

12.3 L' evasione dall'obbligo di abbonamento

Permane anche per il 2010, il problema della consistente evasione del pagamento del canone di abbonamento alla televisione.

Per poter contrastare efficacemente il fenomeno, come già esposto nella precedente relazione, sarebbe necessario procedere all'acquisizione dei nominativi dei potenziali possessori di apparecchi televisivi.

Ad avviso della RAI, tali nominativi possono essere ricavati consultando gli archivi anagrafici in possesso dei Comuni, alcuni dei quali, come evidenzia la stessa società, oppongono un netto rifiuto, adducendo argomentazioni fondate sul rispetto dei vincoli posti dalla legislazione in materia anagrafica e sulla disciplina della privacy.

Per contrastare tali obiezioni, la Rai si è munita di pareri favorevoli da parte del Ministero dell'interno e del Garante per la protezione dei dati personali. Ha, inoltre, svolto attività finalizzate ad illustrare ai responsabili degli Uffici anagrafici, anche mediante apposite riunioni, il quadro normativo che legittimerebbe la comunicazione dei dati in parola.

Ciononostante, una parte dei Comuni, secondo l'Azienda, continua a negare la fornitura dei dati contenuti nei loro archivi, adducendo l'inesistenza di una precisa disposizione di legge che preveda un esplicito obbligo in tal senso.

In passato, i dati personali potevano essere ricavati dagli elenchi telefonici.

In seguito alle prescrizioni adottate in materia dal Garante per la protezione dei dati personali, solo un'esigua quantità è utilizzabile a tale fine. Possibilità ulteriormente limitata per effetto di una sentenza (12/5/2005) del Tribunale di Roma, impugnata in appello dalla RAI, che ha ritenuto non legittimato lo "Sportello Abbonamenti alla Televisione" (S.A.T.) - e per suo conto la Rai - all'utilizzazione dei dati provenienti da archivi privati, anche se acquisiti con il consenso degli interessati.

In sostanza, tale statuizione ha vietato alla Rai di raccogliere i dati personali di coloro che acquistano apparecchi televisivi presso i rivenditori e di trattare ulteriormente i dati già raccolti. Tali informazioni, che fino al 1994 dovevano essere obbligatoriamente fornite alla Rai, rivestono particolare importanza, trattandosi di notizie certe sul possesso di un apparecchio televisivo.

Con sentenza depositata il 3 maggio 2010 la Corte di Appello di Roma ha riformato la suddetta sentenza, annullando il provvedimento con cui il Garante per la protezione dei dati personali in data 5 dicembre 2001 aveva vietato alla Rai la raccolta ed il trattamento dei dati personali comunicati dai rivenditori TV.

Il Garante stesso ha proposto ricorso per Cassazione avverso tale sentenza.

L'impugnazione, pur impedendo il passaggio in giudicato della sentenza d'appello, non ne fa venir meno l'immediata esecutività. Pertanto la Rai ha proposto - con tre successive missive- all'Agenzia delle Entrate (il cui assenso e' necessario in quanto e' quest'ultima che può raccogliere i dati dai rivenditori predisponendo le relative richieste) di riprendere la collaborazione con i rivenditori.

Al momento l'Amministrazione finanziaria si e' espressa nel senso di attendere il passaggio in giudicato della sentenza d'appello.

Quanto alle visite dirette, gli accertamenti domiciliari da parte di dipendenti dell'Azienda, a suo tempo previsti dal citato regio decreto-legge n. 246 del 1938, non hanno mai trovato concreta applicazione, non essendo mai stato emanato il decreto interministeriale (Finanze, Giustizia e Interno) previsto dallo stesso testo normativo.

Pertanto, l'attività di prevenzione e contrasto all'evasione è svolta, quasi esclusivamente, con azioni di persuasione nei confronti dei soggetti individuati come potenziali evasori, nei due seguenti modi: mailing (si tratta di lettere firmate dal Direttore della Direzione Amministrazione Abbonamenti, che espongono il timbro dell'Agenzia delle Entrate -ogni anno ne vengono spedite circa 9 milioni-, con le quali si invitano i potenziali possessori di apparecchi televisivi a regolarizzare la loro posizioni nei confronti della RAI); visite informative degli incaricati RAI, sotto il controllo delle Sedi Regionali, presso il domicilio, ma senza entrare nelle abitazioni, di coloro che non risultano intestatari di abbonamento.

Con tale attività ogni anno vengono acquisiti mediamente 400.000 nuovi utenti, sufficienti a compensare quelli che cessano in seguito a disdetta, garantendo, in tal modo, un modesto incremento della consistenza complessiva degli abbonati.

