

RAI – RADIOTELEVISIONE ITALIANA SPA

BILANCIO D'ESERCIZIO 2002

PAGINA BIANCA

Struttura organizzativa di Rai SpA

Organi Sociali

Highlights 2002

Prospetti riclassificati

Relazione sulla gestione

Scenario di riferimento

Quadro normativo

Fatti di rilievo dell'esercizio

Attività Rai:

- Offerta editoriale
- Attività industriale

Dati d'ascolto

Risorse umane

Ricerca e innovazione

Sintesi economico-patrimoniale e finanziaria

Società controllate

Altre voci e fatti di rilievo e prevedibile evoluzione della gestione

Proposta di delibera

Stato Patrimoniale e Conto Economico

Nota integrativa

Prospetti supplementari

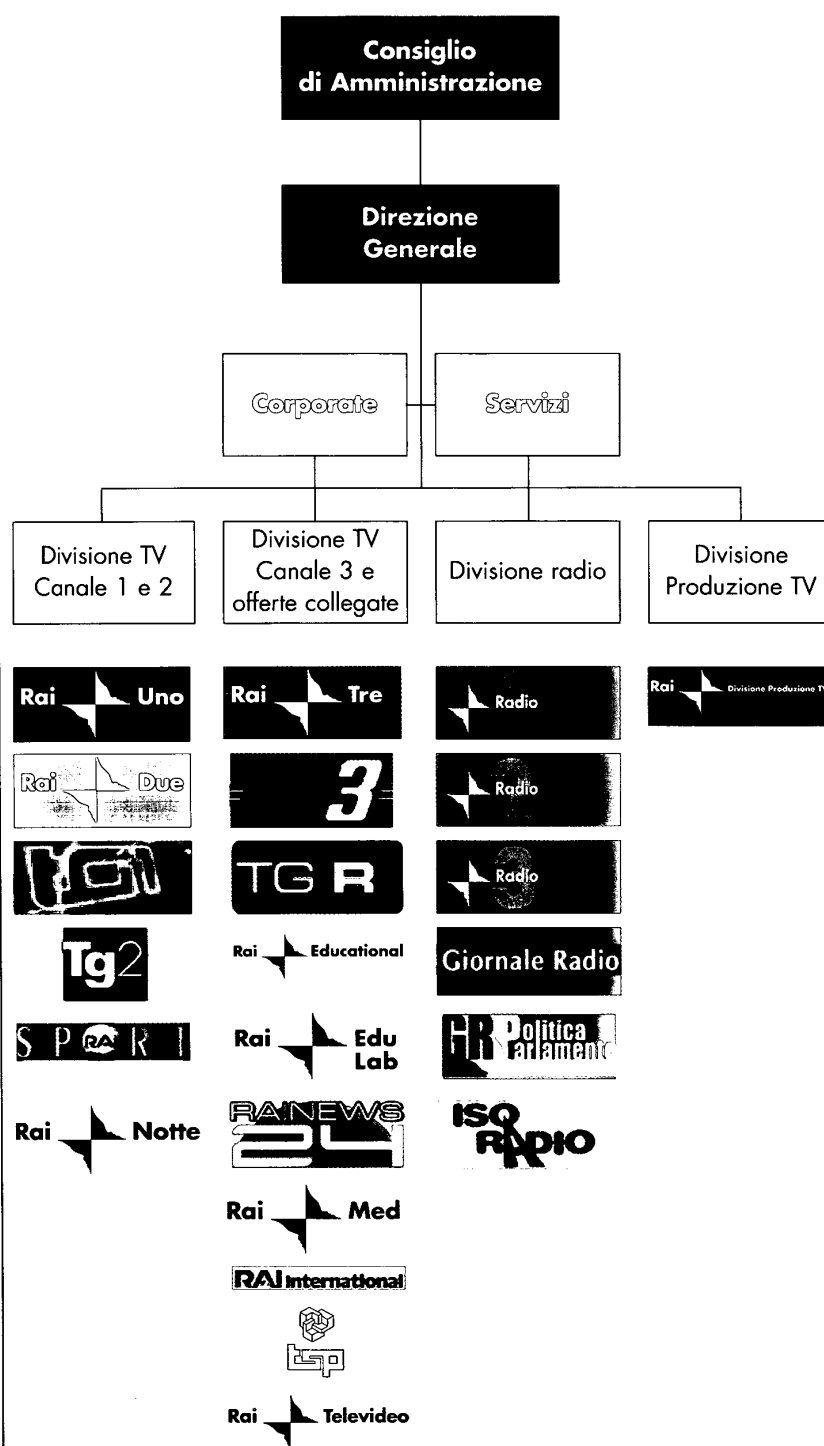
Relazione del Collegio Sindacale

Relazione di certificazione

Delibera assembleare

Directory aziendale

Struttura organizzativa di Rai SpA



Organi Sociali

Consiglio di Amministrazione

Presidente	Roberto Zaccaria	Dal 22 febbraio 2002 Antonio Baldassarre (1)	Dal 7 marzo 2003 Lucia Annunziata (2, 3)
Consiglieri	Stefano Balassone Alberto Contri Vittorio Emiliani Gianpiero Gamaleri	Adalberto Albertoni Carmine Donzelli (4) Marco Staderini Luigi Enrico Zanda Loy (4)	Francesco Alberoni Angelo Maria Petroni Giorgio Rumi Marcello Veneziani
Segretario	Franco Di Loreto		

