

Consolidato di Gruppo 2002

PAGINA BIANCA

Struttura organizzativa del Gruppo Rai

Organi Sociali

Highlights 2002

Prospetti riclassificati

Relazione sulla gestione

Il Gruppo Rai

Sintesi economico-patrimoniale e finanziaria

Altre voci e fatti di rilievo

Stato Patrimoniale e Conto Economico

Nota integrativa

Prospetti supplementari

Relazione del Collegio Sindacale

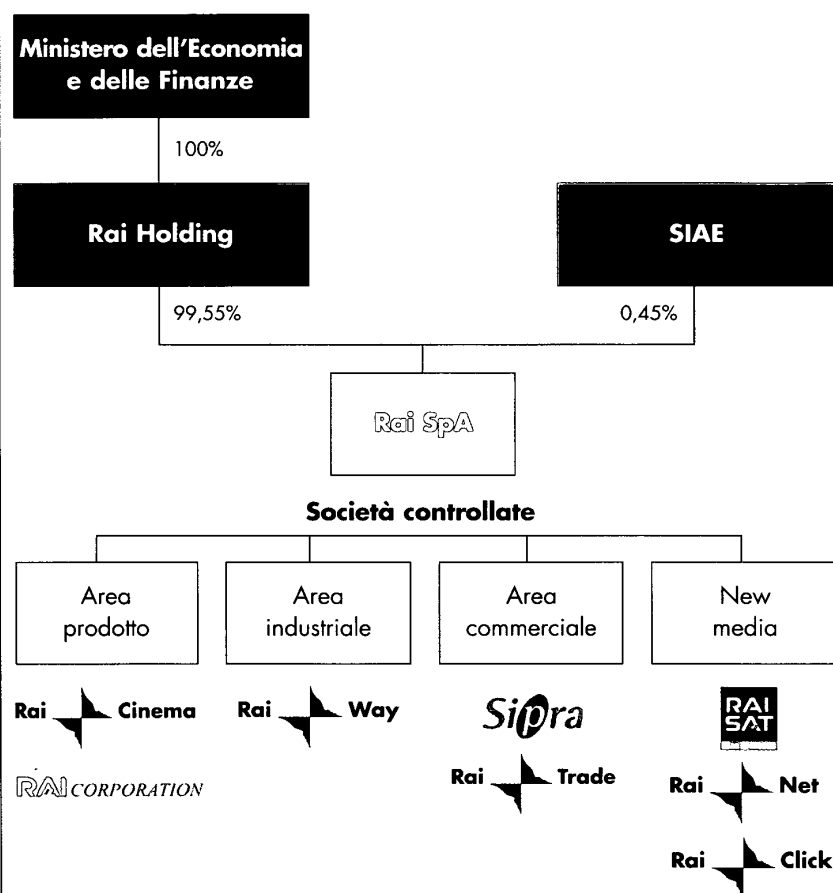
Relazione di certificazione

Bilanci delle Società Controllate

Prospetto riepilogativo dei Bilanci delle Società Collegate

Corporate directory

Struttura organizzativa del Gruppo Rai



Nella struttura riportata sono rappresentate le società controllate da Rai SpA organiche al core business del Gruppo

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

	Claudio Cappon	Dal 19 marzo 2002 Agostino Saccà	Dal 1 aprile 2003 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