Alla insufficienza dei mezzi giuridici per contrastare l'evasione, vanno aggiunte le situazioni di esonero dal pagamento del canone. Si tratta della disdetta dell'abbonamento per "suggellamento", prevista dall'art. 10 del r.d.l. n. 246/1938, che in origine rappresentava il modo con cui la legge consentiva a chi non potesse o non intendesse più fruire delle trasmissioni radio di essere affrancato dal pagamento del canone, richiedendo il c.d. "insaccamento" dell'apparecchio da parte degli Uffici Tecnici di Finanza (UTF) e della Guardia di Finanza. In realtà, la norma che attribuiva la competenza alla Guardia di Finanza per il "suggellamento" è stata abrogata, rimanendo vigente solo per gli UTF, che, secondo quanto affermato dalla stessa Azienda, non riescono ad offrire la necessaria collaborazione, in quanto da tempo impegnati esclusivamente all'esazione delle accise.

Di fatto, quindi, tutti coloro che richiedono il "suggellamento" - per ora il fenomeno ha interessato circa 12.000 abbonati l'anno - possono legittimamente continuare a detenere l'apparecchio senza pagare il canone di abbonamento, in attesa di un "insaccamento" che, nei fatti, difficilmente potrà avvenire.

Diversa e più complessa problematica è connessa all'evoluzione tecnologica, che consente di ricevere le trasmissioni televisive su piattaforme diverse dallo strumento televisivo tradizionale e normalmente destinate ad altre utilizzazioni (ad es. i personal computers ed i telefoni cellulari di ultima generazione).

Si tratta di un fenomeno che è stato inquadrato in un primo momento nel contesto dell'evasione, dando ingresso a questioni interpretative e a vistose rimozioni da parte della collettività, poi sopite, avendo la stessa Società e il Ministero vigilante, escluso che per tali casi sia dovuto il canone di abbonamento.

Il valore complessivo dell'evasione relativa al canone ordinario è stimata in oltre 600 MiL/Euro all'anno. Di fatto il valore dell'evasione del canone ordinario è pari a circa un quinto del fatturato complessivo del Gruppo RAI.

Di seguito sono evidenziati alcuni dati significativi per la comprensione del fenomeno:

- Stima famiglie non abbonate: oltre 6.000.000 (vedi di seguito)
- Avvisi inviati 2010 (prime comunicazioni e solleciti): oltre 9.000.000
- Nuovi abbonamenti ordinari acquisiti: 387.062 (di cui : 242.000 da attività di mailing e 110.000 da agenti).

Rispetto al fenomeno dell'evasione del canone ordinario le potenziali utenze televisive non abbonate sono pari a 6.114.236 (pari al 26,85% delle famiglie contro una media europea dell'8%).

Nel Nord Italia sono 2.547.633 (23,25%), nel Centro Italia 899.787 (20,68%), nel Sud Italia 1.719.615 (34,61%) e nelle Isole 947.201 (38,03%).

Nel prospetto che segue sono indicate le percentuali di evasione dal canone ordinario riferite agli anni dal 2008 al 2010, fornite dall'Azienda.

Evasione canone			
Anni di riferimento	2008	2009	2010
% di evasione	26,1%	26,5%	26,7%

Nella tabella che segue sono indicate le Regioni con più alto tasso di evasione.

Incidenza regionale evasione canone					
Regione	Campania	Sicilia	Calabria	Sardegna	Basilicata
Percentuale di evasione	44,5%	42,2%	39,7%	28,2%	27,0%

Fonte: RAI spa –anno 2010

Per quanto si riferisce all'evasione del canone speciale, si premette che il mercato potenziale complessivo della relativa utenza è di circa 960.000 "esercizi".

Nel 2010 gli abbonamenti speciali sono stati pari a n. 263.000 (204.000 TV + 59.000 radio) con un ricavo annuo di circa 60 milioni di euro.

Il mancato introito potenziale, nel caso teorico che tutti gli "esercizi" non ancora abbonati (circa 700.000) possiedano un televisore e, quindi, siano tutti tenuti al pagamento del canone, è di circa 170 milioni di euro annui.

Il volume del ricavo potenziale si attesterebbe, quindi, in 230 milioni di euro. La valutazione dell'Azienda, al riguardo, è che sia stimabile un'evasione dei canoni speciali del 60% dei circa 700.000 "esercizi" non abbonati corrispondenti circa a 102 milioni di euro all'anno.

Si allega una tabella con la situazione degli abbonamenti speciali aggiornata al 31 Ottobre 2010.

Tipologia*	Mercato	TV	Radio	Abbonati	Non abbonati
Albergatori	72.838	45.896	293	46.189	26.649
Circoli	51.943	21.888	415	22.303	29.640
Sanità	10.179	5.536	28	5.564	4.615
Esercizi pubblici	277.841	74.227	19.710	93.937	183.904
Enti pubblici	34.551	1.740	2	1.742	32.809
Poste	13.943	24		24	13.919
Studi professionali	167.223	3.930	1.733	5.663	161.560
Uffici	96.133	9.912	1.937	11.849	84.384
Altri	235.819	39.980	35.781	75.761	160.058
Totali	960.470	203.133	59.899	263.032	697.438

***LEGENDA**

Albergatori (Alberghi, pensioni, motel, affittacamere, villaggi turistici)

Circoli (Associazioni culturali e sportive)

Sanità (case di cura, case di riposo, ospedali)

Esercizi pubblici (Ristoranti, bar, birrerie, pizzerie)

Enti pubblici (ministeri, comuni, province, regioni, sedi di

partito, associazioni sindacali) Poste (uffici postali)

Studi professionali (avvocati, geometri, dentisti, commercialisti, etc.)

