

SENATO DELLA REPUBBLICA

———— XVIII LEGISLATURA ————

Doc. XV
n. 79

RELAZIONE DELLA CORTE DEI CONTI

AL PARLAMENTO

**sulla gestione finanziaria degli Enti sottoposti a controllo
in applicazione della legge 21 marzo 1958, n. 259**

RAI-RADIOTELEVISIONE ITALIANA Spa

(Esercizio 2016)

————
Comunicata alla Presidenza l'8 novembre 2018
————



CORTE DEI CONTI

SEZIONE DEL CONTROLLO SUGLI ENTI

DETERMINAZIONE E RELAZIONE SUL RISULTATO
DEL CONTROLLO ESEGUITO SULLA GESTIONE
FINANZIARIA DELLA RAI RADIODIFFUSIONE
ITALIANA S.P.A.

2016

Relatore: Consigliere Piergiorgio Della Ventura

Ha collaborato per l'istruttoria e l'elaborazione dei dati:

dr.ssa Giada Giannetti

Determinazione n. 99/2018



CORTE DEI CONTI

SEZIONE DEL CONTROLLO SUGLI ENTI

nell'adunanza del 16 ottobre 2018;

visto l'art 100, comma 2, della Costituzione;

visto il testo unico delle leggi sulla Corte dei conti approvato con regio decreto 12 luglio 1934 n. 1214;

viste le leggi 21 marzo 1958 n. 259 e 14 gennaio 1994 n. 20;

visto il decreto del Presidente della Repubblica in data 20 luglio 1961 con il quale la RAI Radiotelevisione Italiana S.p.A., è stata sottoposta al controllo della Corte dei conti, ai sensi dell'art. 2 della legge 21 marzo 1958, n. 259;

visto il d.p.c.m. 10 marzo 2010 con il quale la RAI S.p.A. è stata sottoposta al controllo della Corte dei conti ai sensi dell'articolo 12 della richiamata legge n. 259 del 1958;

visto il bilancio di esercizio della società suddetta, relativo al 2016, nonché le annesse relazioni del Consiglio di amministrazione e del Collegio sindacale, trasmessi alla Corte dei conti in adempimento dell'art. 4 della legge n. 259 del 1958;

esaminati gli atti;

udito il relatore Consigliere Piergiorgio Della Ventura e, sulla sua proposta, discussa e deliberata la relazione con la quale la Corte, in base agli atti ed agli elementi acquisiti, riferisce alle Presidenze delle due Camere del Parlamento il risultato del controllo eseguito sulla gestione finanziaria della società per l'esercizio 2016;

ritenuto che, assolti così gli adempimenti di legge, possa, a norma dell'art. 7 della citata legge n. 259 del 1958, darsi corso alla comunicazione alle dette Presidenze, oltre che del bilancio di esercizio



CORTE DEI CONTI

- corredato delle relazioni degli organi amministrativi e di revisione - della relazione come innanzi deliberata, che alla presente si unisce perché ne faccia parte integrante;

P. Q. M.

comunica, a norma dell'art. 7 della legge n. 259 del 21 marzo 1958, alle Presidenze delle due Camere del Parlamento, insieme con il bilancio di esercizio 2016 - corredato delle relazioni degli organi amministrativi e di revisione - l'unita relazione con la quale la Corte riferisce il risultato del controllo eseguito sulla gestione finanziaria della Rai Radiotelevisione Italiana S.p.A.

ESTENSORE

Piergiorgio Della Ventura

PRESIDENTE

Angelo Buscema

Depositata in segreteria il 06 novembre 2018

SOMMARIO

PREMESSA	1
1. IL QUADRO NORMATIVO	2
1.1 Il contesto istituzionale	2
1.2 Le principali novità normative e regolamentari	2
2. LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA E GLI ORGANI	7
2.1 La struttura organizzativa	7
2.2. Gli organi.....	8
2.3. I compensi	12
2.4 L'assetto organizzativo	13
2.5 L'assetto immobiliare.....	15
3. CONTROLLI INTERNI.....	17
3.1 Il Collegio sindacale e la società di revisione	17
3.2 Il controllo previsto dal decreto legislativo n. 231/2001 e gli Organismi di vigilanza	18
3.3 Il Codice etico	21
3.4 Internal auditing	23
4. IL GRUPPO RAI	25
4.1 L'assetto organizzativo del gruppo RAI.....	25
4.2 I Rapporti tra la RAI e le società del gruppo	27
5. LE RISORSE UMANE	30
5.1 Le risorse umane. La consistenza del personale della società Rai S.p.A.	30
5.2 Le cessazioni ed assunzioni del personale della società Rai.....	31
5.3 Il contenzioso in materia di lavoro di Rai S.p.A.....	32
5.4 Costo del personale di Rai S.p.A.	35
5.5 Costo del personale del gruppo Rai	36
5.6 Numero e costo dei dirigenti	38
5.7 Le consulenze	38
5.8 Il limite ai compensi.....	39
6. L'ATTIVITÀ CONTRATTUALE.....	42

6.1 I contratti Rai	42
6.2 I contratti per l'acquisto di beni e servizi	45
6.3 I contratti per la produzione televisiva	46
6.4 I contratti per i diritti sportivi	49
6.5 I contratti di Rai Cinema	51
7. IL CONTENZIOSO	54
8. IL SERVIZIO PUBBLICO RADIOTELEVISIVO ED IL CONTRATTO DI SERVIZIO ..	57
8.1 La definizione normativa del servizio pubblico radiotelevisivo	57
8.2 Il contratto di servizio vigente nel 2016.....	59
8.3 Attuazione del contratto di servizio nel 2016	61
8.4 La nuova concessione e il contratto di servizio 2018 - 2022.....	62
8.5 Sanzioni AgCom	65
9. PIANI E PROGRAMMI	67
9.1 Il piano industriale	67
9.2 Il digitale terrestre	68
9.3 Il Piano di produzione e il Piano di programmazione	69
9.3.1 <i>Festival</i> di Sanremo	71
9.3.2 <i>Fiction</i>	76
9.3.3 <i>Teche</i>	77
9.3.4 Cinema	78
9.4 Costi e produzione delle testate giornalistiche.....	80
10. CONTABILITÀ SEPARATA.....	82
10.1 La disciplina legislativa.....	82
10.2 La forma e il contenuto dello schema della contabilità separata	82
10.3 La contabilità separata come strumento per la trasparenza e la responsabilità nell'utilizzo del finanziamento pubblico	86
11. I RICAVI.....	89
11.1 Le diverse tipologie	89
11.2 Il canone di abbonamento.....	91
11.2.1. Il canone quale strumento di finanziamento pubblico.....	91
11.2. 2 Le entrate provenienti dal canone	92
11.2.3 Il nuovo meccanismo di riscossione del canone di abbonamento ordinario.....	93

11.2.4	Gli effetti del nuovo meccanismo di riscossione del canone di abbonamento ...	94
11. 2.5	Il canone di abbonamento speciale	95
11.2.6	Visite domiciliari	96
11.2.7.	Riscossione coattiva.....	97
11.2.8	Recupero bonario della morosità.....	97
11.2.9	La morosità degli abbonati	98
11.3	La pubblicità	100
11.4	I ricavi commerciali	101
11.4.1	Iniziative assunte in materia di ricavi commerciali	103
12.	GLI INTERVENTI PER IL RIEQUILIBRIO DELLA GESTIONE.....	105
13.	LE MODALITÀ DI GESTIONE DEI RISCHI FINANZIARI	111
14.	LA GESTIONE ECONOMICA, PATRIMONIALE E FINANZIARIA.....	115
14.1	Il bilancio di Rai Spa.....	115
14.2.	La situazione patrimoniale-finanziaria di Rai Spa	116
14.3	Il conto economico	118
14.4	Il rendiconto finanziario	119
14.5	Il bilancio consolidato	121
14.5.1	Lo stato patrimoniale consolidato	121
14.5.2	Situazione patrimoniale consolidata	125
14.5.3	Il Patrimonio netto consolidato.....	127
14.5.4	Il conto economico consolidato	128
14.5.5	Il rendiconto finanziario consolidato	130
15.	CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE	132

INDICE DELLE TABELLE

Tabella 1 Compensi ed organi.....	13
Tabella 2- Le partecipazioni della Rai S.p.a. - Valori al 31 dicembre 2016	27
Tabella 3 - Elementi di sintesi delle società controllate.....	28
Tabella 4 - Costi e ricavi delle società controllate e collegate al 31 dicembre 2016 e 2015 ...	29
Tabella 5 - Consistenza media del personale della Rai Spa.....	30
Tabella 6 - Consistenza media del personale del Gruppo Rai e Rai spa	31
Tabella 7 - Andamento delle cessazioni.....	31
Tabella 8 - Andamento delle assunzioni a T.I.....	32
Tabella 9 - Contenzioso lavoro.....	34
Tabella 10- Costi del contenzioso al periodo 2011 -2016	35
Tabella 11 - Costo del personale Rai Spa	36
Tabella 12 - Costo del personale del Gruppo Rai.....	37
Tabella 13- Costo del personale Gruppo Rai per singole società.....	37
Tabella 14 - Dirigenti Rai e gruppo Rai (Numero medio, Costo complessivo, Costo medio unitario) - 2015-2016.....	38
Tabella 15- Lavori, servizi e forniture. Contratti RAI stipulati nel 2016 e nel 2015.....	43
Tabella 16 - Contratti suddivisi per categoria merceologica	46
Tabella 17- Contratti stipulati dalla direzione Risorse televisive nel 2015 e 2016	48
Tabella 18 - Valore complessivo contratti in diritti conclusi dalla Direzione diritti sportivi negli anni 2015 e 2016.....	51
Tabella 19- Valore complessivo e numero dei contratti in diritti stipulati da Rai Cinema nell'anno 2016.....	52
Tabella 20 - Analisi contenzioso	55
Tabella 21- Offerta Tv	61
Tabella 22 - Offerta RF	62
Tabella 23 - Piano di produzione	70
Tabella 24 - Ore e costi intera giornata	71
Tabella 25- Ore e costi prima serata	71
Tabella 26 - Costi e Ricavi Festival di Sanremo Edizioni 2013-2016	73
Tabella 27 - Costi esterni di rete nel quadriennio 2013-2016.....	75
Tabella 28- Opere cinematografiche	80
Tabella 29 - Costi esterni offerta informativa Rai esercizi 2014-2016	80
Tabella 30- Schema contabilità separata esercizi 2015 e 2016.....	84
Tabella 31- Contabilità separata esercizio 2016	85
Tabella 32 - Risultato economico della contabilità separata esercizio 2016.....	85
Tabella 33 - Ricavi delle vendite e delle prestazioni del gruppo Rai	90
Tabella 34 - Ricavi da vendite e prestazioni Rai Spa	91
Tabella 35 - Canoni.....	92

Tabella 36 - Utenti paganti	93
Tabella 37 - Verbali GdF anno 2016	96
Tabella 38 - Morosità abbonati - percentuale di incidenza	98
Tabella 39 - Canoni tv, movimento utenza	98
Tabella 40 - Abbonati	99
Tabella 41 - Pubblicità Rai S.p.A.	100
Tabella 42 - Pubblicità gruppo Rai	101
Tabella 43 - Altri ricavi del Gruppo Rai	102
Tabella 44 - Ricavi commerciali Rai Spa	103
Tabella 45- Passività finanziarie non correnti	107
Tabella 46 - Scadenza passività	108
Tabella 47 - Fair Value del finanziamento	109
Tabella 48 - Posizione finanziaria netta	109
Tabella 49 - Proventi	111
Tabella 50- Attività, passività	112
Tabella 51 - Effetto derivati	113
Tabella 52 - Crediti	114
Tabella 53 - Obbligazioni	114
Tabella 54 - Situazione patrimoniale Rai Spa	117
Tabella 55- Conto economico	119
Tabella 56 - Rendiconto finanziario Rai SpA	120
Tabella 57. Struttura patrimoniale consolidata	121
Tabella 58 - Immobilizzazioni	123
Tabella 59 - Situazione patrimoniale consolidata	125
Tabella 60 - Patrimonio netto	127
Tabella 61 - Conto economico consolidato	128
Tabella 62 - Rendiconto finanziario consolidato	131

INDICE DEI GRAFICI

Grafico 1 - Assetto immobiliare Rai	15
Grafico 2 - Investimenti immobiliari Rai 2005 - 2016	16

PREMESSA

Con la presente relazione la Corte dei conti riferisce al Parlamento, ai sensi dell'art. 7 della legge 21 marzo 1958, n. 259, sul controllo eseguito, con le modalità di cui all'art. 12 della legge medesima, sulla gestione finanziaria della RAI - Radiotelevisione Italiana S.p.A. - per l'esercizio 2016, con cenni anche sugli eventi di particolare rilevanza, verificatisi sino a data corrente.

Sulla gestione relativa all'esercizio finanziario 2017, la Corte riferirà successivamente all'approvazione, da parte dei competenti organi sociali, della contabilità separata dell'esercizio medesimo.

Il precedente referto di questa Corte, relativo all'esercizio 2015, è stato oggetto della determinazione 18 luglio 2017, n. 81, pubblicata in Atti parlamentari - Documento XV, Legislatura XVII, Numero 560.

1. IL QUADRO NORMATIVO

1.1 Il contesto istituzionale

La RAI - Radiotelevisione Italiana S.p.A. (di seguito, anche Rai o Rai SpA) è la società concessionaria in esclusiva del servizio pubblico radiotelevisivo; realizza canali televisivi, radiofonici, satellitari, su piattaforma digitale terrestre.

La Rai è assoggettata ad un particolare regime giuridico; infatti, nonostante la veste formale di società per azioni, ha natura sostanzialmente pubblicistica, con uno statuto assoggettato a regole legali in forza delle quali è designata direttamente dalla legge quale concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo. Siffatta configurazione deriva dalla particolare natura della società, che viene inquadrata dal legislatore nell'alveo delle c.c.dd. società legali, quelle cioè che da una parte operano sul mercato ed offrono servizi ai cittadini e, dall'altra, godono di contribuzioni periodiche da parte dello Stato e, pertanto, si finanziano con imposte e tasse.

Nella fattispecie, la Rai è destinataria di un canone di abbonamento avente natura di imposta; inoltre, essendo ricompresa tra gli enti cui lo Stato contribuisce in via ordinaria, Rai SpA è tenuta sotto molteplici aspetti all'osservanza di regole pubblicistiche, come per le procedure di evidenza pubblica nell'affidamento degli appalti in quanto organismo di diritto pubblico secondo i principi della normativa europea in materia¹.

Rai SpA ha costituito nel tempo alcune società, allo scopo di presidiare specifici settori di mercato in modo più immediato ed efficace. Il Gruppo Rai è oggi costituito da quattro società, oltre alla Capogruppo Rai S.p.A., delle quali si dirà tra breve.

1.2 Le principali novità normative e regolamentari

Il quadro normativo cui la Rai fa riferimento nella sua attività è profondamente mutato negli ultimi anni, come già evidenziato da questa Corte nei precedenti referti, cui si fa rinvio.

Qui è sufficiente rammentare che con la legge 3 maggio 2004, n. 112, recante "*Norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della RAI-Radiotelevisione Italiana S.p.A., nonché delega al Governo per l'emanazione del testo unico per la radiotelevisione*" è stata prevista, fra l'altro, la fusione per incorporazione di Rai S.p.A. nella Rai-holding S.p.A.. Nel corso del 2005, in forza

¹ Cfr., *ex multis*, Cass. Civile, SS.UU., n. 27092/2009 e n. 15594/2014.

della delega di cui sopra, è stato emanato il decreto legislativo del 31 luglio 2005, n. 177, recante il *“Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici”* (d’ora innanzi, TUSMAR).

Successivamente, con la legge 28 dicembre 2015, n. 220, *“Riforma della Rai e del servizio pubblico radiotelevisivo”*, sono state introdotte rilevanti modifiche concernenti il contratto di servizio e l’affidamento della concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale.

In particolare, le modalità di attuazione dei compiti del servizio pubblico sono demandate ad un Contratto di servizio nazionale (e contratti di servizio regionali) che la Rai stipula con il Ministero dello sviluppo economico ogni cinque anni e che, sulla base della normativa europea e nazionale, stabilisce le singole attività e funzioni che la concessionaria è tenuta svolgere. Tali documenti recano i principi e gli obiettivi fondamentali che orientano l’attività del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale.

Con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri del 28 aprile 2017, recante *“Affidamento in concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale ed approvazione dell’annesso schema di convenzione”*, la Rai è stata costituita quale concessionaria in esclusiva del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale per un decennio, a far data dal 30 aprile 2017. Con il medesimo d.p.c.m. è stato approvato lo schema di convenzione allegato alla concessione, preceduto dallo svolgimento della consultazione pubblica *“CambieRAI”* sugli obblighi del servizio.

Il rinnovo della concessione è avvenuto nel rispetto dell’articolo 9 della legge 26 ottobre 2016, n. 198 (c.d. *Legge editoria*, della quale si dirà oltre) che, modificando l’articolo 49 del TUSMAR, ha prescritto una nuova procedura per l’affidamento in concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale.

Nella seduta del 22 dicembre 2017 il Consiglio dei Ministri ha deliberato in via definitiva lo schema di Contratto nazionale di servizio tra il Ministero dello sviluppo economico (MISE) e la Rai per il periodo 2018-2022, successivamente all’espressione, in data 19 dicembre 2017, del prescritto parere da parte della Commissione parlamentare per l’indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi. Il Consiglio di amministrazione di Rai in data 11 gennaio 2018 ha approvato il testo del Contratto, che è stato reso quindi esecutivo con la pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale n. 55 del 7 marzo 2018.

Nel corso degli ultimi anni vi sono stati ulteriori interventi legislativi di rilievo per la disciplina del settore radiotelevisivo.

Tra questi si evidenzia in primo luogo la modifica delle norme sulla copertura del costo di fornitura del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale e la determinazione della misura dei canoni di abbonamento alle radiodiffusioni, recata dal decreto del Ministero dello sviluppo economico (Mise) 13 maggio 2016, n. 94 *“Regolamento recante attuazione dell’articolo 1, comma 154, della legge 28 dicembre 2015, n. 208”* e dall’articolo 1, comma 40, della legge 11 dicembre 2016, n. 232, *“Bilancio di previsione dello Stato per l’anno finanziario 2017 e Bilancio pluriennale per il triennio 2017-2019”*, che hanno previsto, per l’anno 2017, la riduzione a 90 euro della misura del canone di abbonamento alla televisione per uso privato; disposizioni confermate anche per l’anno 2018 dall’articolo 1, comma 1147 della legge 27 dicembre 2017, n. 205, *“Bilancio di previsione dello Stato per l’anno finanziario 2018 e Bilancio pluriennale per il triennio 2018-2020”*.

Di specifica importanza è l’inclusione di Rai spA nel c.d. elenco ISTAT, attraverso la pubblicazione nella G.U. del 30 settembre 2016 dell’elenco delle amministrazioni pubbliche inserite nel conto economico consolidato, individuate ai sensi dell’articolo 1, comma 3, della legge 31 dicembre 2009, n. 196. Sempre a tale proposito, va peraltro segnalato che l’entrata in vigore della legge 27 dicembre 2017, n. 205, all’articolo 1, comma 1096, ha stabilito l’esclusione permanente della Rai dal campo di applicazione delle norme di contenimento della spesa applicabili ai soggetti inseriti nell’elenco ISTAT (in relazione alle quali l’articolo 6, comma 4, del decreto legge del 30 dicembre 2016, n. 244 aveva già differito al 1° gennaio 2018 la produzione degli effetti nei confronti della Rai), prevedendo al riguardo che *“al fine di assicurare il pieno ed efficace svolgimento delle attività funzionali al raggiungimento degli obiettivi istituzionali e societari attribuiti alla società concessionaria del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, nonché di garantire gli equilibri concorrenziali nel mercato radiotelevisivo, non si applicano alla società Rai le norme di contenimento della spesa in materia di gestione, organizzazione, contabilità, finanza, investimenti e disinvestimenti previste dalla legislazione vigente a carico dei soggetti inclusi nell’elenco dell’Istat”*.

Va inoltre evidenziata l’istituzione del *“Fondo per il pluralismo e l’innovazione dell’informazione e deleghe al Governo per la ridefinizione della disciplina del sostegno pubblico per il settore dell’editoria e dell’emittenza radiofonica e televisiva locale, della disciplina di profili pensionistici dei giornalisti e della composizione e delle competenze del Consiglio nazionale dell’Ordine dei giornalisti”*, ai sensi della legge 26 ottobre 2016, n. 198, che all’articolo 9 ha previsto una nuova procedura per

l'affidamento in concessione del Servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale preceduta da una consultazione pubblica sugli obblighi del servizio stesso.

Da rilevare, ancora, la proroga del termine della Concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, ai sensi dell'articolo 216, comma 24 del nuovo Codice dei contratti pubblici (decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50) e dell'articolo 6, comma 3, del decreto-legge 30 dicembre 2016, n. 244, convertito con legge 27 febbraio 2017, n. 19 (c.d. "Milleproroghe")².

Nel 2017, inoltre, le modifiche al Codice dei contratti pubblici e le linee guida emanate dall'ANAC hanno sensibilmente innovato la disciplina in materia di programmazione degli acquisti, nomina del Responsabile Unico del Procedimento, procedure di scelta del contraente, offerta economicamente più vantaggiosa.

Importanti per il settore radiotelevisivo sono anche le modifiche introdotte nella disciplina del diritto d'autore e della gestione dei diritti connessi.

In particolare, con l'articolo 20 della legge 12 agosto 2016, n. 170 (c.d. *legge di delegazione europea*) il Governo è stato delegato per il recepimento della direttiva 2014/26/UE sulla gestione collettiva dei diritti d'autore e dei diritti connessi e sulla concessione di licenze multiterritoriali per i diritti su opere musicali per l'uso *online* nel mercato interno.

La delega di cui innanzi è stata realizzata con il decreto legislativo 16 ottobre 2017, n. 35, che ha modificato le norme della legge sul diritto d'autore (legge 22 aprile 1941, n. 633), completando l'iter di adeguamento dell'Italia alla liberalizzazione dell'attività di intermediazione nel campo dei diritti d'autore, con espreso riferimento ad "altri organismi di gestione collettiva" dei diritti d'autore ed una specifica disciplina delle relazioni tra i predetti organismi di gestione collettiva dei diritti d'autore e gli utilizzatori dei repertori, con particolare riferimento ai reciproci obblighi di comunicazione/informazione.

Di rilievo anche la legge 4 agosto 2017, n. 124, che riconosce il compenso per l'utilizzazione di ciascun fonogramma sia al produttore che all'artista o interprete dello stesso.

Per quanto riguarda il cinema e l'audiovisivo, la l. 14 novembre 2016, n. 220, recante "Disciplina del cinema e dell'audiovisivo", ha delegato il Governo a riformare e razionalizzare la normativa di settore per diversi aspetti, tra cui quello dell'attribuzione della nazionalità italiana alle opere cinematografiche e audiovisive, oggetto del successivo decreto del Presidente del Consiglio dei ministri dell'11 luglio 2017 recante "*Disposizioni per il*

² Se ne parlerà più diffusamente al paragrafo 8.1.

riconoscimento della nazionalità italiana delle opere cinematografiche e audiovisive". La legge in parola ha anche introdotto diversi obblighi per riservare maggiore spazio alle opere di espressione originale italiana e di opere europee prodotte da produttori indipendenti.

La nuova legge attribuisce al Ministero dei beni e delle attività culturali (MiBAC) diverse funzioni, tra cui quelle della promozione dell'immagine del Paese, dell'attrazione di investimenti esteri, alla promozione della formazione. Essa istituisce inoltre il Consiglio superiore del cinema e dell'audiovisivo, che svolge compiti di consulenza e supporto nella elaborazione ed attuazione delle politiche di settore, nonché nella predisposizione di indirizzi e criteri generali relativi alla destinazione delle risorse pubbliche per il sostegno alle attività cinematografiche e dell'audiovisivo. Infine, per quel che riguarda il finanziamento degli interventi, è stato istituito il Fondo per lo sviluppo degli investimenti, che sarà alimentato con gli introiti erariali derivanti dalle attività del settore.

Da ultimo, degne di menzione per l'attività della Rai sono anche la legge 30 novembre 2017, n. 179, *"Disposizioni per la tutela degli autori di segnalazioni di reati o irregolarità di cui siano venuti a conoscenza nell'ambito di un rapporto di lavoro pubblico o privato"* (cosiddetto *"whistleblowing"*), che ha introdotto misure di protezione dei lavoratori dipendenti che segnalano reati o irregolarità prevedendo specifiche integrazioni al Modello di organizzazione e gestione di cui al d.lgs. 231/2001.

Sempre nello stesso senso si richiamano le modifiche recate alla revisione legale dei conti, con il decreto legislativo 17 luglio 2016, n. 135, *"Attuazione della direttiva 2014/56/UE che modifica la Direttiva 2006/43/CE concernente la revisione legale dei conti annuali e dei conti consolidati"*, nonché l'adozione del Piano nazionale anticorruzione 2016, di cui alla delibera n. 831 del 3 agosto 2016 dell'Autorità nazionale anticorruzione.

2. LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA E GLI ORGANI

2.1 La struttura organizzativa

Attualmente la Rai è strutturata in 6 aree:

- Area Editoriale e Testate: idea e sviluppa i programmi e l'offerta informativa, declinata nei canali televisivi e radiofonici su tutte le piattaforme;
- Area *Chief Digital Officer*: sovrintende all'offerta digitale;
- Area *Chief Technology Officer*: integra e coordina le componenti tecnologiche e produttive;
- Area *Chief Operations Officer*: presidia l'attività produttiva in ambito televisivo;
- Area *Chief Financial Officer* (CFO): coordina le attività finanziarie, amministrative, immobiliari;
- Area di *Corporate* e Supporto: integra le funzioni di *staff* e coordinamento.

Rai SpA inoltre, come innanzi accennato, ha costituito alcune società, allo scopo di presidiare specifici settori di mercato in modo più immediato ed efficace. Ad oggi, il Gruppo Rai è costituito da cinque società, la Capogruppo Rai S.p.A., la cui attività costituisce il *core business* del Gruppo, e altre quattro società:

- Rai Way S.p.A., attiva nella gestione e sviluppo di reti di trasmissione e diffusione radiotelevisiva per la RAI, sulla base di un considerevole patrimonio di *know-how* tecnologico, ingegneristico e gestionale, oltre che di infrastrutture;
- Rai Cinema S.p.A., che ha per scopo l'acquisizione, in Italia e all'estero, e la gestione dei diritti di utilizzazione di opere audiovisive, cinematografiche, televisive e multimediali; inoltre gestisce le attività produttive nel settore cinematografico, in particolare con l'ottica di rafforzare l'industria del cinema italiano;
- Rai Pubblicità S.p.A., che si occupa della raccolta pubblicitaria per tutti i canali e mezzi diffusivi e per tutte le società del Gruppo;
- Rai Com S.p.A., la società commerciale che gestisce la distribuzione dei prodotti e dei diritti delle produzioni RAI in tutto il Mondo e per tutte le modalità di sfruttamento possibili.