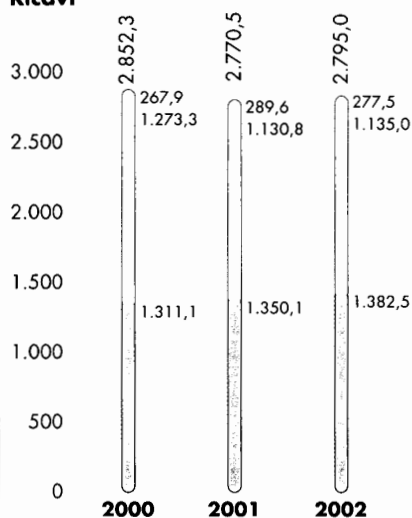
(4) dimissionario dal 20 novembre 2002

(5) dimissionario dal 1 aprile 2003

Highlights 2002 Gruppo Rai

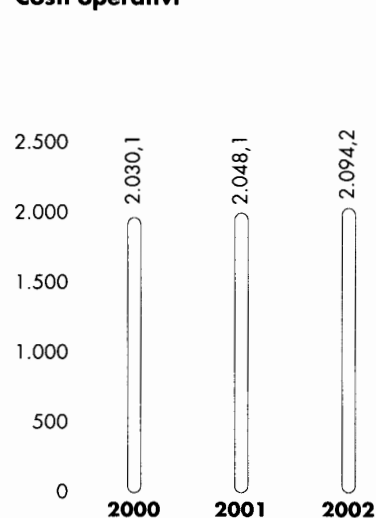
(in milioni di Euro)

Ricavi

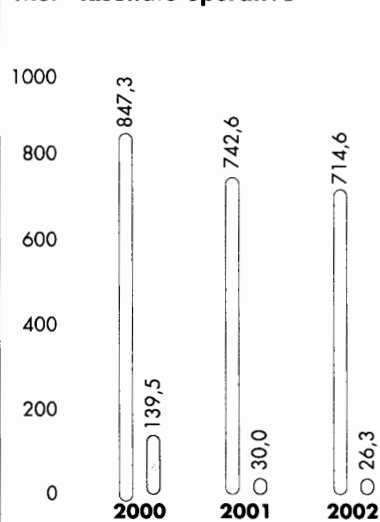


- Canoni di abbonamento
- Pubblicità
- Altri ricavi

Costi operativi

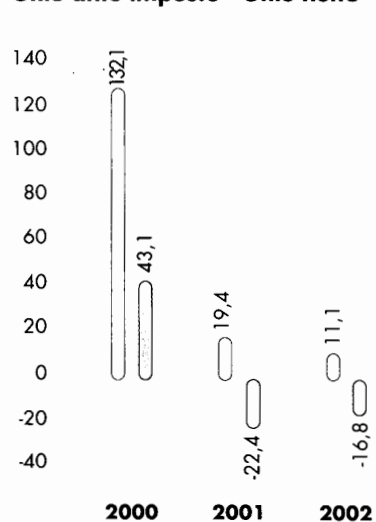


Mol - Risultato operativo

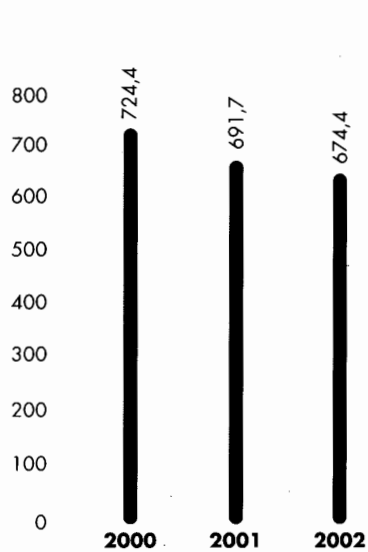
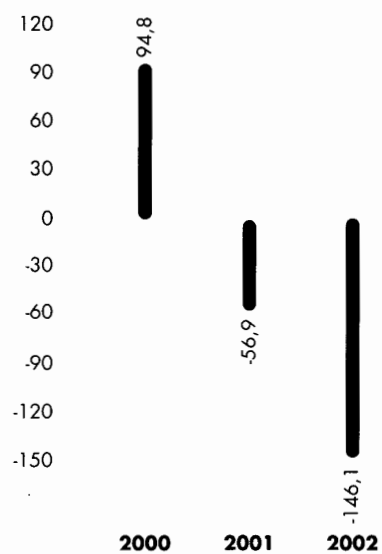
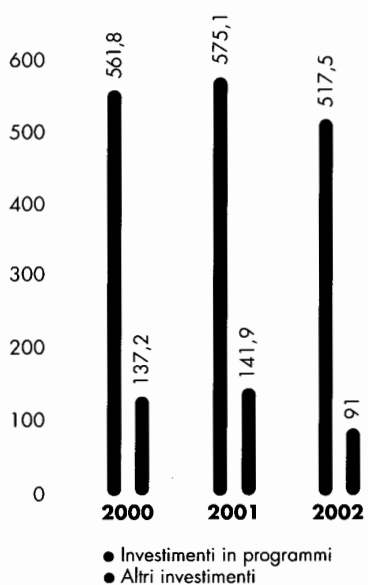
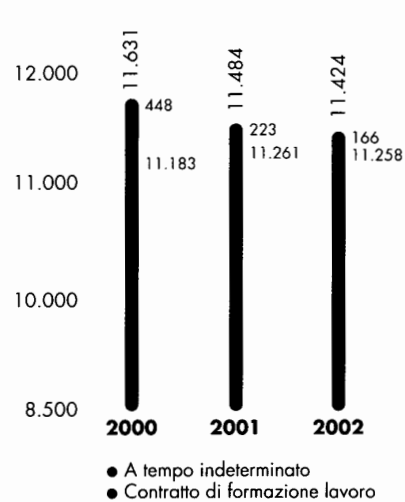