Uffici e laboratori (agenzie, uffici, banche, artigiani, fotografi e laboratori)

Altri (scuole professionali parrucchieri, negozi)

L'attività svolta dalla RAI nel 2010 per la riscossione del canone speciale, può così essere sintetizzata:

Avvisi inviati 2010	607.000
<i>di cui a enti pubblici</i>	<i>43.000</i>
Nuovi abbonamenti speciali acquisiti:	27.939
<i>di cui da agenti</i>	<i>6.100</i>

La Società ha più volte e in più luoghi sottolineato che una riduzione del tasso di evasione può essere conseguita solo attraverso la previsione di nuovi strumenti normativi, come ad esempio:

- l'introduzione di una presunzione di possesso di un apparecchio televisivo in capo a tutti i titolari di un contratto elettrico;

- l'introduzione dell'obbligo delle imprese operanti nel settore radiotelevisivo di comunicare alla Rai o all'Agenzia delle entrate i nominativi dei loro utenti clienti;
- il conferimento di maggiori poteri allo Sportello Abbonamenti alla Televisione, in analogia con quanto già previsto per le altre imposte;
- l'abolizione delle disdetta per suggellamento che si traduce nei fatti in un'evasione legalizzata, vista l'impossibilità concreta degli organi pubblici competenti di procedere alle operazioni di chiusura degli apparecchi.

12.4 La morosità degli abbonati

Gli abbonati morosi vengono individuati dalla struttura preposta sulla base dei pagamenti ricevuti nel termine del 31 gennaio dell'anno di competenza, esteso ai 30 giorni successivi con sanzione amministrativa ridotta.

Nella tabella che segue è indicata l'incidenza percentuale del numero degli abbonati morosi sugli iscritti e quella delle disdette sugli abbonati paganti.

Morosità abbonati			
Anni di riferimento	2008	2009	2010
Percentuale di incidenza			
a) <i>Morosi/totale iscritti</i>	4,4%	4,7%	5,1%
b) <i>Disdette/abbonati paganti</i>	1,9%	2,0%	1,9%

In forza della vigente convenzione, la RAI è tenuta a fornire all'Agenzia delle entrate il supporto necessario per recuperare, in via "bonaria", i canoni, gli interessi e le sanzioni non corrisposti dagli utenti entro le suddette scadenze.

La riscossione coattiva, successiva al recupero bonario, in passato di competenza del S.A.T. (Servizio Abbonamenti Televisivi), è ora svolta dalla società concessionaria della riscossione "Equitalia". Pertanto, attualmente il S.A.T. (Servizio Abbonamenti Televisivi), e per suo conto la Rai, cura soltanto il recupero bonario della morosità. Gli interventi della Rai, nella procedura di recupero della morosità, consistono nell'invio di un formale avviso di pagamento, eventualmente seguito da uno o più solleciti.

I nominativi di coloro i quali non abbiano provveduto al tempestivo pagamento vengono trasmessi alla concessionaria "Equitalia" per l'emissione della cartella e per la successiva ed eventuale procedura esecutiva (pignoramento e vendita coattiva).

Il Collegio sindacale, come emerge dai relativi verbali, ha ripetutamente segnalato, anche nel corso degli esercizi presi in considerazione nei precedenti referti, l'esigenza di interventi, anche normativi, per risolvere l'annoso problema dell'evasione dall'abbonamento del canone e quello della morosità, rappresentando che la marcata insufficienza del gettito del canone nelle nuove misure previste rende arduo l'assolvimento degli oneri derivanti alla RAI dall'effettuazione del servizio pubblico e, conseguentemente, la gestione della stessa viene ingiustamente privata di risorse finanziarie indispensabili per il conseguimento dell'equilibrio di bilancio.

Oltre ai sensibili effetti negativi sul bilancio della Società concessionaria del servizio pubblico, l'evasione comporta un aggravio anche per gli abbonati adempienti, i quali, per effetto del collegamento, sia pure indiretto, tra la misura del canone annuo individuale e l'andamento dei costi del servizio pubblico - collegamento previsto dal vigente ordinamento - sono obbligati a sostenere gli aumenti della misura del canone necessari per coprire i maggiori oneri del servizio pubblico.

La riduzione dell'evasione, oltre ad attivare il processo di autofinanziamento indispensabile per effettuare investimenti nelle innovazioni tecnologiche, potrebbe ridurre il fabbisogno da coprire con l'entrata pubblicitaria, in modo da rallentare la frequenza delle interruzioni dei programmi radiotelevisivi della RAI.