La partecipazione della RAI al capitale sociale delle imprese controllate è pari al 100 per cento, tranne per Rai Way, società di cui detiene il 64,971 per cento del capitale sociale.

Durante l'esercizio 2016, la percentuale del capitale sociale di Rai Way detenuta da Rai si è ridotta di 0,102 punti percentuali a seguito dell'attribuzione agli aventi diritto di un *bonus share*

per coloro che sono rimasti titolari delle azioni senza soluzione di continuità per 12 mesi dalla data di pagamento (19 dicembre 2014).

2.2. Gli organi

La Rai, quale società per azioni e, per quanto non sia diversamente previsto dal su ricordato decreto legislativo n. 177 del 2005 e succ. mod. (TUSMAR), è assoggettata alla disciplina generale del codice civile, anche per quanto concerne l'organizzazione e l'amministrazione (art. 49, comma 2, TUSMAR).

A partire dal 28 maggio 2015, data di quotazione sul mercato regolamentato irlandese del prestito obbligazionario emesso in esito alla positiva deliberazione assembleare del 25 marzo 2015, la società ha inoltre acquisito lo *status* di Ente di Interesse Pubblico (EIP) ai sensi dell'art. 16 del decreto legislativo 27 gennaio 2010, n. 39.

Con l'approvazione della legge n. 220 del 28 dicembre 2015, "*Riforma della Rai e del Servizio pubblico radiotelevisivo*", è stato ridefinito il complessivo assetto di *governance* dell'Azienda.

L'art. 2 della legge 28 dicembre 2015, n. 220, modificando il testo dell'art. 49 del TUSMAR, ha infatti previsto, a decorrere dal primo rinnovo dell'organo gestorio, la riduzione a sette del numero dei membri del Consiglio di amministrazione e ridelineato la composizione, i requisiti, le incompatibilità, le cause di decadenza dall'ufficio e le procedure per la nomina dei membri del Consiglio.

La legge ha inoltre previsto che al Presidente possano essere affidate dal Consiglio, previa delibera assembleare autorizzativa, deleghe nelle aree delle relazioni esterne e istituzionali e di supervisione delle attività di controllo interno.

È stata inoltre introdotta, in luogo del Direttore generale, la figura dell'Amministratore delegato, dotato di ampi poteri di firma degli atti e contratti aziendali nonché di gestione del personale e nomina dei dirigenti. Tali poteri, peraltro, sono stati già esercitati dal Direttore generale, per espressa delega del CdA, oltre alle attribuzioni ad esso spettanti in base allo Statuto della società e alle norme di legge *pro-tempore* in vigore.

Il nuovo art. 49-*bis* del TUSMAR ha precisato che i componenti degli organi di amministrazione (incluso, dunque, l'Amministratore delegato) e controllo della società sono soggetti alle azioni civili di responsabilità previste dalla disciplina ordinaria delle società di capitali.

Gli organi sociali della RAI, operanti nel periodo di riferimento, sono l'Assemblea dei soci (ordinaria e straordinaria), il Consiglio di amministrazione, il Presidente ed il Collegio sindacale.

L'Assemblea è costituita dallo Stato, azionista nella misura del 99,56 per cento, che detiene il pacchetto azionario ed esercita i relativi poteri attraverso il Ministero dell'economia e delle finanze (Mef), e dalla SIAE, azionista per la quota residua.

A tale organo sono intestati dall'articolo 2383 del codice civile taluni atti di governo della società: nomina e revoca degli amministratori; deliberazione del progetto del bilancio predisposto dagli amministratori; deliberazione di distribuzione degli utili risultanti dal bilancio d'esercizio; azione di responsabilità nei confronti degli amministratori; deliberazione sulle modificazioni dello statuto; nomina e revoca dei Sindaci.

Il Consiglio di amministrazione è l'organo dotato dei poteri decisionali; ad esso spetta la gestione dell'impresa (2380-bis del codice civile). È composto, ai sensi dello statuto (art. 21) e delle norme vigenti nel periodo oggetto della presente relazione, da 9 membri³, nominati dal Ministero dell'economia e delle finanze che esercita i diritti dell'azionista su Rai spA.

I componenti del Consiglio di amministrazione restano in carica per la durata di tre anni e scadono alla data dell'assemblea convocata per l'approvazione del bilancio dell'esercizio sociale relativo all'ultimo anno di carica. Essi sono rieleggibili una sola volta.

I membri del Consiglio di amministrazione, nel numero di sette a far data dal primo rinnovo successivo al 3 febbraio 2016, come innanzi accennato, sono così individuati (art. 49, comma 6, TUSMAR): a) due eletti dalla Camera dei deputati e due eletti dal Senato della Repubblica, con voto limitato a un solo candidato; b) due designati dal Consiglio dei ministri, su proposta del Ministro dell'economia e delle finanze, conformemente ai criteri e alle modalità di nomina dei componenti degli organi di amministrazione delle società controllate direttamente o indirettamente dal Ministero dell'economia e delle finanze; c) uno designato dall'assemblea

³ Sempre secondo le norme dello Statuto (art. 21, cit.), la composizione del Consiglio di amministrazione è definita favorendo la presenza di entrambi i sessi e un adeguato equilibrio tra componenti caratterizzati da elevata professionalità e comprovata esperienza in ambito giuridico, finanziario, industriale e culturale, nonché, l'assenza di conflitti di interesse o di titolarità di cariche in società concorrenti. Possono essere nominati membri del Consiglio di amministrazione i soggetti aventi i requisiti per la nomina a giudice costituzionale ai sensi dell'articolo 135, secondo comma, della Costituzione o, comunque, persone di riconosciuti onorabilità, prestigio e competenza professionale e di notoria indipendenza di comportamenti, che si siano distinte in attività economiche, scientifiche, giuridiche, della cultura umanistica o della comunicazione sociale, maturandovi significative esperienze manageriali. Ove siano lavoratori dipendenti vengono, a richiesta, collocati in aspettativa non retribuita per la durata del mandato.

dei dipendenti della Rai S.p.A., tra i dipendenti dell'azienda titolari di un rapporto di lavoro subordinato da almeno tre anni consecutivi, con modalità che garantiscano la trasparenza e la rappresentatività della designazione stessa⁴.

Il Consiglio di amministrazione in carica per il triennio 2015-2017 è stato nominato dall'Assemblea generale ordinaria degli azionisti nella riunione svoltasi in data 5 agosto 2015. Nella stessa data è stato nominato il Presidente.

Sulla nomina del Presidente, la Commissione parlamentare di vigilanza ha espresso parere favorevole. Il Consiglio ne ha preso atto nella seduta del 6 agosto 2015.

Il 1° giugno 2017 uno dei Consiglieri ha rassegnato le proprie dimissioni dall'incarico, con efficacia in pari data. Non è stato sostituito.

Con l'entrata in vigore della legge 28 dicembre 2015, n. 220, il Consiglio di amministrazione, fatte salve le attribuzioni spettanti al Direttore generale, può affidare deleghe al Presidente ai sensi dell'art. 49, comma 5, del TUSMAR, previa delibera assembleare, nelle aree delle relazioni esterne e istituzionali e di supervisione delle attività di controllo interno e comunque in coerenza con le norme di legge vigenti, determinandone in concreto il contenuto ed il compenso.

Il CdA, con delibera del 3 febbraio 2016 ha preso atto del venir meno delle deleghe conferite con precedente delibera del 2 settembre 2015, per effetto dell'attribuzione al Direttore generale della competenza procuratoria entro il limite dei 10 milioni di euro; nella seduta consiliare del 16 marzo 2016 ha pertanto deliberato, in coerenza con l'art. 26, comma 1 dello Statuto e sulla scorta delle determinazioni assembleari assunte nell'assemblea del 10 marzo 2016, di delegare al Presidente la supervisione delle attività di controllo interno.

L'articolo 5, comma 3, della l. n. 220/2015 ha inoltre attribuito al Direttore generale, sino al rinnovo del Consiglio di amministrazione (nel quale, come accennato innanzi, la figura del DG

⁴ I componenti del Consiglio di amministrazione di designazione della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica sono eletti tra coloro che presentano la propria candidatura nell'ambito di una procedura di selezione il cui avviso deve essere pubblicato nei siti *internet* della Camera dei deputati, del Senato e della Rai S.p.A. almeno sessanta giorni prima della nomina. Per l'elezione del componente espresso dall'assemblea dei dipendenti della Rai S.p.A., la procedura di voto deve essere organizzata dal Consiglio di amministrazione uscente, con avviso pubblicato nel sito internet istituzionale della stessa almeno sessanta giorni prima della nomina, secondo i seguenti criteri: a) partecipazione al voto, garantendone la segretezza, anche via internet ovvero attraverso la rete intranet aziendale, di tutti i dipendenti titolari di un rapporto di lavoro subordinato; b) accesso alla candidatura dei soli soggetti che abbiano i requisiti fissati dallo Statuto. Le singole candidature possono essere presentate da una delle organizzazioni sindacali firmatarie del contratto collettivo o integrativo della Rai S.p.A. o da almeno centocinquanta dipendenti e devono pervenire almeno trenta giorni prima della nomina. A tale ultimo proposito, il CdA ha deliberato le modalità di organizzazione dell'elezione del componente espresso dall'assemblea dei dipendenti nella seduta dell'8 giugno 2018.

è sostituita da quella dell'Amministratore delegato), anche i compiti elencati dall'articolo 49-bis, comma 2 del TUSMAR, norma introdotta dall'articolo 3 della medesima legge n. 220/2015. Ai sensi dell'articolo 30, comma 1, dello Statuto, l'Assemblea dei soci nomina il Collegio sindacale, costituito da tre sindaci effettivi, di cui uno con funzioni di Presidente, e ne determina i compensi. Nomina, altresì, due sindaci supplenti.

I sindaci durano in carica tre esercizi. Scadono alla data dell'assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo al terzo esercizio della loro carica.

L'Assemblea degli azionisti riunitasi in data 24 giugno 2016 ha provveduto a rinnovare il Collegio sindacale per gli esercizi 2016-2017-2018, e precisamente sino alla data dell'assemblea convocata per l'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2018, confermandone gli emolumenti.

Il Direttore generale in carica nel 2015, in data 1° giugno 2017 ha presentato le dimissioni, accolte dal Consiglio di amministrazione nella seduta in pari data; nella successiva seduta del 9 giugno 2017, il CdA ha nominato il nuovo Direttore generale, rimasto in carica fino al termine del mandato del medesimo CdA (luglio 2018).

Per quel che riguarda le ulteriori vicende di rilievo, nella seduta del 29 maggio 2018 il Consiglio di Amministrazione, in vista del rinnovo dell'organo medesimo ai sensi del citato art. 49, comma 6, TUSMAR, ha costituito la Commissione elettorale, composta da tre giuristi esterni, per l'elezione del consigliere di amministrazione in rappresentanza dei dipendenti; nella seduta del 4 luglio 2018 lo stesso CdA ha indetto la giornata di voto dei dipendenti. L'elezione del rappresentante dei lavoratori si è svolta il 19 luglio; la partecipazione è stata pari al 57%.

In data 18 luglio 2018 i due rami del Parlamento hanno eletto ciascuno i due componenti di propria spettanza; il 27 luglio, a completamento delle designazioni già effettuate dal Parlamento e dall'azienda, il ministro dell'Economia e delle finanze ha proposto al Consiglio dei Ministri i due restanti nominativi per la carica di Amministratore delegato e di Consigliere di amministrazione.

Il nuovo Consiglio di Amministrazione si è insediato il 31 luglio 2018 e ha proceduto alla nomina dell'Amministratore delegato dell'azienda, carica per la quale è stato votato il consigliere indicato dal Mef, nonché del Presidente, scegliendo l'altro consigliere di nomina governativa.

Quest'ultima scelta non ha tuttavia ottenuto, da parte della Commissione parlamentare di vigilanza sulla Rai, riunitasi il 1° agosto, il numero di voti necessari per l'assenso alla nomina (i 2/3, pari a 27 voti). Il giorno successivo il CdA Rai si è riunito per prendere atto del mancato verificarsi delle condizioni di efficacia della nomina del Presidente.

Il medesimo CdA si è nuovamente riunito il successivo 8 agosto. Nel corso della riunione, su proposta di uno dei consiglieri, è stata votata una diversa candidatura a Presidente, che non ha però ottenuto la maggioranza dei voti del Cda.

Nella successiva seduta del 21 settembre 2018, il CdA ha nuovamente votato, per la carica di Presidente, lo stesso componente che era stato proposto nella seduta del 31 luglio. La Commissione parlamentare di vigilanza, riunitasi il 28 settembre, ha espresso parere favorevole alla nomina, secondo la maggioranza prevista.

Al riguardo, questa Corte rileva la non sufficiente adeguatezza dell'attuale quadro normativo in tema di nomina degli organi, che in occasione dell'ultimo rinnovo ha comportato, come appena descritto, un - sia pur breve - periodo di incertezza ed instabilità nella *governance* dell'azienda.

2.3. I compensi

L'assemblea degli azionisti, nella riunione del 5 agosto 2015, ha deliberato di confermare il compenso di cui all'articolo 2389, primo comma, c.c., nella misura di euro 66.000 lordi annui per ciascun consigliere, fermo restando quanto previsto dal citato articolo 5, comma 9, del decreto-legge 6 luglio 2012, n. 95, conv. con legge 7 agosto 2012, n. 135, in tema di gratuità della carica per i soggetti già lavoratori privati o pubblici collocati in quiescenza (situazione di quattro dei nove amministratori nominati).

I Consiglieri interessati hanno proposto azione giudiziaria verso la Rai prima dinanzi al Tar e successivamente dinanzi al Tribunale Ordinario di Roma, per vedere riconosciuto il loro diritto alla percezione dei compensi per la carica di amministratore.

Nelle more del giudizio è entrato in vigore il Testo Unico in materia di società a partecipazione pubblica (TUSP), d.lgs. 19 agosto 2016, n. 175, per effetto del quale sono stati dichiarati inapplicabili alle società quotate i limiti vigenti alla corresponsione dei compensi per i lavoratori privati o pubblici in quiescenza.

Conseguentemente, previa acquisizione di pareri professionali e con il supporto dell'interpretazione dell'Avvocatura generale dello Stato è stato raggiunto un accordo transattivo con gli interessati per la definizione bonaria della controversia e contestuale riconoscimento in favore degli stessi dei compensi spettanti a far data dall'entrata in vigore del TUSP, vale a dire dal 23 settembre 2016.

Il Presidente in carica nel periodo di riferimento, nominato come detto il 5 agosto 2015, è dipendente dell'Azienda e ha rinunciato alla remunerazione delle deleghe attribuite ex art. 2389, comma 3, c.c., ferma restando la corresponsione del compenso assembleare ex art. 2389, comma 1, c.c.; ha mantenuto altresì lo *status* di dipendente Rai in relazione al quale ha, tra l'altro, l'incarico di sviluppare relazioni e strategie con Istituzioni e Organismi internazionali. Si segnala che, a partire dal 15 novembre 2016, ai compensi del Presidente si applicano le norme della legge 26 ottobre 2016, n. 198, in materia di limite massimo retributivo di 240.000 euro annui lordi.

Con riferimento ai componenti del Collegio sindacale, l'emolumento annuo lordo per il Presidente è fissato in euro 63.000 e per ciascun sindaco effettivo in euro 45.000.

La retribuzione del Direttore generale in carica nel 2015 è stata determinata complessivamente nella misura di euro 650.000; a partire dal 15 novembre 2016 è stata ridotta al limite massimo retributivo di 240.000 euro annui, per effetto della su ricordata legge n. 198 del 2016.

Di seguito si riportano i compensi percepiti nell'anno in rassegna dai componenti del Consiglio di amministrazione e del Collegio sindacale.

Tabella 1 Compensi ed organi

<i>Anni di riferimento</i>	2015	2016
Presidente CdA	167.917	60.500
Direttore generale	650.000	240.000
Amministratori	66.000	66.000
Presidente Collegio sindaci	63.000	63.000
Sindaci	45.000	45.000

Fonte: Rai

Per quel che riguarda il compenso del Presidente, ha riferito la società che il dato del 2015 è costituito dalla somma degli emolumenti (compenso assembleare e remunerazione delle deleghe) percepiti *pro-quota* dalla Presidente in carica fino al 4 agosto 2015 e del (solo) compenso assembleare – pari a 66.000 euro annui lordi – sempre relativo al periodo di

permanenza in carica, della Presidente nominata il 5 agosto 2015, la quale ha rinunciato alla remunerazione delle deleghe di cui all'art. 2389, terzo comma, c.c., mantenendo la retribuzione quale giornalista dipendente della Rai. Anche nel 2016 la Presidente ha percepito il solo emolumento assembleare, confermato in 66.000 euro lordi su base annua, oltre alla retribuzione di giornalista; va inoltre tenuto presente che a decorrere dal 15 novembre 2016, data di entrata in vigore della legge 26 ottobre 2016, n. 198, ai compensi del Presidente è stato applicato il limite massimo retributivo di euro 240.000 annui (considerando il totale delle retribuzioni, compresi quindi anche gli emolumenti percepiti quale dipendente).

2.4 L'assetto organizzativo

Nel periodo di riferimento la struttura organizzativa della Rai, basata su un sistema di amministrazione tradizionale, è costituita da organi gestori (Presidente, Consiglio di amministrazione e Direttore generale) e da organi di controllo interno (Collegio sindacale, Direzione *Internal Audit*, Organismo di vigilanza, Responsabile per la prevenzione della corruzione - RPC).

Tra i principali interventi organizzativi realizzati nel periodo di riferimento si evidenziano:

- l'istituzione della Direzione editoriale per l'offerta informativa per il coordinamento funzionale delle testate giornalistiche e della relativa offerta;
- la fusione della Direzione comunicazione e relazioni esterne e della Direzione relazioni istituzionali e internazionali in un'unica Direzione;
- l'istituzione della Direzione Security e Safety affidata al *Chief Security Officer* e posta a presidio dell'attività di impostazione, sviluppo e coordinamento dei piani complessivi per la gestione, il controllo, la tutela del patrimonio aziendale;
- l'istituzione e la definizione dell'articolazione organizzativa della Direzione coordinamento editoriale palinsesti televisivi, per il presidio del coordinamento editoriale tv, in raccordo con le attività del palinsesto e *marketing*;
- la riallocazione organizzativa della Direzione *new media platforms* in ambito editoriale, collocata a primo riporto del Direttore generale con la nuova denominazione Direzione *digital* privilegiando la componente strategica di definizione del prodotto rispetto alla natura tecnologica della stessa. Sono inoltre confluite in tale ambito, al fine di

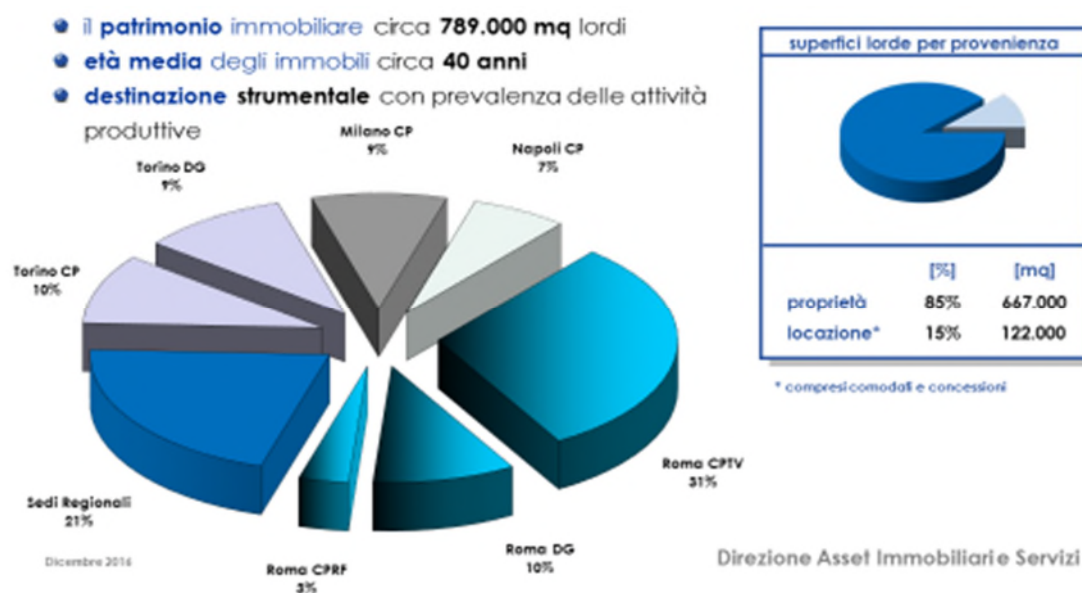
massimizzare le sinergie tra la gestione dei contenuti e l'offerta digitale, la Direzione *teche* e la struttura servizi di pubblica utilità con istituzione del ruolo di *Chief digital officer*;

- la riorganizzazione dell'Area finanza e pianificazione, con interventi di semplificazione dell'assetto nella Direzione amministrazione e finanza e nella Direzione pianificazione strategica e controllo di gestione;
- la nuova definizione degli assetti interni, nonché il ruolo della Direzione amministrazione finanza e della Struttura Affari fiscali;
- l'attività di ottimizzazione dell'assetto organizzativo, finalizzato alla razionalizzazione delle direzioni e delle loro articolazioni.

2.5 L'assetto immobiliare

Il patrimonio immobiliare a disposizione della Rai al 2016 consta di circa 789.000 metri quadri lordi, di cui 122.000 metri quadri sono utilizzati dalla società in immobili appartenenti a terzi. La superficie utile lorda, escluse le parti comuni, è pari a 448.000 metri quadri. La distribuzione sul territorio evidenzia che gran parte degli insediamenti sono destinati ai quattro centri di produzione (Roma, Torino, Milano e Napoli), pari a circa il 59 per cento del totale complessivo; le Sedi Regionali hanno in assegnazione il 21 per cento dei fabbricati, mentre la Direzione Generale il 20 per cento, distribuito tra Roma (10 per cento) e Torino (10 per cento). I dati di cui sopra sono evidenziati nel seguente grafico.

Grafico 1 - Assetto immobiliare Rai



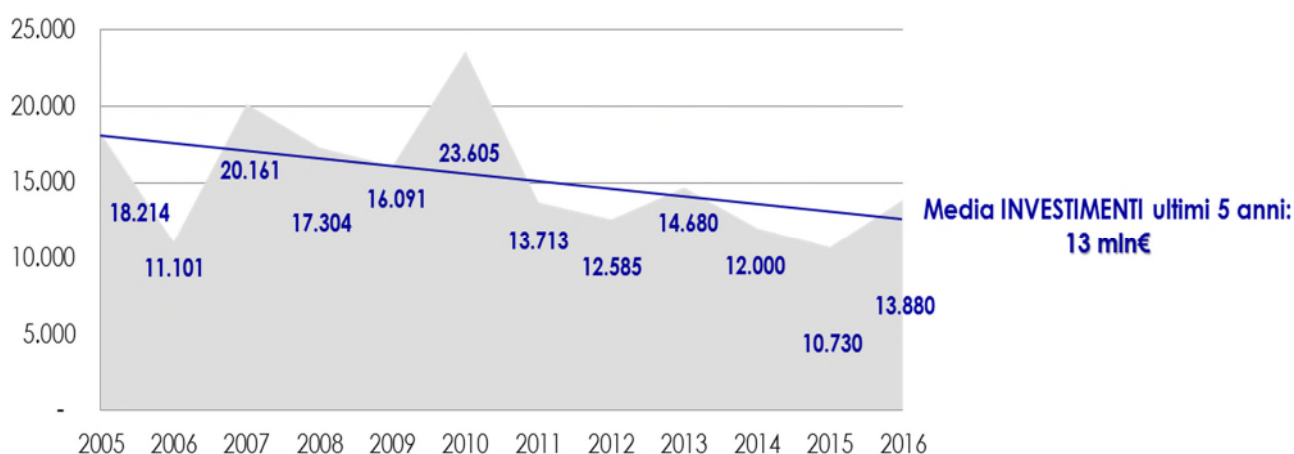
Fonte: Rai

Gli investimenti effettuati nel 2016 sugli immobili di proprietà sono pari a 13,88 milioni di euro circa, con un aumento rispetto al 2015 (11 milioni di euro).

Il grafico seguente mostra l'andamento degli investimenti nel periodo 2005 - 2016.

Grafico 2 - Investimenti immobiliari Rai 2005 - 2016

(in migliaia di euro)



Fonte: Rai

Il valore complessivo degli immobili di proprietà, stimato dalla società sulla base di perizie, è compreso tra i 900 e 1.100 milioni di euro.

Per quanto attiene alle spese di esercizio degli insediamenti, si registra un costo complessivo di 68,5 milioni di euro, inferiore alla medesima spesa complessiva dell'anno precedente pari a circa 69 milioni di euro.

Nel 2016 il costo più elevato ha riguardato l'approvvigionamento di energia elettrica per 18,2 milioni di euro (diminuito rispetto ai 19,8 milioni di euro del 2015); altre spese rilevanti hanno interessato la vigilanza degli edifici per 13,5 milioni di euro, leggermente superiore al 2015 (13,3 milioni di euro) e la manutenzione ordinaria, pari a 9,9 milioni di euro, somma aumentata rispetto all'anno precedente (8,6 milioni di euro nel 2015).

La spesa per l'IMU pari ad 8,2 milioni di euro è invariata rispetto al 2015, mentre si registra una spesa per la TARSU di 5 milioni di euro, diminuita rispetto ai 5,1 milioni di euro gravanti nel 2015 sulla stessa voce di bilancio della società.

Con particolare riferimento all'immobile di viale Mazzini in Roma, il CdA, nella seduta del 13 giugno 2018, ha deliberato, sulla base della proposta illustrata dal *Chief Technology Officer*, di avviare i lavori di riqualificazione e bonifica in due fasi operative (che coinvolgeranno, in tempi successivi, le due metà dell'immobile), con locazione di un immobile da circa 700 postazioni di lavoro per allocare nel frattempo i dipendenti i cui uffici saranno interessati dai lavori.

3. CONTROLLI INTERNI

3.1 Il Collegio sindacale e la società di revisione

L'Assemblea Generale Ordinaria degli Azionisti Rai nell'adunanza del 10 marzo 2016, preso atto che a partire dal 28 maggio 2015⁵ la società ha acquisito lo *status* di Ente di Interesse Pubblico (EIP) ai sensi dell'art. 16 del d.lgs. n. 39/2010, ha approvato la proposta motivata del Collegio sindacale relativa all'affidamento dell'incarico di revisione legale dei conti per gli esercizi 2015-2023 ad una società di revisione.