- Margine operativo lordo
- Risultato operativo

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	2.795,0	99,5	2.770,5	99,3
Variazione rimanenze prodotti finiti e incrementi immobilizzazioni interne	13,8	0,5	20,2	0,7
Valore della produzione tipica	2.808,8	100,0	2.790,7	100,0
Totale Costi Operativi	- 2.094,2	74,6	- 2.048,1	73,4
Margine Operativo Lordo	714,6	25,4	742,6	26,6
Ammortamenti in programmi	- 516,9	18,4	- 534,5	19,1
Ammortamenti tecnici	- 169,5	6,0	- 167,7	6,0
Altri proventi/oneri netti	- 1,9	0,1	- 10,4	0,4
Risultato operativo	26,3	0,9	30,0	1,1
Proventi/Oneri finanziari netti	- 20,6	0,7	4,0	0,1
Rettifiche di valore di attività finanziarie	- 1,4	0,0	0,1	0,0
Risultato prima di componenti straord.	4,3	0,2	34,1	1,2
Proventi/Oneri straordinari netti	6,8	0,2	- 14,7	0,5
Risultato prima delle imposte	11,1	0,4	19,4	0,7
Imposte sul reddito dell'esercizio	- 27,9	1,0	- 41,8	1,5
Utile/Perdita del periodo	- 16,8	0,6	- 22,4	0,8
di cui quota di terzi	- 0,6		- 0,1	

Stato patrimoniale in milioni di Euro

	2002	2001	Variaz.
Immobilizzazioni	1.625,5	1.760,2	- 134,7
Capitale d'esercizio	- 468,1	- 689,0	220,9
Trattamento di fine rapporto	- 336,9	- 322,6	- 14,3
Capitale investito netto	820,5	748,6	71,9
Patrimonio netto	674,4	691,7	- 17,3
Posizione finanziaria netta (indebitamento)	146,1	56,9	89,2
	820,5	748,6	71,9

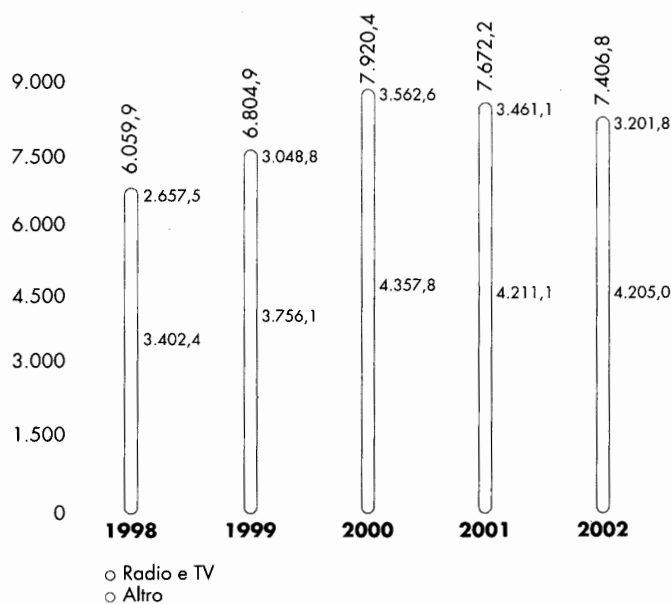
Relazione sulla gestione

Signori azionisti,

nel 2002 sono stati evidenti i riflessi negativi della fase recessiva dell'economia e della finanza internazionali. Tutti i principali settori dell'economia attendono prudentemente la ripresa dei mercati finanziari cercando di salvaguardare, nel frattempo, la profittabilità.

