

Il nuovo contratto delinea, in modo più dettagliato rispetto al passato, la missione di servizio pubblico, precisando come la stessa consista nel garantire all'universalità dell'utenza un'ampia gamma di programmazione e un'offerta di trasmissioni equilibrate e di ampio genere. Si sottolinea l'esigenza di trasparenza nella destinazione e utilizzazione dei finanziamenti percepiti attraverso il canone e quella di migliorare la qualità oggettiva (tecnologica e di contenuti) e la qualità percepita dall'utenza.

La RAI si è impegnata, a recepire nel Codice etico, per la parte di competenza, e nella Carta dei doveri:

- il Codice di autoregolamentazione in materia di rappresentazione di vicende giudiziarie nelle trasmissioni radiotelevisive, sottoscritto il 21 maggio 2009;
- il Codice di autoregolamentazione delle trasmissioni di commento degli avvenimenti sportivi, denominato "Codice media e sport", sottoscritto il 25 luglio 2007;
- il Codice TV e minori di cui all'articolo 34 del Testo Unico;
- le previsioni specifiche per i reality, da comunicare alla commissione paritetica di cui all'articolo 29 entro tre mesi dalla entrata in vigore del nuovo contratto.

L'azienda, poi, ha assunto nuovi impegni in ordine alla realizzazione delle reti di radiodiffusione televisiva in tecnica digitale: è stabilito che la concessionaria attui il processo di conversione delle reti alla tecnologia digitale secondo i tempi e le modalità indicate dal Ministero, provveda all'ampliamento anche ai nuovi canali digitali del perimetro per la definizione dell'offerta predeterminata di servizio pubblico, con un incremento della quota minima dal sessantacinque al settanta per cento.<sup>24</sup>

Il nuovo contratto prevede lo sviluppo di due canali tematici specifici dedicati ai minori, distinti in relazione all'utenza (minori in età pre-scolare e quelli in età scolare).

Come accennato, l'azienda può svolgere, nell'ambito del proprio mercato di riferimento, comprendente l'offerta televisiva, radiofonica e multimediale e le connesse attività strumentali e accessorie, attività commerciali inclusa l'offerta a pagamento in regime di concorrenza, assicurando che le stesse attività siano sviluppate direttamente o attraverso società controllate e, comunque, con modalità

---

<sup>24</sup> La RAI riserva una predominante quota della programmazione annuale di servizio pubblico delle reti generaliste, semigeneraliste e tematiche terrestri, distribuite sulle diverse piattaforme.

organizzative che evitino il finanziamento incrociato, anche parziale, di risorse pubbliche.

Le regole sulla trasparenza, impongono la pubblicazione sul sito web della società, degli stipendi lordi percepiti dai dipendenti e collaboratori nonché delle informazioni, anche tramite il mezzo televisivo, eventualmente con un rinvio allo stesso sito web nei titoli di coda, e radiofonico, sui costi della programmazione di servizio pubblico.

L'Autorità Garante per la Concorrenza ed il Mercato, nella segnalazione AS719 del 7 luglio 2010, ha precisato come l'eventuale imposizione alla RAI dell'obbligo di pubblicare le suddette informazioni sul sito web, potrebbe avere ripercussioni negative nel contesto delle imprese radiotelevisive "... atteso che RAI sarebbe l'unico operatore soggetto all'obbligo di rendere pubblici i propri costi ad un livello di dettaglio disaggregato...".

Sulla esposta problematica l'art. 27, comma 8, del vigente contratto di servizio demanda ad una commissione paritetica la valutazione della fattibilità delle modalità applicative, al momento non ancora elaborata.

Infine, in risposta alle esigenze espresse dalla RAI ed evidenziate dalla Corte dei conti nella precedente relazione, laddove si lamentava che "dal precedente contratto di servizio non era possibile dedurre né l'entità del costo complessivo dei servizi che la società concessionaria si è impegnata a svolgere nell'arco del triennio di riferimento, né l'entità dell'integrazione dell'entrata proveniente dal canone di abbonamento ritenuta necessaria per garantire la completa copertura dei costi derivanti dal contratto stesso"..., il nuovo contratto introduce una serie di clausole di salvaguardia che consentono alla RAI di proporre modifiche al contratto stesso nel caso di significative alterazioni nel rapporto tra costi e ricavi di servizio pubblico.