Il Collegio sindacale, ai sensi dell'art. 2403 del Codice Civile, come modificato dal d.lgs. 17 gennaio 2003, n. 6⁶, vigila sull'osservanza della legge, dello Statuto e sul rispetto dei principi di corretta amministrazione. Il Collegio vigila, in particolare, sull'efficacia del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi (SCIGR) e sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile adottato dalla Società e sul suo concreto funzionamento.

La revisione legale dei conti è svolta ai sensi dell'art. 2409-*bis* del Codice Civile ed è affidata a una Società di revisione iscritta all'apposito registro. L'Assemblea degli Azionisti della Rai, nella seduta del 10 marzo 2016, preso atto della proposta del Collegio sindacale, ha deliberato di riaffidare l'incarico alla Società di consulenza per gli esercizi 2015-2023.

Inoltre, la Rai è tenuta a predisporre una contabilità separata dei ricavi derivanti dal gettito del canone e degli oneri sostenuti nell'anno solare precedente per la fornitura del servizio pubblico, sulla base dello schema approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM).

⁵ Data di quotazione sul mercato regolamentato irlandese del prestito obbligazionario emesso in esito alla deliberazione assembleare del 25 marzo 2015.

⁶ Recante "Riforma organica della disciplina delle società di capitali e società cooperative, in attuazione della legge 3 ottobre 2001, n. 366".

Il controllo della contabilità separata di Rai viene effettuato, ai sensi dell'articolo 47 del TUSMAR, da una Società di revisione scelta dalla AGCOM, tra quelle iscritte nell'apposito albo speciale tenuto presso la Consob, ma diversa da quella incaricata della revisione legale del bilancio separato e nominata dall'Assemblea degli azionisti, all'esito di gara svoltasi in data 17 novembre 2011, per il periodo 2010-2018.

Tanto la società di revisione quanto il Collegio sindacale sono tenuti, ai sensi dell'articolo 2429, comma 1, del codice civile, a riferire all'assemblea sull'attività svolta, formulando, se del caso, proprie osservazioni in ordine all'approvazione del bilancio.

3.2 Il controllo previsto dal decreto legislativo n. 231/2001 e gli Organismi di vigilanza

La RAI e le sue controllate hanno dato attuazione alle disposizioni contenute nel decreto legislativo n. 231 del 2001 e adeguano con regolarità il proprio Modello di organizzazione, gestione e controllo di cui al d.lgs. n. 231 del 2001 (c.d. *Modello 231*). La concessionaria ha da tempo istituito un Organismo di Vigilanza (OdV) in forma collegiale, secondo quanto statutariamente previsto, il quale trasmette con cadenza semestrale al Consiglio di amministrazione, al Collegio sindacale ed al Direttore generale una Relazione sull'attività svolta e sugli altri contenuti informativi previsti dal Modello, esprimendo raccomandazioni per la migliore idoneità e l'efficace attuazione del sistema di prevenzione dei reati indicati dalla richiamata disciplina.

L'organismo è attualmente formato da tre componenti, di cui uno dipendente della Società, e decade alla data di scadenza del Consiglio di amministrazione.

In attuazione degli indirizzi espressi dalla Capogruppo, nello svolgimento della propria attività di direzione e coordinamento, le società controllate hanno adottato un Modello di organizzazione gestione e controllo ai sensi del d.lgs. 231 del 2001, in relazione alle concrete esigenze operative. Nella predisposizione del relativo Modello, peraltro, le società appartenenti al gruppo si ispirano a quello della Capogruppo, adottando le misure di prevenzione da porre in essere in funzione di presidio dei rischi specifici della propria attività. Ciascuna società controllata si è dotata, inoltre, di un autonomo e indipendente Organismo di Vigilanza, le cui funzioni e i cui poteri, in conformità all'indirizzo espresso dal Consiglio di

amministrazione della Capogruppo in data 21 marzo 2013, sono stati affidati ai Collegi Sindacali delle società controllate.

Nell'ambito del processo di quotazione di Rai Way concluso nel 2014 e tenuto conto della rilevanza che le funzioni dell'Organismo rivestono per le società quotate, la citata società controllata ha modificato la composizione dell'Organismo di vigilanza, determinando un organo plurisoggettivo distinto rispetto al Collegio sindacale.

Il Modello adottato da Rai prevede nella composizione dell'Organismo di Vigilanza della Capogruppo la presenza del Direttore dell'*Internal Audit pro tempore* in ragione della funzione svolta. Tra l'altro l'Organismo, per l'attuazione del programma annuale delle attività di vigilanza, si avvale della Direzione *Internal Audit* in modo da utilizzare modalità operative già consolidate e risorse con adeguate competenze tecniche. L'Organismo di Vigilanza effettua specifici interventi e monitoraggi per verificare l'adeguatezza del Modello in aderenza con quanto previsto dal decreto legislativo n. 231 del 2001 e per accertare il livello di efficacia ed efficienza del sistema di prevenzione.

Nel corso del 2016 l'Organismo - oltre alle attività di studio con particolare riferimento agli eventi verificatisi nel frattempo, di approfondimento ed istruttorie condotte, anche individualmente dai propri componenti in tema di verifica di conformità alle disposizioni recate dal decreto legislativo 231 del 2001 - si è formalmente riunito 18 volte (20 nel 2015).

In sintesi, nell'anno in rassegna, le principali segnalazioni dell'Organismo hanno riguardato l'esigenza di rivisitazione di alcuni processi attinenti al decreto legislativo n. 231 del 2001, raccomandando di procedere al miglioramento e all'aggiornamento dei presidi diretti a programmare la formazione e l'attuazione delle decisioni dell'ente in relazione ai reati da prevenire, tenendo conto delle novità legislative, organizzative e societarie e comunque al fine di assicurare una costante regolamentazione interna nelle aree più sensibili. Azioni di vigilanza rafforzata sono state rivolte al tema della sicurezza e tutela della salute e dell'ambiente e della pianificazione dei relativi investimenti, agli indicatori in materia degli infortuni sul lavoro e dei "quasi infortuni" (cc.dd. *near miss*) e al miglioramento dei presidi contrattuali e dei controlli atti a monitorare le controparti, a presidio della chiara esigenza di trasparenza propria di un soggetto pubblico.

L'Organismo ha, inoltre, seguito costantemente lo svolgimento dell'attività istruttoria aziendale posta in essere al fine di adeguare il Modello, attività che ha poi trovato esito nel

corso del 2017. Il più recente aggiornamento è stato infatti approvato dal Cda della Capogruppo, nella seduta del 27 luglio 2017, tenendo in considerazione le modifiche normative intervenute soprattutto a seguito dell'entrata in vigore della l. 220 del 2015.

Particolare attenzione viene riservata alle risultanze degli *audit* effettuati dalla Direzione *Internal Audit* e al monitoraggio dell'attuazione delle conseguenti azioni correttive individuate ai fini del processo di miglioramento dell'efficienza aziendale e di irrobustimento dei presidi posti a prevenzione dei reati. Ricorrenti sono, poi, i rapporti con il Collegio sindacale della Capogruppo, che culminano normalmente in due incontri formali all'anno, prassi rispettata anche nel 2016.

In riferimento all'ambito della prevenzione della corruzione, sono state attuate le norme contenute nella legge 6 novembre 2012, n. 190, recante "*Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità nella pubblica amministrazione*", secondo cui gli enti pubblici economici e gli enti di diritto privato in controllo pubblico di livello nazionale o regionale/locale sono tenuti ad introdurre e ad implementare adeguate misure organizzative e gestionali.

La concessionaria, nella qualità di società in controllo pubblico, ha nominato il Responsabile per la Prevenzione della Corruzione (RPC) nella persona del Direttore dell'*Internal Audit*. In data 31 gennaio 2015, il CdA Rai ha approvato il primo Piano Triennale per la Prevenzione della Corruzione (PTPC) per gli anni 2015 - 2017, poi presentato all'Autorità Nazionale Anticorruzione.

In data 28 dicembre 2015 è stata approvata la legge di riforma della Rai n. 220 del 2015, prima ricordata, che reca importanti novità anche in tema di trasparenza aziendale. Conseguentemente Rai ha predisposto e adottato, in data 28 maggio 2016, il nuovo Piano per la Trasparenza e la Comunicazione aziendale, che prevede i criteri e le modalità di definizione, pubblicazione e aggiornamento dei dati, dei documenti e delle informazioni previsti dalla normativa vigente. Tali dati sono pubblicati sul sito *internet* aziendale, nella nuova sezione dedicata alla Trasparenza, a partire dal 25 luglio 2016. Il Piano citato sostituisce il precedente "*Programma Triennale per la Trasparenza e l'integrità di Rai spA*", in vigore dal 26 novembre 2015. Nella specie, viene superata la figura del Responsabile per la Trasparenza (tale responsabilità era stata affidata al Responsabile per la Prevenzione della Corruzione) e la relativa responsabilità è stata ricondotta al Direttore generale.

In ordine agli obblighi di pubblicazione dei dati relativi ai controlli sull'organizzazione e sull'attività dell'amministrazione, previsti dall'articolo 31 del d.lgs. n. 33 del 2013, l'Ente ha finora pubblicato esclusivamente le relazioni della società di revisione sull'esame dei dati di contabilità separata della Rai S.p.a., ma non anche quelle di questa Corte.

Si raccomanda, per il futuro, di inserire nell'apposita sezione del sito *web* istituzionale, ai sensi del richiamato art. 31, anche i referti di questa Corte dei conti in versione integrale.

Inoltre, nella seduta del 26 gennaio 2016 il CdA ha aggiornato il PTPC per il triennio 2016 - 2018. Le principali modifiche introdotte hanno riguardato il risultato di tre distinte attività: recepimento del Piano Nazionale Anticorruzione, *risk assessment*, analisi degli esiti dei rapporti di audit e delle istruttorie sulle segnalazioni ricevute. Nel corso dell'anno in rassegna sono state effettuate numerose sessioni formative (anche tramite formazione *e-learning*) mirate ad approfondire il tema della prevenzione della corruzione e a far comprendere al personale i contenuti del citato Piano Triennale. Da ultimo, in data 30 gennaio 2018 il CdA ha adottato il PTPC 2018 - 2020, che integra le raccomandazioni in materia di *job posting* interno, formulate dall'Anac con delibera 14 settembre 2016, n. 91⁷.

3.3 Il Codice etico

Il Codice etico aziendale è stato approvato dal Consiglio di amministrazione della RAI nella riunione del 6 agosto 2003 ed ha formato oggetto di specifica informativa nei confronti di tutte le strutture aziendali delle società del Gruppo. Nell'ambito dell'attività di direzione e coordinamento della Capogruppo e al fine di consolidare l'attuazione di processi unitari nel Gruppo Rai, il Codice è stato poi trasmesso anche alle Società controllate che in seguito lo hanno adottato con delibera dei rispettivi Consigli di amministrazione. Il Codice etico regola il complesso di diritti, doveri e responsabilità che la società assume nei confronti di tutti coloro che sono portatori di interessi nei confronti di RAI, con i quali interagisce nell'ambito dello svolgimento delle proprie attività.

Il Consiglio di amministrazione, nella seduta del 27 luglio 2017, unitamente al sopra richiamato adeguamento del Modello 231, ha ritenuto opportuno un aggiornamento del Codice Etico,

⁷ V., in proposito, il successivo paragrafo 5.7 (consulenze).

anche al fine di coordinare le previsioni in esso contenute con quelle del Piano Triennale per la Prevenzione della Corruzione.

Il nucleo del documento tiene conto, tra l'altro, degli obblighi che la società ha assunto con la sottoscrizione del nuovo Contratto Nazionale di Servizio. Prevede, inoltre, la procedura da seguire nel caso in cui le presunte violazioni riguardino il Direttore generale, i componenti dell'organo di amministrazione e i componenti degli organi di controllo/vigilanza di Rai. In relazione ai contenuti sanzionatori del nuovo testo si rileva la loro sostanziale sovrapposibilità con quelli previgenti.

Al fine di verificare l'applicazione e il rispetto del Codice e conseguire il miglioramento continuo dell'etica nell'ambito societario, nel 2004 è stata istituita, a livello di Gruppo, la Commissione stabile per il Codice etico.

Il Codice etico prevede un reciproco scambio di informazioni e dati tra la citata Commissione e l'Organismo di Vigilanza: la Commissione trasmette un flusso informativo verso l'OdV in merito alle segnalazioni ricevute ed una reportistica periodica circa le iniziative assunte sulle segnalazioni e i relativi esiti. L'OdV, d'altro canto, comunica alla Commissione le eventuali violazioni del Codice di cui venisse a conoscenza nell'ambito dell'attività di competenza.

Il Codice etico, inoltre, prevede la trasmissione al Responsabile per la Prevenzione della Corruzione delle segnalazioni ricevute afferenti a profili corruttivi anche solo di natura astratta e relativi esiti.

Nel complesso, nel corso del 2016, si sono tenute 10 riunioni della Commissione e sono state gestite circa 197 comunicazioni da e verso le strutture aziendali in funzione dell'accertamento e della valutazione dei profili etici.

3.4 *Internal auditing*

La Direzione *Internal Audit* svolge compiti finalizzati alla sistematica revisione delle attività delle diverse aree aziendali, attraverso la predisposizione del Piano annuale di audit; collabora, inoltre, all'attività di supporto alla società di certificazione per la revisione legale del bilancio della RAI e delle società controllate. La struttura *Audit* opera sulla base delle Linee di indirizzo approvate dal Consiglio di amministrazione di Rai S.p.A. in data 1° agosto 2013, aggiornate con successive delibere consiliari del 18 dicembre 2014 e 16 luglio 2015.

Gli interventi di *audit* sono finalizzati a fornire *assurance* indipendente ed obiettiva; vengono svolti nelle diverse aree aziendali di Rai S.p.A. e, con riferimento ai principali rischi aziendali di gruppo, nelle società controllate. Gli interventi stessi sono eseguiti in base ad un piano annuale o su richiesta specifica (*audit spot*) del Presidente, del Direttore generale, del Collegio sindacale e dell'Organismo di vigilanza di Rai SpA.

Dal punto di vista organizzativo, la Direzione *Internal Audit* è posta alle dirette dipendenze del Presidente. Per quanto riguarda lo specifico settore di intervento, l'*Internal Audit* predispone periodici *report* informativi destinati al vertice aziendale, al Collegio sindacale e all'Organismo di vigilanza di cui al decreto legislativo n. 231 del 2001, nonché al Responsabile per la Prevenzione della Corruzione (RPC).

Le principali novità intervenute nel Sistema di Controllo Interno e Gestione dei Rischi (SCIGR) di Rai nel 2016 sono relative principalmente ad un aggiornamento del quadro normativo ed organizzativo interno e si inquadrano sostanzialmente in un naturale processo evolutivo volto al costante miglioramento dell'efficacia ed efficienza dello stesso.

La Direzione *Internal Audit* svolge le attività di competenza con riferimento a RAI Spa e alle Società controllate, escluse quelle quotate dotate di un proprio presidio di *Internal Audit*.

Gli eventuali interventi della Capogruppo sulle Società controllate non quotate si inquadrano e sono svolti nell'ambito delle analisi della funzionalità del SCIGR di Gruppo nel suo complesso. In tale ottica la proposta di Piano di *audit* è redatta secondo un procedimento definito "*top-down / risk-based*" che tiene conto dei criteri di rilevanza e di copertura per RAI Spa, anche in quanto Capogruppo, e per le Società controllate con riferimento ai principali rischi di Gruppo. Nel caso di interventi di *Internal Audit* della Capogruppo riguardanti i processi o i sotto processi delle Società controllate, essi possono essere considerati dalla

Controllata come integrativi ma non sostitutivi delle attività di competenza del proprio vertice o propri organi di controllo/vigilanza.

La Direzione *Internal Audit* può attivare interventi di *audit* - per il tramite del Presidente Rai o del Direttore generale - in base a richieste provenienti dal CdA, dagli organi di controllo delle società controllate o dai vertici aziendali delle stesse, se adeguatamente motivate e circostanziate circa i presunti elementi di anomalia del SCIGR.

Le attività di *internal auditing* di competenza delle Società controllate possono essere assicurate da personale della Direzione *Internal Audit* di RAI Spa, in forza di accordi stipulati fra la Capogruppo e le singole Società controllate. Tali attività ricadono nell'ambito delle prerogative proprie delle controllate di riferimento e dei relativi Organi di controllo/vigilanza, a cui competono in via esclusiva la definizione, l'attuazione e il monitoraggio delle conseguenti iniziative di miglioramento.

4. IL GRUPPO RAI

4.1 L'assetto organizzativo del gruppo RAI

Come accennato innanzi, la Rai ha costituito varie società per la cura di specifiche attività, esternalizzando alcune importanti funzioni. La costituzione è avvenuta, prevalentemente, con la partecipazione totalitaria della capogruppo, nella prospettiva di trasferire quote significative a terzi, secondo un disegno originario degli anni novanta dello scorso secolo, ancora non realizzato.

Alla data del 31 dicembre 2016 le società controllate, direttamente o indirettamente, dalla concessionaria, rientranti nell'area di consolidamento, sono quattro: Rai Cinema, Rai Com, Rai Way e Rai Pubblicità⁸.

La partecipazione della Rai al capitale sociale delle imprese controllate è pari al 100 per cento, tranne per Rai Way, società di cui Rai spA detiene il 64,97 per cento del capitale sociale.

Come innanzi ricordato, durante l'esercizio 2016 la percentuale del capitale sociale di Rai Way detenuta da Rai si è ridotta di 0,102 punti percentuali, a seguito dell'attribuzione agli aventi diritto di un *bonus share* per coloro che sono rimasti titolari delle azioni senza soluzione di continuità per 12 mesi dalla data di pagamento (19 dicembre 2014).

In data 1° marzo 2017, Rai Way ha finalizzato un accordo pluriennale per l'esercizio e la manutenzione della rete trasmissiva televisiva e radiofonica del Gruppo Norba, primo operatore locale in Italia per ascolti, attivo da 40 anni come leader nel settore della comunicazione multimediale nel Mezzogiorno. Contestualmente alla finalizzazione dell'accordo, la società ha acquisito da Telenorba l'intero capitale della Società Sud *Engineering* Srl con 30 siti trasmissivi localizzati in Puglia, Basilicata e Molise, funzionali alla prevista attività di ospitalità delle postazioni.

Le partecipazioni di Rai in *joint ventures* sono 2: San Marino RTV SpA e Tivù Srl; quelle in imprese collegate sono 4: Audiradio Srl in liquidazione, Auditel Srl, Euronews - *Société Anonyme* e Tavolo Editori Radio S.rl.

Nel corso del 2016 e nel mese di febbraio 2017, a seguito di un'operazione di ridefinizione della compagine societaria correlata all'entrata di nuovi soci, Rai ha diluito la propria partecipazione

⁸ È inoltre da considerare Rai Corporation, in liquidazione.

nel capitale sociale della società Euronews al 9,66 per cento (dicembre 2016) e successivamente al 3,08 per cento (febbraio 2017).

Ulteriore elemento rilevante dell'esercizio è la costituzione, in data 1° aprile 2016, di Tavolo Editori Radio S.r.l., il cui obiettivo societario risiede nella progettazione e realizzazione di un sistema di ricerche, finalizzato a misurare l'ascolto del mezzo radio e delle emittenti radiofoniche su tutte le piattaforme trasmissive, in attuazione delle linee guida formulate in materia da AgCom e in dialogo con le rappresentanze degli investitori pubblicitari. La società ha avuto nel corso del 2016 un'operatività limitata correlata alla fase di avvio societario. Il capitale sociale è di euro 110 mila euro, ripartito fra editori nazionali (70 per cento, di cui Rai 15,8 per cento) e locali (30 per cento).

Tabella 2- Le partecipazioni della Rai S.p.a. - Valori al 31 dicembre 2016

(in migliaia di euro)

Imprese controllate	Sede Legale	N.azioni/Quote possedute	Valore Nominale in euro	Capitale sociale	Patrimonio netto	Utile/perdita	Quota partecipazione	Valore di carico
Rai Cinema Spa	Roma	38.759.690	5	200.000	287.170	50.061	100%	267.848
Rai Com Spa	Roma	2.000.000	5	10.320	113.109	6.919	100%	107.156
Rai Corporation in liquidazione	New York (USA)	50.000	10	500	69	-3.855	100%	69
Rai Pubblicità Spa	Torino	100.000	100	10.000	29.332	-422	100%	31.082
Rai Way Spa	Roma	176.721.110		70.176	161.534	41.814	64,971% *	506.260
Totale								912.415
Imprese collegate								
Audioradio Srl in liquidazione	Milano	69.660	1	258	-34	162	27%	
Auditel Srl	Milano	99.000	1	300	2.028	-5	33%	669
Euronews SA	Lyon (F)	55.271	15	8.581	23.543	-16.124	9,66%	2.274
San Marino RTV Spa	S. Marino (RSM)	500	516	516	4.109	-89	50%	2.055
Tavolo Editori Radio Srl	Milano	1	17.380	110			15,80%	17
Tivù Srl	Roma	1	482.500	1.002	6.987	1.884	48,16%	3.365
Totale								8.380

Fonte Bilancio Rai

* La quota di partecipazione di Rai diminuisce dal 65,07353 per cento al 64,971 per cento in seguito alla concessione gratuita delle azioni previste in sede di Offerta Pubblica di Vendita

4.2 I Rapporti tra la RAI e le società del gruppo

Per la parte di attività imprenditoriale, la concessionaria svolge i propri compiti istituzionali sulla base di un modello organizzativo caratterizzato dal decentramento di alcune attività presso società controllate. I rapporti con le imprese controllate e collegate sono basati sulle normali contrattazioni negoziate con riferimento ai valori correnti e di mercato.

Nell'ambito dei poteri di intervento di cui alle vigenti disposizioni (art. 2497 del codice civile), la Rai, dopo l'entrata in vigore delle modifiche legislative in materia societaria, ha assunto specifiche iniziative nei confronti delle società del gruppo con riguardo agli atti, alla corrispondenza aziendale e alla acquisizione degli ordini del giorno dei consigli di amministrazione delle società stesse, esercitando attività di indirizzo e coordinamento. I rapporti con le società controllate e collegate sono basati sulle contrattazioni negoziate con riferimento ai valori correnti di mercato. L'intero processo di formazione del *budget* delle società del Gruppo, e più in generale del complessivo ciclo di pianificazione, segue le stesse linee guida previste per le strutture interne della Rai.

Di seguito si riportano gli elementi di sintesi della gestione delle società controllate, nonché i saldi patrimoniali ed economici della concessionaria con le società controllate e collegate.

Tabella 3 - Elementi di sintesi delle società controllate

(in milioni di euro)

	Rai Cinema		Rai Com		Rai Corporation		Rai Pubblicità		Rai Way	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Ricavi	348	354	51,5	57			665,9	706		215,6
Risultato operativo	72,5	75,5	11,8	13,7		-4,1	10,9	4,2		65,6
Risultato dell'esercizio	46,6	50,1	7,2	6,9		-4,1	8	-0,4	38,9	41,8
Risultato complessivo dell'esercizio	46,8	46,8	7,2	6,9		-4,1	8,3	0,6	39	41,2
Patrimonio netto	284	287,2	112,9	113,1	4,1	0,1	37,9	29,3	159,3	161,5
Posizione finanziaria netta	-95	-106,1	90	102,9	4,1	4,1	28,9	22,7	41,6	-9,4
Investimenti	254	262,3	0,5	0,2			1,5	2	30,1	19,5
Organico effettivo (in unità)	134	134	110	100			347	337	623	615

Fonte: Bilancio Rai

Tabella 4 - Costi e ricavi delle società controllate e collegate al 31 dicembre 2016 e 2015
(in migliaia di euro)

	Rai Pubblicità	Rai Cinema	Rai Com	Rai Way	Rai Corporation in liquidazione	Totale controllate	Auditel	Euronews	San Marino Rtv	Tivù	Totale Collegate
Ricavi delle vendite e delle prestazioni											
2016	617.307		63.391	55	-	680.753	-	-	-	512	512
2015	586.774	-18	59.027	44	-	645.827	-	-		487	487
Altri ricavi e proventi											
2016	3.542	4.637	4.254	11.990	-	24.423	-	-	22	45	67
2015	3.261	4.853	6.425	12.661	-	27.200	-	-	17	90	107
Costi per servizi											
2016	114	-	-	-	9	-533.626	-7.440	3	-1681		-9.118
2015	89	-	-9.254	-	2	-522.451	-6.220	1	-1795		-8.014
Costi per il personale											
2016	1.781	1181	906	646		4.514	-		169		169
2015	1.330	962	1.208	428		3.928	-		164		164
Altri costi											
2016			-504			-504	-	-	-	-	-
2015	-35	-9	-358			-402	-	-	-	-	-
Ammortamenti e svalutazioni											
2016	-		-480		-2822	-3302	-	-	-	-	-
2015	-		-8			-8	-	-	-	-	-
Accantonamenti											
2016	-	-					-	-	-	-	-
2015	-	-	129			129	-	-	-	-	-
Proventi finanziari											
2016	8.016	45.644	6.700	25.307		85.667	-	-	3		3
2015	7.915	47.512	6507	21.842		83.776	-	-	3		3
Oneri finanziari											
2016	-94	-4		-14		-112					-
2015	-156	-1	-22	-4		-183					

Fonte: Bilancio Rai

5. LE RISORSE UMANE

5.1 Le risorse umane. La consistenza del personale della società Rai S.p.A.

L'organico aziendale di Rai SpA ha registrato un incremento nell'ultimo anno per 94 unità complessive, passando da 11.676 del 2015 a 11.770 del 2016 (con un aumento percentuale pari a circa lo 0,8 per cento).

Il personale in servizio al 31 dicembre 2016 è composto da 11.030 unità di personale in organico e da 740 unità di personale a tempo determinato.

Come si evince dalla tabella 5, l'aumento delle unità medie ha riguardato il personale a tempo indeterminato che è passato da 10.777 unità del 2015 a 11.030 del 2016, con un aumento di 253 unità medie, che è stato in parte neutralizzato dalla diminuzione del personale con contratto a termine (passato da 899 a 740 unità, con una riduzione di 159 unità medie).

Il numero medio⁹ dei dipendenti della società, ripartito per categoria, è riportato nella tabella seguente.

Tabella 5 - Consistenza media del personale della Rai Spa

Categorie dipendenti	2015	2015	Totale 2015	2016	2016	Totale 2016	Variazione % 2016/2015
	*Personale T. ind.**	*Personale T. det.		*Personale T. ind.**	*Personale T. det.		
Dirigenti***	261	0	261	274	0	274	4,98
Funzionari e Quadri	1.103	2	1.105	1.125		1.125	1,81
Giornalisti	1.621	223	1.844	1.709	117	1.826	-0,98
Impiegati di produzione, addetti alle riprese; tecnici, operai	7.663	671	8.334	7.795	619	8.414	0,96
Professori d'orchestra e altro personale	121	3	124	119	4	121	-2,42
Medici ambulatori	8	0	8	8		8	0
Totale	10.777	899	11.676	11.030	740	11.770	0,81

Fonte Bilancio Rai

*numero unità medie.