In tale ottica i progetti di lancio di nuovi prodotti e servizi subiscono notevoli ritardi e, conseguentemente, gli investimenti in pubblicità risultano ancora depressi.

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



In questo contesto il Gruppo Rai ha adottato una politica selettiva degli investimenti e restrittiva dei costi per mantenere e, possibilmente, aumentare l'efficienza gestionale in vista degli sviluppi nel settore previsti, principalmente, dal disegno di legge n. 3184 attualmente in discussione alle Camere.

Gli indirizzi provenienti dagli azionisti, pertanto, saranno fondamentali per la definizione del ruolo del Gruppo Rai all'interno del futuro assetto del settore.

Il primo "nodo" è la definizione del ruolo del **Servizio Pubblico** nel sistema radiotelevisivo nazionale in termini di posizionamento internazionale del Gruppo, di consolidamento e rilancio delle strutture territoriali e di estensione dell'offerta e fruibilità dei contenuti attraverso tutti i media di attuale e prossima generazione.

Il secondo fattore di indirizzo da parte degli azionisti riguarda il progetto della **Televisione Digitale Terrestre** del quale il Gruppo è leader con il compito di trasformare, in tempi rapidi, il sistema televisivo dalla trasmissione analogica alla trasmissione in tecnica digitale.

Ultimo elemento decisivo è la capacità da parte del Gruppo, attraverso la Controllante e le Società controllate, 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.

Le azioni intraprese durante l'esercizio 2002, infatti, sono state principalmente volte a mantenere intatta la potenzialità di sviluppo del Gruppo in vista di tali significativi appuntamenti.

Nonostante gli sforzi posti in atto, il Bilancio Consolidato evidenzia una **perdita netta d'esercizio pari a 16,8 milioni di Euro**, in miglioramento rispetto alla perdita netta di 22,4 milioni di Euro registrata nel 2001 in relazione, essenzialmente, a un miglior profilo della fiscalità di Gruppo.

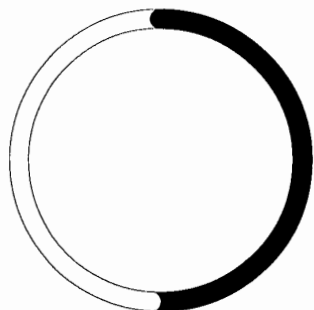
Il Gruppo Rai

Il Gruppo Rai è un gruppo multimediale operante nel settore della comunicazione. Il core business del Gruppo è la trasmissione sul territorio nazionale di programmi televisivi e radiofonici di produzione propria o acquistati da terzi.

Le risorse provengono, prevalentemente, dal canone d'abbonamento, dalla raccolta pubblicitaria e, in minor misura, da ricavi di altra natura tra i quali si segnalano i ricavi da convenzioni con Enti e Ministeri per servizi di pubblica utilità, i ricavi dalla commercializzazione dei diritti Rai, i proventi dalla distribuzione di opere cinematografiche, i corrispettivi per la cessione dei canali satellitari distribuiti da Tele+ e i ricavi da altre attività.

Suddivisione dei ricavi

(in milioni di Euro e in percentuale)

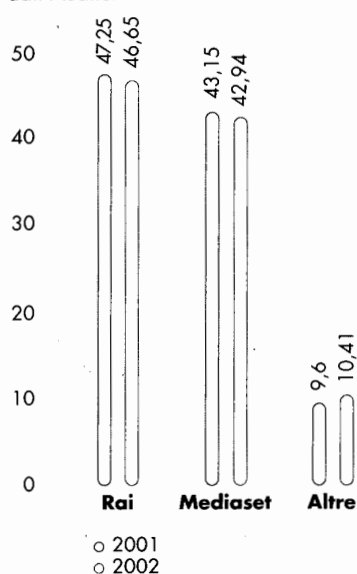


- 1.382,5 (49,5%) Canoni di abbonamento
- 1.135,0 (40,6%) Introiti pubblicitari
- 277,5 (9,9%) Altri ricavi