Collegio Sindacale

Presidente	Marcello Bigi	
Sindaci effettivi	Bruno De Leo Roberto Chionne (5)	Dal 1 aprile 2003 Salvatore Randazzo
Sindaci supplenti	Domenico Mastroianni Ascanio Turco	

Direttore Generale

	Dal 19 marzo 2002 Claudio Cappon	Dal 1 aprile 2003 Agostino Saccà Flavio Cattaneo
--	-------------------------------------	--

Revisori Contabili

Deloitte & Touche SpA

(1) eletto Presidente nella riunione del Consiglio di Amministrazione del 5 marzo 2002

(2) designata Consigliere dai Presidenti di Camera e Senato il 13 marzo 2003

(3) eletta Presidente nella riunione del Consiglio di Amministrazione del 18 marzo 2003

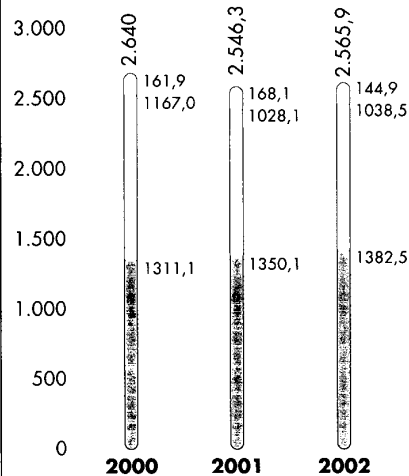
(4) dimissionario dal 20 novembre 2002

(5) dimissionario dal 1 aprile 2003

Highlights 2002 Rai SpA

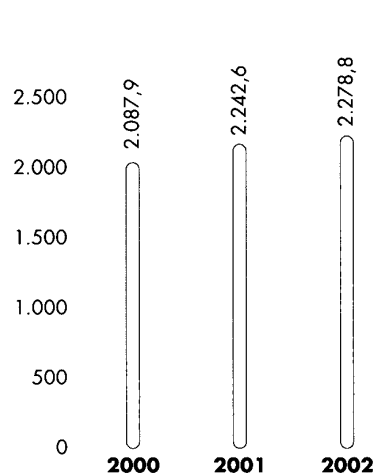
(in milioni di Euro)

Ricavi

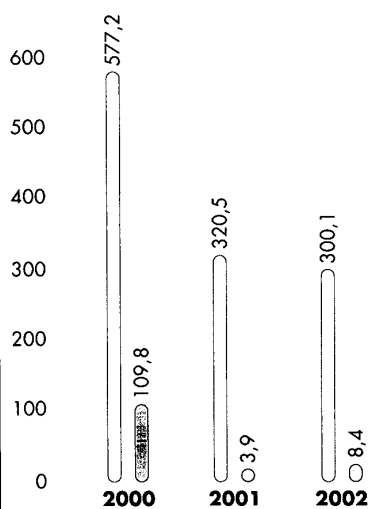


- Canoni di abbonamento
- Introiti pubblicitari
- Altri ricavi

Costi operativi

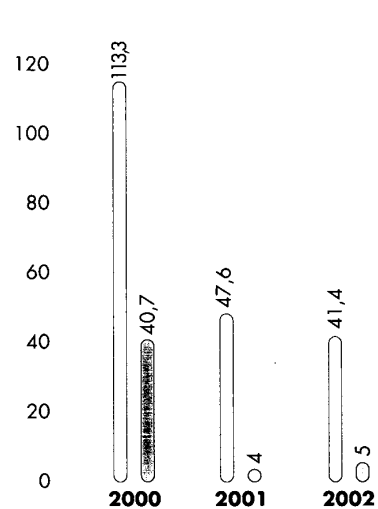


Mol - Risultato operativo

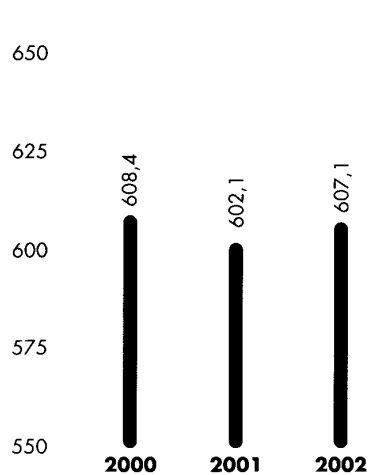
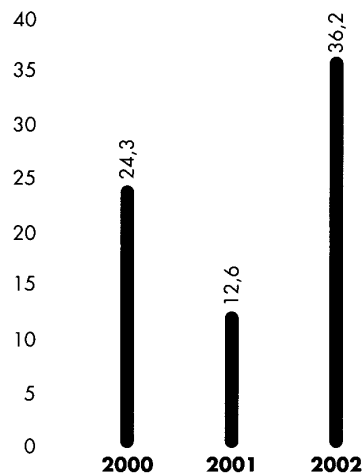
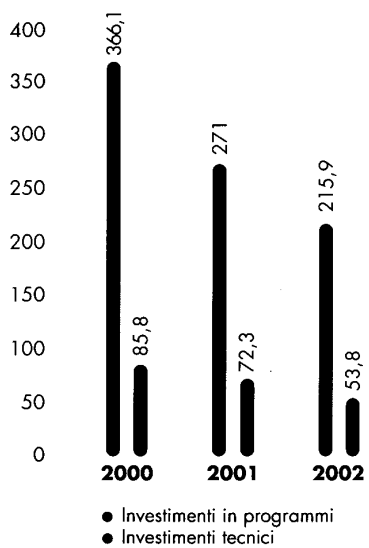
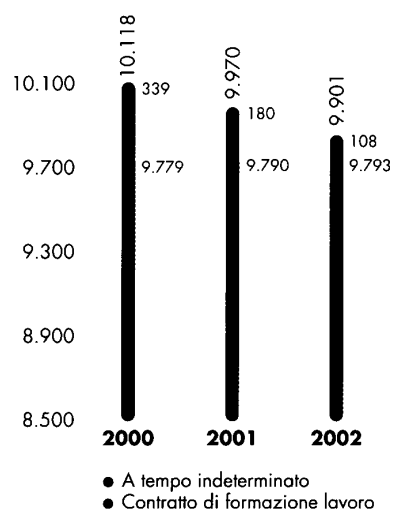


