RAI – RADIOTELEVISIONE ITALIANA SPA

BILANCIO D'ESERCIZIO 2003

PAGINA BIANCA

INDICE

STRUTTURA ORGANIZZATIVA DEL GRUPPO RAI

ORGANI SOCIALI

HIGHLIGHTS 2003 RAI SPA

PROSPETTI RICLASSIFICATI

RELAZIONE SULLA GESTIONE

LO SCENARIO DI RIFERIMENTO
IL SETTORE RADIOTELEVISIVO
IL QUADRO NORMATIVO
LE RISORSE
L'UTENZA RADIOTELEVISIVA
LA RAI NEL CONFRONTO EUROPEO
LA RAI IN ITALIA

L'ANNO RAI
LA GESTIONE
ALTRI FATTI DI RILIEVO
L'ATTIVITÀ EDITORIALE
IL PRODOTTO RADIOTELEVISIVO
I DATI D'ASCOLTO
IL MONITORAGGIO DELLA QUALITÀ
LE RISORSE UMANE
LA RICERCA E INNOVAZIONE
I RISULTATI ECONOMICO-PATRIMONIALI E FINANZIARI

LE SOCIETÀ CONTROLLATE

ALTRE INFORMAZIONI

STATO PATRIMONIALE E CONTO ECONOMICO

NOTA INTEGRATIVA

PROSPETTI SUPPLEMENTARI

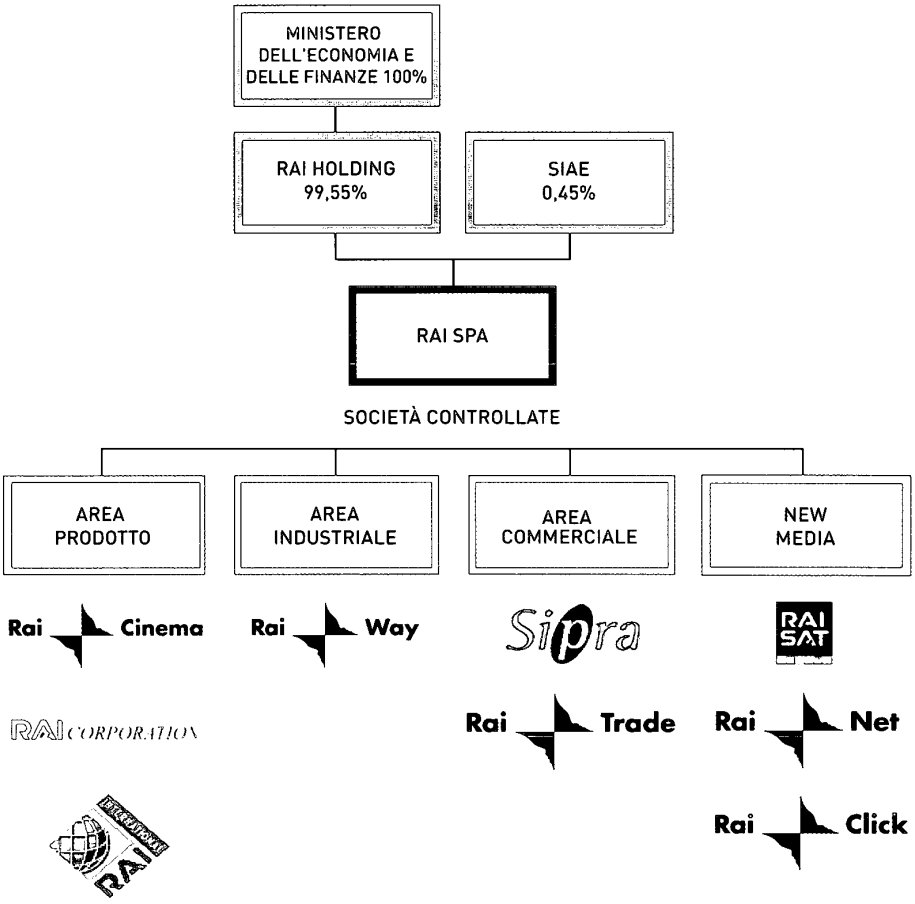
RELAZIONE DEL COLLEGIO SINDACALE

RELAZIONE DI REVISIONE

DELIBERA ASSEMBLEARE

DIRECTORY AZIENDALE

STRUTTURA ORGANIZZATIVA DEL GRUPPO RAI



Nella struttura riportata sono rappresentate le società controllate di Rai S.p.A. organiche al core business del Gruppo

