

Lo svolgimento di tale missione avviene sulla base di un contratto nazionale di servizio stipulato con il Ministero delle Comunicazioni (attualmente è vigente quello valido per il triennio 2003 - 2005 sottoscritto in data 23 gennaio 2003) e di contratti di servizio regionali e per le province autonome, con i quali sono individuati i diritti e gli obblighi della società concessionaria.

La stessa legge ha identificato all'articolo 17, comma 2, gli specifici obblighi di pubblico servizio (il contenuto minimo garantito, non derogabile dai contratti di servizio) che la Rai è tenuta comunque ad adempiere nell'ambito della sua complessiva programmazione.

La legge infatti rapporta la misura del canone di abbonamento alla necessità di consentire la copertura dei costi per adempiere gli specifici obblighi di servizio pubblico generale radiotelevisivo. A tale riguardo la Concessionaria, come già effettuato per il 2004, è tenuta a indicare in una contabilità separata i ricavi derivanti dal gettito del canone e gli oneri sostenuti per la fornitura del Servizio Pubblico, sulla base di uno schema approvato dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

La menzionata legge conferma infine che alla società concessionaria è consentito lo svolgimento, direttamente o attraverso società collegate, di attività commerciali ed editoriali connesse alla diffusione di immagini, suoni e notizie nonché di altre attività correlate.

Di seguito vengono sinteticamente riportati i contenuti dei principali obblighi di pubblico servizio individuati dal legislatore all'articolo 17:

- *la diffusione di tutte le trasmissioni televisive e radiofoniche di pubblico servizio con copertura integrale del territorio nazionale;*
- *un numero adeguato di ore di trasmissioni televisive e radiofoniche dedicate all'educazione, all'informazione, alla formazione, alla promozione culturale, con particolare riguardo alla valorizzazione delle opere teatrali, cinematografiche, televisive, anche in*

*lingua originale, e musicali riconosciute di alto livello artistico o maggiormente innovative;*

- *l'accesso alla programmazione, nei limiti e secondo le modalità indicati dalla legge, in favore dei partiti e dei gruppi rappresentati in Parlamento e in assemblee e consigli regionali, delle organizzazioni associative delle autonomie locali, dei sindacati nazionali, delle confessioni religiose, dei movimenti politici, degli enti e delle associazioni politici e culturali, delle associazioni nazionali del movimento cooperativo giuridicamente riconosciute, delle associazioni di promozione sociale iscritte nei registri nazionale e regionali, dei gruppi etnici e linguistici e degli altri gruppi di rilevante interesse sociale che ne facciano richiesta;*
- *la costituzione di una società per la produzione, la distribuzione e la trasmissione di programmi radiotelevisivi all'estero, finalizzati alla conoscenza e alla valorizzazione della lingua, della cultura e dell'impresa italiane;*
- *la diffusione di trasmissioni radiofoniche e televisive in lingua tedesca e ladina per la provincia autonoma di Bolzano, in lingua ladina per la provincia autonoma di Trento, in lingua francese per la regione autonoma Valle d'Aosta e in lingua slovena per la regione autonoma Friuli Venezia Giulia;*
- *la trasmissione gratuita dei messaggi di utilità sociale ovvero di interesse pubblico che siano richiesti dalla Presidenza del Consiglio dei ministri e la trasmissione di adeguate informazioni sulla viabilità delle strade e delle autostrade italiane;*
- *la trasmissione, in orari appropriati, di contenuti destinati specificamente ai minori;*
- *la conservazione degli archivi storici radiofonici e televisivi, garantendo l'accesso del pubblico agli stessi;*
- *la destinazione di una quota non inferiore al 15 per cento dei ricavi complessivi annui alla produzione di opere europee, ivi comprese quelle realizzate da produttori indipendenti;*
- *la realizzazione nei termini previsti dalla presente legge delle infrastrutture per la trasmissione radiotelevisiva su frequenze terrestri in tecnica digitale;*
- *la realizzazione di servizi interattivi digitali di pubblica utilità;*
- *il rispetto dei limiti di affollamento pubblicitario previsti dall'articolo 8, comma 6, della legge 6 agosto 1990, n. 223;*
- *l'articolazione della società concessionaria in una o più sedi nazionali e in sedi in ciascuna regione e, per la regione Trentino-Alto Adige, nelle province autonome di Trento e di Bolzano;*
- *l'adozione di idonee misure di tutela delle persone portatrici di handicap sensoriali;*
- *la valorizzazione e il potenziamento dei centri di produzione decentrati;*
- *la realizzazione di attività di insegnamento a distanza.*

## Relazione sulla gestione

*Signori azionisti,*

il mercato radiotelevisivo nel corso del 2005 ha registrato una crescita di poco inferiore al 3%, in arretramento rispetto al progresso consuntivo nel precedente esercizio.

