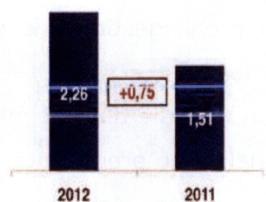
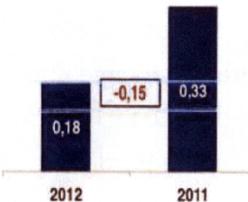
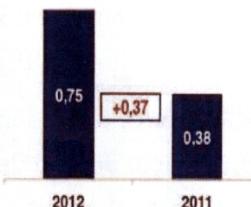
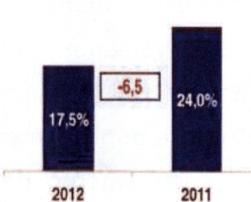


tale volume passato da 535,3 milioni di euro del 2011 a 290,9 milioni di euro;

- e. posizione finanziaria netta: nel 2011 era pari a -272,4 milioni di euro, mentre nell'anno successivo si è attestata in -366,2 milioni di euro, in peggioramento, di 93,8 milioni di euro, per la forte contrazione degli introiti pubblicitari attenuata dal recupero dei crediti verso lo Stato per servizi resi in convenzione e dal contenimento della spesa;
- f. cash flow: nel 2011 era stato pari a - 118,2 milioni di euro, mentre nel 2012 si è attestato nel valore, altrettanto negativo, di euro - 93,8 milioni di euro. Sul flusso di cassa di tale ultima annualità, si sono riverberati effetti di opposto segno: quello negativo costituito dalla forte contrazione degli introiti pubblicitari, e quello positivo rinveniente dal recupero dei crediti da convenzioni per servizi speciali per conto dello Stato e dal contenimento degli esborsi per spese di esercizio. La differenza positiva di 150,8 milioni di euro tra risultato netto e variazione della posizione finanziaria netta, è sostanzialmente riconducibile a stanziamenti a fondi privi di effetto monetario nell'esercizio, all'iscrizione a conto economico di costi per diritti dei grandi eventi sportivi, già anticipati in precedenti esercizi, e all'incasso di crediti pregressi per servizi da convenzione con lo Stato.

Nei grafici sottostanti sono riportati gli indici reddituali e patrimoniali, con riferimento al biennio in rassegna, e gli scostamenti registrati nell'anno 2012.

Capitale investito netto / Capitale Proprio**Patrimonio netto / Immobilizzazioni****Debiti finanziari / Capitale Proprio****Debiti finanziari / MOL****Attività correnti / Passività correnti****Margine operativo lordo su vendite**

Fonte RAI S.p.A.

18. Considerazioni conclusive

Il biennio 2011 – 2012 ha presentato, sotto i profili gestionali e patrimoniali, risultanze diverse che necessitano di separata illustrazione.

Nel 2011 la capogruppo ha chiuso il bilancio con un utile di 39,3 milioni di euro contro una perdita di 128,5 milioni di euro registrata nell'anno precedente.

In corrispondente andamento sono risultati i valori del conto economico consolidato, positivo per 4,1 milioni di euro rispetto alla perdita di 98,2 nel 2010.

Il patrimonio netto di Rai SpA è, quindi, aumentato da 374,8 milioni di euro a 427,5 milioni di euro, di cui 185 milioni di euro utilizzabili per copertura perdite.

Rilevanti, però, sono stati i debiti finanziari di gruppo, pari a 282,5 milioni contro i 148,8 milioni di euro del 2010.

In particolare è emerso il persistente sbilancio tra ricavi e costi della produzione, negativo per 23,3 milioni di euro, segnale preoccupante per la situazione economico-patrimoniale e finanziaria della Società di proprietà pubblica.

Sul versante dei ricavi, l'introito derivante dal pagamento del canone radiotelevisivo ha rappresentato il 60,5% del totale delle entrate aziendali, contro il 31,3% della pubblicità e l'8,2 % degli altri ricavi.