ORGANI SOCIALI

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

		DAL 7 MARZO 2003
PRESIDENTE	ANTONIO BALDASSARRE	LUCIA ANNUNZIATA (1,2)
CONSIGLIERI	ALBERTO ALBERTONI	FRANCESCO ALBERONI
	CARMINE DONZELLI (3)	ANGELO MARIA PETRONI
	MARCO STADERINI	GIORGIO RUMI
	LUIGI ENRICO ZANDA LOY (3)	MARCELLO VENEZIANI
SEGRETARIO	FRANCO DI LORETO	

COLLEGIO SINDACALE

		DAL 26 GIUGNO 2003
PRESIDENTE	MARCELLO BIGI	MARCELLO BIGI
SINDACI EFFETTIVI	BRUNO DE LEO	PAOLO GERMANI
	ROBERTO CHIONNE (4)	SALVATORE RANDAZZO (5)
SINDACI SUPPLENTI	DOMENICO MASTROIANNI	DOMENICO MASTROIANNI
	ASCANIO TURCO	CARLO ALBERTO ZACCHEO

DIRETTORE GENERALE

		DAL 1 APRILE 2003
	AGOSTINO SACCÀ	FLAVIO CATTANEO

REVISORI CONTABILI

PRICEWATERHOUSECOOPERS

(1) DESIGNATA CONSIGLIERE DAI PRESIDENTI DI CAMERA E SENATO IL 13 MARZO 2003

(2) ELETTA PRESIDENTE NELLA RIUNIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DEL 18 MARZO 2003

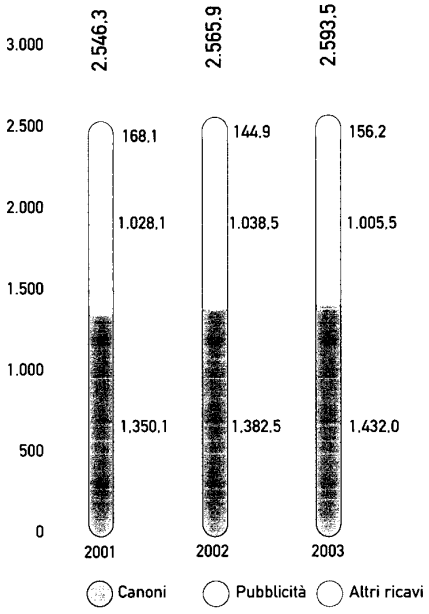
(3) DIMISSIONARIO DAL 20 NOVEMBRE 2002

(4) DIMISSIONARIO DAL 1 APRILE 2003

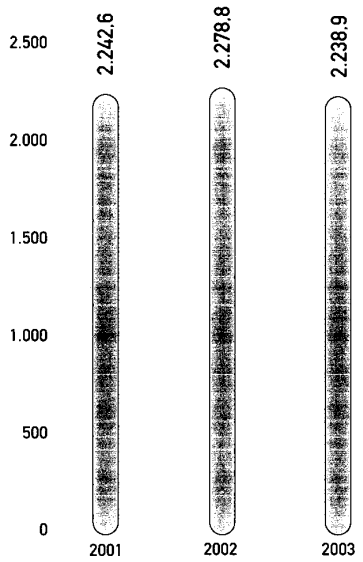
(5) GIÀ NOMINATO IL 1 APRILE 2003

HIGHLIGHTS 2003 RAI SPA (IN MILIONI DI EURO)