Il pubblico televisivo continua a manifestare apprezzamento per l'offerta mantenendo l'ascolto complessivo su livelli piuttosto elevati. La componente satellitare, peraltro, sta progressivamente accrescendo la propria attrattività.

In tale contesto, il bilancio della Capogruppo **Rai SpA chiude con un risultato netto pari a 16,4 milioni di Euro**, che sconta un onere straordinario di 35,5 milioni di Euro relativo al programma di esodi agevolati del personale deliberato nel dicembre 2005 e da realizzare entro il primo semestre 2006. Tale risultato è sensibilmente inferiore a quello del 2004 (113 milioni di Euro), il quale aveva peraltro beneficiato in misura consistente di partite non ripetibili, connesse agli effetti delle innovazioni legislative finalizzate a eliminare dal bilancio di esercizio i fenomeni di ‘inquinamento fiscale’.

**Il risultato netto a livello consolidato ammonta a 22,9 milioni di Euro** (82,2 milioni nel bilancio 2004) ed è sostanzialmente allineato alle risultanze registrate dalla Capogruppo.

La situazione finanziaria si mantiene ampiamente positiva con una posizione netta della Capogruppo pari a 261 milioni di Euro rispetto ai 268 milioni di Euro alla chiusura del precedente esercizio, dopo aver scontato la distribuzione del dividendo agli Azionisti (79,1 milioni di Euro).

La posizione finanziaria di Gruppo è anch'essa positiva, per 94,1 milioni di Euro (123,7 milioni di Euro nell'esercizio precedente), con un cash flow della gestione positivo (depurato dall'effetto della distribuzione del richiamato dividendo) per circa 50 milioni di Euro.

La posizione finanziaria media di Gruppo è positiva per 137,6 milioni di Euro, con un sensibile miglioramento rispetto al 2004 (26 milioni di Euro).

La dinamica economica della Capogruppo ha due sostanziali determinanti:

- sul fronte dei ricavi, incide - oltre la pratica stazionarietà del fatturato pubblicitario, che peraltro equivale ad una crescita di oltre il 4% depurando il risultato 2004 del contributo aggiuntivo connesso alle Olimpiadi di Atene ed agli Europei di Calcio in Portogallo (32 milioni di Euro) - il mantenimento dell'importo unitario del canone di abbonamento 2005 sullo stesso livello dell'esercizio precedente. Le risorse pubbliche sono infatti aumentate dello 0,6% (8,7 milioni di Euro) solo per le iniziative di lotta all'evasione e soprattutto di contenimento e recupero della morosità;
- sul versante dei costi, la scelta strategica di rafforzare il prodotto editoriale sia per consolidare il posizionamento competitivo delle reti sia per sfruttare e sviluppare al meglio le competenze distintive di content provider anche nell'ambi-

to delle nuove piattaforme mediali che si stanno affacciando all'orizzonte tecnologico e che influenzano nel prossimo futuro le abitudini di consumo di comunicazione delle audience.

La limitata riduzione delle risorse destinate al prodotto editoriale - nonostante nel 2005 non siano presenti, a differenza del precedente esercizio, oneri per grandi eventi sportivi - riflette la consapevolezza che lo scenario esterno è in fase di profonda e veloce evoluzione e che il vantaggio competitivo è fortemente legato alla disponibilità dei contenuti.

Il tradizionale mercato monopiattaforma, dominato dall'offerta analogica, sta infatti gradualmente cedendo il passo ad un complesso **scenario multipiattaforma**, fortemente intergrato e connotato dallo sviluppo di nuovi attori, con una crescente intensificazione della pressione competitiva che richiede, sempre più, una forte capacità di gestione del cambiamento. Nel contempo, i consumatori sono sempre più sofisticati e consapevoli delle alternative a loro disposizione, con una propensione al cambiamento che si sta rafforzando.