In tal senso il ruolo della Commissione Paritetica Ministero-RAI risulta ampliato e rafforzato con il mantenimento del compito di definire le più efficaci modalità operative di applicazione e di sviluppo delle attività e degli obblighi previsti nel contratto nonché con la previsione della possibilità di:

- a) *definire gli opportuni interventi volti a superare le difficoltà di applicazione e di interpretazione eventualmente emergenti;*
- b) *segnalare alle parti contraenti significative alterazioni del rapporto di proporzionalità e di adeguatezza tra missione e costi del servizio pubblico e relativo finanziamento, proponendo le misure idonee a ristabilirlo.*

Il Ministero, inoltre, si è impegnato ad individuare, anche con il coinvolgimento delle amministrazioni competenti, le più efficaci metodologie di contrasto all'evasione

del canone di abbonamento, proponendo le opportune iniziative legislative e adottando le necessarie misure amministrative.

Nel nuovo contratto di servizio, infine, le parti si sono impegnate a procedere, nel periodo della relativa vigenza, sulla base delle segnalazioni e delle proposte della commissione paritetica o di evidenze desumibili dalla contabilità separata, alla revisione del contratto, al fine di ripristinare le più corrette modalità di esercizio del servizio, laddove il rapporto di proporzionalità e di adeguatezza tra missione e costi del servizio pubblico e relativo finanziamento, risulti significativamente alterato.

#### **9.4 Sanzioni irrogate dall'AGCOM**

Notevole rilievo assumono i poteri intestati dal TUR all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) ai fini di rendere effettiva l'osservanza dei principi generali in materia di informazione e di ulteriori compiti di pubblico servizio nel settore radiotelevisivo, nei programmi di informazione e di propaganda e le competenze di cui alle leggi 6 agosto 1990, n. 223, 14 novembre 1995, n. 481 e 31 luglio 1997, n. 249.

Nell'esercizio delle proprie funzioni la citata Autorità, ha irrogato alla RAI nel corso del 2010 le seguenti sanzioni:

**Delibera 60/10/CSP del 25 marzo 2010:** Sanzione di euro 100.000 per la violazione dell'art. 5 della legge 22 febbraio n. 28/2000, dell'art. 6 del regolamento della Commissione Parlamentare per l'indirizzo generale la vigilanza dei servizi radiotelevisivi del 9 febbraio 2010 e per l'inottemperanza alla delibera n. 30110/CSP (TG 1), a causa del forte squilibrio informativo tra PDL e PD nel corso della campagna per le elezioni regionali, provinciali e comunali fissate per i giorni 28 e 29 marzo 2010.

**Delibera 74/10/CSP del 16 aprile 2010:** Sanzione di 150.000 euro per violazione delle norme poste a tutela di minori telespettatori da parte del servizio del TG2 delle ore 20.30, sui "Bambini stregoni", trasmesso il 24 luglio 2009, in quanto le immagini in esso contenute sono state ritenute eccessivamente cruente.

**Delibera 89/10/CSP 25 maggio 2010:** Sanzione di 50.000 euro, per violazione delle norme poste a tutela di minori telespettatori, a causa della trasmissione su Rai 4 del film "Jackass", il 24 Gennaio 2009, ritenuto inadatto alla visione da parte di un pubblico di minori, in relazione alla fascia oraria di diffusione e alla carenza di adeguata segnalazione di avvertimento, visiva o acustica.

**Delibera 92/10/CSP del 20 maggio 2010:** Sanzione di 75.000 euro, per violazione delle norme poste a tutela di minori telespettatori, da parte della trasmissione "Blob", su Rai3, il 21 ottobre 2009, alle ore 19:58, contenente la ricostruzione della violenza sessuale subita da una giovane donna e ritenuta inidonea alla visione da parte di un pubblico di minori, in relazione alla fascia oraria di diffusione, e alla mancanza di adeguata segnalazione di avvertimento, visiva o acustica.