L'adeguamento del canone unitario, in linea con il trend storico, ancorato al tasso inflattivo, ha determinato – anche per effetto del positivo contributo della riscossione coattiva - maggiori risorse pubbliche per 23 milioni di euro. Su tale risultato ha favorevolmente inciso la dinamica dei nuovi abbonati, ancorché in flessione rispetto al 2010: gli utenti paganti hanno superato la soglia dei 16 milioni di famiglie.

Il canone radiotelevisivo registra un tasso di evasione particolarmente elevato, stimato nell'ordine del 27%, superiore per quasi 19 punti percentuali alla media europea.

Un progressivo allineamento allo standard europeo, con un conseguente recupero di importanti risorse, stimate nell'ordine di 500 milioni di euro annui, presupporrebbe una revisione dei meccanismi di riscossione, da integrare con un rafforzamento degli strumenti normativi di argine all'evasione, oggi palesemente insufficienti.

L'efficace contrasto all'evasione contribuirebbe notevolmente a riequilibrare la posizione economico-finanziaria della società.

Peraltro, come rilevato anche dal Collegio sindacale della società, al momento non sono state introdotte misure adeguate volte a contenere il fenomeno.

Anche il ricavo derivante dalla pubblicità ha evidenziato sostanziali flessioni rispetto agli esercizi pregressi, per circa 59 milioni di euro rispetto al 2010.

Gli altri ricavi, ossia quelli tipicamente commerciali, presentano – nonostante la generale fase di debolezza economica – una leggera ripresa rispetto all'esercizio precedente, nell'ordine di quasi 3 milioni di euro.

Per quanto riguarda i costi operativi – pur scontando l'assenza, come in ogni esercizio dispari, di quelli afferenti ai grandi eventi sportivi - si è rafforzata, a perimetro costante, ossia a sostanziale invarianza dei layout produttivi, la tendenza alla diminuzione della spesa.

Rispetto al 2010, infatti, nel 2011 si assiste ad un decremento dei costi pari al 5,9 %: la loro riduzione ha anche interessato anche la voce "servizi per acquisizione e produzione di programmi" che ha registrato un decremento di circa 20,6 milioni.

Il costo del personale è cresciuto del 2,7 % rispetto al pregresso esercizio, aumento giustificato dalla Società, con l'assorbimento delle unità della controllata RAI Trade e con uno stanziamento legato a premi per i dipendenti non erogato (circa 16,6 milioni).

Nel 2012 i profili di criticità nella gestione della RAI, nonostante il positivo risultato economico del 2011, sono riemersi.

L'esercizio, infatti, ha chiuso con una perdita di 245,7 milioni di euro a causa anche degli oneri per grandi eventi sportivi e per un accantonamento straordinario di 62 milioni di euro circa per incentivazione all'esodo del personale; conseguentemente il patrimonio netto si è ridotto a 294 milioni per effetto della diminuzione delle riserve per il ripianamento delle perdite registrate nel periodo.

Anche il conto economico consolidato evidenzia una perdita pari a 244,6 milioni di euro.

Il costo netto del personale, considerando solo salari e stipendi, è risultato in diminuzione rispetto al 2011; ove, invece, si prendano in considerazione le altre componenti, comunque riferibili alla spesa in argomento, si assiste ad un aumento generato soprattutto da un accantonamento di 62 milioni di euro stanziati per il piano di esodo agevolato.

Sul versante dei ricavi si deve osservare che l'attuale congiuntura economica ha prodotto effetti estremamente negativi sul tessuto produttivo/imprenditoriale e,

conseguentemente, sui consumatori finali: restringendo l'analisi al contesto in cui opera la Rai, la crisi economica ha determinato una sostanziale riduzione degli investimenti pubblicitari.

Dopo la pesante diminuzione - per circa 230 milioni di euro - sofferta nel biennio 2008-2009 ed il recupero di poco superiore a 30 milioni di euro del 2010, i ricavi pubblicitari hanno ceduto per circa 59 milioni di euro nel 2011, corrispondenti a poco più di 6 punti percentuali.