Nel nuovo Piano Industriale, la RAI prevede l'identificazione di azioni finalizzate al contenimento dell'evasione del canone di abbonamento.

Allo stato, peraltro, con gli attuali strumenti legali disponibili, come rilevato anche dal Collegio sindacale, il fenomeno non viene efficacemente contrastato.

12.5 La modalità di determinazione della misura del canone di abbonamento

Ai fini della misura del canone di abbonamento annuo, viene in rilievo l'articolo 47, comma 3, del decreto legislativo n. 177/2005, secondo cui *"entro il mese di novembre di ogni anno il Ministro delle comunicazioni, con proprio decreto, stabilisce l'ammontare del canone di abbonamento in vigore dal 1° gennaio dell'anno successivo, in misura tale da consentire alla società concessionaria della fornitura del servizio di coprire i costi che prevedibilmente verranno sostenuti in tale anno per adempiere gli specifici obblighi di servizio pubblico... come desumibili dall'ultimo bilancio trasmesso"*.

Di conseguenza, il bilancio da prendere in considerazione ai fini della determinazione della misura del canone dovrebbe comprendere, ai sensi della disposizione contenuta nel comma 1 dello stesso articolo, anche la contabilità separata dell'esercizio precedente contenuta nel bilancio *"trasmesso"*. La principale funzione di tale documento è quella determinare il *"costo di fornitura del servizio pubblico generale radiotelevisivo da coprire con il canone di abbonamento"*.

Come già accennato, il modello della contabilità separata è certamente valido per rendere trasparente il finanziamento pubblico e la sua misura, inferiore al costo complessivo sostenuto dalla concessionaria per lo svolgimento del servizio pubblico, ma non può essere, ad avviso di questa Corte, elevato al rango di parametro unico ed esclusivo per determinare l'ammontare del canone di abbonamento, in quanto alcuni valori in esso contenuti provengono da procedure basate sull'applicazione di parametri numerici e sull'ipotetica applicazione di vincoli normativi previsti per la generalità degli operatori del settore.

A tal fine sarebbe opportuno tener conto anche dei costi derivanti dagli impegni assunti dalla RAI con la stipulazione del contratto di servizio. Questi ultimi in progressivo aumento, discendono da particolari disposizioni di legge, le quali, se comportano maggiori spese, dovrebbero anche indicare i mezzi per farvi fronte, come dispone l'articolo 81 della Costituzione. Le modalità di copertura della maggiore spesa consentirebbero alla concessionaria ed al Ministero vigilante di stabilire correttamente i limiti degli impegni da assumere. Va, peraltro, osservato come il nuovo contratto di servizio introduca 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.

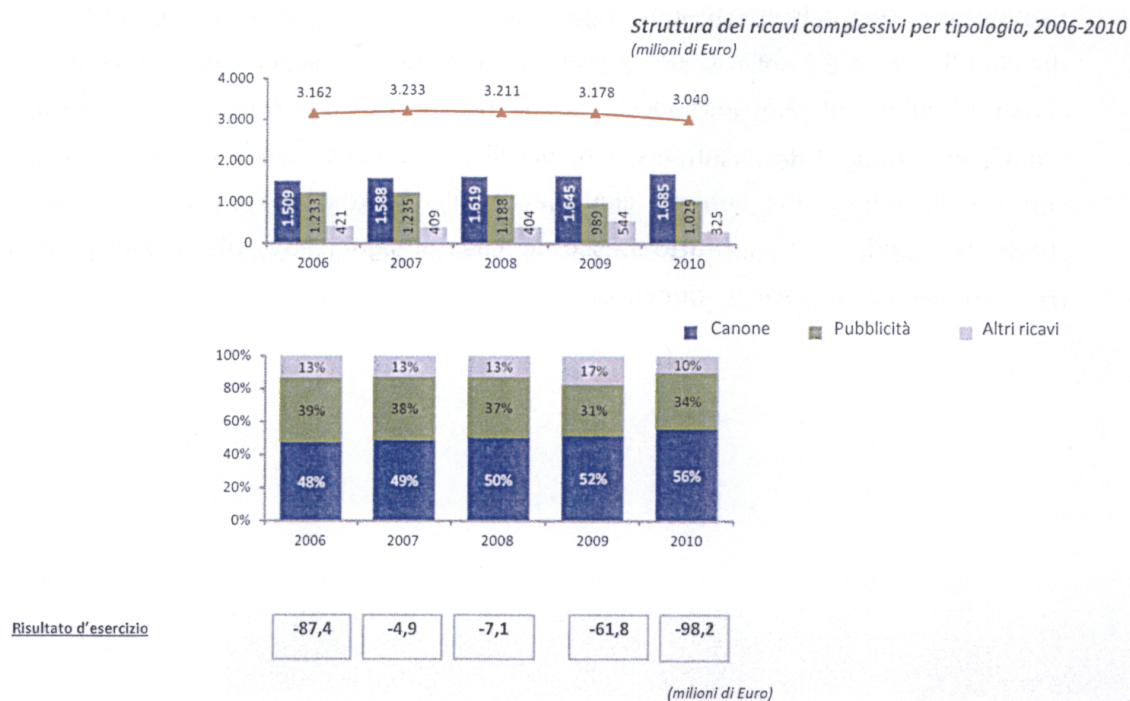
13. I Ricavi: la pubblicità

La struttura dei ricavi della RAI, è costituita dalle entrate derivanti dal canone radiotelevisivo, dalla pubblicità e da altre voci di entità marginale rispetto alle precedenti.