- Margine operativo lordo
- Risultato operativo

Utile ante imposte - Utile netto



- Utile ante imposte
- Utile netto

Patrimonio netto**Posizione finanziaria netta****Investimenti****Organico al 31 dicembre (in unità)**

Prospetti riclassificati

Conto economico riclassificato in milioni di Euro

	2002		2001	
	Valore	% ricavi	Valore	% ricavi
Ricavi	2.565,9	99,5	2.546,3	99,34
Variazione rimanenze prodotti finiti e incrementi immobilizzazioni interne	13	0,5	16,8	0,66
Valore della produzione tipica	2.578,9	100,0	2.563,1	100,0
Totale Costi Operativi	- 2.278,8	88,36	- 2.242,6	87,5
Margine Operativo Lordo	300,1	11,64	320,5	12,5
Ammortamenti in programmi	- 226,2	8,77	- 261,4	10,2
Ammortamenti tecnici	- 100,5	3,9	- 101,0	3,94
Altri proventi/oneri netti	35,0	1,36	45,8	1,79
Risultato operativo	8,4	0,33	3,9	0,15
Proventi/Oneri finanziari netti	33,4	1,3	60,1	2,3
Rettifiche di valore di attività finanziarie	- 8,2	0,33	- 1,7	0,1
Risultato prima di componenti straord.	33,6	1,3	62,3	2,35
Proventi/Oneri straordinari netti	7,8	0,3	- 14,7	0,6
Risultato prima delle imposte	41,4	1,6	47,6	1,85
Imposte sul reddito dell'esercizio	- 36,4	1,4	- 43,6	1,7
Utile/Perdita del periodo	5,0	0,2	4,0	0,15

Stato patrimoniale in milioni di Euro

	2002	2001	Variaz.
Immobilizzazioni	1.197,4	1.317,0	- 119,6
Capitale d'esercizio	- 324,7	- 439,6	114,9
Trattamento di fine rapporto	- 301,8	- 287,9	- 13,9
Capitale investito netto	570,9	589,5	- 18,6
Patrimonio netto	607,1	602,1	5,0
Posizione finanziaria netta (disponibilità)	- 36,2	- 12,6	- 26,6
	570,9	589,5	- 18,6

Relazione sulla gestione

Signori azionisti,

l'attuale scenario economico nazionale e internazionale così come il settore radiotelevisivo appaiono caratterizzati da una persistente stagnazione.

Pur in questo contesto, la Rai ha dimostrato, con il conforto dei risultati, una notevole capacità di reazione.

L'esercizio 2002 si chiude con un risultato netto di **5 milioni di Euro** sostanzialmente in linea con il precedente esercizio.

Il biennio trascorso ha rappresentato per l'Azienda una sfida al contenimento dei costi in presenza del forte calo della raccolta pubblicitaria, **140 milioni di Euro nel 2001** senza sostanziali incrementi nel 2002, e di impegni di natura straordinaria, circa **90 milioni di Euro nel 2002** tra acquisizione dei diritti e costi correlati, in occasione dei grandi eventi sportivi, Mondiali di Calcio e Olimpiadi Invernali. In aggiunta sono da considerare i rapidi mutamenti nella struttura del mercato e del sistema che, evidenti da qualche anno, influiranno in modo decisivo sulla struttura complessiva del Servizio Pubblico, sulla sua missione e posizionamento strategico di mercato.

Tale situazione renderà centrale il tema delle risorse e del loro reperimento.

La capacità della Rai di agire con efficacia dipenderà in larga misura dagli indirizzi provenienti dagli azionisti.

Il disegno di legge del Governo, *"Norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della Rai SpA, nonché delega al Governo per l'emanazione del codice della radiotelevisione"*, prevede, nell'ambito della riforma complessiva del sistema, **forti elementi di novità** per l'Azienda.

Il primo "nodo" è rappresentato dal ruolo del **Servizio Pubblico** nel sistema radiotelevisivo nazionale. La Rai è chiamata a precisi impegni in termini di:

- o internazionalizzazione: sul ruolo dell'Azienda nello scenario internazionale e nel processo di diffusione della cultura italiana all'estero;
- o regionalizzazione: consolidamento e rilancio delle strutture territoriali e dell'offerta regionale;
- o universalità: estensione dell'offerta e fruibilità dei contenuti della comunicazione radiotelevisiva attraverso tutti i media di attuale e prossima generazione.