**di cui contratti di apprendistato

*** il dato include le figure apicali assunte con contratto a t.d.

⁹ Il numero medio dei dipendenti è calcolato come media aritmetica della consistenza giornaliera nel periodo considerato, ponderata in relazione all'impiego a tempo parziale del dipendente. Il numero medio dei dipendenti include il personale con contratto a tempo indeterminato e determinato

Nel prospetto che segue è indicata la consistenza media del personale delle società del Gruppo Rai, posta a confronto con quella di Rai Spa.

Tabella 6 - Consistenza media del personale del Gruppo Rai e Rai spa

Società	2015 T. indet.	2015 T. det.	Totale 2015	2016 T. indet.	2016 T. det.	Totale 2016	Variazione% 2016/2015 T. indetermin.	Variazione% 2016/2015 T. determ.	Totale
Rai Spa	10.777	899	11.676	11.030	740	11.770	2,3	-17,7	2,3
Altre Società	1.168	73	1.241	1.190	50	1.240	1,9	-31,5	-18,7
Totale Gruppo	11.945	972	12.917	12.220	790	13.010	2,3	-18,7	0,7

Fonte Rai

L'andamento dell'organico medio registra un aumento di 93 unità rispetto al 2015.

5.2 Le cessazioni ed assunzioni del personale della società Rai

Nel corso del 2016 la movimentazione del personale in organico ha registrato, come su accennato, 211 cessazioni, di cui 30 per raggiungimento dei requisiti pensionistici, 46 per incentivazione all'esodo, 6 per mobilità infragruppo, 94 per dimissioni, oltre le uscite ad altro titolo (circa 35).

Nella tabella che segue si evidenzia l'andamento delle cessazioni dell'ultimo biennio di Rai S.p.a.

Tabella 7 - Andamento delle cessazioni

CESSAZIONI	2015	2016
per incentivazione all'esodo	33	46
per mobilità infragruppo	13	6
per raggiungimento requisiti pensionistici	51	30
per dimissioni	45	94
per altro titolo	48	35
TOTALE	190	211

Fonte RAI

Nel 2016 la Rai ha fatto fronte alle criticità di organico rappresentate dalle varie direzioni come effetto del naturale *turn over* delle unità in servizio, mediante iniziative di razionalizzazione delle risorse, nonché interventi di mobilità interna, di riconversione di profili professionali e di valorizzazione del personale reintegrato a seguito di sentenza del giudice del lavoro.

Inoltre, è proseguito il percorso di stabilizzazione del personale a tempo determinato del bacino di reperimento professionale disciplinato dall'accordo del 29 luglio 2011, anticipando al mese di dicembre 2016 le assunzioni previste entro marzo 2017, in applicazione degli accordi sindacali che erano stati stipulati nel corso del 2013¹⁰, al fine di beneficiare dell'esonero contributivo previsto dalla normativa all'epoca vigente.

Nella tabella che segue è stato evidenziato l'andamento delle assunzioni dell'ultimo biennio di Rai S.p.a.

Tabella 8 - Andamento delle assunzioni a T.I.

	2015	2016	Variazione % 2016/2015
Assunzioni a tempo indeterminato	490	460	-6,12
Stabilizzazione precari	383	312	-18,54
Reintegri obbligatori da causa	23	29	26,09
Mobilità infragruppo	24	27	12,50
Totale	920	828	-10,00

Fonte RAI

5.3 Il contenzioso in materia di lavoro di Rai S.p.A.

Il numero complessivo di controversie di lavoro pendenti al 31 dicembre 2016 è pari a 747.

Le controversie di lavoro rientrano per lo più in due specifiche categorie: la prima è costituita da richieste di reintegrazioni in servizio e assunzioni a tempo indeterminato, questioni relative a contratti a tempo determinato, contratti di lavoro autonomo, interposizioni di manodopera (230 cause); la seconda è costituita da controversie riguardanti rivendicazioni economiche, tra cui controversie per responsabilità solidale dell'appaltatore (229 cause).

Inoltre vi è una terza categoria (56 cause) in cui la Rai è parte attiva, in opposizione a decreti ingiuntivi o precetti di pagamento relativi a somme derivanti da vicende giuslavoristiche, ed

¹⁰ Protocollo di intesa del 4 luglio 2013 e verbale di incontro del 17 dicembre 2013

una quarta categoria (62 cause) che riguarda il riconoscimento di inquadramenti e qualifiche superiori.

Il costo medio per spese legali di ciascuna controversia di lavoro è stato, nell'anno 2016, pari ad euro 4.763,05 per soccombenza ed euro 4.702,39 per incarichi a studi legali esterni (il dato si riferisce al costo dell'intero giudizio).

I costi annuali derivanti da soccombenza nel contenzioso del lavoro, sempre con riferimento al 2016, sono stati pari ad euro 800.191,90. Il valore indicato è considerato secondo un esclusivo criterio di cassa, indipendentemente dall'imputazione di ogni singolo pagamento a fondo o onere dell'esercizio.

Sono state sottoscritte convenzioni con dodici studi legali esterni che disciplinano in dettaglio le modalità di svolgimento degli incarichi, prevedendo che gli onorari siano predeterminati in base al valore del procedimento. L'adozione di tali convenzioni ha comportato per la Rai un risparmio nell'esercizio 2016, quanto ai giudizi giuslavoristici, di euro 1.439.546,70.

Tali convenzioni prevedono inoltre, che in caso di definizione della controversia a seguito di transazione, il legale esterno abbia diritto a un compenso specifico ulteriore rispetto a quello dovuto per le fasi di attività espletate.

L'onere complessivo del contenzioso è imputato nel conto economico al fondo rischi, mediante specifici accantonamenti annuali. Il fondo, poi, è riconsiderato periodicamente in relazione alle prospettive di futura soccombenza e al complessivo numero dei giudizi in cui è coinvolta la società.

Nell'ottica di prevenire o ridurre l'entità del contenzioso giuslavoristico, la società ha proceduto alla sottoscrizione di 46 verbali di transazione in sede sindacale, così da chiudere 25 giudizi pendenti e prevenire 21 potenziali controversie. Inoltre, è stato dato supporto alla Direzione Affari Legali e Societari per la definizione in sede giudiziale di 40 posizioni, valutando le condizioni transattive di ciascun ricorrente. Si è poi proceduto a formalizzare 45 transazioni cautelative con altrettanti lavoratori incentivati all'esodo (definendo contestualmente un giudizio pendente e tre rivendicazioni stragiudiziali), nonché a dare esecuzione definitiva (per la maggior parte con ricostruzione di carriera) a 35 sentenze passate in giudicato, per evitare ulteriori ricorsi sul *quantum*.

Per quel che riguarda la gestione dei procedimenti disciplinari, sulla base delle istruttorie effettuate, l'azienda ha ritenuto di procedere disciplinarmente in oltre 60 casi, irrogando 68

sanzioni disciplinari, di cui 6 licenziamenti, mentre si annoverano quasi 40 procedimenti ancora in corso al 31 dicembre 2016.

Sono stati, inoltre, definiti i 36 procedimenti disciplinari pendenti al 31 dicembre 2015, di cui 4 con l'irrogazione del licenziamento.

Nel corso del 2017, la società ha proceduto alla sottoscrizione di 39 verbali di transazione in sede sindacale, così da chiudere 22 giudizi pendenti e prevenire 17 potenziali controversie. Inoltre, è stato dato supporto per la definizione in sede giudiziale di 43 posizioni, valutando le condizioni transattive di ciascun ricorrente. Sono state inoltre formalizzate 116 transazioni cautelative, definendo contestualmente 6 giudizi pendenti e tre rivendicazioni stragiudiziali, ed è stata data esecuzione a 33 sentenze passate in giudicato.

Tabella 9 - Contenzioso lavoro

Anni di riferimento	2014	2015	2016
Numero dei giudizi pendenti al primo gennaio	1.161	979	879
Giudizi definiti nell'anno tra quelli pendenti al primo gennaio (1)	(328)	(261)	(290)
Giudizi aperti nell'anno	146	161	158
Numero giudizi pendenti al 31 dicembre	979	879	747
(1) di cui favorevoli alla RAI	128	89	144
(1) di cui sfavorevoli alla RAI	65	64	62
(1) transazioni e/o conciliazioni	135	108	84

Fonte Rai

La tabella sopra riportata evidenzia, nel triennio, una tendenza alla riduzione della mole di controversie in materia giuslavoristica; in particolare nel 2016 si è registrata una diminuzione di 132 cause rispetto all'anno precedente. Il numero di giudizi definiti è stato pari nel 2016 a 290 controversie. Le transazioni e conciliazioni, relative prevalentemente a controversie volte a conseguire la stabilizzazione del rapporto di lavoro o il riconoscimento di qualifiche superiori, nel 2016 hanno raggiunto la soglia di n. 84.

La tendenza agli esiti favorevoli per la società registrata già nel 2014 (n. 128), con particolare riferimento alle istanze giudiziali di migliore inquadramento, riconoscimento di qualifiche superiori o reintegro mansioni e di risarcimento danni, è stata confermata nel 2015 (n. 89) e prosegue, incrementandosi, nell'anno in rassegna (n. 144).

Le sentenze in cui la società è rimasta soccombente (n. 62) evidenziano un ulteriore decremento rispetto al 2015 (n. 64). Il numero di cause per reintegrazioni in servizio ed assunzioni (ivi ricomprese le tipologie relative al lavoro autonomo ed alle interposizioni di manodopera, in aumento rispetto alle impugnative dei contratti a termine) rappresenta meno della metà del contenzioso del lavoro.

Nel prospetto che segue sono riportati i dati sul costo del contenzioso, posto a raffronto con quello del personale, relativamente al periodo 2011 - 2016.

Tabella 10- Costi del contenzioso al periodo 2011 -2016

(in migliaia di euro)

Incidenza costo contenzioso/costo personale											
Anni di riferimento	2011	2012	Variatz % 2012/2011	2013	Variatz % 2013/2012	2014	Variatz % 2014/2013	2015	Variatz % 2015/2014	2016	Variatz % 2016/2015
a) Costo del contenzioso da lavoro	10.451	7.349	-29,7	11.852	61,3	9.260	-21,9	12.742	37,6	5.303	-58,4
b) Costo del personale (*)	935.248	922.623	-1,3	905.753	-1,8	913.812	N.A.	888.250	-2,8	928.176	4,5
Incidenza (a/b)	1,10%	0,80%	-	1,30%	-	1,00%	-	1,40%	-	0,60%	-

(*) I dati del costo del personale degli esercizi 2011, 2012 e 2013, essendo riferiti a bilanci redatti in conformità con i principi contabili nazionali OIC, scontano le disomogeneità di raffronto con i dati degli esercizi 2014, 2015 e 2016, predisposti in conformità ai principi contabili internazionali IFRS.

Fonte Rai

5.4 Costo del personale di Rai S.p.A.

Il costo del personale della Rai per l'anno 2016 è passato a 928.176.000 euro rispetto a 888.279.000 euro del 2015. Questa crescita è in parte ascrivibile a poste di carattere straordinario, tra le quali la più significativa è quella relativa alle incentivazioni all'esodo.

Il piano di incentivazioni risponde alla scelta strategica della società, di un graduale ringiovanimento della forza-lavoro.

Nella tabella che segue sono indicate le componenti del costo del lavoro del personale subordinato della società Rai negli ultimi due anni.

Tabella 11 - Costo del personale Rai Spa

(in migliaia di euro)

	2015	2016	Variazione % 2016/2015
Salari e stipendi	649.714	680.631	5
Oneri sociali	187.620	187.083	0
TFR	39.571	40.269	2
Trattamenti di quiescenza e simili	12.308	13.004	6
Altri	18.209	10.160	-44
Costi del personale	907.422	931.147	3
Oneri incentivazione all'esodo	6.301	21.546	242
Recuperi di spesa	-4.829	-5.382	11
Costi del personale capitalizzati	-17.561	-13.331	-24
Altri costi del personale	-16.089	2.833	-118
Sopravvenienze e rilasci di fondi	-3.054	-5.804	90
Totali	888.279	928.176	4

Fonte Bilancio Rai

5.5 Costo del personale del gruppo Rai

L'andamento del costo del lavoro del Gruppo evidenzia dinamiche di crescita analoghe alla Capogruppo, come risulta dalla tabella che segue.

Tabella 12 - Costo del personale del Gruppo Rai*(in milioni di euro)*

	2015	2016	Variazione % 2016/2015
Salari e stipendi	713,8	747,1	5
Oneri sociali	206,3	206,1	0
TFR	43,8	44,5	2
Trattamenti di quiescenza e simili	14,0	14,8	6
Altri	19,5	15,0	-23
Costi del personale	997,4	1.027,5	3
Oneri incentivazione all'esodo	8,1	28,4	251
Recuperi di spesa	-0,8	-1,0	25
Costi del personale capitalizzati	-22,0	-17,1	-22
Altri costi del personale	-14,7	10,3	-170
Sopravvenienze e rilasci di fondi	-5,7	-6,1	7
Totali	977,0	1.031,7	6

Fonte Bilancio Rai

Nella tabella sottostante si riporta invece l'articolazione del costo del lavoro per singola società.

Tabella 13- Costo del personale Gruppo Rai per singole società*(in milioni di euro)*

	Esercizio 2015	Esercizio 2016	Variazione % 2016/2015
Rai	888,3	928,2	4,5
Rai Cinema	9,6	9,9	3,1
Rai Com	7,2	8,5	18,1
Rai Pubblicità	21,9	25,2	15,1
Rai Way	47,6	53,2	11,8
Rai Corporation		3,5	
Rettifiche di Consolidamento	2,4	3,2	33,3
Totale	977,0	1031,7	5,6

Fonte RAI

5.6 Numero e costo dei dirigenti

Il numero medio dei dirigenti, il costo complessivo e quello medio unitario sono rappresentati, per il triennio 2014-2016 nella seguente tabella.

Tabella 14 - Dirigenti Rai e gruppo Rai (Numero medio, Costo complessivo, Costo medio unitario) - 2015-2016

A) Dirigenti Rai Spa

Anno	Numero Medio	Costo *	Costo Medio
2015	261	57.074.314	218.680
2016	274	62.511.395	228.140

B) Dirigenti Gruppo Rai

Anno	Numero Medio	Costo *	Costo Medio
2015	324	69.519.766	214.570
2016	343	77.575.716	226.170

**Costo aziendale calcolato sulla base degli esborsi dell'anno solare al netto di somme pagate a titolo di cause, incentivazioni all'esodo, preavviso, diarie e benefit.*

Fonte RAI

Il costo del personale dirigente della società nel 2016 è stato pari a euro 62.511.395 (77.575.716 euro per il gruppo), a fronte di un contingente medio di 274 unità (343 per il gruppo).

Il costo medio unitario di 228.140 euro è risultato superiore a quello registrato nel 2015 (218.680 euro).

Analogo andamento è rilevabile con riferimento al costo medio unitario per dirigente del gruppo Rai (226.170 euro nel 2016 a fronte di 214.570 dell'anno precedente)

5.7 Le consulenze

Nel 2016 la Direzione risorse umane e organizzazione ha stipulato, per conto delle Direzioni di *Staff*, 89 contratti di consulenza, per una spesa di circa 1.129.000 euro.

Rispetto all'anno precedente, il numero dei contratti è diminuito in termini quantitativi (da 124 a 89 pari a 35 contratti in meno) mentre il costo complessivo si è ridotto di circa 570.000 euro, passando da 1.700.000 euro a circa 1.129.000.

In relazione alla vicenda di assunzioni di *manager* dall'esterno, l'Autorità Nazionale Anticorruzione, che ha ricevuto una denuncia dell'Unione Sindacale Giornalisti Rai, ha emesso nei confronti dell'azienda la delibera n. 961 del 14.9.2016, con cui ha contestato, per molteplici posizioni, il mancato ricorso al *job posting* interno. Con riferimento ad una posizione specifica (quella relativa ad un professionista esterno, assunto e nominato responsabile della Direzione "Security & Safety"), l'Anac, nella medesima delibera, ha anche rilevato la sussistenza di un conflitto di interessi tra la persona selezionata e la società che ne ha curato la selezione.

All'esito della Delibera dell'Anac e dei successivi ulteriori approfondimenti interni, il CdA di Rai SpA ha apportato talune modifiche al proprio Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione, introducendo un protocollo sulle assunzioni, recante indicazioni procedurali specifiche e quindi criteri più restrittivi per le assunzioni dall'esterno rispetto al precedente Piano.

Il professionista coinvolto nella vicenda che ha originato la delibera Anac ha, successivamente, rassegnato le proprie dimissioni con lettera del 31 luglio 2017.

5.8 Il limite ai compensi

La legge 26 ottobre 2016, n. 198, di riforma dell'editoria, all'articolo 9, comma 1-ter, ha stabilito che *"Il limite massimo retributivo di 240.000 euro annui, di cui all'articolo 13, comma 1, del decreto legge 24 aprile 2014, n. 66, convertito, con modificazioni, dalla legge 23 giugno 2014, n. 89, si applica rispettivamente agli amministratori, al personale dipendente, ai collaboratori e ai consulenti del soggetto affidatario della concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, la cui prestazione professionale non sia stabilita da tariffe regolamentate"*.

In proposito, l'Azienda ha chiesto supporto interpretativo al MEF sulle modalità e limiti applicativi del predetto limite di 240.000 euro, in particolare con riferimento ai contratti di collaborazione e consulenza di natura artistica; il Ministero ha chiesto a sua volta un parere all'Avvocatura generale dello Stato. Nelle more della risposta da parte del Ministero azionista, il CdA Rai, nella seduta del 23 febbraio 2017, ha deliberato di conferire mandato al Direttore generale di procedere all'applicazione del limite a far data dal successivo mese di aprile.

Il MEF, con nota del 20 aprile, ha ritenuto condivisibile il parere dell'Avvocatura dello Stato, nel frattempo acquisito, confermando la *"piena legittimità della tesi che non include nel perimetro di applicazione del limite i contratti caratterizzati da prestazioni di natura artistica"*, a condizione che

la Rai adotti un piano organico per definire a priori i criteri e i parametri per la corretta e chiara individuazione dei citati contratti con prestazioni di natura artistica, dei meccanismi di determinazione della loro retribuzione e del loro valore in relazione agli obiettivi del piano editoriale.

L'applicazione *tout court* del tetto retributivo alle prestazioni artistiche, a parere dell'Avvocatura dello Stato suscita infatti perplessità per i seguenti motivi:

- tenore letterale delle disposizioni applicabili (art. 49 del d.lgs. 177/2005, art. 13, comma 1, d.l. 24 aprile 2014, n. 66, art. 3, comma 44, l. 24 dicembre 2007, n. 244);
- inquadramento sistematico della norma: si richiama, a tal fine, tanto la legge n. 220/2015 dove, ai fini della pubblicazione dei compensi, viene fatta una netta distinzione tra i contratti di natura artistica e tutte le altre collaborazioni, quanto la segnalazione AS/716 del 7 luglio 2010, con cui l'AGCM ha espressamente escluso l'obbligo di pubblicare i compensi degli artisti, conduttori, ospiti e opinionisti, per evitare distorsioni sul mercato di riferimento, in cui opera la Rai in regime concorrenziale.

Di qui la necessità, evidenziata dallo stesso parere, di distinguere per la Rai le prestazioni di "servizio pubblico universale" (finanziato dal canone e libero dalle regole della concorrenza) dai "servizi di valore aggiunto", che hanno la loro principale fonte di finanziamento nella raccolta pubblicitaria e sono svolti in regime di concorrenza. Così argomentando, sempre secondo il parere ministeriale, "le prestazioni di natura artistica non graverebbero sui proventi del canone, bensì, siccome funzionali alle attività svolte dalla RAI in regime di concorrenza, sulle diverse entrate della stessa".

Alla luce di quanto esposto il Consiglio di amministrazione Rai, riunitosi il 16 giugno 2017, ha approvato la delibera riguardante il "Piano organico di criteri e parametri per l'individuazione e la remunerazione dei contratti con prestazioni di natura artistica".

Il punto di partenza del Piano organico è la Contabilità separata, ai sensi della quale nell'Aggregato "A" confluiscono costi e ricavi relativi all'attività tipicamente di servizio pubblico; nell'aggregato "B" rientrano invece i costi ed i ricavi della programmazione non predeterminata nel TUSMAR o nel Contratto di servizio, ma ritenuta comunque rientrante nella missione di servizio pubblico, nonché costi e ricavi relativi ad altre attività commerciali svolte dalla Rai.

Ciò posto, il tetto si applica ai programmi dell'Aggregato "A", salvo le seguenti esclusioni, di natura:

- qualitativa (figure professionali predeterminate le cui prestazioni professionali hanno particolari caratteristiche di natura artistica rispetto al preminente interesse di Servizio Pubblico);
- a "valore aggiunto" (attrattività pubblicitaria/generazione di introiti commerciali accessori, tali da garantire una percentuale dei costi complessivi coperti da pubblicità).

Il tetto non si applica invece ai programmi dell'Aggregato "B", se i costi del programma sono coperti in misura significativa da introiti pubblicitari. Il documento precisa che *"possono considerarsi di natura artistica le prestazioni in grado di offrire intrattenimento generalista oppure di creare o aggiungere valore editoriale in termini di elaborazione del racconto nelle sue diverse declinazioni, in maniera coerente all'obiettivo generale di servizio pubblico"* (intrattenimento, sport, musica, scienza, sapere, spettacolo, ecc.). E' prevista comunque una riduzione dei compensi degli artisti in misura almeno pari al 10%, percentuale che andrà ad aumentare progressivamente con il salire degli importi.

I limiti di remunerazione sono ritenuti omnicomprensivi da un punto di vista retributivo (e quindi incorporano anche il valore dell'eventuale esclusiva e di eventuali opzioni eventualmente concesse), ma non contemplano eventuali corrispettivi relativi alla cessione dei diritti di immagine e di autore, in quanto non aventi natura retributiva.

Il piano prevede infine, nelle disposizioni finali, che nell'ottica di un prioritario interesse aziendale sono previsti eventuali casi eccezionali di deroga, *"adeguatamente motivata in atti da parte del Direttore Generale, su indicazione del direttore editoriale competente"*.

Di recente, la questione del limite remunerativo si è posta con riferimento ad una trasmissione il cui presentatore (nonché autore e co-produttore) ha ricevuto un compenso notevolmente superiore al limite normativo; a seguito di un esposto - denuncia in proposito, l'ANAC ha emesso la delibera n. 173 del 21 febbraio 2018.

6. L'ATTIVITÀ CONTRATTUALE

6.1 I contratti Rai

Rai, in quanto organismo di diritto pubblico, è soggetta - come innanzi accennato - alla disciplina del Codice dei contratti pubblici, d.lgs. 18 aprile 2016, n. 50 e succ. mod.

Sotto l'aspetto dell'applicabilità di tale Codice, gli acquisti del Gruppo sono costituiti da tre categorie di contratti: i *contratti "esclusi"* (i principali contratti esclusi sono quelli relativi al settore radiotelevisivo) e i *contratti "necessari"*, aventi ad oggetto lavori, servizi e forniture collegati, connessi o funzionali ai contratti del settore radiotelevisivo e di importo inferiore alla soglia comunitaria, di cui all'art. 49-ter del TUSMAR (introdotto dalla legge n. 220/2015), per i quali non si applicano le disposizioni del Codice, ma solamente i principi generali previsti all'art. 4 del Codice medesimo, come declinati nelle Istruzioni interne¹¹; i *contratti del "settore ordinario"* (tutti gli altri acquisti), integralmente soggetti alle norme del Codice.

Un'ulteriore classificazione dei contratti stipulati dal Gruppo riguarda, invece, l'oggetto del contratto stesso e identifica le diverse categorie di contratti tipiche del *business*, come quelli relativi alle risorse per la produzione televisiva, quelli per l'acquisto di diritti (*fiction*, cinema, sport) e i contratti di beni e servizi dedicati al settore radiotelevisivo.

L'attività contrattuale dell'anno 2016 si riassume nella seguente tabella¹².

¹¹ L'ultimo aggiornamento delle Istruzioni interne è stato approvato dal Consiglio di amministrazione Rai il 27 luglio 2017.

¹² Sono esclusi i contratti non perfezionati nel sistema SAP (Systems, Applications and Products in data processing; si tratta del sistema informativo aziendale per la gestione di tutti i processi - vendite, acquisti, gestione magazzino, contabilità etc. - tramite software che permettono di ottimizzare la gestione delle varie attività, intervenendo sui costi, sui tempi e sugli investimenti).

Sono esclusi gli appalti attuativi di accordi e le applicazioni di contratti e convenzioni

Tabella 15- Lavori, servizi e forniture. Contratti RAI stipulati nel 2016 e nel 2015¹³

Funzione ¹⁴	Direzione	2015		2016	
		Numero contratti ¹⁵	Importo contratti ¹⁶	Numero contratti ¹⁷	Importo contratti ¹⁸
DCA	Acquisti	10.220	563.336.445	9.846	624.015.242
DCA	Risorse TV	992	295.752.584	1.005	310.886.963
DCA	Diritti Sportivi	234	202.484.306	310	110.432.024
DCA	Coordinament o Sedi Regionali ed Estere	3.072	18.311.176	2.880	18.811.129
DCA	Asset Immobiliari e Servizi	14	1.196.951	292	4.893.868
DCA	Comunicazion e e relazioni esterne	520	5.253.728	209	3.097.632
DCA	Radio	269	2.414.136	314	2.555.473
DCA	Creativa			105	1.109.156
Totale		15.321	1.088.749.326	14.961	1.075.801.487
DR	Direzioni Richiedenti	13.937	6.664.221	12.709	6.258.082
Totale		29.258	1.095.413.547	27.670	1.082.059.569

Fonte Rai

Base del sistema delle procedure in tema di contratti è l'Albo dei fornitori, il cui scopo precipuo è quello di costituire il bacino dal quale, prioritariamente, selezionare gli operatori da invitare alle procedure selettive o negoziate nei casi previsti dal Codice dei contratti e dalle Istruzioni interne. Il regolamento definisce in maniera più puntuale i dati necessari ai fini dell'iscrizione nell'Albo, i requisiti generali di idoneità professionale e speciali richiesti, i presupposti e il procedimento di sospensione e cancellazione.

¹³ Si precisa che i dati forniti:

- considerano l'importo originario del contratto (i dati economici non riflettono variazioni successive alla data di stipula dei contratti);
- non riportano i dati relativi agli appalti attuativi di accordi quadro e alle applicazioni di contratti e convenzioni.