Il 2010 ha registrato una crescita dell'introito da pubblicità, sia per RAI che per il Gruppo rispetto al pregresso esercizio, pari rispettivamente a circa 31 milioni e 40 milioni di euro.

Prendendo in considerazione il solo Gruppo, se raffrontata all'omologa entrata del 2008 e degli esercizi precedenti (rispettivamente milioni di euro 1.188, 1.235 e 1.233), il ricavo in rassegna evidenzia però un consistente decremento (- 159 milioni di euro rispetto al 2008) nel 2010.

Inoltre il complesso dei ricavi presenta criticità, come si evince dai seguenti grafici.



La spiegazione del fenomeno appena descritto è duplice.

La prima costituisce, ormai, un dato di comune conoscenza.

Negli anni pari vengono trasmessi i grandi eventi sportivi che consentono più elevati ricavi per pubblicità rispetto agli anni dispari, quando tali eventi non sono organizzati.

Va, peraltro, osservato che nel 2010, ancorché siano stati disputati i campionati mondiali di calcio, l'incremento dei ricavi pubblicitari rispetto al 2009 è risultato del tutto modesto e, come accennato, ha evidenziato una forte diminuzione rispetto agli anni 2008 e precedenti.

Circostanza che induce ad analizzare la dinamica dei ricavi da pubblicità sotto diversa prospettiva.

A partire dall'ultimo trimestre del 2008, l'economia mondiale è stata caratterizzata da una rilevante crisi, dapprima di natura finanziaria ma che, successivamente, ha avuto riflessi importanti sull'andamento dell'economia reale.

In particolare, il 2009 ha rappresentato un anno estremamente critico per i principali Paesi, che hanno registrato contrazioni significative del PIL. Una debole ripresa sembrava essersi avviata a partire dal 2010, ma il 2011 ha nuovamente portato incertezza e instabilità su tutte le principali economie mondiali.

Ad oggi, lo scenario macroeconomico continua a presentarsi critico e la fase congiunturale negativa non sembra ancora essere terminata, in particolare per l'Italia, che si trovava già in una situazione di debolezza strutturale rispetto agli altri Paesi.

La crisi ha avuto effetti estremamente negativi sul tessuto produttivo/imprenditoriale e, conseguentemente, sui consumatori finali: restringendo l'analisi al contesto in cui opera Rai, la crisi economica ha determinato un sostanziale ridimensionamento degli investimenti pubblicitari.

Per comprendere la dimensione del fenomeno, basti considerare che la raccolta pubblicitaria 2010 del Gruppo Rai è risultata inferiore di oltre 200 milioni di Euro rispetto al 2007, differenziale negativo che si è ulteriormente incrementato nel corso dell'esercizio 2011 (-270 milioni di Euro).

Il processo di risanamento dei conti pubblici nazionali sta comportando un progressivo ridimensionamento dei ricavi connessi ad iniziative con la Pubblica Amministrazione, con un'ulteriore perdita di risorse commerciali per Rai: tale fenomeno sta interessando tutte le tipologie di Convenzioni, sia quelle con la Presidenza del Consiglio dei Ministri sia quelle istituzionali con Enti locali e centrali della Pubblica Amministrazione.

Il gettito da canone di abbonamento, pur in crescita costante negli anni, non è sufficiente a finanziare le attività di Servizio Pubblico, così come certificato dalla Contabilità Separata negli ultimi 6 anni, permanendo una situazione di squilibrio. Peraltro, l'adeguamento annuo del valore unitario è risultato storicamente inferiore anche all'andamento dell'inflazione effettivamente registrata. Inoltre, si ricorda che il canone, tassa di possesso dell'apparecchio televisivo, presenta un tasso di evasione molto elevato pari a circa il 27% rispetto alla media europea che si attesta intorno all'8%, percentuale che peraltro è sensibilmente più bassa nei principali paesi quali Germania e Regno Unito (circa il 5%).

Problema diverso, ma che pure incide sui ricavi pubblicitari, è quello della pubblicità indiretta che esige un pronto intervento a garanzia dello standard di qualità editoriale delle trasmissioni.