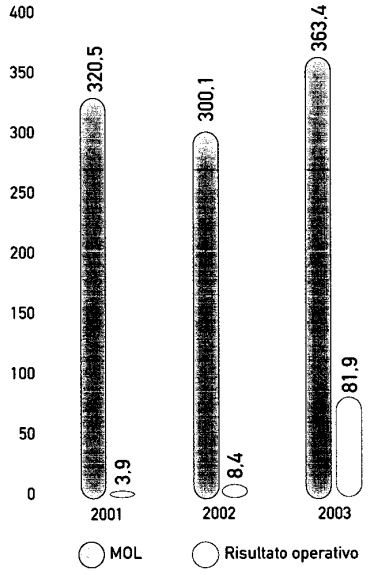
Ricavi



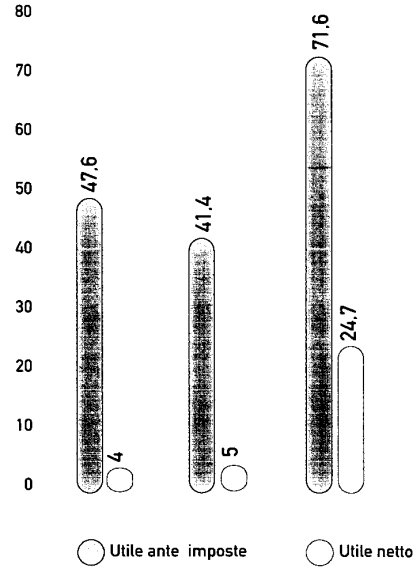
Costi operativi



MOL - Risultato operativo

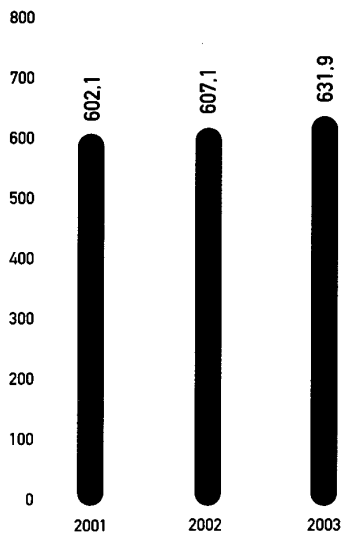


Utile ante imposte - Utile netto

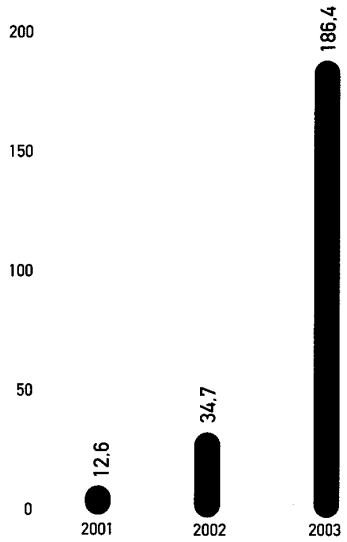


HIGHLIGHTS 2003 RAI SPA (IN MILIONI DI EURO)

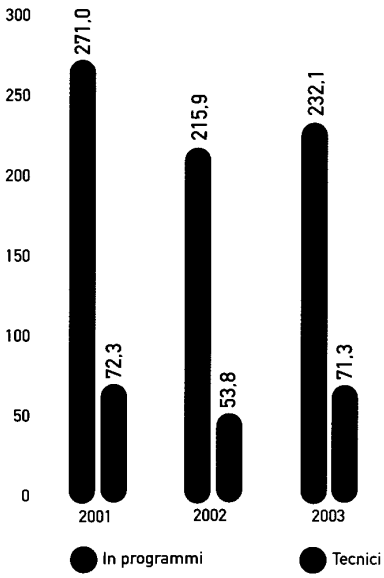
Patrimonio netto



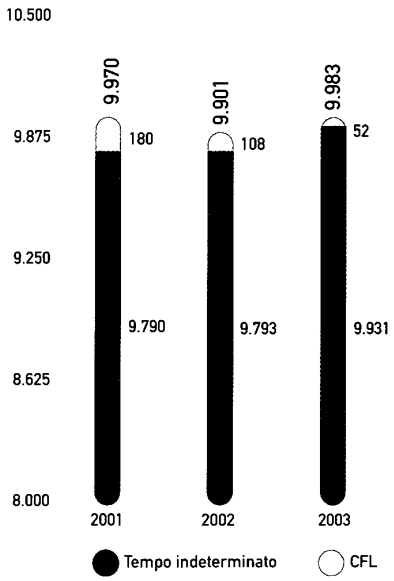
Posizione finanziaria netta



Investimenti



Organico (in unità)