Il secondo fattore è il progetto della **Televisione Digitale Terrestre** del quale la Rai è leader con il compito di trasformare, in tempi rapidi, il sistema televisivo dalla trasmissione analogica alla trasmissione in tecnica digitale.

Gli aspetti salienti del progetto sono:

- o la realizzazione dell'infrastruttura tecnologica;
- o lo sviluppo dei contenuti e dell'offerta con caratteristiche di multimedialità e interattività;
- o il finanziamento del progetto con destinazione di parte del ricavato dal collo-

camento della Rai in incentivi per l'acquisto dei ricevitori digitali da parte degli utenti.

Ultimo elemento decisivo è la capacità da parte della Rai di **creare valore** e remunerare il capitale: di qui la scelta del collocamento del capitale sul mercato preferita alla possibilità di configurare un'azienda erogatrice di servizi in un contesto di economicità per la finanza pubblica.

Tali opportunità comportano scelte precise da parte dell'azionista nella condivisione degli obiettivi strategici in armonia con un piano industriale di rilancio e sviluppo del Servizio Pubblico con il vincolo della sostenibilità dell'equilibrio economico-finanziario nel medio e lungo periodo.

Le leve che potranno favorire il rafforzamento di tale equilibrio sono:

- o la razionalizzazione degli investimenti nell'ottica di una maggiore selettività;
- o il recupero di efficienza;
- o il proseguimento delle azioni volte a contenere i costi in tutte le aree di spesa;
- o la dismissione di asset non strategici per generare risorse finanziarie utili allo sviluppo;
- o la revisione del modello organizzativo della Società e della Corporate Governance.

Scenario di riferimento

Il settore radiotelevisivo continua a risentire di un periodo di grande incertezza in concomitanza con il contesto di evoluzione dell'intero sistema delle telecomunicazioni.

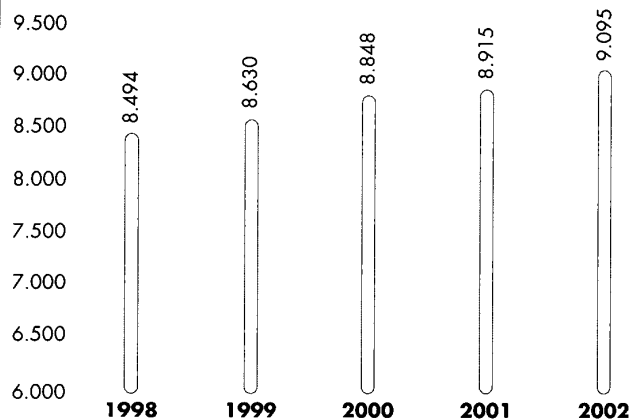
Le manifestazioni di questi cambiamenti strutturali nel settore possono essere così sintetizzati:

- o progressivo cambiamento nella composizione delle risorse del sistema. I ricavi da canone e gli introiti pubblicitari presentano un andamento stazionario rispetto al rapido sviluppo di altre forme di ricavi quali abbonamenti a pay-tv, vendita di prodotti, contenuti, licensing e merchandising ecc.;
- o impatto dello sviluppo delle tecnologie digitali sui modelli produttivi e distributivi, sull'offerta e sulla struttura del business;
- o fenomeni di concentrazione in atto nel settore della televisione a pagamento con il conseguente rafforzamento di operatori competitivi nell'offerta e *captive* rispetto alla domanda (con conseguente attrazione di investimenti pubblicitari);
- o espansione di mercati contigui a quello radiotelevisivo grazie alle potenzialità delle nuove piattaforme distributive (ad esempio Internet a banda larga) pur con molte incertezze rispetto alla sostenibilità finanziaria degli attuali livelli di investimenti;
- o inversione di tendenza nella strategia degli operatori: dal presidio dell'intera catena del valore, anche attraverso operazioni di M&A, alla rifocalizzazione sul core business e al presidio leggero sulle attività new media (puro content providing);
- o internazionalizzazione delle attività e dei mercati a fronte della staticità del fatturato sul mercato domestico.

L'ascolto della televisione

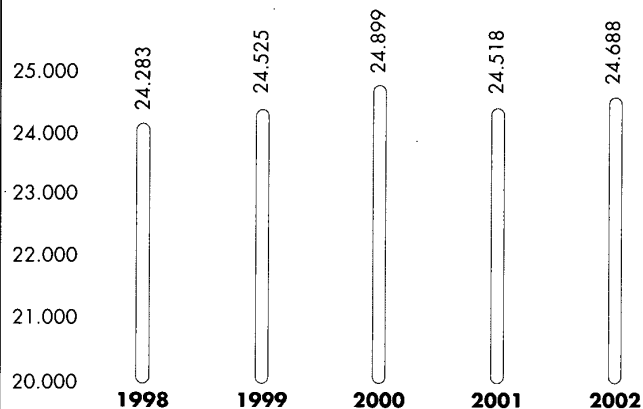
Pur in un contesto di progressiva moltiplicazione dell'offerta di comunicazione attraverso immagini, ad esempio via Internet, il mezzo televisivo mantiene anche nel 2002 il proprio ruolo chiave nel sistema delle comunicazioni. Alcuni dati sull'ascolto possono mettere in evidenza alcune dinamiche:

Ascolto medio intera giornata (in migliaia)



Il trend di crescita del numero di ascoltatori si conferma positivo nel corso dell'intera giornata. Nel 2002 la platea televisiva aumenta di oltre **180 mila unità** (con un incremento del **2,1%** rispetto al 2001) e raggiunge il nuovo picco dal 1987 (primo anno di rilevazione attraverso Auditel).