Nel 2012 si è aggiunta una ulteriore riduzione di circa 210 milioni.

Il ricavo derivante dalla pubblicità si è attestato in 745,3 milioni euro e ha evidenziato una diminuzione in valore assoluto di 254,7 milioni euro concentrata nei canali generalisti (-27,3%).

In calo sono risultati anche gli omologhi introiti della radiofonia e del cinema.

Al riguardo si deve rappresentare che la previsione dei proventi derivanti da pubblicità, è rimasta disattesa (- 25,5%), esito immaginabile stante la situazione del mercato di riferimento che sin dal 2008 ha evidenziato, come più volte accennato, un drastico abbattimento.

Un cenno va riservato alla pubblicità radiofonica.

Già a partire dal 2010 sono venuti meno i tradizionali sistemi di rilevazione degli ascolti.

La prolungata interruzione della rilevazione Audiradio e la circolazione di stime di ascolto provenienti da ricerche non condivise (e in alcuni casi, come Eurisko Media Monitor, condotte con finalità diverse da quella della misurazione puntuale ed esaustiva dell'ascolto di ogni singolo mezzo), hanno determinato, infatti, una situazione di obiettiva incertezza sul fronte della valorizzazione degli spazi pubblicitari.

Anche gli altri ricavi, ossia quelli tipicamente commerciali oltre le convenzioni con la Pubblica Amministrazione, hanno evidenziato un calo rispetto alla timida ripresa registrata nel 2011.

Sul fronte della gestione si deve rilevare come, indipendentemente dal diverso panorama di offerta e dalle difficoltà sul fronte dell'acquisizione delle risorse, le modalità di progettazione editoriale e la relativa fase di implementazione produttiva siano rimaste sostanzialmente ancorate a modelli poco adeguati rispetto al nuovo mercato di riferimento.

L'innovativo contesto, caratterizzato da un'alta penetrazione della tecnologia nella diffusione del prodotto televisivo, pone con assoluta centralità la questione

dell'offerta della Rai agli utenti, da orientare verso il recupero degli ascolti delle reti generaliste e l'incremento di quelli relativi ai canali tematici.

In tale scenario particolare importanza riveste il Web, che rappresenta uno dei veicoli della produzione radiotelevisiva. Nell'attuale mercato, quindi, è auspicabile il potenziamento del posizionamento della società in tale settore di intervento.

Lo sviluppo del web, infatti, configura una opportunità per rafforzare, rinnovare e modernizzare la collocazione del servizio pubblico, al fine di renderlo adeguato alle future esigenze e generare nuove significative utilità commerciali, pubblicitarie o di altro genere, anche attraverso l'innovazione dei modelli di offerta e di business.

L'analisi dei ricavi "WEB", comprensivi della raccolta Rai Pubblicità e You Tube, evidenzia, un non adeguato sfruttamento di tale settore di mercato, circostanza comprovata anche dal posizionamento della società, non in linea con la competizione.

Anche l'offerta internazionale risente di una impostazione non adeguata alle attuali esigenze del mercato.

La collocazione internazionale della RAI - peraltro prevista dall'ordinamento e dalla convenzione stipulata con la Presidenza del Consiglio dei ministri- è imperniata su un genere di programmazione finalizzato prevalentemente al mantenimento dell'identità culturale nazionale e della memoria del Paese, ma non si propone la penetrazione commerciale di nuovi mercati e lo sviluppo di iniziative imprenditoriali, così da accrescere la conoscenza e la diffusione del sistema Italia.

A ciò si aggiungano le difficoltà di esportazione di cinema e fiction, trattandosi di generi spesso eccessivamente orientati sul contesto nazionale, anche in termini di formato, mentre i palinsesti internazionali privilegiano modelli a lunga serialità, e tenuto conto del vincolo costituito dalla disponibilità dei diritti per trasmettere al di fuori del territorio nazionale.