La Rai - in un frangente di tale complessità strategica - si trova a disporre di un sistema delle risorse non adeguato a supportare i processi di crescita: da un lato, il blocco imposto all'adeguamento del canone (in un panorama di tariffe relative ai servizi regolamentati che presenta significativi tassi di crescita) e dall'altro, la limitata crescita della raccolta pubblicitaria, legata anche alla debolezza congiunturale che contraddistingue le economie europee.

Tale andamento determina una maggiore aggressività commerciale dei competitor, l'affinarsi delle esigenze e delle richieste degli investitori in termini di target commerciali, e si combina - per la concessionaria pubblica - con gli effetti negativi connessi alla presenza di vincoli di affollamento pubblicitario assai più penalizzanti rispetto ai competitor privati.

Nel corso dell'esercizio è proseguito l'impegno sul fronte del progetto della **Televisione Digitale Terrestre** in coerenza con l'obiettivo - conseguito ad inizio 2005 - di una copertura del 70% della popolazione su entrambi i bouquet digitali.

Con la collaborazione delle due Associazioni Temporanee di Impresa, di cui Rai si è avvalsa per la realizzazione dell'estensione della copertura al 70% della popolazione, sono state realizzate nel corso del 2005 le attività di consolidamento delle due nuove reti, unitamente al rilevante impegno per la regionalizzazione del multiplex riservato per legge al servizio pubblico.

Sempre nell'ambito del progetto Digitale Terrestre sono state - inoltre - avviate le operazioni per il futuro switch-off dall'analogico al digitale per le regioni Sardegna e Valle d'Aosta, prime regioni individuate per il definitivo passaggio alla nuova tecnica trasmittiva, la cui conclusione è prevista entro la prima metà dell'anno in corso.

In tale contesto - oltre al profilo dell'offerta caratterizzata dall'ulteriore rafforzamento dei canali Rai Utile e Rai Doc-Futura e dall'inserimento nel multiplex B, nell'ambito della riserva di banda trasmittiva da riservare a terzi, del canale Sat 2000 - va ricordato lo sviluppo di applicazioni interattive dedicate nonché

l'avvenuta progettazione di una piattaforma interattiva necessaria alla creazione e all'esercizio dei servizi.

Nei primi mesi del 2005, la Rai - sulla base della Legge di riordino del sistema radiotelevisivo e della conseguente delibera assunta dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (102/05/CONS) - ha predisposto lo **schema della contabilità separata**, approvato dalla stessa Autorità di regolamentazione in data 9 giugno 2005 (delibera 186/05/CONS).

Tale separazione è finalizzata:

- alla determinazione del corretto costo di fornitura del Servizio Pubblico generale radiotelevisivo, coperto dal canone di abbonamento;
- ad assicurare che il contributo pubblico percepito dalla concessionaria sia utilizzato esclusivamente ai fini dell'adempimento dei compiti di Servizio Pubblico.

Inoltre, il legislatore ha demandato alla contabilità separata il compito aggiuntivo di supportare il Ministro delle Comunicazioni nella determinazione annuale della misura del canone ordinario di abbonamento.

La Rai - in ottemperanza a quanto stabilito dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni - ha predisposto la contabilità separata relativa al bilancio di esercizio della concessionaria pubblica chiuso al 31 dicembre 2004. I conti annuali separati 2004 sono stati quindi sottoposti - con esito positivo - alle verifiche di una società di revisione scelta dalla stessa Autorità con delibera 393/05/CONS del 13 ottobre 2005.

La contabilità separata 2004 attesta che le risorse pubbliche derivanti, per la gran parte, dal canone di abbonamento non coprono interamente - come previsto dall'art. 47, comma 3, del Testo unico della radiotelevisione - i costi del servizio pubblico specifico, ossia quelli sostenuti per assolvere i compiti delegati alla concessionaria dalla Legge e dal Contratto nazionale di servizio stipulato dalla Rai con il Ministero delle Comunicazioni, cui la stessa legge rinvia.

I conti separati del 2004 presentano, in realtà, un deficit da compensazione **di poco inferiore ai 300 milioni di Euro**.

Il Ministro delle Comunicazioni - con decreto del 30 novembre 2005 - ha deliberato che il canone di abbonamento per il 2006 rimanesse invariato rispetto al 2005. Pertanto, per il secondo anno consecutivo, il canone di abbonamento non è stato adeguato.