Si segnala, altresì, che:

- per l'anno 2015 i dati forniti sono stati elaborati in data 04.09.2018;
- per l'anno 2016 i dati forniti sono quelli già trasmessi nel 2017 (estratti in data 26.12.2017);
- eventuali, minime differenze con i dati riportati nel bilancio sociale RAI, novità redazionale per RAI, si spiegano principalmente con: i) possibile annullamento di contratti emessi; ii) differenti modalità di reporting dei contratti da parte delle singole DCA.

¹⁴ DCA - Direzione competente all'acquisto; DR - Direzione Richiedente

¹⁵ Dato aggiornato al 4 settembre 2018

¹⁶ Dato aggiornato al 4 settembre 2018

¹⁷ Dato aggiornato al 26 dicembre 2017

¹⁸ Dato aggiornato al 4 settembre 2018

Ogni società del Gruppo effettua poi autonomamente le operazioni di selezione e verifica dei propri fornitori, anche se il processo e i principi che la guidano sono ispirati a quelli adottati da Rai S.p.A.

Le Istruzioni interne disciplinano, oltre ai processi di affidamento, requisiti e procedure di selezione dei fornitori.

Inoltre, a partire dal 2016 la Rai ha attivato ed adottato progressivamente la Piattaforma Telematica per gli acquisti (gestita dalla competente Direzione acquisti) per eseguire in modalità digitale le proprie procedure di affidamento, con la dematerializzazione dell'*iter* di gara. Dal 2017 la piattaforma viene utilizzata anche per la gestione telematica dell'Albo fornitori, con particolare riferimento alla fase di iscrizione.

La procedura di iscrizione degli operatori economici all'Albo Fornitori è articolata nelle seguenti fasi:

- presentazione da parte degli operatori economici delle autodichiarazioni previste nella domanda di iscrizione¹⁹;
- valutazione delle autodichiarazioni (analisi di completezza e correttezza delle informazioni rese);
- istruttoria della pratica di iscrizione;
- iscrizione.

Durante il procedimento di iscrizione, l'ufficio dell'Albo fornitori effettua verifiche circa il possesso di requisiti generali (es. interrogazione Casellario ANAC, Comunicazione antimafia, il Documento unico di regolarità contributiva - DURC, ecc.), nonché sull'assetto proprietario e sui rischi della controparte.

C'è poi una fase di controllo anche durante l'esecuzione del contratto. Tra le forme di controllo da parte di Rai rilevano clausole relative alle verifiche in corso d'opera sulla esecuzione dei contratti (cd. monitoraggio), l'acquisizione di documentazione a sostegno della correttezza retributiva e contributiva e la rendicontazione dei costi a fine produzione (con diritto per Rai alla restituzione di eventuali risparmi conseguiti dal Produttore).

Di seguito verranno analizzate le seguenti categorie di contratti, ritenute significative perché rappresentative del *core business* del Gruppo: i contratti per l'acquisto di beni e servizi dedicati

¹⁹ Con tale documentazione essi forniscono una serie di informazioni riguardanti l'azienda e alcuni punti critici in materia di conflitti di interesse, infiltrazioni mafiose e finanziamento al terrorismo e accettano esplicitamente il Regolamento Albo Rai, il Codice Etico Rai, il MOGC 231 e il P.T.P.C. Rai

al settore radiotelevisivo (curati dalla Direzione Acquisti), i contratti relativi alle risorse per la produzione televisiva (curati dalla competente Direzione Risorse Televisive), quelli relativi all'acquisto di diritti sportivi (curati dalla Direzione Diritti Sportivi) e quelli relativi agli acquisti di diritti cinema e serie televisive di produzione internazionale (curati da Rai Cinema).

6.2 I contratti per l'acquisto di beni e servizi

L'acquisto di beni e servizi dedicati al settore radiotelevisivo riguarda l'acquisizione di infrastrutture e servizi a supporto delle attività di competenza di Produzione TV. Fra questi sono presenti i beni tecnici necessari per l'allestimento delle produzioni televisive, nonché tutti i servizi di supporto alla realizzazione tecnica dei programmi quali, ad esempio, servizi di postproduzione, servizi di grafica, servizi di allestimento scenografico, servizi di riprese, altri servizi.

In questo ambito ricadono sia i contratti ordinari, mediante cui vengono acquisiti la maggior parte dei "beni tecnici" di produzione (categorie merceologiche "bianche" presenti nel Regolamento dell'Albo Fornitori), sia i contratti necessari (categorie merceologiche "gialle" presenti nel Regolamento dell'Albo Fornitori), sia infine i contratti esclusi mediante cui si acquisiscono tutti i cd. servizi di produzione (categorie merceologiche "verdi" presenti nel regolamento dell'Albo Fornitori).

Nel 2016 la Direzione Acquisti ha concluso 9.845 contratti per un importo di 624.421,115 euro. I fornitori italiani sono stati 2.112, il 93 per cento del totale. Di seguito un dettaglio dei contratti suddivisi per categoria merceologica.

Tabella 16 - Contratti suddivisi per categoria merceologica

Aggregato Merceologico	Anno 2015		Anno 2016	
	Numero contratti	Importo	Numero contratti	Importo
Forniture e servizi tecnologici	1.167	289.249.707	1.122	350.324.420
Lavori e servizi immobiliari	523	31.116.215	526	29.416.565
Forniture e servizi per la produzione radiotelevisiva	6.462	84.707.305	6.006	102.069.076
Forniture e servizi di funzionamento	2.068	158.263.217	2.192	142.205.182
TOTALE	10.220	563.336.444	9.846	624.015.243

Fonte Rai

6.3 I contratti per la produzione televisiva

L'attività contrattuale per le risorse televisive riguarda lo sviluppo, la produzione, la coproduzione, l'acquisto di programmi televisivi, su necessario impulso delle Strutture editoriali (Reti TV generaliste e tematiche, *Fiction*, Testate giornalistiche).

I contratti relativi all'area televisiva, come in precedenza evidenziato, sono esclusi dall'applicazione del Codice dei contratti pubblici.

L'art.4 del Codice contratti impone peraltro (in linea con il precedente Codice di cui all'abrogato d.lgs. n. 163/2006 e succ. mod.) il rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità, anche per i contratti esclusi.

La controparte dei contratti di competenza della Direzione risorse televisive è costituita, in via quasi totalitaria, da "Produttori indipendenti", come definiti dal recente d.lgs. 7 dicembre 2017 n. 204, che si inserisce nell'ampio quadro normativo di riferimento per la Rai. Si intendono tali "(...) gli operatori di comunicazione europei che svolgono attività di produzioni audiovisive e che non sono controllati da, ovvero collegati a, fornitori di servizi media audiovisivi soggetti alla giurisdizione italiana e, alternativamente: 1) per un periodo di tre anni non destinino più del 90 per cento della propria produzione ad un solo fornitore di servizi media audiovisivi; ovvero 2) sono titolari di diritti secondari".

Il Contratto di Servizio prevede delle importanti quote minime di investimento e programmazione in opere europee realizzate da Produttori indipendenti, al fine di favorire una sana ed effettiva crescita di questi ultimi soggetti.

Sempre con riferimento ai contratti "esclusi" in questione, nelle citate Istruzioni interne vengono dettagliatamente definite le ragioni che giustificano il ricorso alla trattativa diretta,

limitando dunque la discrezionalità della Direzione richiedente e riaffermando il favore per le procedure ad evidenza pubblica.

Altri aspetti di diretta rilevanza nell'attività negoziale in esame sono la tracciabilità dei flussi finanziari, l'utilizzo di contratti *standard* e la trasparenza e pubblicità.

Con riferimento al primo profilo, nel corso del 2017, a seguito della delibera ANAC pubblicata l'11 luglio 2017 sono stati posti in essere, per tutte le tipologie contrattuali, gli adempimenti in materia di tracciabilità dei flussi finanziari, con particolare riferimento alla acquisizione del CIG (art. 3, c. 5, D.Lgs. n. 50/2016) e conseguente indicazione negli strumenti di pagamento (bonifico bancario) oltre che direttamente sugli atti negoziali, in modo che l'operatore economico possa rispettare gli obblighi verso la propria "filiera delle imprese" (eventuali subcontraenti/subappaltatori).

Per quel che riguarda i contratti *standard*, comprendenti Condizioni generali di contratto, essi sono in uso da molto tempo in Rai. L'ultimo aggiornamento delle suddette Condizioni generali è stato approvato dal CdA nel luglio 2017²⁰.

Per quanto riguarda infine il rispetto del principio di trasparenza e pubblicità, in coerenza con le previsioni della legge di riforma Rai (art.49, comma 10, d.lgs.177/2005) e in linea con le esigenze di riservatezza legate alla concorrenza nel settore radiotelevisivo, è stata disposta la pubblicazione del dato aggregato relativo agli investimenti annui previsti nei contratti "esclusi" disciplinati nelle Istruzioni interne. Più in generale, viene garantita dalle Istruzioni la tracciabilità dei processi e delle singole attività previste, ai fini della ricostruibilità della correttezza gestionale.

Una menzione speciale è necessaria per la particolare procedura di valutazione economica dei contratti con le figure artistiche (ad es. autori, registi, conduttori, consulenti) inserite nei contratti di appalto e coproduzione per il genere "intrattenimento". Tale procedura è finalizzata a pervenire a valutazioni economiche quanto più affidabili nel contesto dato di un mercato, come quello televisivo, difficilmente oggettivabile, poiché si tratta di una materia nella quale non sono previsti minimi sindacali o tariffe stabilite e, anzi, nel settore, connotato

²⁰ Per i soli contratti con alcuni particolari operatori economici, e qualora l'operazione stessa sia valutabile a basso rischio, è possibile non ricorrere ai modelli contrattuali Rai con l'assenza di una espressa clausola relativa a Codice Etico e MOGC, ferma tuttavia restando l'espressione di assenso ai principi generali in essi contenuti da parte dei terzi contraenti.

da una forte competizione, vige un alto tasso di riservatezza sui compensi corrisposti agli artisti e, più in generale, ai personaggi che partecipano ai programmi televisivi.

Fermo restando che l'individuazione delle figure "artistiche" cui affidare ruoli e incarichi in programmi televisivi di intrattenimento è una scelta di carattere prettamente editoriale che fa esclusivamente capo alla Rete competente, la trattativa per la definizione economica dei contratti *de quo* avviene principalmente secondo i seguenti criteri di massima:

- precedenti contratti già stipulati ovvero riferendosi a professionalità di analogo livello e notorietà;
- qualità e quantità dell'impegno previsto;
- importanza del programma nel palinsesto del canale televisivo che lo trasmette;
- eccezionalità ed urgenza della prestazione;
- rilevanza o strategicità della partecipazione ai fini del successo del programma.

Di seguito i dati riguardanti le principali categorie di contratti per la produzione televisiva.

Tabella 17- Contratti stipulati dalla direzione Risorse televisive nel 2015 e 2016

A) Numero di contratti stipulati dalla direzione Risorse televisive nell'anno suddivisi per tipologia (n.)²¹

	2015	2016
Tipologia contrattuale	N. contratti	N. contratti
Appalti e coproduzioni	133	112
Acquisti	855	891
Totale complessivo	988	1.003

Fonte Rai

²¹ Al totale dei contratti vanno aggiunti gli Accordi Quadro, 4 per il 2015 e 2 per il 2016. Sono esclusi gli appalti attuativi di accordi e le applicazioni di contratti e convenzioni

B) Numero di contratti stipulati dalla direzione Risorse Televisive nell'anno suddivisi per genere
(n.)²²

	2015	2016
Genere	N. contratti	N. contratti
Fiction	84	64
Cartoni	20	18
Intrattenimento	884	921
Totale complessivo	988	1.003

Fonte Rai

C) Numero di contratti stipulati dalla direzione Risorse Televisive nell'anno suddivisi per editore
(n.)²³

	2015	2016
Editore	N. contratti	N. contratti
Canale Uno	176	234
Canale Due	67	72
Canale Tre	353	322
Direzione Rai Fiction	103	82
Divisione Gestione Rai	84	92
Rai 4	5	2
Rai Cultura	48	37
Generi e Altre Testate	125	117
Rai Ragazzi	5	4
Rai Gold	7	29
Rai Teche	3	5
Rai World	9	6
Rai Expo DG	3	1
Totale complessivo	988	1.003

Fonte Rai

6.4 I contratti per i diritti sportivi

La Direzione diritti sportivi acquista i diritti sportivi per tutte le piattaforme Rai. In tale ambito, negozia e stipula i contratti per il Gruppo, mediante trattativa diretta con le controparti internazionali e nazionali titolari dei diritti, ovvero mediante partecipazione - direttamente o per mezzo dell'Unione Europea di Radiodiffusione (U.E.R.) - ai bandi di gara indetti dalle Federazioni o Leghe.

²² Al totale dei contratti vanno aggiunti gli Accordi Quadro; 4 per il 2015 e 2 per il 2016. Sono esclusi gli appalti attuativi di accordi e le applicazioni di contratti e convenzioni

²³ Al totale dei contratti vanno aggiunti gli Accordi Quadro; 4 per il 2015 e 2 per il 2016. Sono esclusi gli appalti attuativi di accordi e le applicazioni di contratti e convenzioni

Alla stessa Direzione competono anche gli ordinativi di *facilities* collegate ai contratti, nonché l'acquisto, retrocessione e scambio di diritti di cronaca.

Il processo di acquisto si articola in alcune fasi preliminari: la ricognizione sul mercato; il confronto per la verifica dell'interesse; l'analisi degli ascolti e dei ricavi attesi; la verifica di impegno tecnico/produttivo; la verifica di *budget*. Successivamente si avviano le negoziazioni o la formulazione dell'offerta nelle aste e quindi ha luogo la formalizzazione contrattuale.

La negoziazione dei grandi eventi, ovvero dei campionati nazionali delle discipline principali è normalmente di medio/lungo periodo. Possono tuttavia verificarsi esigenze di acquisti svolti in prossimità dell'evento per specifiche esigenze editoriali.

Nella valutazione del valore dei diritti sportivi occorre tener conto dei costi di produzione, spesso a carico del titolare dei diritti, nonché dei costi di trasmissione e ricezione segnale, quasi sempre a carico del *broadcaster*.

Si riportano di seguito i dati sul numero e il valore complessivo dei contratti firmati nel 2016 e sul numero dei fornitori, più della metà dei quali (circa il 57 per cento) hanno nazionalità italiana.

Tabella 18 - Valore complessivo contratti in diritti conclusi dalla Direzione diritti sportivi negli anni 2015 e 2016

Tipologia	Anno 2015		Anno 2016	
	N. contratti	Importo totale	N. contratti	Importo totale
Diritti sportivi ²⁴	191	196.031.688	152	104.669.718
Facilities	4	1.686.664	52	2.636.033
Accessi ai segnali	1	570.000	7	2.366.160
News access	37	152.929	96	339.657
Totale	233	198.441.281	307	110.011.568

Fonte Rai

6.5 I contratti di Rai Cinema

Nell'ambito delle attività svolte da Rai Cinema, per "fornitori di diritti" si intendono sia i produttori indipendenti italiani di opere audiovisive sia le società nazionali ed internazionali di distribuzione e commercializzazione di diritti. In relazione agli obblighi di investimento previsti dal quadro normativo nazionale; Rai Cinema è infatti chiamata ad investire in sviluppo, produzione, preacquisto e promozione (anche nell'ambito dei principali festival e rassegne cinematografiche nazionali ed internazionali) di opere cinematografiche di espressione originale italiana.

Sul versante dell'approvvigionamento del prodotto utile alla trasmissione televisiva, Rai Cinema per conto di Rai S.p.A. investe nella acquisizione, sui mercati nazionali e internazionali, di diritti relativi ad opere cinematografiche e audiovisive (film, serie, miniserie, TV Movie, film documentari, ecc.), in linea con i fabbisogni specifici e le richieste di Reti e Canali. Dell'acquisto fanno parte anche i prodotti internazionali che partecipano alla

²⁴ Gli acquisti della Direzione Diritti Sportivi riguardano distinte tipologie e sono tutti infungibili per loro natura:

- Diritti sportivi audiovisivi: sono acquisiti dal titolare in esclusiva del diritto. I contratti sono affidati dalla RAI mediante trattativa diretta con le controparti nazionali ed internazionali titolari dei diritti, ovvero mediante partecipazione, in qualità di concorrente, ai bandi di gara indetti dalle Federazioni o Leghe Sportive. In taluni casi RAI aderisce ai bandi indetti dalle Federazioni o Leghe Sportive tramite offerte collettive in sede UER.
- Facilities (forniture/servizi tecnici): sono collegate ai contratti di acquisto del relativo diritto sportivo (es: tramite rate card allegato o richiamato nel contratto diritti) ed acquisite - a prezzi fissi e non negoziabili - dal medesimo titolare del diritto sportivo e/o dall'Host Broadcaster e/o dall'Organizzatore dell'evento.
- News access: è acquisito dal titolare in esclusiva dei diritti (ossia dal titolare originario dei diritti audiovisivi o dal singolo broadcaster acquirente i diritti nazionali).
- Accessi ai segnali: si tratta di ordini interni SAP emessi per consentire il pagamento degli accessi ai segnali TV (ad esempio del Campionato di Calcio Serie A e B e della Tim Cup) per la trasmissione dell'evento. Tali segnali sono forniti da soggetto infungibile coincidente con medesimo titolare del diritto sportivo e/o con l'Organizzatore dell'evento (es: Lega Calcio). Le condizioni economiche (tariffario non negoziabile) sono già predeterminate nei Bandi di gara e/o nel contratto di acquisto del diritto sportivo (es. rate card)

formazione del listino di distribuzione cinematografica *01 Distribution*, a completamento dell'offerta italiana di produzione.

In tale contesto, Rai Cinema è fortemente esposta sul mercato, operando in concorrenza con operatori di primissimo piano ed avendo, peraltro, la responsabilità di presidiare il mercato cinematografico e la relativa filiera commerciale, anche per la valorizzazione delle opere cinematografiche italiane, cui il Gruppo Rai è chiamato a contribuire.

Tabella 19- Valore complessivo e numero dei contratti in diritti stipulati da Rai Cinema nell'anno 2016

Aggregato merceologico	Anno 2015		Anno 2016	
	N. contratti	Importo contratti	N. contratti	Importo contratti
Film, Fiction e Cartoni	135	86.148.824,76	122	155.606.184,29
Cinema e documentari	110	58.132.507,00	185	76.544.879,02
Totale complessivo	245	144.281.331,76	307	232.151.063,31

Fonte Rai

I contratti in questione, considerati gli attuali modelli di intervento di Rai Cinema, sono da quest'ultima negoziati e perfezionati esclusivamente con i soggetti titolari - o loro aventi causa - dei diritti sulle opere e i progetti produttivi selezionati.

Nei mercati di acquisto dei diritti (che interessano non solo Rai Cinema, ma anche le già citate Direzioni delle Risorse Televisive e dei Diritti Sportivi) si sono evidenziati profondi cambiamenti. In particolare, si rileva una maggiore complessità connessa alla crescente numerosità ed articolazione dei canali di sfruttamento dei contenuti/ diritti.

Va in proposito tenuto presente che i mercati di riferimento nel settore stanno rapidamente evolvendo, sotto vari profili e per diversi fattori, tra i quali si segnalano sinteticamente:

- *Free TV*: maggiore articolazione e complessità dei palinsesti, incremento della concorrenza, con correlata pressione competitiva anche sulle reti generaliste e sul loro accresciuto fabbisogno di prodotto (in particolare, ma non solo, per la prima serata), sviluppo di nuove modalità di fruizione, ecc.;

- *Pay-TV*: segmento importante per la valorizzazione del prodotto, ma con dinamiche concorrenziali in via di sviluppo; al riguardo si rileva la progressiva concorrenza tra operatori satellitari tradizionali e operatori Over The Top (OTT);
- Nuove piattaforme e nuovi modelli di ricavo, in un contesto di forte competizione da parte di operatori *web* (iTunes, Google, Chili, Sony, Microsoft, Telecom Italia, Netflix, Amazon), che hanno avviato importanti investimenti nella produzione di serie TV e film.

7. IL CONTENZIOSO

La consistenza e gli oneri del contenzioso relativi al periodo d'interesse sono sintetizzati nella seguente tabella, che espone i dati relativi a tutto il contenzioso.

Si rammenta che del contenzioso in materia di lavoro si è già trattato approfonditamente nel paragrafo 5.3.

Tabella 20 - Analisi contenzioso

ANALISI CONTENZIOSO				
<i>Anni di riferimento</i>		2014	2015	2016
Contenzioso di Rai Spa	Numero dei giudizi pendenti all'1 gennaio			
	- per cause civili e amministrative	815	788	770
	- per cause di lavoro	1.161	979	879
	Totale giudizi pendenti all'1 gennaio	1.976	1.767	1.649
	Giudizi definiti nell'anno tra quelli pendenti all'1 gennaio (1)	(435)	(386)	(399)
	Nuovi giudizi aperti nell'anno	226	268	235
	Numero dei giudizi pendenti al 31 dicembre per cause civili, amministrative e di lavoro	1.767	1.649	1.485
	(1) di cui favorevoli a RAI ^(a)	196	162	193
	(1) di cui sfavorevoli a RAI	89	88	74
	Fondo controversie legali ^(b) Consistenza all'1 gennaio	100.500	94.000	69.000
	Utilizzo del fondo	(18.354)	(26.700)	(12.940)
	Rilascio del fondo a conto economico	(2.514)	(12.580)	(3.589)
	Spesa imputata per accantonamento al fondo	13.168	14.280	15.529
	Apporto da operazioni straordinarie (c)	1.200	-	-
Consistenza del fondo al 31 dicembre	94.000	69.000	68.000	
Contenzioso del lavoro di Rai Spa	di cui derivanti da rapporti di lavoro:			
	Numero dei giudizi pendenti all'1 gennaio per cause di lavoro	1.161	979	879
	Giudizi definiti nell'anno tra quelli pendenti all'1 gennaio (1)	(328)	(261)	(290)
	Nuovi giudizi aperti nell'anno	146	161	158
	Numero dei giudizi pendenti al 31 dicembre per cause di lavoro	979	879	747
	(1) di cui favorevoli a RAI	128	89	144
	(1) di cui sfavorevoli a RAI	65	64	62
	(1) di cui conciliazioni o transazioni	135	108	84
	Fondo controversie legali relativo a soccombenza in cause di lavoro - Consistenza all'1 gennaio	30.000	27.000	27.000
	Utilizzo del fondo	(12.490)	(12.742)	(9.303)
	Rilascio del fondo a conto economico	-	-	-
Spesa imputata per accantonamento al fondo	9.260	12.742	5.303	
Apporto da operazioni straordinarie (c)	230	-	-	
Consistenza del fondo al 31 dicembre	27.000	27.000	23.000	
(a) Incluse 11 cause amministrative concluse con decreto di perenzione.				
(b) Nel fondo sono rilevate le stime degli oneri derivanti da soccombenze in cause civili, amministrative e di lavoro instaurate verso l'azienda, nonché gli oneri per spese legali e giudiziarie.				
(c) Acquisizione ramo internet da Rai Net e fusione Rai World.				

Fonte Rai

La tabella sopra riportata evidenzia nel 2016 un calo delle controversie pendenti rispetto al 2015 (da n. 1649 a n. 1485), anche a seguito del decremento del volume delle nuove controversie avviate nel 2016 (235) rispetto al 2015 (268).

Nel prospetto sono anche riportati: l'entità dell'apposito fondo rischi all'inizio di ciascun esercizio, l'importo utilizzato durante il periodo di riferimento, la misura delle integrazioni e la loro consistenza al termine dell'esercizio stesso. Al conto economico di ciascun esercizio viene imputata, come costo del contenzioso in generale, la quota accantonata, nell'ipotesi in cui ciò sia necessario per integrare il fondo.

Il contenzioso civile di Rai concerne, in massima parte, controversie afferenti richieste risarcitorie per asserite lesioni della reputazione e della riservatezza di terzi, a seguito della messa in onda di programmi radiotelevisivi riconducibili al palinsesto di Rete o di Testata. Sono inoltre pendenti, in misura minore, giudizi riguardanti la pretesa violazione di diritti d'autore di terzi da parte di Rai.

In ambito amministrativo numerose sono le controversie con emittenti private che rivendicano frequenze o negano di interferire con le trasmissioni della Rai effettuate attraverso gli impianti di Rai Way. Altra parte delle controversie trae origine dalle procedure di appalto indette dalla società per l'approvvigionamento di lavori, servizi e forniture. Nei giudizi promossi dalla stessa Rai particolare rilevanza assumono quelli per l'annullamento di sanzioni amministrative irrogate dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni nell'esercizio dei poteri di vigilanza ad essa assegnati. Si devono segnalare, infine, un ricorso che la concessionaria ha presentato contro il Ministero dello sviluppo economico avverso la riduzione di 150 milioni di euro, a valere sulle somme spettanti ai sensi della legge 23 dicembre 1999, n. 488 originate dal pagamento del canone radiotelevisivo, derivante dall'applicazione dell'articolo 21 del decreto legge 24 aprile 2014, n. 66, convertito con modificazioni dalla legge 23 giugno 2014, n. 89, e i ricorsi proposti sempre contro il MiSE per la mancata determinazione del canone secondo i parametri stabiliti dalla legge.

8. IL SERVIZIO PUBBLICO RADIOTELEVISIVO ED IL CONTRATTO DI SERVIZIO

8.1 La definizione normativa del servizio pubblico radiotelevisivo

Come già più volte ricordato nei precedenti referti, il servizio pubblico generale radiotelevisivo è definito dal legislatore all'articolo 2, comma 1, lettera h) della legge 3 maggio 2004, n. 112, secondo cui è *“servizio pubblico generale radiotelevisivo il pubblico servizio esercitato su concessione nel settore radiotelevisivo mediante la complessiva programmazione, anche non informativa, della società concessionaria, secondo le modalità e nei limiti indicati dalla presente legge e dalle altre norme di riferimento”*. L'articolo 18, comma 3, della citata legge prescrive che la misura del canone radiotelevisivo debba essere tale da consentire alla concessionaria di coprire i costi (anno per anno) che prevedibilmente verranno sostenuti *“per adempiere gli specifici obblighi di servizio pubblico generale radiotelevisivo”*. Con la medesima legge n.112/2004 è stata rilasciata alla Rai la concessione del servizio pubblico radiotelevisivo per la durata di anni 12, a decorrere dalla data di entrata in vigore della legge stessa.

Alla Rai è dunque affidato in esclusiva il servizio pubblico di diffusione di programmi radiofonici e televisivi, con qualsiasi mezzo tecnico.