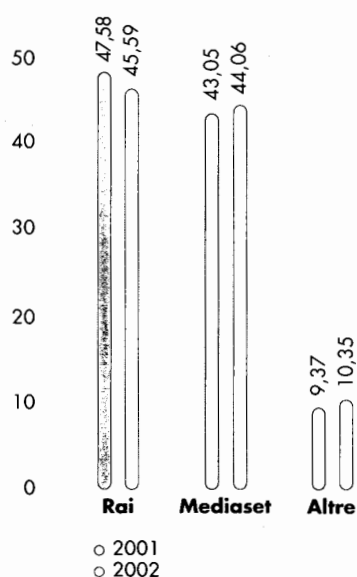
Tra gli impieghi si ricordano i consistenti investimenti in programmi per la produzione o per l'acquisto di diritti di trasmissione di opere cinematografiche, fiction, programmi d'informazione, sport, cultura e intrattenimento, e gli investimenti tecnici necessari all'ammodernamento delle strutture.

A tal proposito è importante ricordare che il Gruppo è soggetto a ingenti oneri per l'acquisizione dei diritti sul campionato italiano di calcio, sulle partite della Nazionale italiana di calcio e sulle grandi manifestazioni sportive (in particolare, nel 2002, i Campionati del mondo di calcio e le Olimpiadi invernali per oltre 80 milioni di Euro).

Share giornaliero medio
dati Auditel



Share prime time medio
dati Auditel



Media presidiati dal Gruppo Rai

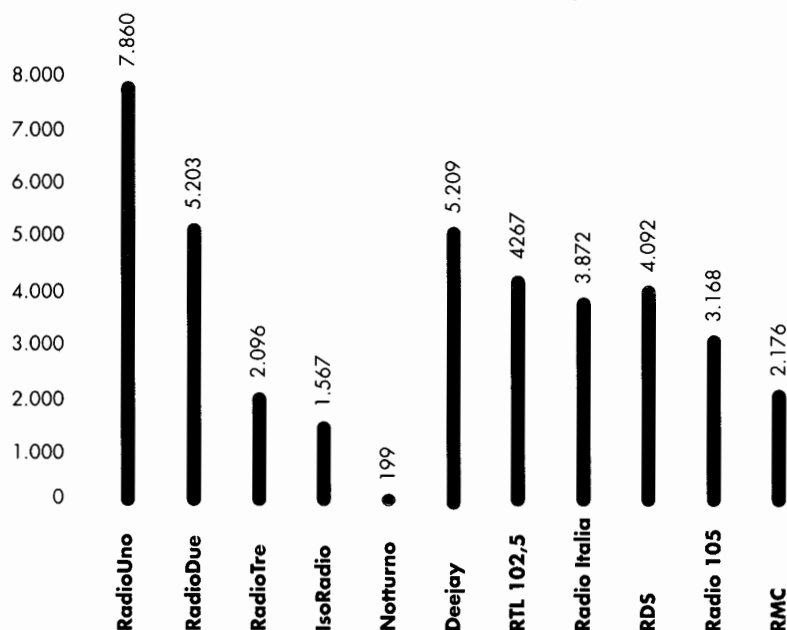
Televisione	Radio	Satellite
Rai Uno	Radio Uno	Canali tematici RaiSat:
Rai Due	Radio Due	Album
Rai Tre	Radio Tre	Art
	GR Parlamento	Cinema
Televideo	Isoradio	Fiction
		Gambero Rosso
	Canali della filodiffusione	Ragazzi
		Show
		Rai News 24
		Rai Sport
		Rai Med
		Rai EduLab 1
		Rai EduLab 2
		Roma Channel
		Inter Channel
Internet	Cinema	Altri media
Portale Rai.it		Editoria (Rai Eri)
Video on demand		Home Video
Mosaico (Educational)		

Il settore radiotelevisivo

Il Gruppo Rai, nel 2002, ha confermato la propria centralità nel settore radiotelevisivo in Italia coerentemente con la propria missione di Servizio Pubblico. L'offerta del Gruppo consiste in una programmazione articolata e di buon livello qualitativo in linea con gli standard dei principali servizi pubblici europei; a tal proposito è importante ricordare che il Gruppo Rai registra il più basso rapporto di ricavi da canone su ricavi consolidati complessivi (il 49,5%) a fronte del **canone più basso d'Europa**.