In sintesi, fondamentali per la riqualificazione della presenza internazionale della Rai, appaiono il miglioramento dell'offerta da sviluppare dando spazio ad una programmazione destinata non solo alle comunità italiane, ma alla più ampia platea interessata al sistema Italia.

Sotto il profilo organizzativo, oltre la rivisitazione dei processi attinenti al decreto legislativo n. 231 del 2001, la Corte deve segnalare la necessità di integrare i protocolli denominati "Gestione del pre-contenzioso ai fini del decreto legislativo n. 231 del 2001" e "Gestione del contenzioso, etc.", entrambi risalenti al 26 settembre 2007, ai fini di una loro armonizzazione con le nuove regole, nonché l'esigenza di adeguamento del modello previsto dalla stessa normativa, alle previsioni contenute

nella legge n. 190 del 2012 e al Piano Nazionale Anticorruzione, recentemente approvato.

La Corte raccomanda, inoltre, di assumere tempestivamente le azioni correttive nel settore dell'oggettistica promozionale e degli omaggi aziendali, al fine di evitare spese effettuate in violazione delle istruzioni aziendali e, soprattutto, in mancanza di precise indicazioni riguardanti l'inerenza aziendale della spesa, anomalie riscontrate in sede di audit.

Per quanto riguarda la produzione, si devono segnalare gli elevati costi riconducibili al festival di Sanremo, che anche nel 2012 sono risultati nettamente superiori ai ricavi, dando luogo ad uno sbilancio che, sebbene inferiore a quello registrato negli anni precedenti, si è rivelato di consistente dimensione.

Anche per la fiction, che rappresenta una delle più rilevanti componenti del palinsesto della società, i costi affrontati sono stati ingenti.

Al riguardo si segnala la necessità non solo di un generale contenimento della spesa, ma anche di coniugare le tematiche oggetto del racconto con la necessità di preservare adeguati livelli di share e con investimenti che ne giustifichino la produzione.

In tale contesto si raccomanda un efficace contenimento dei costi (riduzione dei tempi di lavorazione, in linea con le produzioni delle altri emittenti, valorizzazione dei siti nazionali, efficace politica di moral suasion per una sostanziale diminuzione dei costi degli artisti).

Sebbene l'esito della gestione del 2011 sia stato in generale positivo, si deve rappresentare che la società non ha ancora perfezionato un rigoroso piano di razionalizzazione e contenimento dei costi, tanto più necessario avuto riguardo ai negativi risultati delle gestioni precedenti e all'andamento negativo rilevato nel corso 2012.

In sintesi è mancata una manovra che potesse consentire di contrastare il sensibile calo dei ricavi, riducendo drasticamente e razionalmente i costi della gestione ed attivando iniziative volte ad incrementare le entrate, ove possibile.

Al riguardo si ritiene necessario promuovere efficaci interventi finalizzati a contrastare il fenomeno dell'evasione dal pagamento del canone. In particolare dette iniziative, non adottate o anche solo pianificate nel corso del biennio in rassegna, vanno assunte dalla RAI in ordine al canone speciale, riscosso direttamente dalla società.

Del pari necessaria appare la riduzione dei costi di produzione, senza peraltro incidere sulla qualità dell'offerta radiotelevisiva, specie in relazione alla programmazione che l'azienda ritiene finanziata con fondi diversi da quelli derivanti dal gettito del canone radiotelevisivo.

Nel delineato contesto, va segnalata l'esigenza di assumere tutte le iniziative che si riterranno più idonee per mantenere sotto stretto controllo l'andamento del costo del lavoro e degli oneri connessi, sia per la Società che per il Gruppo, considerata l'incidenza di oltre il 30% di tale fattore sul costo della produzione ed attesa la difficoltà di conseguire maggiori introiti dalle attuali fonti di entrata.

La 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, consentendone la diminuzione a beneficio della collettività che lo corrisponde.

Si continua a rilevare d'altro canto anche l'inadeguatezza del contratto di servizio (stipulato tra il Ministero dello Sviluppo Economico e la RAI) in tema di copertura dei costi che lo svolgimento del servizio pubblico comporta.