L'articolo 45, comma 1 del TUSMAR dispone che il servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale è affidato per concessione a una società per azioni, che lo svolge sulla base di un contratto nazionale di servizio stipulato con il MiSE, previa delibera del Consiglio dei ministri, e di contratti di servizio regionali (provinciali per le province autonome di Trento e di Bolzano), con i quali sono individuati i diritti e gli obblighi della società concessionaria. I contratti in questione sono rinnovati ogni cinque anni, nel quadro della concessione che riconosce alla Rai -Radiotelevisione italiana Spa il ruolo di gestore del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale. Tale ultima disposizione è confermata dal successivo articolo 49, comma 1, che affida *ex lege* in concessione alla Rai il servizio pubblico generale radiotelevisivo sino alla data del 6 maggio 2016, termine successivamente prorogato fino al 30

aprile 2017²⁵. Infine, con dPCM del 28 aprile 2017, come innanzi evidenziato²⁶, la Rai SpA è diventata concessionaria in esclusiva del servizio.

L'articolo 1 della legge di riforma n. 220 del 2015, innovando l'articolo 45 del TUSMAR, ha poi sostituito l'espressione "*servizio pubblico generale radiotelevisivo*" con la locuzione "*servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale*". Si tratta di un ampliamento del concetto di servizio pubblico, che impone alla concessionaria di aggiornare il perimetro del servizio tradizionalmente inteso, tenendo conto delle diverse piattaforme tecnologiche esistenti e dei mutamenti intervenuti.

La medesima legge 220/2015, all'articolo 5, comma 5, affida al Ministero dello sviluppo economico, in vista dell'affidamento della concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, l'avvio di una consultazione pubblica sugli obblighi del servizio medesimo, con garanzia della più ampia partecipazione.

Le modalità di attuazione dei compiti del servizio pubblico generale sono demandate, poi, ad un contratto di servizio nazionale e a contratti di servizio regionali (provinciali per Trento e Bolzano) che la Rai stipula con il MiSE, ogni cinque anni. Il contratto, che deve conformarsi alla delibera a tal fine predisposta dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni d'intesa con il MiSE, sulla base della normativa comunitaria e nazionale, fissa le singole attività che la concessionaria è tenuta a svolgere.

Sotto il profilo finanziario, l'articolo 47, comma 3, del TUSMAR prescrive che la misura del canone radiotelevisivo debba essere tale da consentire alla concessionaria di coprire i costi che prevedibilmente verranno sostenuti "*per adempiere gli specifici obblighi di servizio pubblico generale radiotelevisivo*".

La Rai è anche titolare di attività commerciali, che generano costi e ricavi non attinenti allo svolgimento del servizio pubblico.

Per verificare, in concreto, che il finanziamento pubblico non sovvenzioni le attività di mercato, l'Unione europea ha imposto la tenuta di una contabilità separata; tale previsione è stata recepita dal legislatore nazionale nell'articolo 18 della legge n. 112 del 2004, il cui contenuto è stato riprodotto nel predetto articolo 47 del TUSMAR.

²⁵ Più in particolare, l'articolo 216, comma 24 del decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50, ha prorogato il su detto termine fino al 31 ottobre dello stesso anno; la legge 26 ottobre 2016, n. 198 (art. 9) ha portato il precedente termine al 31 gennaio 2017 e, da ultimo, l'art. 6, comma 3 del c.d. "*decreto milleproroghe*" (D.L. 30 dicembre 2016, n. 244, convertito dalla Legge 27 febbraio 2017, n. 19) lo ha definitivamente fissato al 30 aprile 2017.

²⁶ Cfr. il paragrafo 1.2.

Nell'attuale assetto lo Stato esercita, dunque, contemporaneamente, vari tipi di intervento pubblico: uno connesso alla posizione di concedente del servizio pubblico (chiamato a disciplinare l'attività della concessionaria); uno derivante dalla partecipazione pubblica al capitale della società, quale proprietario di maggioranza dell'impresa (che gli consente di esercitare tutti i diritti previsti dal codice civile); un altro, infine, quale titolare e responsabile di fronte all'Unione europea di poteri di regolamentazione del mercato, da assolvere con imparzialità nel rispetto della normativa nazionale e di quella europea.

Si tratta, in effetti, di una pluralità di ruoli di difficile armonizzazione, in quanto, per un verso, lo Stato deve provvedere alla cura degli interessi pubblici tra i quali la garanzia di un servizio pubblico adeguato, il rispetto dei vincoli di bilancio, la politica di limitazione della spesa; sotto altro profilo è suo interesse, quale azionista dominante, che le società detenute nel gruppo siano in grado di sostenere i costi produttivi, ottenendo tempestivamente le contribuzioni ed i finanziamenti, ivi compresi quelli di derivazione pubblica loro spettanti - alla stregua degli impegni normativi o contrattuali - anche per evitare il ricorso all'indebitamento.

In sintesi, ferma restando la riferibilità al *management* Rai dei risultati del gruppo, risulta innegabile - come già evidenziato nel precedente referto di questa Corte - l'interdipendenza con l'esercizio delle attribuzioni statali nello specifico settore di intervento.

8.2 Il contratto di servizio vigente nel 2016

Il contratto di servizio 2010-2012, ancora vigente nel periodo di riferimento della presente relazione, è stato deliberato dal Consiglio di amministrazione nella seduta del 3 febbraio 2011; il 6 aprile 2011 è stato sottoscritto dal Ministro dello Sviluppo economico e pubblicato nella G.U.²⁷.

Il contratto in esame individua la missione del servizio pubblico, precisando che la stessa consiste nel garantire all'utenza un'ampia gamma di programmazione e un'offerta di trasmissioni equilibrate e di ampio genere; accentua, inoltre, la necessità di una effettiva trasparenza nella destinazione e utilizzazione dei finanziamenti percepiti attraverso il canone e del miglioramento della qualità oggettiva (tecnologica e di contenuti) e della qualità percepita dal pubblico. Nel processo di passaggio alla tecnologia digitale, l'accordo di servizio obbliga

²⁷ Da evidenziare che il contratto di servizio relativo al triennio 2013-2015 non è mai stato stipulato, nonostante fosse stato approvato dalla Commissione parlamentare di vigilanza il 7 maggio 2014.

la concessionaria ad attuare la conversione delle reti al nuovo sistema secondo i tempi e le modalità indicate dal Ministero dello sviluppo economico, all'ampliamento anche ai nuovi canali digitali del perimetro per la definizione dell'offerta predeterminata di servizio pubblico, con un incremento della quota minima dal sessantacinque al settanta per cento. Il contratto di servizio impone, altresì, lo sviluppo di due canali tematici specifici dedicati ai minori, distinti in relazione alla loro età, scolare e prescolare.

Prevede il contratto che l'azienda possa svolgere, nell'ambito del proprio mercato di riferimento, attività commerciali inclusa l'offerta a pagamento in regime di concorrenza, assicurando che le stesse attività siano sviluppate direttamente, o attraverso società controllate e, comunque, con modalità organizzative che evitino il finanziamento incrociato, anche parziale, di risorse pubbliche.

Le regole sulla trasparenza impongono la pubblicazione sul sito *web* della società degli stipendi lordi percepiti dai dipendenti e collaboratori, nonché delle informazioni sui costi della programmazione di servizio pubblico, anche tramite il mezzo televisivo e radiofonico, eventualmente con un rinvio allo stesso sito *web* nei titoli di coda.

Questa Corte, nella propria precedente relazione, aveva evidenziato che *“dal precedente contratto di servizio non era possibile dedurre né l'entità del costo complessivo dei servizi che la società concessionaria si è impegnata a svolgere nell'arco del triennio di riferimento, né l'entità dell'integrazione dell'entrata proveniente dal canone di abbonamento ritenuta necessaria per garantire la completa copertura dei costi derivanti dal contratto stesso”*; il contratto 2010/2012 ha introdotto clausole di salvaguardia che consentono alla concessionaria di proporre al MiSE le opportune modifiche, nel caso di significative alterazioni nel rapporto tra costi e ricavi di servizio pubblico. Il Ministero, inoltre, si è impegnato ad individuare, con il coinvolgimento delle amministrazioni competenti, le più efficaci metodologie di contrasto all'evasione del canone radiotelevisivo, proponendo le opportune iniziative legislative e adottando le necessarie misure amministrative.

Tale ultima tematica è stata (almeno in parte) superata dall'entrata in vigore del nuovo sistema di riscossione del canone, di cui all'art. 1, comma 153 e segg. della legge 28 dicembre 2015, n. 208 (legge di stabilità per il 2016) e si pone oggi in termini diversi dal passato. Anche sulla disciplina del contratto di servizio, l'articolo 1 della legge n. 220 del 2015 ha – come innanzi accennato – introdotto significative novità, consistenti non solo nella durata stabilita in cinque

anni, ma anche nella procedura di definizione che contempla, prima della sottoscrizione da parte del MiSE, apposita delibera del Consiglio dei ministri.

Nel contratto è stato anche rafforzato il ruolo della Commissione paritetica Ministero-RAI, avente il compito di definire le più efficaci modalità operative di applicazione, di sviluppo delle attività e degli obblighi previsti nel contratto.

Nel contratto di servizio, infine, le parti si sono impegnate a procedere, nel periodo della relativa vigenza, sulla base delle segnalazioni e delle proposte della commissione paritetica o di evidenze desumibili dalla contabilità separata, alla revisione del contratto, al fine di ripristinare le più corrette modalità di esercizio del servizio, laddove il rapporto di proporzionalità e di adeguatezza tra missione e costi del servizio pubblico e relativo finanziamento, risulti significativamente alterato.

8.3 Attuazione del contratto di servizio nel 2016

1. **Offerta TV:** l'articolo 9, comma 1, prevede che *“Le reti generaliste terrestri (Raiuno, Raidue, Raitre) riserveranno, tra le ore 6 e le ore 24, non meno del 70 per cento della programmazione annuale ai generi predeterminati ... e la terza rete non meno dell'80 per cento ... Le reti semigeneraliste e tematiche riserveranno almeno il 70 per cento della loro complessiva programmazione annuale ai generi predeterminati”*.

Si riepilogano nella tabella seguente i risultati conseguiti.

Tabella 21- Offerta Tv

(ore/percentuale)

	Obbligo	2014	2015	2016
Raiuno, Raidue, Raitre	70%	71,25%	70,87%	73,00%
Raitre	80%	87,67%	92,49%	87,21%
Offerta semigeneralista/tematica	70%	85,91%	85,54%	85,54%

Fonte Rai

2. **Offerta Radio Frequenze:** l'articolo 10, comma 2, prevede che *“La Rai è tenuta a destinare ai generi predeterminati di seguito indicati non meno del 70 per cento dell'offerta annuale di*

programmazione dei canali nazionali Radio Uno e Radio Due e non meno del 90 per cento di Radio Tre". Si riepilogano nella tabella seguente i risultati conseguiti.

Tabella 22 - Offerta RF

(ore/percentuale)

	Obbligo	2014	2015	2016
Radiouno, Radiodue	70%	85,33%	85,06%	82,71%
Radiotre	90%	98,29%	98,38%	98,33%

Fonte Rai

3. **Offerta multimediale:** l'articolo 11, comma 1, richiede alla Rai di *"incrementare ed aggiornare il servizio offerto sui propri portali al fine di estendere, anche sviluppando e producendo contenuti ad hoc, l'attuale produzione di contenuti personalizzati per Internet. L'azienda si impegna altresì a dare crescente visibilità all'offerta di specifici contenuti, con particolare riferimento a quelli radiotelevisivi"*.

Per quanto riguarda più specificamente il 2016, si mette in evidenza lo sviluppo della piattaforma multimediale Rai Play. Essa consente agli utenti di accedere, oltre che ai 14 canali in diretta, ad un catalogo costantemente aggiornato (e personalizzabile, grazie alla registrazione) di programmi, serie, fiction, film, documentari e concerti, fruibili in modalità gratuita su *tablet, smartphone* e pc sia *online* che *offline*. Tra le varie iniziative sviluppate, si ricorda a titolo esemplificativo la *app* per gli Europei di calcio e le Olimpiadi.

8.4 La nuova concessione e il contratto di servizio 2018 - 2022

L'attuale concessione, di durata decennale a decorrere dal 30 aprile 2017, è stata approvata come detto con d.p.c.m. 28 aprile 2017. Essa stabilisce, in particolare, che la concessione avrà durata decennale e che il contratto di servizio sarà stipulato ogni 5 anni e potrà definire durata e ambito dei diritti di sfruttamento radiofonico e televisivo negoziabili dalla società concessionaria.

Con il d.p.c.m. viene pertanto concesso in esclusiva alla Rai S.p.a. l'esercizio del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale per una durata decennale a decorrere dal 1° maggio 2017 e viene approvato lo schema di convenzione, che individua, a sua volta, le condizioni e le modalità di detto esercizio.

La concessione comprende la diffusione dei programmi tramite digitale terrestre e tutte le altre piattaforme distributive. L'azione della Rai deve rispettare principi di completezza, obiettività, indipendenza, imparzialità e pluralismo, promuovendo le pari opportunità tra uomini e donne e assicurando il rigoroso rispetto della dignità della persona, nonché della deontologia professionale dei giornalisti.

Nel nuovo testo, in cui si fa riferimento per la prima volta, oltre ai programmi radiofonici e televisivi anche al cd. servizio pubblico multimediale, si stabiliscono alcuni importanti principi quali:

- a) la richiesta alla società concessionaria di realizzare un piano editoriale coerente con la missione e gli obblighi del servizio pubblico radiotelevisivo che può prevedere la rimodulazione del numero dei canali non generalisti con l'obiettivo di perseguire efficientamento, riduzione dei costi, valorizzazione delle risorse interne;
- b) la previsione della necessità di garantire un uso più efficiente delle risorse, attraverso un piano di riorganizzazione dell'informazione che può prevedere anche la ridefinizione del numero delle testate giornalistiche ed il rispetto del divieto assoluto di utilizzare metodologie e tecniche capaci di manipolare in maniera non riconoscibile allo spettatore il contenuto delle informazioni.

Ai fini della determinazione dei costi sulla cui base è parametrato annualmente il canone di abbonamento, si prevede che l'AGCOM ed il MiSE, ciascuno per le rispettive competenze, verifichino annualmente la realizzazione degli obiettivi di efficientamento e razionalizzazione indicati nel contratto nazionale di servizio, l'attuazione del piano editoriale, il rispetto delle norme in materia di affollamento pubblicitario, nonché la distribuzione fra i canali trasmissivi dei messaggi pubblicitari e la corretta imputazione dei costi da parte della società concessionaria.

In base alla nuova Convenzione, inoltre, il bilancio della concessionaria deve prevedere una contabilità separata per i ricavi derivanti dal gettito del canone e gli oneri sostenuti nell'anno solare precedente per la fornitura del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale

rispetto ai ricavi delle attività svolte in regime di concorrenza. Tale contabilità separata è soggetta a controllo da parte di una società di revisione.

È fatto infine divieto alla società concessionaria di utilizzare, direttamente o indirettamente, i ricavi derivanti dal canone per finanziare attività non inerenti al servizio pubblico generale radiotelevisivo²⁸.

Nella Gazzetta Ufficiale n. 55 del 7 marzo 2018 è stato pubblicato il nuovo Contratto nazionale di servizio tra il Ministero e la Società, per il quinquennio 2018-2022. A seguito della pubblicazione, il predetto Contratto di servizio è divenuto efficace a far data dall'8 marzo 2018.

Di seguito, in estrema sintesi, le principali novità del Contratto nazionale medesimo:

- Estensione del perimetro della missione di servizio pubblico affidata a Rai, da radiofonico e televisivo ora anche multimediale, in parallelo con il processo di trasformazione in *media company*. Si tratta di un compito di rilievo, collegato con la missione di favorire l'alfabetizzazione digitale del Paese;
- ampliamento al 100 per cento della popolazione del segnale, con l'obiettivo di fare arrivare l'offerta del servizio pubblico a tutti gli italiani;
- rafforzamento degli impegni verso le persone con disabilità, attraverso misure quali:
 - l'incremento dal 70 all'85 per cento della quota di programmazione da sottotitolare;
 - l'estensione progressiva degli impegni anche sui canali tematici;
 - l'introduzione dell'obbligo di audiodescrivere almeno i tre quarti dei film, delle *fiction* e dei prodotti audiovisivi di prima serata avviando forme di sperimentazione agli altri generi;
- impegno a favorire la crescita del sistema audiovisivo italiano, attraverso la definizione di investimenti specifici verso i produttori indipendenti e lo sviluppo di *format* originali;
- sviluppo di un nuovo canale in lingua inglese con il quale, sul modello dei principali servizi pubblici europei, si vuole sviluppare una offerta attrattiva per gli stranieri interessati a conoscere il nostro Paese;
- trasparenza e immediatezza nella comunicazione delle attività svolte e dei risultati ottenuti, con la definizione di meccanismi di separazione contabile in grado di mettere chiaramente in evidenza ai cittadini dove e come viene utilizzato il loro canone;

²⁸ Sul testo di concessione approvato in via preliminare dal CdM la Corte dei conti è stata sentita in audizione presso la Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi il 24 maggio 2017.

- individuazione degli interventi per ampliare la tutela delle minoranze linguistiche da quelle storiche (previste dalla legge n. 103 del 1975), a quelle introdotte dalla Convenzione (friulano e sardo), a quelle stabilite nella legge n. 482 del 1999;
- sviluppo di un nuovo canale istituzionale, per avvicinare i cittadini ai temi del funzionamento dei vari organismi (non solo il Parlamento e il Governo, ma anche quelli europei, la Presidenza della Repubblica, le Autorità, la Corte dei conti, ecc.) e per accrescerne il senso di partecipazione.

8.5 Sanzioni AgCom

Notevole rilievo assumono i poteri intestati dal TUSMAR all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM), ai fini di rendere effettiva l’osservanza dei principi generali in materia di informazione e di ulteriori compiti di pubblico servizio nel settore radiotelevisivo, nei programmi di informazione e di propaganda, e le competenze attribuite dalle leggi 6 agosto 1990, n. 223, 14 novembre 1995, n. 481 e 31 luglio 1997, n. 249. Nell’esercizio delle proprie funzioni l’Autorità ha irrogato alla Rai le seguenti sanzioni:

- Delibera AGCOM 55/17/CSP del 30 marzo 2017: sanzione pecuniaria (pari ad euro 75.000) per la violazione dell’art. 34, comma 2 del d.lgs. 177/2005²⁹ per la diffusione in data 24 settembre 2016 del telefilm “Squadra speciale Lipsia”. In particolare, l’Autorità ha ravvisato che le scene contestate, diffuse in fascia oraria protetta e più volte riproposte, non fossero idonee alla visione di un pubblico di minori in quanto presentavano contenuti volgari, violenti, particolarmente impressionanti.
- Delibera AGCOM 171/17/CSP del 27 luglio 2017: sanzione pecuniaria (pari ad euro 15.493,50) per la violazione dell’articolo 37, comma 2, del d.lgs. n. 177/2005 e dell’articolo 4 comma 5 della delibera n. 538/01/CSP per l’inserimento, nel corso della partita di calcio Roma- Cesena trasmessa su Rai 2 del 1 febbraio 2017, di due mini *spot* che avrebbero causato la perdita di alcune azioni di gioco.
- Delibera AGCOM 171/17/CSP del 27 luglio 2017: sanzione pecuniaria (pari ad euro 50.000,00) per la violazione del paragrafo 3.1 del Codice di autoregolamentazione media e

²⁹ In relazione alle disposizioni di cui al paragrafo 3.1. del Codice di autoregolamentazione Media e Minori.

minori e dell'articolo 24, comma 2, del d.lgs. 31 luglio 2005, n. 177, in relazione alla puntata del programma "Parliamone Sabato" del 18 marzo 2017. Al riguardo, l'autorità ha ritenuto che nell'ambito del dibattito contestato è emersa un'immagine della donna intrisa di pregiudizi offensivi della dignità della persona, veicolando un immaginario femminile discriminatorio alimentato da semplificate rappresentazioni delle caratteristiche delle donne.

Nei casi sopra riportati è stato richiesto dalle competenti Direzioni editoriali di procedere all'impugnazione della delibera 169/17/CSP, per l'irragionevolezza e la sproporzione della sanzione irrogata. È stato quindi presentato ricorso, attualmente incardinato avanti al Tar Lazio e in attesa della fissazione dell'udienza di discussione.

9. PIANI E PROGRAMMI

9.1 Il piano industriale

Il contesto di riferimento nel quale è stato predisposto il piano industriale 2016-2018 è caratterizzato da un mercato che evidenzia cambiamenti sia sul fronte delle abitudini dei consumatori che sul fronte delle pressioni concorrenziali.

In particolare, il consumo televisivo, sebbene ancora rilevante, si sposta sempre più dalla fruizione lineare dei canali generalisti verso i canali tematici, nonché verso una fruizione non lineare.

Tale evoluzione è indirizzata e sostenuta dalla messa a disposizione da parte della tecnologia di una pluralità di dispositivi che consentono la fruizione dei contenuti multiplatforma, sostenendo un processo di cambiamento che non interessa solo le fasce più giovani di età. Ciò modifica lo scenario competitivo, con la moltiplicazione degli attori presenti sul mercato, sempre più specializzati e a volte appartenenti a gruppi operanti anche a livello globale, e il conseguente spostamento della catena del valore verso la produzione esclusiva di contenuti che diventano sempre più strategici e nel contempo costosi.

In tale scenario, il piano industriale 2016-2018 si focalizza essenzialmente su tre obiettivi:

- universalità e differenziazione dell'offerta di servizio pubblico;
- *leadership* degli ascolti cross piattaforma;
- sostenibilità economico-finanziaria.

Le principali direttrici di sviluppo del triennio 2016-2018 che consentono il conseguimento degli obiettivi sono costituite dal rafforzamento della centralità dei contenuti e dal ripensamento dell'offerta TV, Radio e *Digital*.

Con riferimento all'ideazione e alla produzione di contenuti è stata privilegiata un'ottica c.d. "multiplatforma" e lo sviluppo di una piattaforma *digital* finalizzata ad intercettare le generazioni più giovani e a fornire agli utenti un'esperienza multimediale complessiva.

In tale contesto, il piano industriale rileva quali ulteriori direttrici il completamento della trasformazione di Rai in *Digital Media Company* e la valorizzazione dell'assetto industriale con riferimento particolare al radicamento nel territorio.

Ciò richiede una serie di azioni che il Piano individua principalmente nell'inserimento di maggiori risorse digitali, nel rinnovamento organizzativo in una logica di "onecompany", nel mantenimento della presenza sul territorio e nella specializzazione dei centri di produzione.

Tra le azioni portate a termine nel 2016, si evidenzia la nascita di Rai Play. Il nuovo servizio multimediale personalizzato, disponibile per App, Browser e TV connesse, che costituisce l'interfaccia *online* della Rai, ha trovato già dai primi mesi di avvio il favore del pubblico, portando i *browser* unici ad un incremento mensile tra i 3 e i 4 milioni rispetto al 2015.

La definizione del piano industriale 2016-2018 si inserisce, inoltre, nel quadro delle modifiche intervenute sul sistema di riscossione dei canoni ordinari che consentono, attraverso la riduzione a livelli fisiologici dell'evasione, di beneficiare di un significativo incremento delle risorse a disposizione.

Oltre a basarsi sui maggiori ricavi derivanti dai canoni, nel biennio 2017-2018 il piano industriale ha previsto anche un'espansione del mercato pubblicitario, correlata alla ripresa del prodotto interno lordo nazionale.

Già sul finire dell'esercizio 2016, tuttavia, i presupposti su cui si basava il piano industriale sono risultati in parte superati: il canone unitario come già accennato è stato ridotto *ex lege* da 100 a 90 euro e il mercato pubblicitario ha evidenziato segnali di debolezza tali da non confermare le attese di espansione.

L'azienda ha, dunque, avviato una serie di azioni di razionalizzazione che potrebbero dispiegare effetti positivi sugli esercizi futuri.

In primo luogo, è stata anticipata al 2016 la manovra di incentivazione agli esodi prevista dal piano industriale, consentendo un abbassamento del costo medio del lavoro già a partire dal 2017. In sede di *budget* 2017, inoltre, sono state previste misure, quali un diverso bilanciamento del *mix* dei generi rispetto all'offerta generalista e un contenimento dei costi, al fine di garantire il mantenimento dell'equilibrio economico-finanziario di Gruppo.

9.2 Il digitale terrestre

Il digitale terrestre è la piattaforma televisiva di riferimento per Rai, per la quale ha sviluppato una strategia di sviluppo multicanale dell'offerta e delle infrastrutture trasmissive.

Il satellite, complementare rispetto al digitale terrestre, consente di raggiungere fasce di popolazione non servite, anche solo parzialmente, da questa tecnologia trasmissiva ed è in tal senso che - sul modello delle esperienze di altri Paesi - Rai, Mediaset, Telecom Italia Media, Confindustria Radio tv e Aeranti-Corallo hanno costituito, nel 2009, la piattaforma satellitare gratuita TivùSat.

L'offerta televisiva Rai prevede sul digitale terrestre 14 canali di cui 6 disponibili anche in alta definizione. In dettaglio: tre reti generaliste: Rai 1, Rai 2, Rai 3; 11 reti semigeneraliste o specializzate: Rai 4, Rai 5, Rai Movie, Rai Premium, Rai News 24, Rai Storia, Rai Scuola, Rai Sport 1, Rai Sport 2, Rai Gulp e Rai YoYo.

Di questi canali, 6 sono disponibili in HD: Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai 4, Rai Premium, Rai Sport 1 e, per il solo mese di agosto, in occasione dei Giochi Olimpici Rio 2016, Rai Sport 2. Per Rai 4 è in corso un'operazione di riposizionamento per una sua configurazione quale canale generalista rivolto ai giovani. Inoltre, per quanto riguarda i canali sportivi, Rai Sport 2 HD è stato chiuso il 19 settembre 2016 e Rai Sport 2 il successivo 5 febbraio 2017. Sulla piattaforma TivùSat sono disponibili 14 canali, di cui 8 anche in alta definizione: Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai 4, Rai Sport 1, Rai 5, Rai Movie e Rai Premium.

In aggiunta e a supporto dell'offerta televisiva lineare, Rai propone applicazioni interattive e servizi video *on demand* via *Internet* fruibili anche su tv connettabili (*smart tv* o tramite determinate tipologie di decoder interattivi).

9.3 Il Piano di produzione e il Piano di programmazione

Il piano di produzione è costituito da tutte le commesse la cui fase realizzativa è avviata nell'anno 2016. Il costo di ciascuna commessa costituisce un cespite aziendale che, dal punto di vista del bilancio, dopo essere stato capitalizzato, viene imputato a conto economico ripartendo il costo in 36 mesi a partire dal mese di approntamento di ciascuna puntata di ogni produzione (nel caso di produzioni in appalto/coproduzione) o dal mese di decorrenza dei diritti (nel caso di preacquisto). La somma dei costi di tutte le commesse appartenenti al piano di produzione costituisce il Valore della Produzione Avviata (V.P.A.) nell'anno 2016.