La Rai - nel febbraio 2006 - ha presentato ricorso al TAR del Lazio per chiedere l'annullamento della deliberazione ministeriale al fine di adeguare l'importo del canone al tasso di inflazione definito dall'ISTAT nonché al fine di ottenere il rimborso dei costi straordinari affrontati dalla Rai per l'esercizio del Servizio Pubblico, come quelli sostenuti per la costruzione della rete digitale e l'acquisto di impianti e relative frequenze.

In sostanza, difformemente da quanto previsto dal menzionato art. 47 del Testo unico della radiotelevisione e dalle citate delibere dell'Autorità di regolamentazione, non viene garantita la corrispondenza tra i costi del Servizio Pubblico preventibili per l'anno 2006 (sulla base della contabilità separata per l'esercizio 2004) e l'ammontare del canone determinato il 30 novembre 2005.

## Lo scenario di riferimento

Il 2005 si rivela, al pari del precedente esercizio, un anno di significativi cambiamenti del settore, sia dal punto di vista tecnologico che delle risorse del sistema.

L'implementazione della **tecnologia** in tecnica digitale terrestre marcia a ritmi serrati. La Rai prosegue sia nell'accelerazione, prevista anche dalle normative vigenti, verso il passaggio alla nuova tecnologia in vista dello spegnimento analogico sia nell'elaborazione di contenuti e offerte fruibili nell'era digitale.

Lo scenario è, inoltre, fortemente influenzato dall'attività degli operatori satellitari.

Dal punto di vista del **mercato**, il numero crescente degli operatori, congiuntamente al crescente tasso di competitività del settore, tende a ridistribuire le risorse raccolte dal sistema coerentemente con le scelte del pubblico e con l'introduzione delle nuove tecnologie.

Nel seguito sono riportate alcune considerazioni sull'utenza radiotelevisiva, sulla ripartizione delle risorse del sistema radiotelevisivo, sul quadro normativo di riferimento e sul posizionamento del Servizio Pubblico a livello nazionale ed europeo.

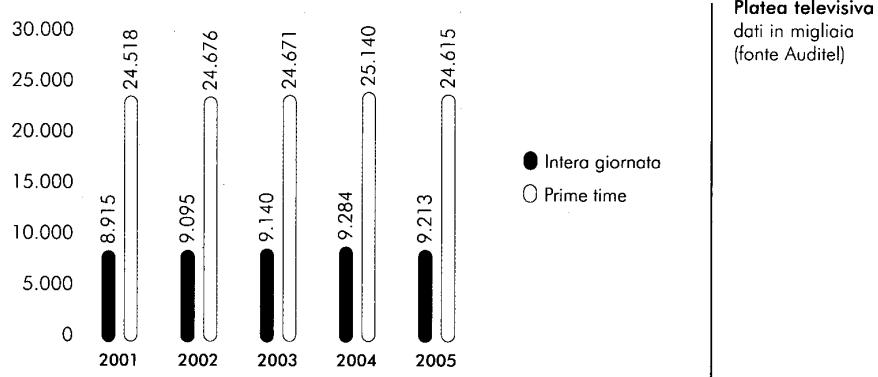
## La platea radiotelevisiva

Il mezzo televisivo conferma nel 2005 la propria centralità nelle scelte del pubblico all'interno di un sistema integrato delle comunicazioni sempre più ricco in termini di operatori, modalità di accesso e tecnologie disponibili.

La platea televisiva si attesta a circa **9,2 milioni** di telespettatori nel giorno medio, con una impercettibile flessione (circa 70 mila telespettatori) rispetto al 2004.

La fascia del prime time, invece, registra un arretramento di oltre mezzo milione di unità, dagli oltre 25,1 milioni di telespettatori del 2004 ai **24,6 milioni** dell'esercizio appena trascorso.

Il fenomeno è riconducibile all'assenza, nel 2005, delle grandi manifestazioni sportive aventi periodicità biennale; contribuisce anche la capacità di operatori su piattaforme diverse dalla televisione analogica di catturare gli spettatori tecnologicamente più avanzati.



Il mezzo radiofonico, con oltre 37 milioni di ascoltatori nel giorno medio, conferma un andamento sostanzialmente stabile.