Restringendo il confronto al settore radiotelevisivo in Italia, il Gruppo Rai ha mantenuto nel 2002 il primato degli ascolti televisivi pur in un contesto di maggiore aggressività del principale concorrente e della progressiva affermazione degli altri attori del mercato (in particolare i canali televisivi a pagamento).

Sul versante della radiofonia, RadioRai conserva per tutto il 2002 una posizione di leadership in uno scenario caratterizzato da forte competitività e dall'ampia e variegata offerta. L'audience complessiva della Rai, pari a 12.687.000 ascoltatori, presenta un incremento dell'1,5% rispetto al precedente anno. Radio Uno si conferma leader assoluta negli ascolti, Radio Due, pur in un contesto di leggero regresso rispetto al precedente esercizio, con una diminuzione dell'1,4%, conquista posizioni nel settore del pubblico giovanile e raggiunge in sostanza il concorrente Radio DeeJay che ha registrato nel 2002 un netto calo. Radio Tre, per le fasce di pubblico sempre più ampie interessate a una programmazione colta e aggiornata, e Isoradio, per la popolazione in movimento, hanno fatto registrare, nel periodo, un ottimo andamento degli ascolti (rispettivamente in aumento del 4,2 e dell'8,7 rispetto al 2001).

Ascoltatori Radio nel 2002 - dati Audiradio in migliaia

L'attività editoriale, nel 2002, è stata perfettamente allineata ai requisiti 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 radiotelevisiva del Gruppo, 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.

Tra i fatti di rilievo si segnalano:

- il primato della Rai nell'ambito dei programmi d'informazione e approfondimento;
- il primato della Rai nella trasmissione di eventi sportivi (Olimpiadi, Mondiali di Calcio, Formula 1, ciclismo, atletica ecc.);
- l'attenzione verso le fasce protette di pubblico, in particolare i minori, e verso gli utenti con disabilità;
- il ruolo all'interno della società italiana interpretato dalla Rai attraverso la programmazione (intrattenimento per la famiglia, tematiche sanitarie e ambientali, mondo del lavoro, scienza e tecnologia, cultura ecc.).

Oltre al rafforzamento dei risultati in queste aree della programmazione, è necessario uno sforzo ulteriore teso a raggiungere migliori risultati anche nell'area dell'intrattenimento, maggiormente influenzata dall'offerta dei canali concorrenti.

Per un ulteriore dettaglio dell'offerta delle reti e delle testate del Gruppo si rimanda alla relazione sulla gestione contenuta nel Bilancio Civilistico della Capogruppo.

Altri media

Sul fronte dei media diversi da quello radiotelevisivo nel 2002 è stata registrata la buona performance del settore cinematografico a fronte del generale rallentamento dello sviluppo dei new media rispetto alle previsioni effettuate negli anni passati.

Il portale Rai.it ha registrato nel 2002 la conquista del primato tra i portali d'informazione mentre la domanda di servizi di video on demand su rete **Internet** a banda larga risulta ancora statica così come appare modesta la crescita degli abbonamenti ai **canali satellitari** prodotti da RaiSat e distribuiti da Tele+.

Per quanto riguarda il **settore cinematografico**, l'evoluzione del mercato, dove la filiera dello sfruttamento del diritto cinematografico evidenzia aree di convenienza economica sia sulla distribuzione al cinema che sull'home video, rende attrattiva la formula dell'acquisizione di tutti i diritti (full rights) e non solo dei diritti di trasmissione televisiva.