**Delibera 198/10/CSP del 16 settembre 2010:** Sanzione 25.000 euro, per violazione delle norme poste a tutela di minori telespettatori, per la trasmissione del film "Fuori di Testa", su Rai4, il 9 settembre 2009, dalle ore 14:00, ritenuta inidonea alla visione di un pubblico di minori, in relazione alla fascia oraria di diffusione e alla omessa adeguata segnalazione di avvertimento, visiva o acustica.

**Delibera 248/10/CSP 25 novembre 2010:** Sanzione di 50.000 euro, per la violazione delle norme poste a tutela di minori telespettatori, per la trasmissione del film "Crocevia per. l'Inferno", su Rai4, il 27 luglio 2009, dalle ore 14.00, ritenuta inidonea alla visione da parte di un pubblico di minori, in relazione alla fascia oraria di diffusione e stante la carenza di adeguata segnalazione di avvertimento, visiva o acustica.

**Delibera 250/10/CSP 25 novembre 2010:** Sanzione di 75.000 euro, per violazione delle norme poste a tutela di minori telespettatori, per la trasmissione del film "Il Patto dei Lupi", su Ra4, il 4 novembre 2009, dalle ore 13:56, ritenuta inidonea alla visione da parte di un pubblico di minori in relazione alla fascia oraria di diffusione e alla mancanza di adeguata segnalazione di avvertimento, visiva o acustica.

**Delibera 251/10/C3P 25 novembre 2010:** Sanzione di 10.329 euro relativa, a una interruzione pubblicitaria nel corso della partita di calcio Roma — Catania trasmessa su RaiUno il 26 gennaio 2010, al di fuori di un arresto di gioco suscettibile di essere recuperato, in violazione delle norme in materia e in particolare della Delibera AGCOM 538/01/CSP.

Tutte le suddette sanzioni sono state pagate dalla Società.

Con sentenza n. 326 del 23 febbraio 2011, la Corte dei conti, Sezione giurisdizionale per la regione Lazio ha ritenuto costituire danno alle pubbliche finanze

la sanzione addebitata alla RAI dall’Autorità per la Garanzia delle Comunicazioni (AGCOM) per la nomina di un direttore generale, già componente della medesima autorità nel quadriennio precedente (per contrasto, dunque, con la disposizione di cui all’art. 2, comma 9 della legge 14.11.1995 n. 481), in quanto, in particolare, la perdita di esercizio (cui ha contribuito la sanzione in argomento) priva di rilevanti mezzi finanziari l’Azienda pubblica e le toglie competitività sul mercato, con possibili, ulteriori ricadute sulla possibilità di investimenti produttivi e necessità (eventuale) di ricorso a contribuzioni pubbliche

## 10. Piani e Programmi

### 10.1 Il Piano industriale

Il Piano Industriale 2010-2012, approvato dal Consiglio di Amministrazione il 20 maggio 2010, prevede un complesso di iniziative volte alla razionalizzazione dei costi, anche attraverso interventi di carattere strutturale sul perimetro aziendale. Parte delle azioni pianificate sono state oggetto di rimodulazione all'interno del piano di risanamento approvato nel 2011 e oggetto di ulteriori approfondimenti nel nuovo piano industriale in fase di predisposizione.

Le principali iniziative avviate e le successive integrazioni/ variazioni apportate, aggiornate ad aprile 2012, possono così essere elencate:

- 1) "Razionalizzazione del perimetro Make or Buy" con implementazione dei modelli di produzione per intrattenimento e radiofonia;
- 2) semplificazione degli assetti societari con l'internalizzazione delle attività delle società controllate RAI Sat, Rai Trade e Rai Net mediante fusione per incorporazione in Rai;
- 3) incremento delle efficienza ed efficacia dei costi relativi alla informazione internazionale attraverso:
  - a. la chiusura di RAI Corporation (società di diritto Statunitense) con esternalizzazione della relativa produzione;
  - b. la riorganizzazione degli Uffici di Corrispondenza con la correlata revisione delle modalità di produzione dell'informazione dall'estero e della presenza di corrispondenti nel mondo;
  - c. chiusura dei canali Rai Italia e Rai Med;
- 4) semplificazione dei processi editoriali con la approvazione del progetto organizzativo Generi/Canali, la creazione della Direzione Intrattenimento e la chiusura di Rai Notte. Sempre in termini editoriali sono in corso di implementazione le attività relative alla valorizzazione dell'offerta informativa sportiva e sono in fase di analisi da parte del CdA le azioni per la riorganizzazione dei modelli di produzione dell'area news;