Ascolto prime-time (in migliaia)



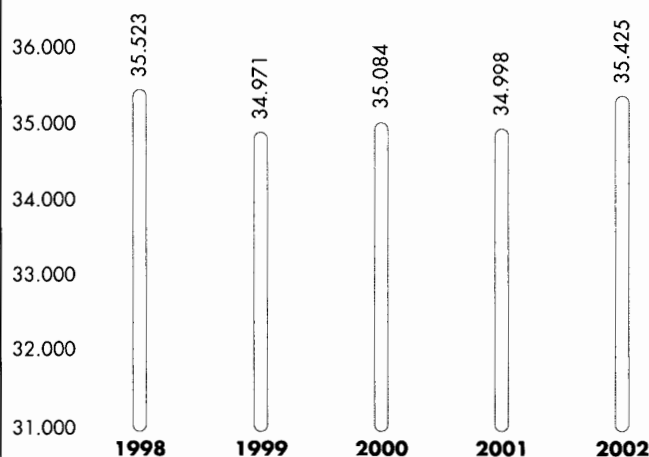
Anche gli ascolti della prima serata registrano un aumento degli spettatori di **170 mila unità** (incremento dello **0,7%** rispetto al precedente anno) con un recupero parziale della flessione registrata nel 2001.

I dati sintetizzati confermano, quindi, la centralità del mezzo televisivo per le scelte del pubblico.

L'ascolto della radio

Il mezzo radiofonico, il più antico veicolo di comunicazione di massa, conferma ottimi risultati sul fronte degli ascolti con oltre **35 milioni di ascoltatori** nel giorno medio (con un incremento dell'**1,2%** rispetto al 2001).

Ascolto della radio (in migliaia)



I punti di forza della radio sono la duttilità produttiva, la varietà dell'offerta e il rapporto diretto e personale con l'ascoltatore: caratteristiche che fanno della radio un mezzo imprescindibile in qualunque strategia complessiva di comunicazione in Italia.

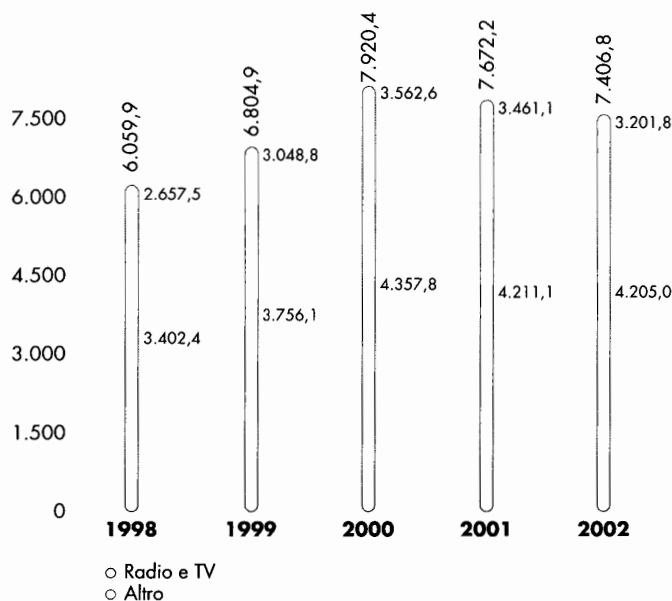
La crisi della pubblicità

Il 2002 registra, pur con un modesto incremento della raccolta, il perdurare della crisi degli investimenti pubblicitari iniziata alla fine del 2000: la prolungata recessione del mercato è frutto della difficile congiuntura economica internazionale e dell'assenza di segnali di una ripresa certa del ciclo economico.

Le imprese sono tendenzialmente indotte da tale situazione a un consistente intervento sui costi per salvaguardare la profittabilità con il conseguente taglio dei budget pubblicitari depressi anche per il differimento del lancio di nuovi prodotti e servizi.

La Rai, malgrado gli indici restrittivi di affollamento pubblicitario rispetto alle emittenti private (rapporto 1 a 4 nella raccolta) ha comunque registrato un progresso pari all'1% anche grazie alla raccolta in occasione dei Mondiali di calcio.

Il grafico seguente espone l'andamento degli investimenti netti complessivi in pubblicità.

Mercato pubblicitario, dati A.C. Nielsen (milioni di Euro)**Quadro normativo**

Accanto all'andamento generale degli ascolti e della raccolta pubblicitaria è opportuno l'esame del contesto normativo nel quale il settore radiotelevisivo si sta sviluppando.

Il legislatore ha ritenuto opportuno regolamentare il settore in quanto soggetto a concessione pubblica e per consentire il corretto inserimento di nuovi operatori con la conseguente tutela delle regole fondamentali della concorrenza, la definizione del ruolo del Servizio Pubblico e degli operatori privati, la suddivisione delle risorse del sistema e la salvaguardia dei principi di pluralismo, correttezza e trasparenza dell'informazione.