La RAI ha avviato da tempo il sistematico monitoraggio delle trasmissioni al fine di evidenziare tutte le situazioni critiche da valutare editorialmente se e in quanto riconducibili a fenomeni di pubblicità indiretta. Il processo del controllo editoriale viene svolto sia prima delle trasmissioni che successivamente sulla base dei dati rilevati con il sistema di monitoraggio informatico e trasmessi, analiticamente elaborati, alle strutture editoriali competenti per le necessarie valutazioni e ove necessario e possibile per la pronta adozione di tutte le azioni più opportune comprese quelle inerenti agli aspetti contrattuali.

Le rilevazioni sono state eseguite da una società specializzata nel settore, con un sistema informatico e quindi con metodo oggettivo che consente di misurare il passaggio di marchi che vengono ponderati dalle aree editoriali responsabili ai fini del necessario controllo editoriale.

Tutte le rilevazioni sono state trasmesse e analizzate dalle strutture editoriali competenti. Queste hanno tutte effettuato le conseguenti opportune valutazioni e, ove da loro ritenuto necessario e possibile, hanno prontamente adottato le azioni correttive. Il processo seguito anche nel 2010 ha previsto che per il miglioramento dello strumento informatico di rilevazione, le strutture editoriali comunicano le loro osservazioni sulle criticità riscontrate nella rilevazione.

14. Gli interventi per il riequilibrio della gestione

Come già accennato gli ultimi anni sono stati caratterizzati da una grave crisi economica.

Per la RAI la congiuntura negativa ha inciso profondamente sui ricavi, in particolare quelli derivanti dalla pubblicità e dalle convenzioni con gli enti pubblici.

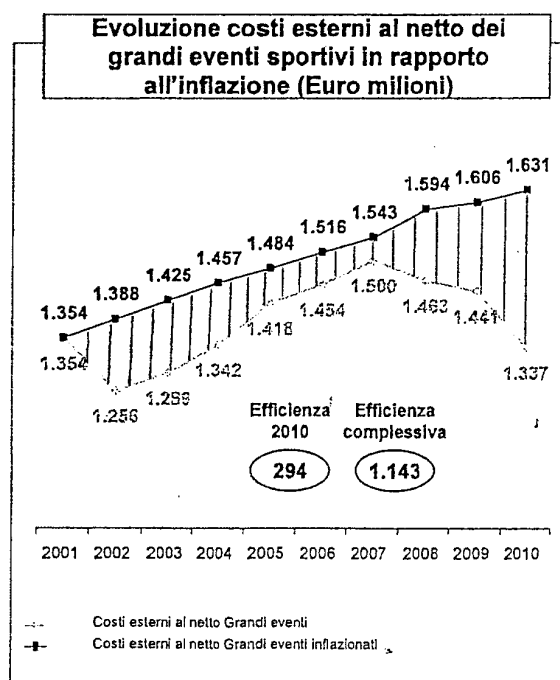
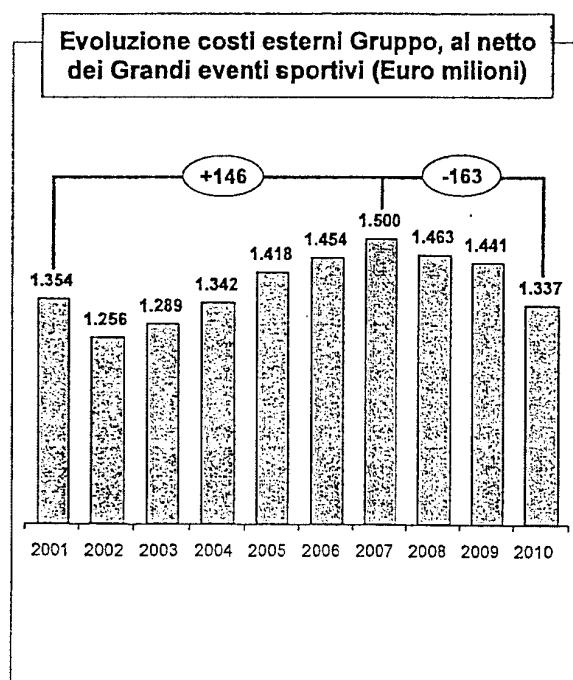
Per fronteggiare la descritta situazione, l'Azienda è intervenuta sul fronte dei costi, operando razionalizzazioni e riduzioni di spesa.

In sostanziale costanza dei lay out produttivi ed industriali, si è agito sui costi esterni e sugli investimenti, in particolare nell'area prodotto, che rappresenta oltre l'ottanta per cento del totale delle risorse allocate.

Sul fronte dei costi esterni, queste azioni hanno permesso di limitarne l'aumento correlato all'inflazione. La stima effettuata dalla RAI evidenzia, a partire dal 2007, una riduzione per oltre 160 milioni di Euro. In termini nominali, il livello dei costi del 2010 è al di sotto del valore 2001.