- 5) completamento dell'operazione di Incentivazione all'esodo con l'uscita pianificata di oltre 400 unità di organico;
- 6) predisposizione della documentazione e richiesta di assenso all'azionista per la cessione del perimetro delle attività passive di Rai Way "Valorizzazione delle Torri". E' in corso di implementazione il progetto per incrementare l'efficienza ed efficacia nella esecuzione delle riprese esterne;
- 7) revisione degli istituti contrattuali con le OOSS che, allo stato, hanno interrotto le negoziazioni con l'azienda. Nel periodo di piano relativamente alle politiche sul costo del personale sono da segnalare due interventi normativi che hanno portato ad un incremento del costo: normativa relativa ai contratti a tempo determinato (Legge 4 novembre 2010, n. 183 come modificato dalla Legge n. 10 del 2011) e innalzamento di talune aliquote previdenziali (Legge 214 del 22 dicembre 2011).

Nell'esercizio 2010, tenuto conto che il Piano Industriale è stato approvato in data 20 maggio 2010, sono state avviate le seguente iniziative:

- semplificazione degli assetti societari con internalizzazione delle attività delle società controllate;
- completamento dell'operazione di incentivazione all'esodo con l'uscita pianificata di oltre 400 unità di organico;
- avvio del progetto di Valorizzazione delle Torri.

## 10.2 Il Piano di produzione e il Piano di programmazione

Il Piano di produzione è costituito di tutte le commesse la cui fase realizzativa è avviata nell'anno 2010. Il costo di ciascuna commessa costituisce un cespite aziendale che, dal punto di vista del bilancio, dopo essere stato capitalizzato, viene imputato a conto economico in 3 quote costanti a partire dal momento di approntamento di ciascuna puntata di ogni produzione (nel caso di produzioni in appalto/coproduzione) o dalla decorrenza dei diritti (nel caso di preacquisto).

La somma dei costi di tutte le commesse appartenenti al piano di produzione costituisce il Valore della Produzione Avviata (V.P.A.).

Il piano è dettagliato per singolo titolo con evidenza della fascia di programmazione, del genere, del numero dei pezzi, del costo complessivo e del costo unitario. Il costo rappresenta l'importo del contratto e degli accessori, quali, ad esempio, le spese relative alla congruità e al monitoraggio.

La programmazione (piano di trasmissione) rappresenta l'insieme delle commesse che sono andate in onda nell'anno 2010. Tale insieme si differenzia dal piano di produzione in quanto è costituito da prodotti fiction già presenti in magazzino ad inizio anno o che si perfezionano nel corso dell'esercizio. Dal punto di vista gestionale, ciascun prodotto fiction viene speso al 100% alla prima messa in onda. Il criterio gestionale di valorizzazione della trasmissione si differenzia dal criterio civilistico utilizzato nel bilancio, per cui il cespite viene imputato a conto economico tra gli ammortamenti in tre quote costanti a partire dalla data di "approntamento" del prodotto, a prescindere dalla trasmissione.

L'analisi della programmazione è stata sviluppata sulla trasmissione 2010 delle tre Reti generaliste.

### Piano di Produzione 2010

Prime Time	N. Pezzi	Costo Medio (€/milioni)	Costo Totale (€/milioni)
<i>Serie Lunghe</i>	22	0,954	21,0
<i>Serie</i>	54	1,342	72,5
<i>Tv Movie</i>	2	1,900	3,8
<i>Miniserie</i>	34	2,110	71,7
<b>Totale Prime Time</b>	<b>112</b>	<b>1,509</b>	<b>169,0</b>
<b>Day Time</b>			
<i>Telenovela/Soap</i>	250	0,195	13,3
<b>Totale Day Time</b>	<b>250</b>	<b>0,195</b>	<b>13,3</b>
<b>Totale Piano</b>			<b>182,3</b>

Il valore delle produzioni avviate nel piano 2010 ammonta a €/mil. 182,3. In dettaglio, il piano è costituito da 112 serate di Prime Time (pezzi da 100 minuti) per un importo pari a €/mil. 169,0 e 250 collocazioni di Day Time (pezzi da 27 minuti) per un importo pari a €/mil. 13,3.