Al riguardo si segnala che in sede di rinnovo del contratto di servizio, vengono definite le attività di Servizio pubblico, ma non anche le risorse pubbliche aggiuntive da rapportare alla nuova entità dei compiti affidati e che dovrebbero derivare, sulla base della vigente normativa, dagli introiti da canone e dalla parte della raccolta pubblicitaria da esporre nel pertinente aggregato.

La Corte ribadisce il giudizio, espresso nei precedenti referti, secondo cui il modello della contabilità separata, sicuramente valido per dimostrare all'Unione europea che il finanziamento pubblico non supera il costo complessivo sostenuto dalla concessionaria per lo svolgimento del servizio pubblico, non può essere assunto quale strumento unico ed esclusivo per determinare la misura del canone di abbonamento, in quanto alcuni valori in essa 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 conferma della suesposta analisi devono essere sottolineati i reiterati risultati negativi dell'aggregato A della contabilità separata, ove sono esposti i ricavi derivanti dalla riscossione dei canoni di abbonamento ed i relativi costi sostenuti per il Servizio pubblico, in attuazione delle previsioni del contratto di servizio.

L'aggregato, da quando si è data applicazione alla disposizione dell'art. 47 del decreto legislativo n. 177 del 2005 sulla contabilità separata - che prevede l'obbligo di copertura dei costi del servizio pubblico - è risultato costantemente in disavanzo: 335

milioni nel 2008, 337 milioni nel 2009, 364 milioni nel 2010, 287 milioni nel 2011 e 346 milioni nel 2012.

La situazione non è bilanciata dai risultati dell'aggregato B, ove sono esposti i ricavi ed i costi dell'attività commerciale. Sino al 2011 è stato registrato un avanzo, sebbene con margini favorevoli sempre più esigui, a causa della contrazione del mercato pubblicitario (149 milioni di euro nel 2008, 118 milioni di euro nel 2009, 158 milioni di euro nel 2010 e 111 milioni di euro nel 2011). Tanto più che, nel 2012, l'aggregato stesso ha evidenziato un esito negativo (- 28 milioni di euro).

In relazione alle perdite evidenziate nell'aggregato A, nei vari esercizi, la società ha chiesto in più occasioni al Ministero dello sviluppo economico di provvedere a corrispondere gli importi alla stregua delle obbligazioni derivanti dal contratto di servizio, secondo cui i costi del servizio pubblico devono essere coperti dal gettito del canone (e dalla pubblicità residua).

Nel 2010, ha formalizzato atto di intimazione nei confronti del ministero stesso chiedendo il pagamento delle somme non erogate per compensare i costi del servizio pubblico.

Queste ultime ammontano, nel periodo 2005 al 2012, a 2,3 miliardi di euro. In relazione a quanto preteso dalla società il Ministero dello sviluppo economico non ha, allo stato, espresso alcuna considerazione.

Il vigente contratto di servizio, peraltro, proprio in relazione alle esposte esigenze, ha introdotto talune clausole di salvaguardia che consentono alla società di proporre modifiche, nel caso di significative alterazioni nel rapporto tra costi e ricavi di servizio pubblico, da sottoporre alla valutazione di una apposita Commissione paritetica tra il Ministero vigilante e la Concessionaria stessa, strumento che non è stato attivato nel corso degli anni 2011 e 2012.

Nella prospettiva illustrata nel Piano Industriale della società 2010-2012, dell'insorgenza, nell'immediato futuro, di gravi difficoltà per il perseguimento dell'equilibrio di bilancio, a causa soprattutto della prevista riduzione dei ricavi pubblicitari, la RAI ha valutato, in linea con quanto rilevato da questa Corte, al fine del contenimento dei costi della produzione, l'opportunità di porre in liquidazione o incorporare talune società controllate, in rapporto al perseguimento dei propri scopi, trasferendo alle sue strutture le attività svolte dalle società sopprese.