In termini reali, le riduzioni apportate, a fine periodo, sono state stimate in circa 290 milioni di euro, quale differenza tra i costi effettivamente sostenuti nel 2010 e quelli derivanti dall'applicazione della dinamica inflazionistica all'anno base 2001. La valorizzazione complessiva dell'efficienza generata nel decennio considerato è pari a circa 1,1 miliardi di euro, valore derivante dalla sommatoria dell'efficienza conseguita in ciascun anno, quest'ultima calcolata come differenza tra i costi effettivamente sostenuti nell'anno e quelli derivanti dall'applicazione della dinamica inflazionistica all'anno base 2001.

I grafici seguenti mostrano l'andamento dei costi nell'arco temporale 2001 - 2010.

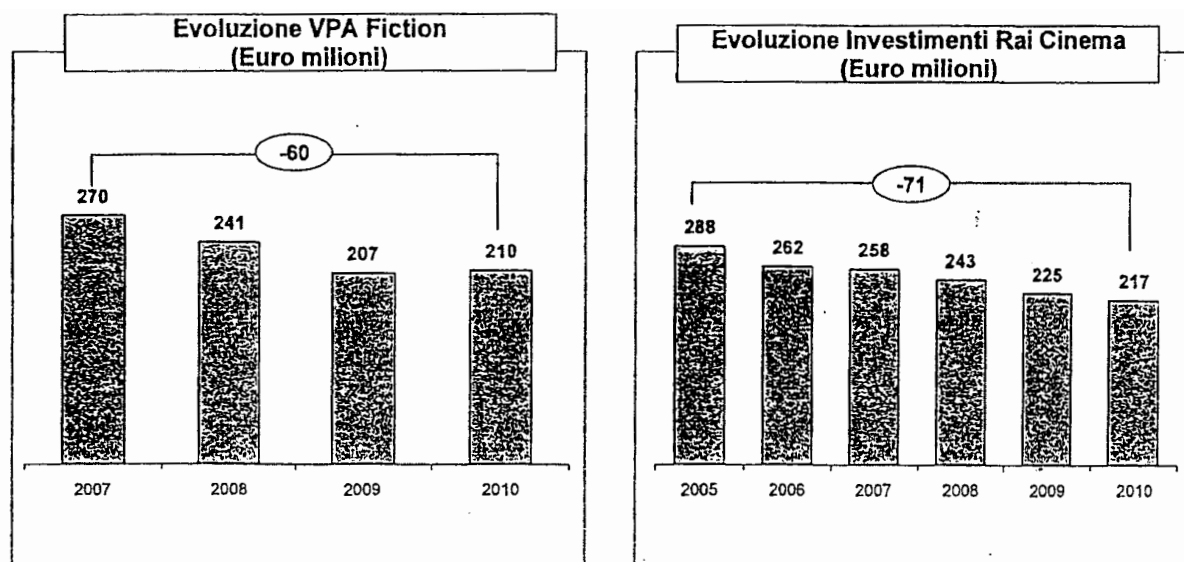


La manovra di contenimento dei costi ha consentito di raggiungere incrementi di efficienza operativa delle risorse interne senza pregiudicare nella sostanza il livello della performance (dal 2007 ad oggi, il costo delle tre reti generaliste è diminuito di oltre il 10%, quello della produzione televisiva di oltre il 12%).

Parallelamente agli interventi gestionali sull'area del prodotto, l'Azienda ha agito anche sui costi di struttura.

I risultati in questa area, in considerazione della rigidità di tali costi, sono stati meno rilevanti in termini assoluti anche se si è riusciti a mantenere il livello della spesa sostanzialmente stabile negli ultimi anni, nonostante la dinamica di crescita che hanno subito sul mercato i prezzi di alcuni beni e servizi (es. combustibili e energia elettrica).

Infine, la società ha operato una progressiva razionalizzazione degli investimenti sul prodotto fiction di acquisto (film e serie) e di produzione (fiction italiana) che ha visto negli ultimi 5/6 anni una riduzione di oltre 100 milioni.



La Corte pur apprezzando le iniziative assunte, ritiene che i risultati raggiunti non siano sufficienti ai fini di un effettivo riequilibrio della gestione, tenuto anche conto dell'andamento del mercato della pubblicità e di tutti gli altri fattori che incidono negativamente sui ricavi

Nell'attuale contesto economico è necessario pianificare un sostanziale contenimento dei costi, soprattutto quelli della produzione, avuto riguardo al contesto reale nel quale si iscrive l'attività della RAI e, quindi, tenendo conto delle reali entrate.

Del resto una rigorosa razionalizzazione dei costi permetterebbe di neutralizzare gli squilibri rilevati nella contabilità separata e, ove coniugata ad una efficace lotta all'evasione del pagamento del canone radiotelevisivo, inciderebbe sulla misura del canone stesso, determinandone il decremento a beneficio della collettività che lo corrisponde.

15. Il Digitale terrestre

Il digitale terrestre è il nuovo sistema di trasmissione che utilizza il linguaggio digitale come tecnica per diffondere più programmi televisivi rispetto al vecchio sistema analogico con una qualità video e audio migliore, oltre a contenuti locali specifici per ogni territorio e canali e servizi interattivi.