I formati brevi (miniserie e tv movie) rappresentano il 41% del valore complessivo del piano.

Il costo medio di Prime Time del piano è pari a €/mil. 1,509.

Le miniserie (2 serate) rappresentano il prodotto "pregiato" con un costo medio pari a €/mil. 2,110. I titoli di media e lunga serialità presentano un costo medio che si attesta all'interno di un range compreso tra €/mil. 0,9 e €/mil. 1,3.

Il piano 2010 viene assorbito per il Prime Time da RaiUno per €/mil. 163,5 e per €/mil. 5,5 da RaiTre e per il Day Time per 13,3 €/mil. da Rai Tre.

## Programmazione 2010

### Intera Giornata

	Rai Uno	Rai Due	Rai Tre	Totale
<b>Prima Trasmissione</b>				
Ore	203	32	117	352
Costi (€/milioni)	169,9	18,2	20,7	208,8
<b>Repliche</b>				
Ore	475	172	-	647
Costi (€/milioni)	-	-	-	-
<b>Totale</b>				
Ore	678	204	117	999
Costi (€/milioni)	169,9	18,2	20,7	208,8

La programmazione della fiction di produzione 2010 presenta un numero complessivo di ore pari a 999, di cui 352 ore di prima trasmissione e 647 di replica. Il costo di suddette ore (riferito alla prima trasmissione) è pari a €/mil 208,8. Rai Uno

rappresenta il Canale con il maggior numero di ore trasmesse (prima trasmissione e repliche), con un assorbimento di oltre l'81% del costo.

#### Prima serata

	Rai Uno	Rai Due	Rai Tre	Totale
<b>Prima Trasmissione</b>				
Serate	117	10	8	135
Costi (€/milioni)	169,9	12,6	9,0	191,5
<b>Repliche</b>				
Serate	53	-	-	53
Costi (€/milioni)	-	-	-	-
<b>Totale</b>				
Serate	170	10	8	188
Costi (€/milioni)	169,9	12,6	9,0	191,5

La prima serata è caratterizzata dalla prevalenza di serate di Rai Uno, sia in termini di prima trasmissione (117 serate) che di repliche (53 serate). Il costo della prima trasmissione del prime time di Rai Uno ammonta a 169,9 €/mil e rappresenta la totalità del costo di Rai Uno, in quanto non vi sono prime trasmissioni in altre fasce.

Nella programmazione 2010, merita menzione, per la rilevanza dei costi e per la notorietà e ricorrenza dell'evento, il festival di Sanremo.

Il relativo progetto viene predisposto dalla Rete e coinvolge varie Direzioni (Risorse Televisive, Direzione Produzione, Pianificazione e Controllo, oltre alla stessa Rete).

Il programma è appartenente alla tipologia ad "utilità immediata".

Le strutture interne della Società convogliano - attraverso il sistema SAP - le informazioni contabili relative alle transazioni che si pongono in atto sulla "matricola" assegnata al programma dalla Direzione Pianificazione e Controllo: il sistema, ai fini del controllo, consente di seguire il monitoraggio della spesa classificata con diverse modalità (unità organizzativa, destinazione, natura ecc.), attraverso il confronto dell'andamento dei costi con il relativo preventivo approvato. Quest'ultimo è composto da tre parti: una di diretta responsabilità della Rete (costi esterni di Rete), le altre di competenza della Direzione Produzione, ma con una corresponsabilizzazione della Rete stessa.

La Direzione Pianificazione e Controllo ha fornito il prospetto riepilogativo dei costi dell'edizione 2010, raggruppati secondo lo schema qui di seguito riportato e posti a confronto con i costi del 2009.