In tale contesto, la strategia del Gruppo si è rivolta da un lato all'acquisizione di titoli remunerativi da affiancare a quelli italiani in coproduzione, consentendone un miglior sfruttamento, e dall'altro alla valorizzazione della partnership con Studio Canal, di sicuro spessore, attraverso la società paritetica O1 Distribution.

La società, fondata nel giugno 2001, si è affermata in pochi mesi come una solida realtà della distribuzione nel panorama italiano e si è preparata, nel 2002, ad affrontare la sfida d'importanti produzioni di livello europeo e delle prime uscite home video.

Quadro normativo

I fatti di rilievo del 2002 sono rappresentati, per il Gruppo, dalla firma del nuovo **Contratto di servizio per il triennio 2003 – 2005** e dalla prospettiva di riorganizzazione dell'intero settore, in termini di pluralismo e concorrenza, sviluppo tecnologico (in particolare dei new media e della Televisione Digitale Terrestre) e suddivisione delle risorse del sistema (Disegno di legge n. 3184, sentenza della Corte Costituzionale n. 446/2002).

Per un maggiore dettaglio del quadro normativo per settore radiotelevisivo e, specificamente, per il Gruppo Rai, anche alla luce del ruolo di Servizio Pubblico, si rimanda alla relazione sulla gestione contenuta nel Bilancio Civilistico della Capogruppo.

**Sintesi economico-patrimoniale
e finanziaria**

Rispetto al risultato della Capogruppo, che chiude con un utile netto 2002 pari a 5 milioni di Euro (4 milioni di Euro nel 2001), la perdita netta consolidata di 16,8 milioni di Euro nel 2002 è principalmente dovuta al minor apporto dei risultati netti delle società controllate rispetto ai dividendi erogati dalle stesse nel 2002 (a valere sui rispettivi conti economici del 2001) e ai maggiori ammortamenti tecnici da stanziare nel bilancio consolidato al netto della relativa fiscalità differita quale effetto di ritorno dell'elisione, operata in anni precedenti, degli ammortamenti anticipati stanziati principalmente nei bilanci della Capogruppo.

Il Conto economico e lo Stato patrimoniale sono stati riportati, in forma sintetica, a pagina 8. Di seguito alcuni dettagli delle voci più rilevanti.

Conto Economico**Ricavi**

I ricavi delle vendite e delle prestazioni ammontano complessivamente, nel 2002, a **2.795 milioni di Euro** con un incremento dello **0,9%** rispetto al 2001.

Ricavi delle vendite e delle prestazioni (espressi in milioni di Euro)

	2002	%	2001	%	Variaz.
Canoni di abbonamento	1.382,5	49,5	1.350,1	48,7	32,4
Introiti pubblicitari	1.135,0	40,6	1.130,8	40,8	4,2
Altri ricavi	277,5	9,9	289,6	10,5	- 12,1
Totale	2.795,0	100,0	2.770,5	100,0	24,5

Canoni da abbonamento

I ricavi da canoni di abbonamenti ammontano a 1.382,5 milioni di Euro, in aumento del 2,4% rispetto al precedente esercizio in seguito all'aumento del canone di 1,35 Euro che rimane, come già ricordato, il **più basso in Europa** e alla crescita del numero di abbonati paganti.

Introiti pubblicitari

Sono pari a 1.135 milioni di Euro con un incremento dello 0,4% rispetto al precedente esercizio, in linea con la crescita del mercato pubblicitario.

Il risultato è stato influenzato, inoltre, dallo svolgimento dei Campionati del Mondo di Calcio nei mesi di maggio e giugno del 2002.

Costi operativi

Sono costituiti da consumi di materie e servizi esterni, dal costo del lavoro e, nel complesso, registrano un incremento pari a 46,1 milioni di Euro (2.094,2 milioni di Euro contro i 2.048,1 milioni di Euro del 2001).

Consumi di materie e servizi esterni

Questa voce raggruppa i seguenti costi: acquisti di materiali e servizi esterni, godimento di beni di terzi (i diritti di ripresa, in particolare di eventi sportivi, i diritti d'autore, i costi di funzionamento, di collaborazioni e consulenze, affitto studi, spese telefoniche e postali ecc.) e, infine, il canone di concessione.