In tale contesto nel 2011 sono intervenute talune modifiche organizzative dichiaratamente rivolte alla razionalizzazione ed ottimizzazione del modello organizzativo della società. Nello stesso periodo è stato portato a compimento il processo di fusione per incorporazione di RAISat S.p.A. in RAI S.p.A., avviato l'anno precedente; omologa iniziativa ha interessato Rai Trade S.p.A. e Rai Net S.p.A., società incorporate nel corso del 2011.

E' stata altresì deliberata la chiusura della Società Rai Corporation e avviate le conseguenti procedure di liquidazione sempre nell'ambito del progetto di revisione.

Il nuovo assetto organizzativo, ad avviso della Società, persegue il fine di ridurre il numero delle strutture creando idonei presidi di governo e controllo.

Si tratta di operazioni la cui motivazione strategica comune risiede nella necessità di agevolare il coordinamento gestionale delle attività che la separazione societaria rende difficoltoso, generando inefficienze organizzative e di processo.

La Corte, pur constatando la diminuzione delle società (da 8 società nel 2010 a 5 nel 2011) rappresenta la necessità di una rigorosa verifica della loro attuale necessità nel contesto di un proficuo contributo delle stesse nel perseguimento degli interessi della capogruppo, avuto anche riguardo alla circostanza che, in termini di valore aggiunto, l'apporto complessivo delle controllate appare assai modesto, in quanto, ad eccezione di Sipra (ora Rai Pubblicità), la quasi totalità del fatturato è verso la RAI, come emerge dai risultati del conto economico consolidato, senza alcuna significativa espansione all'esterno del perimetro delle proprie attività, in modo da conseguire consistenti ricavi al di fuori di quelli derivanti dalle commesse della capogruppo.

A quanto precede va aggiunto che la RAI, oltre ad avere obbligatoriamente un'organizzazione strutturale e regionale estesa su tutto il territorio nazionale, come disposto dalle leggi in vigore, ha affrontato un impegnativo piano di investimenti, stabilito per legge, per l'adeguamento impiantistico al sistema digitale terrestre (DTT), per il quale la Società ha lamentato l'insufficienza dei contributi pubblici sin qui stanziati.

In questa difficile congiuntura, più che in ogni altra passata circostanza, diventa inderogabile per la concessionaria che il contratto di servizio per il triennio 2013 – 2015 venga negoziato dando effettiva attuazione a principi già presenti nei precedenti contratti. Più in particolare, al principio secondo il quale il finanziamento delle attività di servizio pubblico deve essere garantito con carattere di certezza e congruità, per il triennio di vigenza, attraverso il canone radiotelevisivo.

La Corte ribadisce, la decisiva necessità che l'Azienda attivi comunque ogni misura organizzativa, di processo e gestionale idonea ad eliminare residue inefficienze e sprechi, proseguendo, laddove possibile e conveniente, nel percorso di internalizzazione delle attività e concentrando gli impegni finanziari sulle priorità effettivamente strategiche, con decisioni di spesa che siano - singolarmente e nel loro complesso - strettamente coerenti con il quadro di riferimento.

Nell'attuale panorama economico è necessario pianificare un sostanziale contenimento dei costi, soprattutto quelli della produzione, avuto riguardo al contesto reale nel quale si inscrive l'attività della RAI e, quindi, tenendo conto delle reali entrate e, in particolar modo della drastica riduzione dei ricavi derivanti da pubblicità e da attività commerciali, non compensata, se non in misura marginale, dall'incremento dei proventi da canone radiotelevisivo.



PAGINA BIANCA

Allegato 1 - Principi regolatori del modello di separazione contabile.

Allegato 2 - Confronto bilancio di esercizio e budget 2012

PAGINA BIANCA

Allegato 1 - Principi regolatori del modello di separazione contabile.