**COSTI TOTALI**

Migliaia di Euro	Edizione 2009 consuntivo	Edizione 2010 consuntivo	Scostamento 2010 vs. 2009
PUNTATE	5	5	-
<b>Convezione comune di Sanremo (a)</b>	<b>9.024</b>	<b>9.024</b>	-
<b>FESTIVAL</b>			
Costi est. di rete	8.818	8.168	-650
Costi est. di produz.	1.488	1.442	-46
<b>Totale costi esterni (b)</b>	<b>10.306</b>	<b>9.610</b>	<b>-696</b>
<b>Totale costi (a + b)</b>	<b>19.330</b>	<b>18.634</b>	<b>-696</b>
Costi industriali (c)	2.350	1.960	-390
<b>Totale costi Festival (d) = (a+b+c)</b>	<b>21.680</b>	<b>20.594</b>	<b>-1.086</b>
Di cui:			
esterni (a)+(b)	19.330	18.634	-696
industriali (c)	2.350	1.960	-390
Totale ricavi evento Sanremo	12.100	12.750	+650
<b>Differ. costi e ricavi</b>	<b>-9.580</b>	<b>-7.844</b>	<b>+1.736</b>

I costi dell'edizione 2010, pari a 20.594 migliaia di euro, registrano una flessione di 1.086 migliaia di Euro rispetto al 2009 (-5,0 %).

I ricavi evidenziano una crescita di 650 migliaia di euro (+5,4%) determinando una riduzione del differenziale negativo, comunque sempre elevato, tra costi e ricavi diretti, sceso di 1.736 migliaia di euro ( da 9.580 a 7.844 migliaia di euro).

L'analisi dei costi e delle procedure riguarda, oltre alle prime tre voci riportate nella tabella, anche quelle dei costi industriali.

(euro migliaia)

▪ Convezione con il Comune di Sanremo (a);	9.024
▪ Costi esterni di Rete (b);	8.168
▪ Costi esterni di Produzione (b);	1.442
	-----
Totale (a+b)	18.634
▪ Costi industriali (c)	1.960
	-----
Totale (a+b+c)	<u>20.594</u>

La convenzione con il Comune di Sanremo, di durata triennale (2009-2011), è stata approvata dal Consiglio di amministrazione della RAI nella adunanza del 22 dicembre 2008 per un importo complessivo di 27,1 milioni di euro, cui corrisponde un importo annuo di 9.024 migliaia di euro.

Va segnalato che la convenzione per il triennio 2009-2011, non prevede la rivalutazione del prezzo, parametrata all'indice dei prezzi al consumo di famiglie, operai e impiegati, contemplata nelle precedenti convenzioni<sup>25</sup>.

Il costo rappresenta il corrispettivo riconosciuto al Comune di Sanremo, 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".

A fronte dell'indicato corrispettivo la società ha acquisito inoltre una serie di facilities, fra le quali ospitalità, disponibilità della location (Teatro Ariston) e dei locali accessori, addobbi floreali ed altro.

L'anno 2010 costituisce la seconda annualità della convenzione triennale stipulata con il Comune di Sanremo per gli anni 2009, 2010 e 2011.

Il corrispettivo per il 2010 era pari ad euro 9.023.679,44 oltre Iva.

Entro il limite del 25% del corrispettivo dovuto, il Comune si è obbligato a mettere a disposizione della Rai, come nelle precedenti convenzioni, la location del Teatro Ariston per il Festival e le manifestazioni collaterali e connesse (dodici nel triennio 2009-2010-2011).

Il "Festival della Canzone Italiana" di Sanremo è un marchio registrato di cui è titolare esclusivo il Comune, al quale fanno capo anche i diritti relativi all'omonimo evento, che risulta di particolare rilevanza sociale, culturale e spettacolare.

Lo spettacolo, al pari della finale e di tutte le partite della nazionale italiana nel campionato mondiale di calcio, è contemplato dalla delibera AGCOM n. 81/98 del 16 dicembre 1998, recante la "Lista degli eventi di particolare rilevanza da trasmettere su canali televisivi liberamente accessibili", che stabilisce e individua gli eventi di particolare rilevanza per la RAI che non possono essere trasmessi da emittenti televisive in esclusiva e solo in forma codificata.