Evoluzione dello scenario normativo generale**Disegno di legge n° 3184 "norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della società Rai e delega al Governo per l'emanazione del codice della radiotelevisione"**

Il disegno di legge, di cui si è già fatto cenno all'inizio, attualmente all'esame del Parlamento, intende delineare una riforma complessiva della disciplina del sistema radiotelevisivo nazionale.

L'assetto del sistema è regolamentato in funzione dell'evoluzione dello scenario in atto, visti, in particolare, gli sviluppi determinati dall'avvento della tecnologia digitale capace di stimolare maggiore concorrenza nel sistema e del processo di convergenza tra radiotelevisione e altri settori delle telecomunicazioni (editoria, Internet, comunicazione mobile ecc.) verso un sistema integrato delle comunicazioni.

Il disegno di legge ridefinisce in modo organico il ruolo della Rai all'interno del sistema con particolare riferimento al ruolo di servizio pubblico e alle modalità di finanziamento e utilizzo delle risorse pubbliche in armonia con il quadro normativo comunitario.

La normativa in esame, infine, stabilisce alcune regole a favore della tutela della concorrenza e del mercato:

- **limite nel cumulo dei programmi televisivi o radiofonici.** Al termine dell'attuazione del piano nazionale di assegnazione delle frequenze, ciascun fornitore di contenuti non potrà essere titolare di autorizzazioni che consentano di diffondere più del 20% dei programmi televisivi o del 20% dei programmi radiofonici irradiabili su frequenze terrestri;
- **limite nella raccolta delle risorse nel sistema integrato delle comunicazioni.** I soggetti tenuti all'iscrizione nel registro degli operatori di comunicazione non possono raccogliere ricavi superiori al 20% delle risorse complessive del sistema integrato delle comunicazioni.

Legge 249/97: sentenza della Corte Costituzionale n° 446/2002

In data 20 novembre 2002 la suprema corte ha sentenziato l'illegittimità costituzionale dell'art. 3, comma 7, della legge n° 249 del 31 luglio 1997 (istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo).

Questa decisione comporta, salvo successivi interventi normativi, il distacco della pubblicità da RAITRE e lo spostamento via cavo o satellite di RETEQUATTRO e di un canale Tele+ entro il 31 dicembre 2003.

Mercato e concorrenza

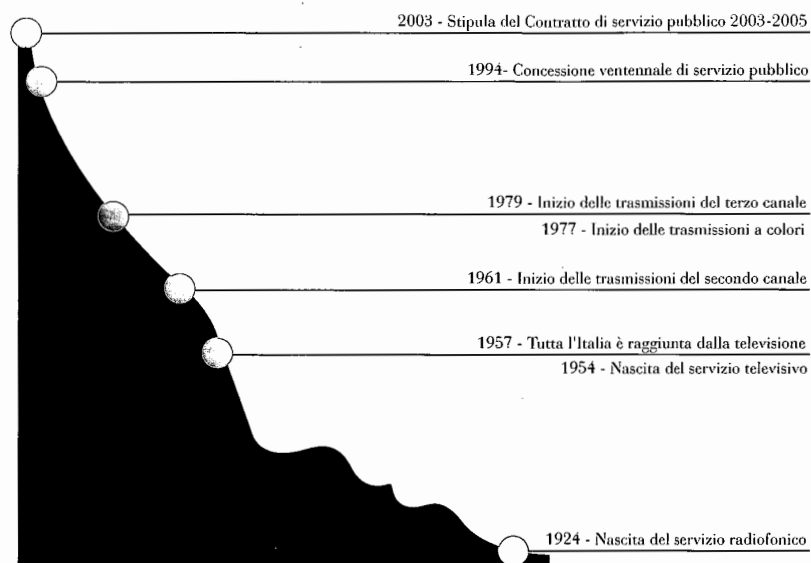
L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, con le delibere 212/02/CONS del 3 luglio 2002 e 14/03/CONS del 9 gennaio 2003, ha stabilito, rispettivamente, di avviare un'analisi della distribuzione delle risorse economiche del settore televisivo nel triennio 1998-2000 e un procedimento istruttorio in contraddittorio con i soggetti interessati per verificare l'effettiva sussistenza di posizioni dominanti o lesive del pluralismo e per definire gli eventuali provvedimenti atti a eliminare o impedire il formarsi delle stesse.

Il ruolo di Rai nel contesto normativo: Il Servizio Pubblico

La Rai è la più grande azienda radiotelevisiva italiana e la sua storia ha caratterizzato in modo significativo la vita degli Italiani e i costumi nazionali del nostro paese nel corso del secolo.

Gran parte degli eventi sociali, culturali, politici e di cronaca hanno trovato spazio in tanti decenni di attività: la Rai è a pieno titolo parte della memoria storica del paese.

Le tappe del servizio radiotelevisivo:



In accordo con il proprio ruolo di servizio pubblico, la Rai è tenuta a garantire:

- la **diffusione nazionale e internazionale** assicurando qualità del segnale, copertura del territorio italiano e raggiungimento delle comunità italiane all'estero;
- la **qualità della programmazione** al fine di soddisfare gli interessi degli ascoltatori in tutta la loro varietà;
- l'**informazione completa** e di facile accesso;
- il **ruolo educativo e culturale** a fianco dell'intrattenimento;
- i **servizi di pubblica utilità** richiesti dalla Pubblica Amministrazione in funzione di specifiche esigenze;
- l'**accesso** da parte di persone con disabilità.