PROSPETTI RICLASSIFICATI

Conto Economico riclassificato (in milioni di Euro)

	2003		2002	
	Valore	**% ricavi**	**Valore**	**% ricavi**
Ricavi	2.593,5	99,66	2.565,9	99,50
Valore rimanenze prodotti finiti e incrementi immobilizzazioni interne	8,8	0,34	13,0	0,50
Valore della produzione tipica	2.602,3	100,00	2.578,9	100,00
Totale costi operativi	- 2.238,9	86,04	- 2.278,8	88,36
Margine operativo lordo	**363,4**	**13,96**	**300,1**	**11,64**
Ammortamenti di programmi	- 233,5	8,97	- 226,2	8,77
Ammortamenti tecnici	- 110,5	4,24	- 100,5	3,90
Altri proventi/oneri netti	62,5	2,40	35,0	1,36
Risultato operativo	**81,9**	**3,15**	**8,4**	**0,33**
Proventi/oneri finanziari netti	20,8	0,80	33,4	1,30
Rettifiche di valore di attività finanziarie	- 7,8	0,30	- 8,2	0,33
Risultato prima di componenti straordinarie	94,9	3,65	33,6	1,30
Ammortamenti anticipati	- 34,6	1,33	0,0	0,00
Proventi/oneri straordinari netti	11,1	0,43	7,8	0,30
Risultato prima delle imposte	**71,4**	**2,75**	**41,4**	**1,60**
Imposte sul reddito dell'esercizio	- 46,7	1,80	- 36,4	1,40
Utile del periodo	**24,7**	**0,95**	**5,0**	**0,20**

Stato Patrimoniale riclassificato (in milioni di Euro)

	2003	**2002**	**Variazione**
Immobilizzazioni	1.107,4	1.197,4	- 90,0
Capitale d'esercizio	- 336,0	- 323,2	- 12,8
Trattamento di fine rapporto	- 325,9	- 301,8	- 24,1
Capitale investito netto	**445,5**	**572,4**	**- 126,9**
Patrimonio netto	631,9	607,1	24,8
Posizione finanziaria netta (disponibilità)	- 186,4	- 34,7	- 151,8
	445,5	**572,4**	**- 126,9**

RELAZIONE SULLA GESTIONE

Signori Azionisti,

lo scenario del mercato radiotelevisivo, in linea con l'evoluzione delle grandezze macroeconomiche nazionali e internazionali, è stato caratterizzato, nel corso del 2003, da una sostanziale stabilità; a partire dagli ultimi mesi dell'esercizio, tuttavia, si sono manifestati segnali di ripresa.

Per quanto riguarda gli assetti complessivi del sistema, l'evoluzione del quadro normativo e il rafforzamento di operatori in settori contigui prefigurano un quadro di veloci cambiamenti strutturali.

In questo contesto il bilancio dell'esercizio 2003 della Capogruppo chiude con un risultato netto pari a **24,7 milioni di Euro**, in sensibile progresso rispetto all'esercizio precedente (utile netto pari a 5 milioni di Euro) dopo avere, peraltro, stanziato ammortamenti anticipati per 34,6 milioni di Euro.
Tutti gli indicatori economico-finanziari (margini, risultati e posizione finanziaria netta) presentano significativi miglioramenti rispetto all'esercizio precedente.

Tali positivi risultati sono stati raggiunti intervenendo sia sull'**offerta** che sull'**efficienza** avviando una razionalizzazione, nell'area dei costi, che espliciterà pienamente i suoi effetti nell'esercizio in corso.

Il risultato consolidato, inoltre, evidenzia un utile netto pari a **82,2 milioni di Euro** (perdita netta per 16,8 milioni di Euro nel 2002).

Nel corso dell'anno è stato avviato il processo per l'elaborazione del **Piano Industriale 2004-2006**, approvato a fine marzo 2004.