La Digital Terrestrial Television (DTT), configura una modalità con la quale è possibile comprimere il segnale della trasmissione, occupando meno frequenza.

Secondo la normativa europea, entro il 31 dicembre 2006 tutte le trasmissioni avrebbero dovuto essere messe in onda utilizzando una modalità in digitale e tutti i cittadini dell'Unione europea avrebbero dovuto munirsi di un dispositivo in grado di convertire o ricevere il segnale digitale.

Il calendario nazionale, approvato con decreto ministeriale del 10 settembre 2008, indica il 2012 come termine per la transizione alla tecnologia digitale terrestre delle trasmissioni televisive in tutto il territorio italiano. Per tale attività la RAI riferisce di aver ricevuto dal 2007 al 2010 circa 57 milioni quale contributo specifico da parte del Ministero delle Comunicazioni, come si dirà meglio in prosieguo .

La calendarizzazione riportata nel decreto ministeriale prevede che in Italia il passaggio a tale tecnologia avvenga sulla base di "switch off" per "aree tecniche" (spegnimento delle trasmissioni in tecnologia analogica ed accensione delle stesse in tecnologia digitale), finora preceduti da switch over (spegnimento delle trasmissioni analogiche di soli due canali, Rai 2 e Retequattro).

Il digitale terrestre RAI è stato introdotto a partire dal 2004, anno in cui vengono lanciati i due multiplex digitali A e B, in occasione del 50° anniversario della società.

Per ogni area tecnica, la RAI ha riprogettato la propria rete di impianti di diffusione in tecnica digitale in modo da ottimizzare le trasmissioni risultanti dandone comunicazione agli utenti e fornendo l'aiuto necessario durante la transizione. Inoltre ha monitorato la qualità dei propri segnali digitali. Al fine di un completo passaggio alla nuova tecnica la Rai ha stipulato accordi con gli enti locali per assicurare il processo di transizione anche nelle aree marginali.

A fine dicembre 2009 la popolazione italiana *all digital* era pari a 15,3 milioni di abitanti (pari a circa il 30% del totale della popolazione).

Il 2010 ha, invece, visto il nord Italia protagonista della transizione al digitale terrestre. In particolare il 26 novembre 2010 si è avuto il passaggio al digitale in Lombardia e Piemonte orientale (incluse le province di Parma e Piacenza ed esclusa la

provincia di Mantova). Questo "switch off" ha coinvolto più di 11,7 milioni di abitanti. Il 2 dicembre 2010 si sono concluse le operazioni di "switch off" in Emilia Romagna, interessando circa 3,7 milioni di abitanti e 250 comuni. Il Veneto e le province di Mantova e Pordenone hanno concluso il passaggio al digitale il 10 dicembre con il coinvolgimento di più di mezzo milione di abitanti. Il Friuli Venezia Giulia ha invece concluso la transizione al digitale il 15 dicembre 2010 portando ad oltre 39 i milioni di abitanti già raggiunti dalla tecnologia digitale terrestre.

L'offerta editoriale Rai sul digitale terrestre, al 18 maggio 2010 si articola nei seguenti canali televisivi, oltre alle tre reti generaliste, per un totale di 14 canali in chiaro:

- Rai 4: annovera trasmissioni in materia di ricerca e sperimentazione;
- Rai 5: la programmazione comprende documentari, reportage, magazine e intrattenimento;
- Rai News: si tratta di un canale informativo che consente la conoscenza degli avvenimenti in tempo reale, con notiziari, rubriche di approfondimento e informazioni di servizio (meteo, traffico...);
- Rai Storia: propone trasmissioni dei grandi eventi del passato provenienti dagli archivi di tutto il mondo;
- Rai Gulp: il canale è dedicato ai bambini più grandi, (propone cartoni animati, serie, documentari, film, show);
- Rai Yoyo: il canale è dedicato ai bambini in età prescolare (trasmette prevalentemente cartoni animati);
- Rai Movie: la programmazione riguarda i film nazionali e internazionali dai classici del passato agli attuali successi;
- Rai Premium: il canale propone produzioni fiction;
- Rai Sport 1: il canale tratta dello sport in generale;
- Rai Sport 2: la rete è dedicata alla valorizzazione delle discipline emergenti, di quelle più insolite e spettacolari;
- Rai HD: il canale trasmette con le moderne innovazioni tecnologiche i principali eventi sportivi e le produzioni di fiction e intrattenimento.

Per ovviare all'impossibilità di coprire completamente il territorio italiano con i segnali digitali terrestri, dal 1 Agosto 2009 è stata resa operativa la piattaforma satellitare gratuita Tivù Sat, costituita da RAI, Mediaset e Telecom Italia Media, ma aperta a tutte le emittenti digitali, sia terrestri che satellitari. Tivù Sat replica su satellite l'offerta digitale in chiaro gratuita trasmessa via etere, garantendo così una