Adempimento degli obblighi del servizio pubblico radiotelevisivo

L'attività della Rai in qualità di gestore del Servizio Pubblico radiotelevisivo è regolata da un Contratto di Servizio concordato con il Ministero delle Comunicazioni e rinnovato con cadenza triennale.

In data 23 gennaio 2003 il Ministero delle Comunicazioni e la Rai hanno siglato il nuovo **contratto di servizio relativo al triennio 2003-2005** (approvato con il DPR del 14 febbraio 2003). Il contratto disciplina in dettaglio la missione e i contenuti del servizio pubblico.

I punti rilevanti sono:

- **missione del servizio pubblico.** L'articolo 1 definisce i compiti prioritari assegnati al servizio pubblico, tra i quali "assicurare una programmazione equilibrata e varia in grado di mantenere il livello di ascolto idoneo per l'adempimento delle funzioni e garantire il raggiungimento della qualità dell'offerta nell'insieme dei generi della programmazione";
- **qualità.** Essa costituisce un "fine strategico della missione di servizio pubblico", in tale ottica il contratto richiede alla Rai di "avviare entro tre mesi un sistema di verifica interna che accerti il grado di raggiungimento della qualità dell'offerta televisiva e radiofonica" e prevede l'istituzione di una commissione incaricata di verificare il raggiungimento degli obiettivi;

- **fasce di pubblico.** Il contratto prevede che la Rai dedichi particolare attenzione, sia qualitativa che quantitativa, ai minori riservando a essi il 10% del palinsesto nella fascia oraria dalle 7 alle 22.30. Nei confronti delle persone con disabilità la Rai dovrà accrescere del 10% annuo l'investimento nello sviluppo di iniziative specifiche. Il contratto, infine, stabilisce i criteri per la stipula di convenzioni su basi locali finalizzate alla valorizzazione delle culture regionali e locali;
- **tecnologia.** Il contratto stabilisce che la Rai abbia il compito di "promuovere lo sviluppo industriale del paese e l'introduzione delle nuove tecnologie trasmissive" attraverso "la conversione alla trasmissione di programmi e servizi multimediali in tecnica digitale terrestre".

Nel 2002 la Rai ha pienamente assolto gli obblighi derivanti dall'allora vigente Contratto di Servizio. Gli elementi più rilevanti:

- ampiamente superati gli obblighi di destinare ai macro-generi di servizio il 65% della programmazione televisiva e l'80% di RAITRE (rispettivamente il 78,5% e il 93,5%);
- circa il 24% dei proventi dal canone destinati a investimenti nella produzione di audiovisivi italiani ed europei (quota minima pari al 20% dei proventi dal canone).

Rai in Europa

In tutti i Paesi dell'Unione Europea sono presenti operatori di servizio pubblico (uno in ciascun Paese con l'esclusione della Germania dove gli operatori sono due). Caratteristica generale, fatta eccezione per la Spagna dove la televisione pubblica è sovvenzionata dalla finanza pubblica, è il finanziamento attraverso il pagamento di un canone da parte degli utenti. In tale ambito la peculiarità della Rai è di avere il **canone più basso d'Europa**, unitamente al più elevato ascolto medio durante l'anno (46,4 %).

La tabella che segue illustra un confronto sintetico tra i principali operatori di Servizio Pubblico (dati alla chiusura dell'esercizio 2001 per omogeneità del campione).

	I	D	UK	F	E
					
Numero reti generaliste	3	2	2	3	2
Canali satellitari (2)	13	11	9	6	6
Canone annuo (in Euro)	93,80	194	175,28	116,50	(1)
Ricavi complessivi (milioni di Euro)	2.546	7.180	5.540	2.180	832
Canone/Ricavi (%)	51	79	82	60	(1)
Ascolti medi (share %)	46,4	41,8	36,8	37,2	32,4
Organico (unità)	9.970	24.718	24.718	6.597	9.400

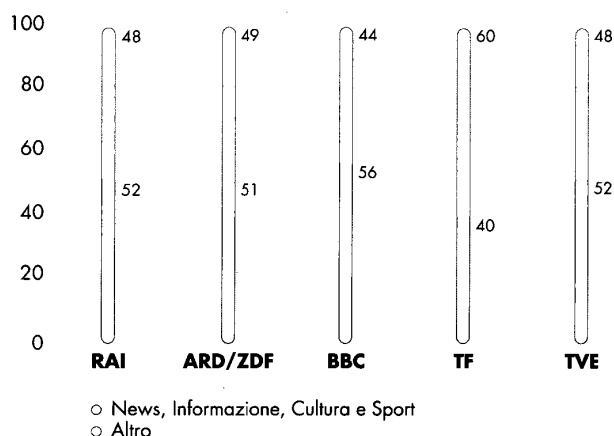
(1) In Spagna non esiste il canone, il fabbisogno è finanziato direttamente dal governo

(2) Numero di canali satellitari risultanti a febbraio 2003

Fonte: www.e-mediamap.com

Coerentemente con la propria missione, la Rai è in linea con gli altri gestori di Servizio Pubblico per mix e qualità della programmazione.