Il Piano si muove in una logica di discontinuità verso il recente passato, abbandonando la semplice difesa del posizionamento, politica tradottasi in una progressiva erosione del vantaggio competitivo, e progettando il rilancio del Gruppo attraverso la significativa politica di espansione selettiva degli investimenti sia all'interno del perimetro del core business sia nei mercati adiacenti.

Gli obiettivi strategici comportano la riacquisizione del **ruolo** di ideatore e produttore di contenuti originali e lo sviluppo della **redditività** e generazione di valore al fine di allineare, progressivamente, gli indicatori di performance gestionale ai parametri di mercato. Le azioni per il raggiungimento degli obiettivi prevedono:

- la valorizzazione dei **contenuti**;
- il presidio delle diverse **piattaforme media**;
- il rafforzamento dell'offerta a **livello locale** e **internazionale**;
- l'ottimizzazione del patrimonio **umano** e **industriale**.

In tale quadro, un apporto fondamentale verrà garantito dagli **interventi di carattere organizzativo** le cui linee guida, indicate nello stesso Piano, prevedono il recupero della centralità del prodotto radiotelevisivo, il rafforzamento della capacità di innovazione e sviluppo dell'offerta, l'impulso per lo sviluppo di nuove fonti di

ricavi e il presidio dell'efficienza gestionale e del controllo economico di Gruppo.

La dimensione strategica dell'attività svolta dalla Rai nel 2003, è essenzialmente rappresentata dal progetto della **Televisione Digitale Terrestre**.

La Rai ha avviato in via sperimentale le trasmissioni in tecnica digitale raggiungendo, entro il primo gennaio 2004, la copertura di oltre il 50% della popolazione con due multiplex.

Il progetto digitale terrestre si situa perfettamente nel percorso di **cambiamento della visione strategica della Rai**, volta a fare dell'Azienda un grande gruppo imprenditoriale che, operando sul mercato globale della multimedialità, realizzi nello stesso tempo compiti e finalità di Servizio Pubblico.

Tale progetto vede, infatti, quali elementi qualificanti della nuova offerta digitale il rafforzamento della missione di Servizio Pubblico unitamente a quello di impresa sul mercato, la valorizzazione delle risorse Rai, contenuti, professionalità, strutture produttive ed editoriali attraverso la realizzazione di un'offerta innovativa, pensata anche in un'ottica di nuovo posizionamento.

Il processo di rifocalizzazione sui contenuti potrà e dovrà avere per la Rai ricadute positive anche in relazione alla **possibilità di sviluppare o generare fonti di ricavo alternative**, anche in considerazione del fatto che le risorse della TV generalista saranno ragionevolmente caratterizzate da tassi di crescita contenuti.

Va, infine, rilevato che, a fronte di tali obiettivi strategici sopra enunciati, la struttura economico-finanziaria del Gruppo risulta equilibrata e prospetticamente adeguata a supportare la gestione dell'impegnativo programma di investimenti destinati a rafforzare il posizionamento del Gruppo nel sistema delle comunicazioni.

LO SCENARIO DI RIFERIMENTO

IL SETTORE RADIOTELEVISIVO

L'anno appena trascorso ha rappresentato per la televisione un anno di intensa progettualità e di progressivo avvicinamento a un nuovo assetto tecnologico e normativo che connoterà l'evoluzione del sistema nel medio-lungo termine, ponendo le basi per un possibile cambiamento strutturale del mercato.

Le principali linee di tendenza evolutiva del settore radiotelevisivo sono:

- **tecnologia**: avvio sperimentale delle trasmissioni in tecnica digitale terrestre. Il progetto di riassetto prevede per la Rai, in qualità di Concessionaria del Servizio Pubblico, il compito di accelerare il passaggio alla nuova tecnologia

trasmissiva in vista dello spegnimento del segnale analogico fissato per la fine del 2006.

- **operatori**: l'ingresso sul mercato pay di un competitor della forza del gruppo media australiano Newscorp tramite Sky Italia (nata dall'integrazione tra Tele+ e Stream), si rifletterà, potenzialmente, nel medio periodo anche sul mercato contiguo della televisione in chiaro sia per gli impatti in tema di diritti sia per la ripartizione delle quote di ascolti e risorse pubblicitarie.