La programmazione (piano di trasmissione) rappresenta l'insieme delle commesse che sono andate in onda nell'anno 2016. Tale insieme si differenzia dal piano di produzione in quanto è costituito da prodotti *fiction* già presenti in magazzino ad inizio anno o che si perfezionano nel

corso dell'esercizio. Dal punto di vista gestionale, ciascun prodotto *fiction* viene speso a 100 per cento alla prima messa in onda.

L'analisi della programmazione è stata sviluppata sulla trasmissione 2016 delle tre reti generaliste. Il valore delle produzioni avviate nel piano 2016 ammonta a 185 ml.

In dettaglio, il piano è costituito da 154 serate di *prime time* (pezzi da 100 minuti) per un importo pari a 170,7 ml e 70 collocazioni di *day time* (pezzi di vario minutaggio rapportati a 100 minuti) per un importo pari a 14,3 ml costo medio di *prime time* del piano è pari a 1,108 ml. Il piano 2016 viene assorbito per il *prime time* quasi interamente da Rai Uno (148,7 ml) e per 18,5 ml da Rai Due, mentre il *day time* è stato destinato in gran parte a Rai Tre (13,8 ml) e in parte a Rai Uno (0,5 ml).

Tabella 23 - Piano di produzione

(in milioni di euro)

<i>Prime Time</i>	N.	Costo totale
Serie lunghe	55	58,7
Serie lunghe	84	83,5
Miniserie	4	7,5
TV Movie	10	20,4
Docufiction	1	0,6
Totale	154	170,7
Day Time		
Telenovela/Soap	68	13,7
Altri formati	2	0,6
Totale	70	14,3
Totale		185

Fonte Rai

La programmazione della *fiction* di produzione 2016 presenta un numero complessivo di ore pari a 1.008, di cui 350 ore di prima trasmissione e 658 di replica ed il costo delle suddette ore (riferito alla prima trasmissione) è pari a 180,0 ml. Rai Uno rappresenta il canale con il maggior numero di ore trasmesse (prima trasmissione e repliche), con un assorbimento della quasi totalità dei costi di trasmissione. Per quanto riguarda la prima serata, Rai Uno presenta 120 serate di prima trasmissione e 38 serate di repliche. Il costo della prima trasmissione del *prime time* di Rai Uno ammonta a 149,2 ml.

Tabella 24 - Ore e costi intera giornata*(in milioni di euro)*

Prima Trasmissione	Rai Uno	Rai Due	Rai Tre	Totale
Ore	206	29	115	350
Costi	150,2	12,5	17,3	180
Repliche				
Ore	272	238	148	658
Costi	0,9			0,9
Totale				
Ore	478	267	263	1008
Costi	151,1	12,5	17,3	180,9

*Fonte Rai***Tabella 25- Ore e costi prima serata***(in milioni di euro)*

Prima Trasmissione	Rai Uno	Rai Due	Rai Tre	Totale
Serate	120	16	6	142
Costi	149,2	11,8	3,9	164,9
Repliche				
Serate	38	4	9	51
Costi	0,9			0,9
Totale				
Serate	158	20	15	193
Costi	150,1	11,8	3,9	165,8

Fonte Rai

9.3.1 Festival di Sanremo

Per quanto riguarda la programmazione merita una specifica citazione, per la rilevanza dei costi e per la notorietà e ricorrenza dell'evento, il Festival della Canzone Italiana di Sanremo, una tra le manifestazioni canore più importanti organizzate dalla Rai. Esso si svolge, con cadenza annuale (nei mesi di febbraio o marzo), a Sanremo e la sua realizzazione rientra nell'ambito di un più articolato accordo pluriennale con il Comune di Sanremo.

Lo spettacolo rappresenta uno dei maggiori eventi mediatici italiani, trasmesso in diretta dalla televisione e dalla radio in Italia nonché nel circuito dell'eurovisione.

“Festival della Canzone Italiana” di Sanremo è un marchio registrato di cui è titolare esclusivo il Comune, al quale fanno capo anche i diritti relativi all'omonimo evento.

La Rai ha sempre considerato il Festival un marchio/evento di carattere strategico e, quindi, fondamentale per il suo palinsesto, come dimostrato dalla rilevazione degli ascolti che, nelle ultime edizioni, ha fatto registrare picchi superiori al 60 per cento, con una significativa raccolta pubblicitaria.

La manifestazione, al pari della finale e di tutte le partite della nazionale italiana nel campionato mondiale di calcio, è contemplata dalla delibera AGCOM n. 131/12 del 15 marzo 2012, recante la *“Lista degli eventi di particolare rilevanza per la società di cui è assicurata la diffusione su palinsesti in chiaro”*, ove sono elencati gli avvenimenti di particolare rilevanza per la Rai che non possono essere trasmessi da emittenti televisive in esclusiva e comunque solo in forma codificata.

Il programma è appartenente alla tipologia ad *“utilità immediata”*.

I costi dell'edizione 2016, pari a 15.084 mgl, evidenziano, rispetto a quelli dell'edizione 2015, pari a 14.780 mgl, una lieve crescita (+304 mgl in termini assoluti cui corrisponde, in termini percentuali, un incremento del 2,1 per cento).

I costi di competenza della Direzione Produzione TV per la realizzazione del Festival di Sanremo si distinguono in costi esterni e costi industriali. I costi esterni hanno gravato sul bilancio della società per 1.111 mgl, in sostanziale stabilità rispetto all'anno precedente (+2 mgl). Essi annoverano i costi conseguenti all'affidamento a terzi di appalti per la fornitura di beni, servizi e lavori nonché i costi delle trasferte del personale.

Nella voce *“costi industriali”* della Direzione produzione TV rientrano i costi delle risorse interne, umane e tecniche, impiegate nella realizzazione dell'evento sulla base di tariffe determinate nell'ambito della procedura di contabilità separata. I costi industriali dell'edizione 2016, pari a 1.950 mgl, segnano un lieve incremento rispetto a quelli dell'anno precedente, pari a 1.842 mgl (+108 migliaia di euro pari a +5,9 per cento). I ricavi registrano una lieve diminuzione (- 322 mgl, pari a -1,8 per cento).

Di seguito, si riporta la tabella riepilogativa dei costi e dei ricavi dell'edizione 2016 posti a confronto con quelle precedenti.

Tabella 26 - Costi e Ricavi Festival di Sanremo Edizioni 2013-2016

(in migliaia di euro)

	Edizione 2013 consuntivo	Edizione 2014 consuntivo	Edizione 2015 consuntivo	Edizione 2016 consuntivo	Variazione in valore assoluto 2016/2015	Variazione % 2016/2015
PUNTATE	5	5	5	5		
Convezione Comune di Sanremo (a)	7.000	7.000	5.110	5.026	-84	-1,6
FESTIVAL						
Costi est. di rete *	7.445	7.704	6.719	6.997	278	4,1
Costi est. di produz.	1.554	1.292	1.109	1.111	2	0,2
Totale costi esterni (b)	8.999	8.996	7.828	8.108	280	3,6
Totale costi (a + b)	15.999	15.996	12.938	13.134	196	1,5
Costi industriali (c)	1.678	1.900	1.842	1.950	108	5,9
Totale costi Festival (d) = (a+b+c)	17.677	17.896	14.780	15.084	304	2,1
Di cui:					0	
esterni (a)+(b)	15.999	15.996	12.938	13.134	196	1,5
industriali (c)	1.678	1.900	1.842	1.950	108	5,9
+Totale ricavi evento Sanremo**	16.934	17.937	18.324	18.002	-322	-1,8

Fonte Rai

* I dati non comprendono le spese sostenute per la realizzazione di sponsorizzazioni e telepromozioni, oggetto di rimborso da parte degli inserzionisti

** I dati relativi ai ricavi fanno riferimento al valore netto Rai

Con riferimento alla natura dei costi evidenziati in tabella, la voce “Convezione Comune di Sanremo” identifica il corrispettivo riconosciuto al Comune di Sanremo, a fronte della concessione, in esclusiva, alla RAI dell’organizzazione della produzione e della ripresa della manifestazione, nonché dell’utilizzazione del marchio “Festival della Canzone Italiana”.

La convenzione con il Comune di Sanremo, di durata triennale (2015-2017), è stata approvata dal Consiglio di amministrazione della RAI nella adunanza del 19 dicembre 2013 per un importo complessivo di 15,75 ml (di cui 5,5 ml per l’edizione 2015, 5,25 ml per l’edizione 2016 e 5 ml per l’edizione 2017) contro quello di 21 ml del triennio precedente, con un risparmio complessivo, quindi, di 5,25 ml.

A tale riguardo si segnala tuttavia che, accogliendo la richiesta del Comune di Sanremo di anticipare il pagamento dell'intero corrispettivo dell'edizione 2015 al 31 dicembre 2014, lo stesso è stato ridotto dai 5,5 ml previsti a 5,0 ml (importo cui vanno sommati, nel computo del costo della convenzione, i 110 ml di oneri finanziari sostenuti da Rai in relazione alla suddetta anticipazione) e in maniera simile, accogliendo la richiesta del Comune di anticipare al 31 dicembre 2015 il pagamento di quota parte del corrispettivo dovuto per l'edizione 2016, detto corrispettivo è stato ridotto dai 5,25 ml previsti a 5,0 ml (importo cui vanno sommati 26 ml di oneri finanziari sostenuti da Rai in relazione a tale anticipazione).

La tabella riportata di seguito presenta il dettaglio dei costi esterni di rete nel quadriennio 2013-2016.

Tabella 27 - Costi esterni di rete nel quadriennio 2013-2016

(in migliaia di euro)

FESTIVAL SANREMO	2013 Consuntivo	2014 Consuntivo	2015 Consuntivo	2016 Consuntivo	Variazione in valore assoluto 2016/2015	Variazione in % 2016/2015
Autori e consulenti	750	707	402	435	33	8,2
Orchestra (compensi coristi e dir. musicale)	798	791	771	749	-22	-2,9
Conduzione/direzione artistica	697	708	572	566	-6	-1,0
Co-conduttori /cast fisso	311	436	333	424	91	27,3
Ospiti	1.848	2.053	1.508	1.574	66	4,4
Regia	135	141	139	142	3	2,2
Totale risorse artistico/autoriali (A)	4.539	4.836	3.725	3.890	165	4,4
Scenografia (B)	848	780	823	968	145	17,6
Rimborso case discografiche (C)	917	866	1.124	1.154	30	2,7
Giuria demoscopica (D)	36	36	40	40	0	0,0
Altri costi di produzione (E)	1.105	1.186	1.007	945	-62	-6,2
Totale altri costi esterni di Rete (F) =(B)+(C)+(D)+(E)	2.906	2.868	2.994	3.107	113	3,8
Totale costi esterni G=(A+F)	7.445	7.704	6.719	6.997	278	4,1

Fonte Rai

I “costi esterni di rete”, pari a 6.997 mgl, essi possono suddividersi in quelli relativi alle risorse artistico/autoriali, in cui sono riportati gli oneri sostenuti dalla società per remunerare le prestazioni degli artisti (A) e il totale altri costi esterni di rete (F), afferenti l’approvvigionamento di beni e servizi della Rete e per gli altri aspetti artistici.

I suddetti costi registrano, rispetto a quelli sostenuti per l’edizione 2015, una lieve crescita (+278 mgl, corrispondente al +4,1 per cento).

Tra i fattori più incisivi nella dinamica dei “costi delle risorse artistico autoriali” si segnala l’aumento dell’onere sostenuto con riferimento alla voce co-conduttori/cast fisso (+91 mgl, pari a +27,3 per cento) mentre sulla dinamica degli “altri costi di rete” incide l’aumento dell’investimento scenografico (+ 145 migliaia di euro, pari al +17,6 per cento).

Per quanto riguarda la natura dei singoli costi, si osserva che quelli inerenti alla “Conduzione/direzione artistica”, alla “Co-conduzione/cast fisso”, agli “Ospiti”, alla “Regia” e alla “Direzione musicale” riguardano i diversi contratti di “prestazione artistica”.

Questa tipologia di contratti, per la loro peculiarità, vengono definiti tra le parti (RAI e artista) sulla base di una specifica trattativa, tenendo conto che si tratta di una materia nella quale non sono previsti minimi sindacali o tariffe stabilite.

9.3.2 Fiction

Rai Fiction è responsabile della produzione di *fiction* e cartoni animati per la messa in onda sulle reti generaliste e sui canali specializzati.

Nel 2016 per la prima volta l’offerta in questione si è articolata in modo differenziato sulle tre reti generaliste – Rai 1, Rai 2 e Rai 3 – con linee editoriali distinte e con una più chiara definizione dell’offerta per le diverse serate della settimana di Rai 1.

Rai 1 nel 2016 ha trasmesso 119 serate di *fiction* in prima visione totalizzando un ascolto medio di 5,2 milioni e uno *share* del 20,6 per cento. Alle serate di prima visione, si sono aggiunte 38 serate di *fiction* in replica, che hanno ottenuto in media il 16,9 di *share*.

L’offerta complessiva di *fiction* nella prima serata di Rai 1 è stata pertanto di 157 serate, pari al 43 per cento dell’offerta totale, con un risultato di *share* del 19,8 per cento (repliche incluse).

Al dato di Rai 1 si aggiunge il risultato conseguito dalla *fiction* di Rai 2. Quest’ultima rete nel 2016 ha infatti trasmesso 12 serate di *fiction* inedita, con un ascolto medio di 3.250.000 spettatori e uno *share* medio del 12,5 per cento. Complessivamente, Rai 1, Rai 2 e Rai 3 nel 2016 hanno trasmesso 137 serate di *fiction* inedita e 50 serate di *fiction* in replica (pari al 36 per cento delle prime visioni), repliche che assicurano una ricaduta positiva anche sul costo del palinsesto.

Nonostante la moltiplicazione delle piattaforme e lo sviluppo della fruizione individuale, le *fiction* Rai restano pertanto, ad avviso dell’azienda, in grado di raccogliere platee di pubblico significative.

9.3.3 Teche

Nel 2016 sono proseguite le iniziative funzionali al rafforzamento del *brand* come punto di riferimento del servizio pubblico per la storia audiovisiva del paese; ciò è stato ottenuto principalmente con la partecipazione, attraverso la fornitura di materiale di repertorio Rai, a moltissime iniziative culturali che hanno avuto luogo in Italia e all'estero.

Rai Teche ha inaugurato nel 2016 una nuova attività di valorizzazione e sfruttamento dei titoli storici dell'archivio, attraverso la selezione e fornitura di programmi per la piattaforma *RaiPlay*.

Resta fondamentale l'apporto che le *Teche* forniscono a reti e testate attraverso il catalogo multimediale (CMM) che ha portato le ore di prodotto ricercabili a 1,6 milioni per la tv e 1,5 milioni per la radio, con un significativo aumento rispetto all'anno precedente. Proprio nel 2016 il Catalogo è stato rinnovato strutturalmente e tecnologicamente, per rendere il sistema di ricerca più agile e diretto.

I documenti indicizzati in catalogo per televisione e radio sono 75 milioni, cui si aggiungono 90 mila libri custoditi nelle biblioteche Rai di Roma e Torino e 45 mila fotografie; le ricerche mensili degli utenti registrati per acquisire i materiali di repertorio da riutilizzare nei programmi ammontano in media a oltre 800.000.

Le *Teche* verificano la disponibilità dei diritti del prodotto prima della messa in onda, attività fondamentale nell'ottica dello sviluppo della fruizione digitale, ed hanno la responsabilità di armonizzare il processo di digitalizzazione del patrimonio d'archivio Rai; curano inoltre gli obblighi di legge per l'utilizzo di opere tutelate dal diritto d'autore.

Le *Teche*, infine, anche nel 2016, hanno proseguito con l'opera di valorizzazione culturale della memoria Rai come fonte storica e di studio, incrementando la fruizione da parte di Enti, Musei, Scuole, Università, Fondazioni pubbliche e private, che fanno normalmente riferimento al servizio pubblico come depositario di materiali storici d'eccellenza.

Rai Teche è oggi presente in molti musei italiani ed esteri, in Istituti italiani di cultura all'estero, in Università e biblioteche.

9.3.4 Cinema

L'attività di investimento nel settore cinematografico è vincolata anche all'assolvimento degli obblighi che la legge pone in capo a Rai. Il decreto legislativo 177 del 2005 (TUSMAR) stabilisce infatti all'art. 44, comma 3, che la concessionaria del servizio pubblico destini alle opere europee realizzate da produttori indipendenti una quota non inferiore al 15 per cento dei ricavi complessivi annui.

I principi del TUSMAR – come accennato in precedenza - sono stati di recente revisionati e rafforzati, secondo quanto previsto dalla legge 14 novembre 2016, n. 220: ci si riferisce, in particolare, ai decreti legislativi nn. 202, 203 e 204 in data 7 dicembre 2017, pubblicati sulla Gazzetta Ufficiale del 28 dicembre 2017. Le disposizioni fissate dall'ultimo di detti decreti, in materia di promozione delle opere europee, sono entrate in vigore in data 12 gennaio 2018.

La concessionaria provvede all'adempimento degli obblighi in materia tramite la controllata Rai Cinema. Le principali attività di quest'ultima società consistono nell'acquisto di film e *fiction* in funzione, prioritariamente, delle esigenze dei canali generalisti e tematici della Rai, nonché nelle attività di produzione cinematografica, distribuzione nelle sale e *home video*.

L'apporto alla composizione del *budget* di produzione del film da parte delle società di produzione e distribuzione cinematografica integrate ai *broadcaster* nazionali (Rai Cinema e Medusa, rispettivamente per i gruppi Rai e Mediaset), costituisce la parte più rilevante dell'ammontare delle "risorse private" investite nel settore.

Con il marchio *01 Distribution*, Rai Cinema si colloca, mediamente, al quarto posto della classifica dei distributori, dopo le grandi società internazionali; la sua offerta è costituita da film italiani per non meno del 70 per cento e buona parte rappresenta cinema d'autore.

Nel 2016 Rai Cinema ha soddisfatto un consistente fabbisogno di prodotto seriale per tutti i canali, confermando, per l'approvvigionamento di tale prodotto, la strategia dei grandi accordi con le *major* americane (dal rinnovo di partnership storiche con CBS e *Disney*, alla nuova collaborazione con la *20th Century Fox*) e i grandi produttori europei (Beta, ZDF e *Global Screen*). Rai Cinema, inoltre, ha potuto arricchire il suo listino di film internazionali per la distribuzione grazie all'accordo pluriennale concluso con *Leone Film Group*.

Sempre nel 2016, gli investimenti in produzione cinematografica sono stati pari a circa 69 ml (63 ml nel 2015). Rai Cinema ha contribuito al finanziamento di 73 opere cinematografiche, di

cui 45 fra opere prime e seconde, con linee di intervento diversificate per garantire un'offerta differenziata per genere, potenzialità commerciale e forza autorale. In aggiunta alle opere cinematografiche, nel 2016 sono stati realizzati 56 documentari, per un investimento complessivo pari a circa 2 ml.

La società ha distribuito 33 film per un *box office* totale di circa 53 ml e quasi 9 milioni di biglietti venduti, attestandosi al sesto posto nella classifica dei distributori con una quota di mercato dell'8 per cento. Anche nel 2016 la distribuzione cinematografica ha interessato le opere di nuovi registi e la diffusione del cinema di qualità, portando in sala film presenti ai più importanti *festival* internazionali e vincitori di vari premi. Sul versante dell'*home video*, Rai Cinema si è confermata la prima azienda italiana, con un *market share* pari al 6 per cento sulle novità 2016 e del 5 per cento sull'intera *library*.

Va, infine, segnalata la partecipazione ai festival e la presenza alle manifestazioni più importanti, con 6 film a Cannes e 17 a Venezia.

Nel 2016 si conferma il *trend* in crescita della commercializzazione nei diversi canali distributivi successivi allo sfruttamento presso le sale cinematografiche.

Rai Cinema rafforza poi la sua presenza sul mercato grazie al rinnovo a ottobre 2016 degli accordi con le piattaforme *Netflix* e *Timvision* e alla cessione a Sky Italia dei diritti PPV/TVOD³⁰ di un pacchetto di 12 titoli.

Le vendite internazionali della maggior parte dei film coprodotti con Rai Cinema sono state affidate a Rai Com, la società del Gruppo responsabile primaria delle attività di commercializzazione.

Continuano ad arricchirsi di contenuti e di nuovi progetti i portali www.raicinema.it e www.raicinemachannel.it, rafforzando il loro posizionamento di riferimento presso il pubblico degli appassionati di cinema. Prosegue, infatti, l'offerta di contenuti, attraverso i sei canali relativi all'attualità cinematografica, ai film e ai documentari andati in onda sulle Reti Rai, ai grandi classici del cinema italiano e ai *web movies* pensati per una fruizione *web*.

Rai Cinema *Channel* è stato in prima linea anche nelle iniziative benefiche.³¹

³⁰ Il TVOD, *Transactional Vod*, è uno dei modelli di *Video On Demand* (VOD), con il quale l'utente compra volta per volta il singolo contenuto.

³¹ "La Partita del Cuore", per sostenere la ricerca a favore della Fondazione Bambino Gesù Onlus e della 'Fondazione Telethon e l'evento di presentazione del "Libro Sguardi d'attore. I volti di Rai Cinema", il cui ricavato è stato devoluto alla gestione della sala cinema del Policlinico Gemelli di Roma.

Tabella 28- Opere cinematografiche

	2014	2015	2016
Opere finanziate	54	55	73
di cui			
Opere 1 *	13	14	26
Opere 2 **	8	9	19
Investimento annuo (in milioni di euro)	60,5	62,7	69

Fonte Rai

* Il termine Opere 1 indica le prime opere degli autori e gli investimenti per i giovani autori (nuovi talenti).

** Il termine Opere 2 indica tutte le altre opere

9.4 Costi e produzione delle testate giornalistiche

I costi dell'offerta informativa Rai, articolata su differenti testate giornalistiche (TG1, TG2, TG3, Rai Sport, Rai Parlamento, Rai News e Televideo), sono sintetizzati nella seguente tabella.

Tabella 29 - Costi esterni offerta informativa Rai esercizi 2014-2016

(in milioni di euro)

Testate	2014	2015	2016
TG1	12,3	12	12,6
TG2	9,4	8,2	9,9
TG3	7,4	6,5	7,5
TGR	17,8	17,5	16,1
RAI Sport ³²	26,3	20,6	30,3
RAI Parlamento	1,4	1,3	1,4
RAI News	11,6	12,2	14,5
Televideo	3,4	2,9	2,5
TOTALE	89,6	81,2	94,8

Fonte Rai

I costi esterni - individuati dalla società nell'acquisto di beni e servizi, complessivamente pari nel 2016 a 94,8 ml, evidenziano un incremento sia rispetto al dato del 2015, pari a 81,2 ml, che a quello del 2014, pari a 89,6 ml.

La parte più significativa dell'incremento è riconducibile alla copertura dei grandi eventi sportivi che hanno caratterizzato il 2016 (campionati europei di calcio e Olimpiadi estive), con un impatto pari a 10,5 ml. Se si esclude tale impatto, il costo del 2016 si allinea sostanzialmente

³² Di cui grandi eventi sportivi: si tratta per il 2014 di mondiali di calcio e paralimpiadi invernali e per il 2016 di europei di calcio e olimpiadi estive

al valore del 2014 (al netto del valore dei grandi eventi sportivi) mentre presenta un incremento di 31,1 ml rispetto al 2015.

Questo incremento, che ha interessato TG1, TG2, TG3 e Rai News 24, è a sua volta legato principalmente alla copertura informativa del terremoto che ha colpito l'Italia centrale ed in maniera minore a quella delle elezioni presidenziali americane.

10. CONTABILITÀ SEPARATA

10.1 La disciplina legislativa

La separazione contabile è un istituto normato a livello comunitario per assicurare la trasparenza dei flussi finanziari interni a un complesso aziendale con la finalità di evitare sovvenzioni incrociate fra i diversi comparti.

In particolare, esso riveste importanza nel campo del finanziamento pubblico di servizi di interesse economico generale, ai sensi dell'articolo 86 (ex art. 90) del Trattato Istitutivo CE, essendo finalizzato a garantire, in coerenza con il principio di proporzionalità, la corretta remunerazione delle attività di servizio pubblico affidate all'azienda.

In linea con le decisioni della Commissione europea relative al sistema italiano di finanziamento del servizio pubblico radiotelevisivo, il legislatore ha precisato le modalità tecniche intese ad accertare l'ammontare dei costi soggetti a finanziamento pubblico.

L'articolo 47, comma 1, del TUSMAR prevede pertanto che *“Per consentire la determinazione del costo di fornitura del servizio pubblico generale radiotelevisivo, coperto dal canone di abbonamento e assicurare la trasparenza e la responsabilità nell'utilizzo del finanziamento pubblico”*, la Rai si debba dotare di un sistema di separazione contabile modellato su un apposito schema approvato dall'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni (AGCOM).

10.2 La forma e il contenuto dello schema della contabilità separata

La separazione è finalizzata alla determinazione del costo di fornitura del servizio e ad assicurare che il contributo pubblico percepito dalla società concessionaria, risultante dal canone di abbonamento, sia utilizzato esclusivamente ai fini dell'adempimento dei compiti di servizio pubblico generale alla stessa affidati.

I risultati emersi dall'applicazione della contabilità separata vengono utilizzati dal Ministero dello Sviluppo economico per stabilire l'importo del canone unitario di abbonamento. Il contenuto della missione di servizio di Rai SpA copre infatti la complessiva programmazione, anche non informativa, della concessionaria medesima (art. 7, comma 4, del TUSMAR); in coerenza con questa impostazione, sono consentite le attività commerciali, connesse alla diffusione di immagini, suoni e notizie e le altre attività correlate (v. art. 45, comma 5 TUSMAR: *“Alla società cui è affidato mediante concessione il servizio pubblico generale radiotelevisivo è consentito*

lo svolgimento, direttamente o attraverso società collegate, di attività commerciali ed editoriali, connesse alla diffusione di immagini, suoni e dati, nonché di altre attività correlate, purchè esse non risultino di pregiudizio al migliore svolgimento dei pubblici servizi concessi e concorrano alla equilibrata gestione aziendale”).

Lo schema approvato dall'AGCOM ha introdotto la distinzione della programmazione della Rai, tra quella:

- predeterminata dalla legge e dai contratti di servizio;
- rimessa alla discrezionalità imprenditoriale della concessionaria e che deve comunque rispettare i vincoli stabiliti dalle disposizioni legislative e contrattuali e dagli atti di indirizzo.

Questa distinzione comporta che l'azienda Rai venga figurativamente suddivisa - esclusivamente per le finalità della contabilità separata - in due aziende, separate appunto, e che rispondono a logiche diverse, le prime improntate al servizio pubblico e le seconde a criteri di mercato.