Offerta TV del servizio pubblico



Fatti di rilievo dell'esercizio

Attività industriale

La Rai ha proseguito nel 2002 la politica di contenimento dei costi e di razionalizzazione degli investimenti al fine di mantenere l'equilibrio dei conti e dell'indebitamento finanziario a livelli fisiologici. Tale scelta, impostata già nell'esercizio precedente, è principalmente dovuta al perdurare della congiuntura di mercato e alla necessità di salvaguardare il conto economico dalle ripercussioni di tale situazione.

Le azioni principali:

- riduzione dei livelli di spesa nelle aree non direttamente connesse al core business (Corporate e Servizi);
- determinazione della spesa per investimenti a livelli di conservazione del capitale investito;
- impostazione strutturale della tendenza dei costi operativi di prodotto verso una riduzione netta;
- estensione della politica di riduzione dei costi alle società controllate per la salvaguardia della competitività del Gruppo;
- ottimizzazione degli assetti operativi e consolidamento delle posizioni di mercato;
- ridefinizione della strategia di intervento nel settore new media.

I risultati:

- mantenimento a livello costante dei costi operativi, nonostante il gravoso onere a seguito dei grandi eventi sportivi (Mondiali di Calcio e Olimpiadi invernali per un impegno pari a circa 90 milioni di Euro);
- focalizzazione della spesa sui progetti a elevata priorità strategica;
- selezione dei progetti all'atto della definizione del programma di investimento per il passaggio al sistema di trasmissivo digitale (si ricorda l'impegno assunto dalla Rai alla firma del Contratto di Servizio per la presentazione entro tre mesi di un progetto che definisca le fasi di avanzamento del piano di configurazione delle reti di trasmissione in tecnica digitale e le relative compatibilità finanziarie).

Tra gli interventi di natura straordinaria si ricorda la cessione al Groupe Canal+ S.A. della totalità delle azioni di Tele+ detenute dalla Rai in seguito all'esercizio dell'opzione di vendita al medesimo prezzo, pari a 46,5 milioni di Euro, a suo tempo corrisposto per l'acquisto del 2,55% del capitale della società.

Attività editoriale

L'attività editoriale della Rai, nel 2002, è stata perfettamente allineata ai requisiti, precedentemente enunciati, del Servizio Pubblico: generi e qualità della programmazione, pluralismo e approfondimento dell'informazione, attenzione alle fasce protette e alle persone disabili.

Tali caratteristiche, che rendono unica l'offerta della Rai, rappresentano valori irrinunciabili ma, soprattutto, opportunità di sviluppo nell'ideazione e composizione del palinsesto.

L'esercizio trascorso conferma, quindi, la tendenza della Rai a consolidare il proprio ruolo chiave per lo sviluppo culturale e sociale del Paese.

La linea editoriale della Rai si è articolata prevalentemente nelle seguenti aree:

Informazione: frequenza, qualità, tempestività, equilibrio e pluralismo costituiscono le linee guida della programmazione. Il recupero della leadership del **TG1** e il consolidamento di **TG2**, **TG3** e dell'informazione regionale confermano la centralità della Rai nel mondo dell'informazione. Si segnala l'importante risultato del portale Rai.it in testa alle classifiche dei siti di informazione presenti in rete.

Approfondimento: di qualità con uno approccio originale all'attualità e all'informazione (con programmi come **Porta a Porta**, **Excalibur**, **Ballarò**, ecc.).

Bambini e adolescenti: la linea seguita nella programmazione dedicata è l'ideazione di format e contenuti originali che sostengano lo sviluppo armonioso della personalità dell'individuo dall'infanzia all'età adulta, mentre risulta marginale l'apporto di produzioni straniere di bassa qualità (ad esempio le produzioni di cartoni animati giapponesi).

I risultati di programmi come **Disney Club**, **Art Attack** e il **GT ragazzi** confermano la bontà della scelta editoriale. La **Melevisione** è, inoltre, il fiore all'occhiello della programmazione in fascia protetta.

Società: la Rai è tradizionalmente attiva nel campo dell'approfondimento di tematiche culturali, sociali e ambientali. Non è mancata, infatti, nel 2002, l'offerta di programmi dedicati al mondo del lavoro (con **Occupati**) all'ambiente (**Geo&Geo**), medicina (**Elisir**), scienza e tecnologia, alla cultura (**La Grande Storia**, **Novecento**) e al costume (**Mi manda Raitre**).

Accanto a questi programmi è stabile il successo della grande fiction di qualità: un modo efficace per raccontare la storia d'Italia attraverso la vita di grandi personaggi (**Maria José**, **Papa Giovanni XXIII**, **Perlasca**) o di immaginari cittadini simbolo (**Don Matteo**, il **Commissario Montalbano** e il **Maresciallo Rocca**).

Sport: la Rai nel 2002 è stata leader indiscusso nella trasmissione dei grandi eventi sportivi (**Mondiali di Calcio**, **Olimpiadi Invernali**, **Campionato di F1** ecc.) assumendosi un onere rilevante in termini di spesa per l'acquisto dei diritti radiotelevisivi. Non è mancato, inoltre, nel corso dell'anno, il sostegno alle federazioni sportive medie e piccole (tennis, palla a volo, ciclismo, atletica ecc.) con la programmazione di eventi e manifestazioni.