I principi regolatori che ispirano il modello di separazione contabile, sono di seguito sinteticamente illustrati:

- Causalità - i ricavi, i costi e il capitale impiegato sono imputati in base all'analisi diretta della loro origine, ovvero della causa che ha determinato il conseguimento del ricavo, il sostenimento del costo, l'acquisto di un'attività o l'insorgere di una passività; se non è possibile l'analisi diretta, l'attribuzione avviene su base misurabile, non arbitraria, fondata sulla relazione con costi direttamente imputabili; negli altri casi si applica un criterio di imputazione generale;
- oggettività - l'attribuzione è effettuata in modo oggettivo;
- coerenza - i principi e le metodologie di assegnazione sono uniformi nel corso del tempo; eventuali modifiche devono essere supportate da adeguata motivazione;
- trasparenza - metodologia di attribuzione trasparente;
- parametri quantitativi - utilizzo di parametri quantitativi, configurati alla stregua dei criteri di ragionevolezza, dimostrabilità e obiettività.

Si tratta di principi il cui valore viene espresso sulla base di una gradazione decrescente di rilevanza, con la conseguenza che nei casi dubbi occorre privilegiare quello più importante secondo la scala gerarchica sopra riportata.

Per quanto riguarda i costi, il criterio seguito è quello del costo interamente distribuito, come prescritto dalla delibera n. 102/05/CONS dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

La base di costo è costituita dai costi storici fondati sulla spesa realmente sostenuta; pertanto i valori utilizzati sono gli stessi impiegati per la redazione del bilancio di esercizio della concessionaria, con la sola eccezione di quelli figurativi inclusi in forza delle indicazioni dell'AgCOM (onere figurativo per l'equa remunerazione del capitale investito e quello per il vincolo di affollamento pubblicitario).

I criteri di valutazione e le convenzioni contabili adottate sono di conseguenza conformi a quelle contenute nella nota integrativa al bilancio di esercizio.

L'imputazione delle voci di ricavo, costo e capitale investito è conforme al principio di causalità e, quindi, alla determinazione per attività.

Al fine di rappresentare gli esiti gestionali ordinari dei segmenti di attività identificati dall'Autorità, la contabilità separata si snoda fino al livello del risultato operativo.

La delibera n. 102/05/CONS prescrive che lo schema di separazione contabile della concessionaria debba essere idoneo ad evidenziare le attività aziendali in tre distinti aggregati contabili:

- A) aggregato di servizio pubblico al quale vengono attribuite le voci dei costi e dei ricavi relative alle attività di produzione e programmazione riconducibili al servizio pubblico secondo quanto previsto dalla legge n. 112/04;
- B) aggregato commerciale al quale vengono attribuite le voci dei costi e dei ricavi relative alle attività di produzione, programmazione e vendita con finalità commerciali;
- C) aggregato servizi tecnici al quale vengono attribuite le voci dei costi e dei ricavi relative alle attività strumentali di supporto e trasmissione finalizzate alla realizzazione, conservazione e messa in onda dei programmi.

Lo schema di separazione contabile approvato dall'Autorità definisce il contenuto di ciascun aggregato:

- Aggregato A**
 - costi e ricavi relativi alle attività riconducibili al servizio pubblico specifico, tipizzato e disciplinato dalla Legge 112/2004 (ora dal TUSMAR) e dai Contratti di Servizio nazionali di durata triennale cui essa rinvia;
 - onere figurativo del vincolo sulla pubblicità;
- Aggregato B**
 - costi e ricavi inerenti all'attività di programmazione non specificatamente prevista dalla Legge e dai Contratti di Servizio, ma comunque riconducibile - secondo l'espressa previsione del richiamato art. 7, co. 4, del TUSMAR - alla missione della Concessionaria Pubblica;
 - ricavo figurativo del vincolo sulla pubblicità;
 - costi e ricavi relativi ad attività commerciali svolte direttamente da Rai S.p.A.;
 - attività di programmazione commerciale in tecnica digitale su blocchi non riservati al Servizio Pubblico;
- Aggregato C**
 - costi e ricavi relativi alle attività strumentali di supporto;
 - ricavi (transfer charge) relativi alla cessione di servizi agli aggregati A e B.