Consumi di beni e servizi (valori in milioni di Euro)

	2002	2001	Variazione	Var. %
Acquisti di materiali	35,2	36,6	- 1,4	- 3,8
Servizi esterni	635,8	662,4	- 26,6	- 4,0
Godimento di beni di terzi	523,6	482,4	41,2	8,5
Canone di concessione	26,0	27,1	- 1,1	- 4,1
Altri	5,2	0,3	4,9	1633,3
Totale	1.225,8	1.208,8	17,0	1,4

Raffrontando i dati rispetto all'esercizio precedente risulta che l'aumento dei costi è pari all'1,4%, inferiore al tasso d'inflazione annuo del periodo (pari al 2,5% secondo il dato consuntivo ISTAT 2002).

Tra le principali voci di spesa risulta un consistente aumento della spesa per Godimento di beni di terzi ascrivibile ai costi straordinari per l'acquisizione dei diritti per gli eventi sportivi (principalmente Mondiali di Calcio, per 62 milioni di Euro, e Olimpiadi invernali per 19,6 milioni di Euro) mentre la riduzione dei costi di acquisti di materiali e di servizi esterni conferma il risultato della politica di razionalizzazione e riduzione della spesa.

Costo del lavoro

Nell'esercizio 2002 è pari a 868,4 milioni di Euro contro gli 839,3 milioni di Euro del precedente esercizio con un incremento del 3,5% dovuto principalmente all'adeguamento delle retribuzioni e degli oneri sociali in seguito all'applicazione per tutto il 2002 del contratto collettivo di lavoro, siglato nel 2001 e vigente dal 1 luglio del medesimo anno, nonché all'incremento della riserva matematica stanziata a fronte dell'impegno di erogare, sulla base degli accordi vigenti, pensioni integrative agli aventi diritto.

L'organico medio a tempo indeterminato, comprendente i contratti di formazione lavoro, e a tempo determinato ammonta a 13.091 unità con un decremento di 50 unità rispetto all'esercizio precedente.

Margine Operativo Lordo

In relazione alle dinamiche sopra espresse il Margine Operativo Lordo registra un decremento da 742,6 milioni di Euro nel 2001 a 714,6 milioni di Euro nel 2002.

Investimenti e ammortamenti in programmi

Gli investimenti in programmi ammontano nel 2002 a 517,5 milioni di Euro con un decremento di 57,6 milioni di Euro rispetto al precedente esercizio (pari a un calo del 10%).

I relativi ammortamenti diminuiscono da 534,5 milioni di Euro nel 2001 a 516,9 milioni di Euro nel 2002 (- 17,6 milioni di Euro).

Il decremento degli investimenti in programmi è stato determinato, oltre che dalla diminuzione degli investimenti in programmi a utilità immediata con diritti e dallo slittamento al 2003 di alcune iniziative del genere fiction, dagli effetti di una più attenta valutazione e selezione dei progetti.

Investimenti e ammortamenti tecnici

Nel 2002 è stato registrato un calo della spesa per investimenti in immobilizzazioni tecniche.

Investimenti tecnici (valori in milioni di Euro)

	2002	2001	Variazione	Var. %
Immobilizzazioni tecniche	85,4	133,3	- 47,9	- 35,9
Altre immobilizzazioni	5,6	8,6	- 3,0	- 34,9
Totale investimenti	91,0	141,9	- 50,9	- 35,9

Il decremento degli investimenti è conseguente alla politica di razionalizzazione della spesa in immobilizzazioni senza penalizzare le esigenze di aggiornamento a fronte dello sviluppo tecnologico e del miglioramento complessivo delle attività del Gruppo.

Pur in presenza di minori investimenti, nel 2002 i relativi ammortamenti passano da 167,7 milioni di Euro a 169,5 milioni di Euro, con un incremento di 1,8 milioni di Euro.

Ammortamenti tecnici (valori in milioni di Euro)

	2002	2001	Variazione	Var. %
Immobilizzazioni tecniche	162,1	159,6	2,5	1,6
Altre immobilizzazioni	7,4	8,1	- 0,7	- 8,6
Totale ammortamenti	169,5	167,7	1,8	1,1