Il marchio e l'evento da esso identificato godono di una vasta popolarità e sono connotati da una tradizione storica (la manifestazione, infatti, ha avuto inizio nel

---

<sup>25</sup> - Contratto triennale 2001/2003: corrispettivo annuo di Lire 15.500.000.000 oltre Iva pari ad euro 8.005.081,93 rivalutato annualmente;  
- Contratto quinquennale 2004/2008: corrispettivo annuo oltre Iva pari ad euro 8.385.739,59 rivalutato annualmente.

1950) che li rende particolarmente rilevanti nel panorama radiotelevisivo e nel mercato musicale nazionale e internazionale, in quanto non paragonabile con altri eventi o marchi.

In definitiva la Rai, ha sempre considerato il "Festival" un marchio/evento di carattere strategico e, quindi, fondamentale per il suo palinsesto, come dimostrato dalla rilevazione degli ascolti che, nelle ultime edizioni, ha fatto registrare picchi superiori al 60%, con una sensibile raccolta pubblicitaria (i ricavi pubblicitari e commerciali sono stati pari a 12.363 migliaia di euro per il 2009 e a 12.750 per il 2010).

Per quanto riguarda i "costi esterni di rete", pari a 8.168 migliaia di euro, possono suddividersi 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 (F), afferenti all'approvvigionamento di beni e servizi della rete e per gli altri aspetti artistici.

## COSTI ESTERNI DI RETE

(migliaia di euro)

FESTIVAL SANREMO	2009	2010	DIFF.
	Consuntivo	Consuntivo	2010vs2009
	(a)	(b)	(b-a)
Autori e consulenti	676	552	-124
Orchestra (compensi coristi dir. musicale)	792	757	-35
Conduzione artistica	1.181	825	-356
Coconduttori /cast fisso	337	-	-337
Ospiti	1.268	1.942	+674
Padrini nuove proposte	416	-	-416
Regia	134	116	-18
<b>Totale risorse artistico/autorali (A)</b>	<b>4.805</b>	<b>4.191</b>	<b>-614</b>
Scenografia (B)	997	1.071	+74
Rimborso case discografiche (C)	1086	1.030	-56
Giuria demoscopica (D)	421	336	-85
Altri costi di produzione (E)	1509	1.540	+31
<b>Totale altri costi ester. di Rete (F) =(B)+(C)+(D)+(E)</b>	<b>4.013</b>	<b>3.977</b>	<b>-36</b>
<b>Totale costi esterni G=(A+F)</b>	<b>8.818</b>	<b>8.168</b>	<b>-650</b>

I costi in rassegna, come precisato pari a 8.168 migliaia di euro nel 2010, sono inferiori a quelli sostenuti per l'edizione 2009 (8.818 migliaia di euro), di 650 migliaia di euro (-7,4%).

Tale flessione ha interessato essenzialmente i costi relativi alle "Risorse artistico autorali", che si sono ridotti di 614 migliaia di euro rispetto al 2009 (-12,8%), quale saldo algebrico tra le variazioni delle diverse componenti indicate nella tabella.

Tra gli scostamenti più significativi si segnalano le riduzioni dei costi riconducibili alla conduzione e direzione artistica, alla co-conduzione e al gruppo autorale, e l'incremento della voce ospiti.

Per quanto riguarda i singoli costi, si osserva che quelli inerenti alla "Conduzione/Direzione artistica" (825 migliaia di euro) e agli "Ospiti" (1.942 migliaia di euro), riguardano i diversi contratti di "prestazione artistica".

Questa tipologia di contratti, per la loro peculiarità, vengono definiti tra le due parti (RAI e artista) sulla base di una specifica trattativa, tenendo conto che si tratta di una materia nella quale non sono previsti minimi sindacali o tariffe stabilite.