L'evoluzione normativa, attualmente all'esame del Parlamento, inciderà, in generale, sul sistema delle telecomunicazioni nel suo complesso e, per quanto riguarda la Rai, sul ruolo della Concessionaria del Servizio Pubblico in termini di *corporate governance* e di posizionamento competitivo di mercato.

IL QUADRO NORMATIVO

a) evoluzione legislativa

Per quanto riguarda lo scenario normativo, il 24 dicembre 2003 il Governo ha emanato il Decreto Legge 352/2003, convertito il 24 febbraio 2004 con modifiche nella Legge 43/2004, che affida all'*Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni* il compito di svolgere entro la fine del prossimo mese di aprile un esame dell'offerta complessiva dei programmi televisivi digitali terrestri e consente alla Rai di continuare ad avvalersi di risorse pubblicitarie su tutte le proprie reti analogiche e digitali.

b) rapporti con le Autorità con riferimento a sussistenza di posizioni dominanti

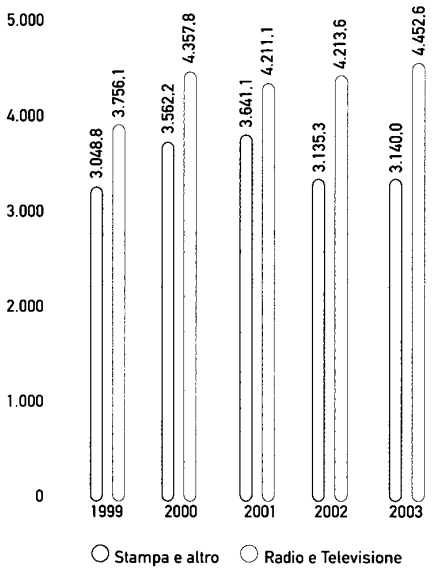
Con riferimento al progetto **digitale terrestre**, l'*Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*, nell'adunanza del 15 gennaio 2004, ha deliberato l'avvio di un'istruttoria sulle operazioni di acquisizione di impianti di trasmissioni televisive e delle relative frequenze effettuate dalla Rai al fine della sperimentazione per la diffusione di programmi in modalità numerica e di servizi in tecnica digitale su frequenze terrestri.

L'istruttoria intende valutare la possibile costituzione di una posizione dominante in capo alla Rai sui mercati nazionali delle reti e delle infrastrutture per la trasmissione del segnale televisivo terrestre in ambito nazionale. L'adozione del provvedimento finale da parte dell'Autorità dovrebbe intervenire entro il prossimo mese di aprile.

Il Consiglio dell'*Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni*, con la delibera n. 226/03/CONS del 26/27 giugno 2003 - pur avendo accertato che nel triennio 1998-2000 la Rai (non Sipra), RTI e Publitalia 80 hanno raccolto risorse economiche in misura superiore alla soglia massima prevista dalla cosiddetta "Legge Maccanico" - ha deliberato di effettuare un mero formale richiamo a non porre in essere atti o comportamenti vietati in quanto non sono state riscontrate violazioni

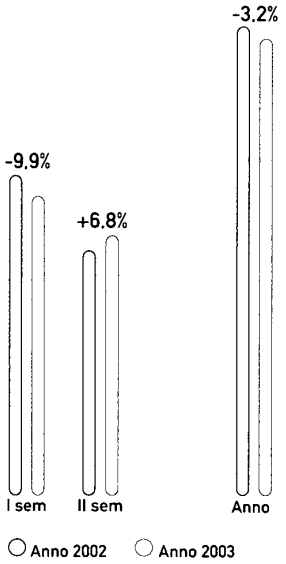
Investimenti pubblicitari

Investimenti pubblicitari
in migliaia di Euro (fonte Nielsen Media Search. rel. marzo '03)