La Direzione risorse televisive, nella trattativa per la definizione dei contratti di "prestazione artistica", tranne quelli caratterizzati dalla eccezionale popolarità dell'artista, si attiene ai seguenti:

- valore di riferimento del collaboratore, se già è stato impegnato in RAI (se mai impegnato si ha riguardo al valore di professionalità analoghe);
- tipo di impegno qualitativo e quantitativo (necessità di preparazione e relativa complessità, tempi dedicati ecc.);
- durata del programma (durata singola puntata, numero puntate ecc.);
- collocazione oraria del programma (mattino, preserale, prima serata ecc.);
- importanza del programma nei palinsesti (livello ascolti, canale di messa in onda, introiti pubblicitari ecc.).

A tali criteri di base, che vengono sempre presi in considerazione, se ne aggiungono altri, contingenti, che possono determinare un aumento o una diminuzione del compenso "base". Tra i primi (aumento) rilevano, semplificativamente l'urgenza, l'eccezionalità della prestazione; tra gli altri (diminuzione) lo specifico interesse dell'artista a partecipare al programma, lo svolgimento di attività promozionali.

In genere per la partecipazione al Festival di Sanremo, gli artisti pongono determinate condizioni che richiedono specifiche valutazioni da parte della RAI con appesantimento dell'iter negoziale.

Sulla base di quanto sopra sinteticamente riportato, le parti arrivano alla definizione del contratto con la relativa fissazione del compenso.

Nella voce "Conduzione/Direzione artistica" sono stati inclusi i contratti di "prestazioni artistiche" della conduttrice, del regista e dei direttori d'orchestra.

Nei contratti, oltre alle norme applicate, sono indicate le prestazioni a favore della RAI e le relative modalità di esecuzione nonché il corrispettivo, comprensivo di oneri e trasferte.

Nella voce "ospiti" sono annoverati, invece, i costi sostenuti in riferimento a tutti gli artisti intervenuti in tale qualità nel corso delle cinque puntate del programma.

I relativi contratti sono stati redatti con modalità analoghe a quelle sopra illustrate.

Tra gli "Altri costi esterni di Rete" parte F), rientrano le seguenti voci:

• Scenografia (B)	1071	(euro migliaia)
• Rimborso case discografiche (C)	1030	"
• Altri costi di produzione (E)	1540	"

Il costo della scenografia (1.071 migliaia di euro) registra un lieve incremento rispetto a quello sostenuto nell'edizione precedente (+74 migliaia di Euro).

Il progetto della scenografia, per la realizzazione, è stato suddiviso in vari lotti in funzione delle diverse parti strutturali che la compongono (strutture, impianti tecnologici ecc..)

Per i relativi acquisti sono state applicate le procedure aziendali per l'acquisto di beni e servizi, in funzione dei relativi importi (gara limitata o trattativa diretta).

La voce "Rimborso case discografiche" (1.030 migliaia di euro) identifica il corrispettivo riconosciuto - ormai su base storica consolidata - alle case discografiche a titolo di contributo per le spese sostenute in relazione alle partecipazioni al Festival dei cantanti o gruppi ad esse legati; esso è fissato in maniera forfettaria e varia in funzione del fatto che il cantante o gruppo rientri nella categoria "artisti" (noti al grande pubblico) e nella categoria "Sanremo nuova generazione" (artisti emergenti); inoltre, nel caso di gruppi, il contributo varia anche in funzione del numero di componenti. A titolo esemplificativo si prende atto che per un cantante della categoria "artisti" il corrispettivo è dell'ordine di 45.000 Euro e di 17.500 Euro per gli "emergenti" oltre a 3.000 Euro di rimborso spese per ogni partecipante.

Tra gli "Altri costi di produzione" (1.540 migliaia di euro) rientrano:

• Redazione	254	<i>(migliaia di euro)</i>
• Trasferte	214	
• Assicurazione e vigilanza	141	
• Costumi e trucco	137	
• Locomozione	82	
• Nolo e assistenza strumenti musicali	73	
• Altre voci	639	

----

1.540

I costi delle numerose prestazioni di questo tipo, anche quelle di importo modesto, scaturiscono da specifici contratti o da applicazioni di convenzioni stipulati da RAI e affluiscono, come già detto, attraverso il sistema SAP, sui singoli "capitoli" di spesa in cui è articolata la voce, in virtù dell'identificativo proprio della commessa (matricola) e di sottocodici per l'ulteriore raggruppamento omogeneo dei diversi costi;