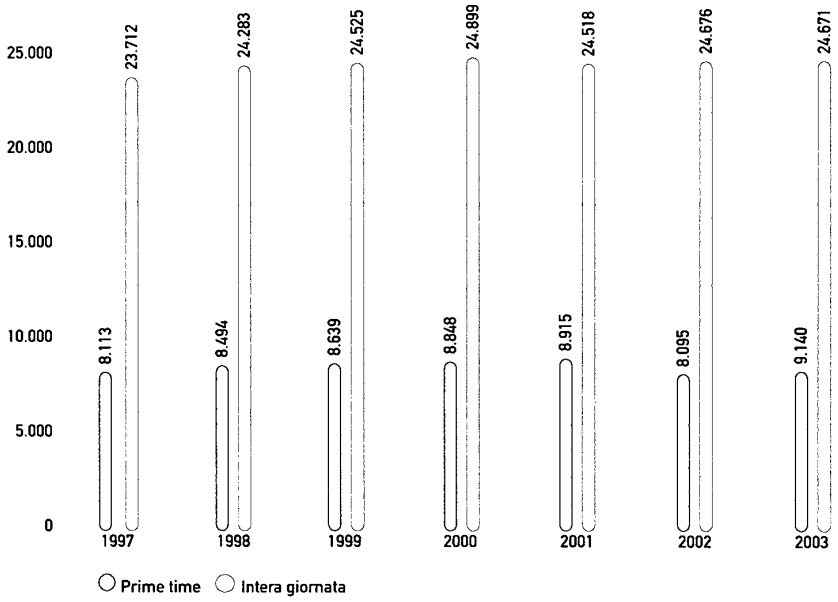
Variazione della raccolta Rai

Raccolta Rai
su base semestrale e annua (fonte Sipra)



Ascolti televisivi 1997-2003

Ascolti televisivi 1997-2003
dati in migliaia (fonte Auditel)



di specifiche disposizioni in materia di posizioni dominanti nel settore televisivo pur riservandosi l'adozione di eventuali provvedimenti deconcentrativi all'esito di un'analisi della distribuzione delle risorse economiche nel triennio 2001-2003 che dovrà essere completata entro il prossimo mese di aprile.

LE RISORSE

IL CANONE

Prosegue, anche nel 2003, l'aumento delle risorse provenienti dal canone. Tale risultato è determinato sia dall'aumento del canone unitario sia dai risultati positivi della gestione degli abbonamenti.

Il portafoglio abbonati cresce a testimonianza del rapporto di fidelizzazione.
In questo quadro un dato importante è rappresentato dai nuovi abbonamenti che, anche quest'anno, si attestano stabilmente al di sopra delle 400.000 unità.

LA PUBBLICITÀ

Dopo un biennio di significativa flessione degli investimenti, il 2003 chiude con un incremento ancorché modesto della raccolta, in misura diversa a tutti i mezzi a eccezione della stampa, visto l'arretramento della raccolta relativa ai quotidiani.

Il 2003 ha avuto un andamento piuttosto differenziato: a un primo semestre negativo hanno fatto seguito, in particolare nella parte finale dell'anno, significativi progressi consentendo di chiudere con un aumento di oltre il 3%.
La pubblicità televisiva è cresciuta, nel complesso, per quasi il 5%.

In tale quadro la Rai, scontando l'assenza di grandi eventi sportivi (come i Mondiali di Calcio nel 2002) e la penalizzazione di indici di affollamento notevolmente più restrittivi rispetto ai concessionari privati, ha registrato un arretramento pari al 3,2%.

A un primo semestre fortemente negativo (- 9,9%), dovuto all'oggettiva debolezza del prodotto, si è contrapposto un secondo semestre nel quale la Rai, grazie alle azioni di rafforzamento dell'offerta, ha consuntivato un risultato semestrale positivo (+ 6,8%).

I primi mesi del 2004, infatti, consolidano la tendenza positiva del secondo semestre del 2003 sia per il mercato che per la Rai.

L'UTENZA RADIOTELEVISIVA

Pur in un contesto sempre più caratterizzato dalla moltiplicazione delle potenzia-

li modalità di diffusione dell'offerta attraverso l'immagine (basti pensare, a tal proposito, al ruolo di Internet), il mezzo televisivo mantiene, nel corso del 2003, il proprio ruolo decisivo nell'ambito del sistema delle comunicazioni. Dai dati sull'ascolto complessivo della televisione si possono mettere in evidenza alcune dinamiche.

Nel corso dell'esercizio prosegue il trend, in atto peraltro da alcuni anni, di incremento del numero di ascoltatori nel corso dell'intera giornata.

Nel 2003, più in particolare, la platea televisiva dell'intera giornata si attesta a circa **9,1 milioni di telespettatori** con una crescita rispetto al 2002 di 45 mila unità (pari a un incremento dello 0,5%), stabilendo il nuovo massimo dal 1987 (primo anno di rilevazione dell'ascolto attraverso l'Auditel).

Per quanto concerne la fascia del prime time, si registra una sostanziale stabilità del pubblico rispetto al 2002.

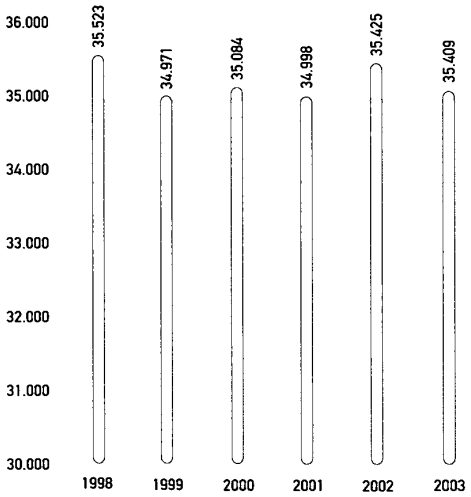
I dati sopra sintetizzati, in sostanza, confermano la centralità del mezzo televisivo nelle scelte del pubblico.

Nel 2003 il **mezzo radiofonico** si attesta intorno ai **35,4 milioni di ascoltatori nel giorno medio**, confermando un andamento stabile che da alcuni anni sottolinea le ottime prestazioni del medium più "antico".

La naturale duttilità produttiva, il rapporto diretto e personale con il fruitore sono le principali caratteristiche del mezzo radiofonico che lo rendono strumento essenziale in qualunque strategia complessiva della comunicazione in Italia.

Ascolti radiofonici 1998-2003

Ascolti radiofonici 1998-2003
dati in migliaia (fonte Audiradio)



LA RAI NEL CONFRONTO EUROPEO

In tutti i paesi europei è presente un operatore del Servizio Pubblico finanziato dal canone con l'esclusione della Spagna dove l'operatore RTVE è finanziato direttamente dal governo.

Il canone unitario varia sensibilmente da paese a paese ma, indubbiamente, appare evidente che il **canone Rai è il più basso d'Europa**, dato particolarmente significativo tenuto conto della qualità e quantità dell'offerta del Servizio Pubblico italiano in linea con le best practice a livello europeo.

Qualità e quantità della programmazione confermate dal dato di ascolto della Rai nel giorno medio che, nel 2003, si è attestato in testa alla classifica degli ascolti dei Servizi Pubblici con il **44,9%**.

	UK	**D**	**F**	**E**	**I**
	BBC	**ARD/ZDF**	**France Télévision**	**RTVE**	**RAI**
Canali generalisti	2	3 (uno regionale)	3	2	3
Canali tematici	25	13	8	8	13
Canali radiofonici nazionali	6 analogici 11 digitali	2 nazionali (50 regionali)	-	6	5
Share giorno medio	**36,6%**	**44,4%**	**36,6%**	**30,6%**	**44,9%**
Canone di abbonamento 2003 (in Euro)	**178,00**	**193,80**	**116,50**	finanziam. governativo	**97,10**
Ricavi (2002)	5.616,8	7.451	2.282,1	896,1	2.565,9
Dettaglio ricavi (2002) (Canone/fin. pubblico, Commerciali, altro)	4.573,1 932,5 64,7	6.376 260 815	1.470,5 677,5 134,1	74,1 674,0 148,0	1.382,5 1.038,5 144,9
Incidenza dei ricavi diversi dal canone sui ricavi totali (2002)	17,8%	35,6%	14,4%	91,7%	46,2%
Organico (2002)	27.148	31.000	8.760	9.056	9.901

(fonte: e-mediamap)

LA RAI IN ITALIA

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.

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 D.P.R. 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 svi-