Lo schema di contabilità separata predisposto dalla Rai ed approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ha ripartito le attività aziendali, in coerenza con il quadro normativo e regolamentare che disciplina la concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo nel seguente modo:

- A) Aggregato di servizio pubblico:
 - costi e ricavi relativi alle attività di produzione e programmazione riconducibili al servizio pubblico, tipizzato e disciplinato dal Testo Unico e dal Contratto di servizio cui esso rinvia;
 - onere figurativo del vincolo sulla pubblicità;
- B) Aggregato commerciale:
 - costi e ricavi inerenti all'attività di produzione, programmazione e vendita con finalità commerciali riconducibili alla missione della concessionaria pubblica;
 - ricavo figurativo del vincolo sulla pubblicità;
 - costi e ricavi relativi ad attività commerciali svolte direttamente da Rai Spa;
 - attività di programmazione commerciale in tecnica digitale su blocchi non riservati al servizio pubblico;
- C) Aggregato servizi tecnici:

- costi e ricavi relativi alle attività strumentali di supporto e trasmissione finalizzate alla realizzazione, conservazione e messa in onda dei programmi;
- ricavi (*transfer charge*) relativi alla cessione di servizi agli aggregati A e B.

Di seguito vengono esposti gli aggregati A e B della contabilità separata per l'esercizio 2016, con un raffronto con l'esito dell'anno precedente, ove sono illustrati i valori che concorrono alla formazione dei risultati richiesti dalla legge (art. 47, comma 1, TUSMAR) e dalla deliberazione n. 102/05 dell'AGCOM (art.1, comma 4).

Tabella 30- Schema contabilità separata esercizi 2015 e 2016

(in milioni di euro)

	esercizio 2015		esercizio 2016	
	Agg. A	Agg. B	Agg. A	Agg. B
Canone di abbonamento	1.637,5		1.909,70	
Pubblicità (1)		380,60		495,10
Altri ricavi	82,30	12,90	79,20	19,10
Costi diretti+costo del capitale+Costi transfer charge intercompany	1.321,80	344,30	1.429,40	392,60
Costi transfer charge interni	638,30	167,90	674,30	191,20
Primo margine di cui all'art. 47, c. 1, TUR	-240,30	-118,70	-114,80	-69,60
Pubblicità residua (1)	199,90		114,80	
Margine finale (art. 1, c. 4, Del. 102/05/Cons.)	-40,40	-118,80	0,00	-69,50
(1) Distribuzione della pubblicità				
Pubblicità totale iscritta in bilancio		585,50		615,70
Pubblicità attribuita al servizio pubblico	325,00	-330,00	361,10	-366,90
Vincolo di affollamento pubblicitario	-125,00	125,00	-246,30	246,30
Pubblicità netta attribuita agli aggregati A e B	200,00	380,50	114,80	495,10

Bilancio Rai

Di seguito si riporta, in milioni di euro, il conto economico relativo all'esercizio 2016 degli aggregati A, B e C.

Tabella 31- Contabilità separata esercizio 2016
(in milioni di euro)

	A	B	C	A+B+C	RAI SPA
Canone di abbonamento	1.909,7			1.909,7	1.909,7
Pubblicità (1)		495,1	5,8	500,9	615,7
Altri ricavi	79,2	19,1	30	128,3	102,4
Ricavi transfer charge interni			865,5	865,5	
Costi diretti+costo del capitale+Costi transfer charge intercompany	1.429,40	392,6	901,20	2.723,20	2721,8
Costi transfer charge interni	674,3	191,2		865,5	
Primo margine di cui all'art. 47, c. 1, TUR	-114,8	-69,5	0,00	-184,3	-94,1
Pubblicità residua (1)	114,8			114,8	
MARGINE DI CUI ALL'ART. 1 COMMA 4	0	-69,5	0	-69,5	-94,1
Partite in riconciliazione				73,7	98,4
Service intercompany					
Costo del capitale					
Partite finanziarie					
Partite fiscali					
UTILE (PERDITA) DELL'ESERCIZIO				4,2	4,2

PUBBLICITA'	A	B	C
Pubblicità totale da bilancio		615,7	
Pubblicità servizio pubblico	361,10	-366,9	5,80
vincolo affollamento pubblicitario	-246,30	246,3	
Pubblicità Netta	114,80	495,1	5,80

Bilancio Rai

L'applicazione del modello di contabilità separata al bilancio 2016 di Rai S.p.a. evidenzia un risultato in pareggio per l'aggregato A ed un *deficit* di 69,5 ml per l'aggregato B.

A fini comparativi si riporta il confronto sintetico tra gli esiti della contabilità separata 2016, a livello di secondo margine, e quella dell'esercizio precedente.

Tabella 32 - Risultato economico della contabilità separata esercizio 2016
(in milioni di euro)

	2015	2016	Variazione 2016/2015
Aggregato A	-40,00	0,00	-100,00
Aggregato B	-119,00	-69,50	-41,60

Bilancio Rai

Le risultanze dell'aggregato di servizio pubblico, rispetto ai risultati del bilancio di esercizio di Rai Spa, che registra un utile di 4,2 ml rispetto alla perdita di 46 ml del 2015, mostrano un miglioramento sensibile in confronto all'esercizio precedente.

A tal riguardo, le maggiori risorse di cui Rai ha beneficiato, essenzialmente per il notevole successo del nuovo sistema di riscossione dei canoni ordinari, hanno consentito sia di coprire integralmente gli oneri per i grandi eventi sportivi (quasi 140 ml) sia di potenziare l'offerta e gli investimenti nel digitale, nonché di rafforzare la struttura patrimoniale e finanziaria.

10.3 La contabilità separata come strumento per la trasparenza e la responsabilità nell'utilizzo del finanziamento pubblico

Il bilancio di esercizio 2016, come pure quelli riferiti agli anni precedenti, non annovera la contabilità separata dell'esercizio di competenza, stante la diversa tempistica stabilita in materia dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni³³. Nulla viene disposto in ordine alle modalità da seguire per rendere pubblico il documento contabile. La contabilità stessa è trasmessa alla menzionata Autorità ed al Ministero vigilante affinché quest'ultimo possa tenerne conto in sede di determinazione della misura del canone di abbonamento.

Questa Corte ribadisce quanto già rappresentato nelle precedenti relazioni circa la necessità di includere nel bilancio di esercizio la contabilità separata afferente al medesimo anno. Ciò consentirebbe un'informazione tempestiva, ampia e più completa sull'andamento della gestione della società concessionaria del servizio pubblico, offrendo, fra l'altro, la possibilità di confrontare i dati della richiamata contabilità con quelli del bilancio d'esercizio cui si riferisce. Si deve osservare, al riguardo, che, in linea generale, il sistema contabile applicato per la rilevazione dei fatti gestionali non soddisfa l'esigenza della trasparenza, ma ne costituisce il necessario presupposto. La trasparenza sul reperimento e sull'impiego delle risorse finanziarie trova efficace espansione mediante la pubblicità dei conti, che, nel caso di specie, dovrebbe avvenire con l'inserimento della contabilità separata nel bilancio d'esercizio, o tramite l'accesso ai conti stessi, al fine di consentire all'esterno la verifica dei criteri di rilevazione e di

³³ Ai sensi dell'articolo 3, commi 3 e 4, della delibera n. 102/05/CONS del 10 febbraio 2005, infatti, la contabilità separata va compilata da parte della RAI entro 60 giorni dall'approvazione del bilancio d'esercizio e la società di revisione deve completare i suoi lavori entro i successivi 60 giorni.

aggregazione effettivamente seguiti per la determinazione del loro valore e per una loro valutazione.

Va rilevato, comunque, che il contratto di servizio riferito al triennio 2010-2012, vigente fino all'anno 2017, contiene una specifica clausola che estende la conoscibilità delle risultanze della contabilità separata nella prospettiva di una concreta ed effettiva trasparenza.

In ottemperanza a tale disposizione, a partire dal bilancio 2011 i conti annuali separati, non appena approvati dal Consiglio di amministrazione della Rai e dalla società di revisione, sono pubblicati sul sito *web* della società.

Il contratto di servizio riferito al triennio 2018-2022 ha previsto al primo comma dell'articolo 21, in tema di contabilità separata, il divieto per la Rai di utilizzare, direttamente o indirettamente, i ricavi derivanti dal canone per finanziare attività non inerenti al servizio pubblico, ai sensi dell'articolo 47, comma 4, del TUSMAR. Il secondo comma del predetto articolo 21 ha invece disposto che, in conformità a quanto stabilito dall'articolo 47, commi 1 e 2, del TUSMAR, nel rispetto del diritto dell'Unione europea, e coerentemente a quanto previsto dall'articolo 14 della Convenzione, la Rai debba predisporre il bilancio di esercizio indicando in una contabilità separata i ricavi derivanti dal gettito del canone e gli oneri sostenuti nell'anno solare precedente per la fornitura del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale rispetto ai ricavi delle attività svolte in regime di concorrenza, imputando o attribuendo i costi sulla base di principi di contabilità applicati in modo coerente e obiettivamente giustificati e definendo con chiarezza i principi di contabilità analitica secondo cui vengono tenuti conti separati.

Tale contabilità separata è quindi soggetta a controllo da parte di una società di revisione, nominata dalla Rai e scelta dall'Autorità tra quante risultano iscritte all'apposito albo tenuto presso la Commissione nazionale per le società e la borsa, ai sensi dell'articolo 161 del decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58, "*Testo unico delle disposizioni in materia di intermediazione finanziaria, ai sensi degli articoli 8 e 21 della legge 6 febbraio 1996, n. 52*".

A tale ultimo riguardo, l'articolo 26, secondo comma del contratto medesimo precisa che "*la Rai è tenuta a pubblicare sul proprio sito: a) il bilancio annuale e semestrale, della contabilità separata, nonché quello sociale di cui all'articolo 25, comma 1, lett. l) del presente contratto*". L'articolo 25, comma 1, lettera r) ha poi previsto che la Rai è tenuta a presentare all'Autorità, per le determinazioni di competenza, entro dodici mesi dalla data di pubblicazione del Contratto di

servizio nella Gazzetta Ufficiale, un progetto operativo finalizzato ad assicurare l'applicazione delle disposizioni di cui al citato articolo 21.

11. I RICAVI

11.1 Le diverse tipologie

I ricavi della Rai SpA possono essere distinti in tre diverse tipologie: entrate derivanti da canone radiotelevisivo, dalla pubblicità e da altro.

Con riferimento ai servizi più rilevanti per la Società, il riconoscimento dei ricavi avviene:

- per i proventi da canone, in relazione al versamento effettuato allo Stato, anche mediante addebito in bolletta elettrica, per i canoni ordinari o alla Rai per i canoni speciali, relativamente alla quota di competenza del periodo (sono esclusi gli importi versati in anticipo rispetto al periodo di competenza); sono inoltre inclusi i versamenti effettuati nel periodo relativi a canoni riferiti a esercizi precedenti e i canoni relativi a esenzioni concesse a particolari categorie di abbonati;
- per i proventi pubblicitari, con la diffusione dell'inserzione pubblicitaria.

I ricavi relativi a servizi parzialmente resi sono iscritti per il corrispettivo maturato, sempreché sia possibile determinarne attendibilmente lo stadio di completamento e non sussistano incertezze di rilievo sull'ammontare e sull'esistenza del ricavo e dei relativi costi; diversamente sono rilevati nei limiti dei costi sostenuti recuperabili.

I ricavi sono iscritti per l'ammontare pari al *fair value* (valore equo) del corrispettivo ricevuto o da ricevere, al netto di resi, sconti, abbuoni e premi, nonché delle imposte direttamente connesse.

I costi sono iscritti per competenza quando relativi a servizi e beni acquistati o consumati nell'esercizio o per ripartizione sistematica ovvero quando non si possa identificare l'utilità futura degli stessi. I canoni relativi a *leasing* operativi sono imputati a Conto economico consolidato lungo la durata del contratto. I proventi e gli oneri finanziari sono rilevati a Conto economico consolidato nel corso dell'esercizio nel quale sono maturati.

Il fatturato complessivo del gruppo Rai si attesta nel 2016 a 2.791,30 ml e presenta un incremento rispetto all'esercizio precedente per 318,8 ml (+12,76 per cento), articolato come da tabella sotto riportata.

Tabella 33 – Ricavi delle vendite e delle prestazioni del gruppo Rai*(in milioni di euro)*

Ricavi delle vendite e delle prestazioni	2015	2016	Variazione % 2016/2015
Canoni	1.637,50	1.909,70	16,62
Pubblicità	659	698,20	5,98
Altri ricavi	179	183,40	2,34
Totale	2.475,50	2.791,30	12,76

Fonte Bilancio Rai

I ricavi da canoni sono aumentati, passando da 1.637,50 ml del 2015 a 1.909,7 del 2016 (+16,62 per cento)³⁴, grazie soprattutto alle nuove modalità di riscossione introdotte dalla Legge 28 dicembre 2015, n. 208 (Legge di stabilità 2016) che all'art.1, commi 152 e seguenti, ha disposto, a partire dal 1° gennaio 2016, la riscossione del canone Tv per uso privato attraverso l'addebito sulle fatture emesse dalle imprese elettriche, come si dirà più diffusamente tra poco.

La citata Legge di stabilità 2016 ha inoltre stabilito che, per gli anni dal 2016 al 2018, le eventuali maggiori entrate rispetto a quanto previsto nel bilancio di previsione dello Stato per l'anno 2016 sono riversate a Rai nella misura del 67 per cento per l'anno 2016 e del 50 per cento per ciascuno degli anni 2017 e 2018. Il meccanismo di determinazione del canone unitario previsto dal TUSMAR e finalizzato ad assicurare la proporzionalità tra costi sostenuti dalla Rai per lo svolgimento delle attività di Servizio Pubblico ad essa affidate, certificati da revisore indipendente, e le risorse da canone, evidenzia una carenza di queste ultime per il periodo 2005 - 2015 per un importo pari a oltre 2,6 miliardi.

I ricavi da pubblicità nel 2016 sono pari a 698,2 ml rispetto ai 658,8 ml del 2015 (in aumento del 5,98 per cento).

I ricavi da pubblicità presentano un incremento pari a 39,4 ml rispetto al dato del 2015, beneficiando degli ottimi risultati conseguiti con la raccolta relativa ai grandi eventi sportivi (in particolare il Campionato europeo di calcio). È altresì da rilevare che a partire dal mese di maggio 2016 la Capogruppo ha deciso di interrompere la raccolta pubblicitaria per tre canali delle Tv specializzate (Rai YoYo, Rai 5, Rai Storia), che nel periodo maggio-dicembre 2015 era stata dell'ordine di un fatturato di circa 11 ml.

³⁴ In merito ai ricavi da canoni si precisa che nella determinazione dell'ammontare dei canoni per utenze private sono state utilizzate le informazioni e i dati resi disponibili con riferimento alle nuove modalità di riscossione, tenuto conto di quanto previsto dalla Legge 23 dicembre 2014, n. 190 (art. 1, comma 293), che aveva disposto la riduzione del 5 per cento, a decorrere dall'anno 2015, delle somme da riversare a Rai per la copertura del costo di fornitura del Servizio Pubblico.

Di seguito sono analizzate le principali voci che compongono i “Ricavi da vendite e prestazioni” della Rai S.pa.

Tabella 34 - Ricavi da vendite e prestazioni Rai Spa

(in migliaia di euro)

Ricavi delle vendite e delle prestazioni	2015	2016	Variazione % 2016/2015
Canoni	1.637.548	1.909.658	16,62
Pubblicità	585.511	615.699	5,16
Altri ricavi	74.663	69.269	-7,22
Totale	2.297.722	2.594.626	12,92

Fonte Bilancio Rai

I ricavi da canoni sono aumentati, passando da 2.297.722 del 2015 ai 2.594.626 del 2016 (+ 12,92 per cento).

11.2 Il canone di abbonamento

11.2.1. Il canone quale strumento di finanziamento pubblico

Il canone radiotelevisivo configura una imposta, la cui riscossione è demandata all’Agenzia delle Entrate, dovuta in ragione della detenzione di un apparecchio idoneo alla ricezione delle radioaudizioni.

I rapporti tra la Rai e l’Amministrazione delle Finanze sono stati disciplinati sin dal 1988 mediante apposite convenzioni, prima con il Ministero delle Finanze e - dal 2001 - con l’Agenzia delle Entrate.

In data 25 aprile 2015 è stato sottoscritto tra le parti l’accordo per la proroga della convenzione senza soluzione di continuità fino al 6 maggio 2016, data di scadenza della concessione di servizio pubblico affidata a Rai SpA.

L’Agenzia ha chiesto per il 2014, in merito al rimborso dei costi di gestione sostenuti da Rai, una riduzione di 250.000 euro in ottemperanza alla normativa in materia di *spending review*. Per il 2015 e 2016 l’accordo sottoscritto prevede - sempre in una logica di revisione della spesa pubblica - una ulteriore riduzione di 250.000 euro.

La riscossione del canone speciale per i pubblici esercizi, invece, non è disciplinata dalla convenzione con l'Agenzia delle Entrate, ed è, pertanto, curata direttamente dalla concessionaria.

La riscossione coattiva (prevista in convenzione anche per il canone speciale) avviene tramite cartella esattoriale, come per il canone ordinario.

11.2. 2 Le entrate provenienti dal canone

I ricavi da canoni si attestano nel 2016 a 1.909.658 euro, con un incremento rispetto al precedente esercizio (1.637.548) di 272.110 ml (+16,62 per cento), come evidenziato nella tabella sottostante che pone in risalto i diversi volumi che compongono l'aggregato del provento e le variazioni intervenute rispetto all'esercizio precedente per singola tipologia di canone.

Tabella 35 - Canoni

(in migliaia di euro)

CANONI -RICA VI	Esercizio 2015	Esercizio 2016	Variazione % 2016/2015
Canoni del periodo - Utenze private	1.537,40	1.792,70	16,61
Canoni del periodo - Utenze speciali	75,6	77,8	2,91
Canoni riscossione coattiva	25,9	39,6	52,90
Restituzioni	-1,4	-0,4	-71,43
TOTALE ricavi canoni	1.637,50	1.909,70	16,62

Fonte Bilancio Rai

I ricavi da canone, come emerge dai dati riportati nel successivo prospetto, rappresentano la fonte più rilevante delle risorse del gruppo Rai, confermando l'assoluta centralità che i provvedimenti incidenti su tale risorsa comportano sull'equilibrio economico finanziario prospettico.

La crescita dei ricavi è indotta sostanzialmente dai canoni incassati da utenze ordinarie che, beneficiando degli effetti legati al nuovo meccanismo di riscossione attraverso la bolletta elettrica risultano pari a 1.792,70 mgl rispetto ai 1.537,40 mgl del 2015 (con un incremento di 255.3 mgl; + 16,61 per cento).

In aumento anche i canoni da utenze speciali che passano da 75,6 ml del 2015 a 77,8 ml del 2016 (+2,91 per cento) ed ugualmente per i canoni da riscossione coattiva che da 25,9 ml del 2015 passano a 39,6 ml del 2016, con un incremento di 13,7 ml (+ 52,90 per cento).

Tabella 36 - Utenti paganti*(in migliaia di euro)*

	Es. 2015	Es. 2016	Variazione % 2016/2015
Utenti ordinari	15.309	21.886	43,0
- Utenti speciali TV	221	228	3,2
- Utenti Radio	57	69	21,1
Tot. Utenti speciali	278	297	6,8

Fonte Rai

Il successo del nuovo metodo di riscossione dei canoni ordinari risulta evidente dalla consistenza degli utenti paganti, come dalla precedente tabella, che evidenzia il passaggio dai 15,3 ml del 2015 ai 21,9 ml del 2016, con un incremento del 43 per cento. In leggera crescita anche il numero degli utenti paganti il canone speciale TV e Radio passati da 278.000 euro del 2015 ai 297.000 euro del 2016 con un incremento del 6,8 per cento.

11.2.3 Il nuovo meccanismo di riscossione del canone di abbonamento ordinario

La legge 28 dicembre 2015, n. 208 *“Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato”* (legge di stabilità 2016) all’articolo 1, comma 153 e seguenti, come innanzi accennato, ha introdotto un nuovo sistema di pagamento del canone ordinario Rai, le cui linee fondamentali possono essere così sintetizzate:

- la detenzione di un apparecchio si presume nel caso in cui esista un’utenza per la fornitura di energia elettrica nel luogo in cui un soggetto ha la sua residenza anagrafica;
- a decorrere dal 1° gennaio 2016 non è più esercitabile la facoltà di presentare la denuncia di cessazione dell’abbonamento radiotelevisivo per suggellamento, di cui all’articolo 10, primo comma, del regio decreto-legge 21 febbraio 1938, n. 246, convertito dalla legge 4 giugno 1938, n. 880;
- per superare la presunzione di detenzione dell’apparecchio televisivo, con conseguente non addebito del canone, è ammessa esclusivamente una dichiarazione ai sensi dell’art. 47 del Decreto del Presidente della Repubblica del 28 dicembre 2000, n.445 da presentarsi all’Agenzia delle Entrate con le modalità e nei termini definiti dal provvedimento del Direttore della stessa del 24 marzo 2016 e successivamente modificato con provvedimento del 21 aprile 2016;

- il canone di abbonamento è, in ogni caso, dovuto una sola volta nei luoghi adibiti a propria residenza o dimora, dallo stesso soggetto e dai soggetti appartenenti alla stessa famiglia anagrafica, come individuata dall'articolo 4 del regolamento di cui al decreto del Presidente della Repubblica 30 maggio 1989, n. 223;
- per i titolari di utenza di fornitura di energia elettrica il pagamento del canone avviene in dieci rate mensili, addebitate sulle fatture emesse dall'impresa elettrica aventi scadenza del pagamento successiva a quella delle rate;
- le somme riscosse dalle imprese elettriche sono riversate direttamente all'Erario;
- in sede di prima applicazione nella prima fattura successiva al 1° luglio 2016 sono cumulativamente addebitate tutte le rate scadute; l'Agenzia delle entrate mette a disposizione delle imprese elettriche, per il tramite del sistema informativo integrato istituito presso l'Acquirente Unico Spa, l'elenco dei soggetti esenti ai sensi delle disposizioni vigenti o che abbiano presentato la dichiarazione di cui al comma 153, lettera a), e fornisce ogni dato utile a individuare i soggetti obbligati;
- resta ferma la disciplina vigente in materia di accertamento e riscossione coattiva.

La legge fissa inoltre l'importo del canone unitario a 100 euro per il 2016, abbassandolo pertanto rispetto ai 113,5 euro del 2015; si prevede inoltre che per gli anni dal 2016 al 2018 l'extra gettito, determinato dalle maggiori entrate versate a titolo di canone di abbonamento alla televisione rispetto alle somme già iscritte nel bilancio di previsione dello Stato per l'anno 2016, venga trattenute dall'Erario per una quota pari al 33 per cento del suo ammontare per il 2016 e del 50 per cento per ciascuno degli anni 2017 e 2018³⁵. La quota di spettanza di Rai dell'*extra* gettito è pertanto fissata dalla Legge per gli anni 2016 in 67 per cento e nel 2017 e 2018 nel 50 per cento.

11.2.4 Gli effetti del nuovo meccanismo di riscossione del canone di abbonamento

Il nuovo meccanismo di riscossione dei canoni ordinari si è rivelato molto efficace, permettendo di ridurre in modo determinante il tasso di evasione. Fino al 2015, infatti, l'evasione del canone era stimata superiore al 30 per cento, posizionandosi su un livello di gran

³⁵ In seguito, come già illustrato nel precedente paragrafo 1.2, l'articolo 1, comma 40 della legge 11 dicembre 2016, n. 232, "*Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2017 e Bilancio pluriennale per il triennio 2017-2019*", ha previsto per l'anno 2017 la riduzione a 90 euro della misura del canone di abbonamento alla televisione per uso privato; disposizioni confermate anche per l'anno 2018 dall'articolo 1, comma 1147 della legge 27 dicembre 2017, n. 205, "*Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2018 e Bilancio pluriennale per il triennio 2018-2020*".

lunga superiore agli *standard* europei, circa il 3-5 per cento. Il nuovo sistema di incasso ha fatto registrare un significativo incremento dei paganti, che risulta stimabile - sulla base degli incassi di competenza 2016 comunicati a Rai dalla Ragioneria dello Stato - in 21,9 ml (+ 6,6 ml di utenti rispetto alla situazione *ante* riforma).

La crescita degli utenti paganti si è riflessa nel significativo incremento dei ricavi, passati da 1.537,4 ml a 1.792,7 ml che ha potuto più che compensare gli effetti negativi sugli introiti legati alla riduzione del canone unitario di 13,5 euro (100 nel 2016 contro i 113,5 del 2015) e alla trattenuta da parte dello Stato del 33 per cento dell'extra-gettito dell'esercizio, pari a 127 ml.

Si evidenzia che a seguito delle trattenute operate dallo Stato sui canoni ordinari³⁶ il canone *pro-capite* effettivamente di competenza Rai risulta inferiore ai 100 euro nominali pagati dall'utente.

11. 2.5 Il canone di abbonamento speciale

L'esercizio 2016 fa registrare un lieve aumento dei ricavi da canoni speciali, che passano da 75,6 ml del 2015 a 77,8 ml (+2,2 ml). Tale aumento si correla alla crescita degli utenti paganti, pari nel 2016 a 297 mila utenze contro le 278 mila del 2015 (+19 mila).

In tale contesto, peraltro, rimane ancora attuale il fenomeno dell'evasione. Una stima puntuale dell'abusivismo in materia di canone speciale risulta estremamente difficoltosa in quanto, rispetto alla teorica, amplissima platea dei contribuenti - persone fisiche o giuridiche- per le quali è astrattamente ipotizzabile la detenzione dell'apparecchio TV fuori dell'ambito familiare, non esistono riferimenti certi che consentano di stimare la percentuale di possesso di una TV.

Unica eccezione è costituita dagli esercizi alberghieri (alberghi, residence, pensioni e villaggi turistici), rispetto ai quali è corretto ritenere, per la quasi totalità degli stessi, la sussistenza dell'utenza televisiva. Ne consegue che per queste attività la stima dell'abusivismo è molto più precisa ed è quantificabile intorno al 12 per cento.

L'attività di prevenzione dell'evasione svolta dalla Rai in ambito canoni speciali beneficia del Protocollo d'intesa tra Comando generale della Guardia di Finanza e Rai stipulato nel 2012 e successivamente prorogato, espressamente finalizzato a "migliorare l'efficacia complessiva delle misure volte a prevenire, ricercare e contrastare le violazioni in materia di canone

³⁶ Riduzione del 5 per cento delle somme da riversare alla Rai ai sensi della legge n.190/2014.

radiotelevisivo speciale” (art. 1). In esecuzione del richiamato accordo, nell’anno 2016 sono state effettuate 12.330 verifiche ispettive. In 7.724 casi (62,6 per cento) il contribuente, pur detenendo uno o più apparecchi radiotelevisivi, è risultato sprovvisto di abbonamento.

Conseguentemente sono stati aperti altrettanti abbonamenti, e inviate comunicazioni a nome dell’Agenzia delle Entrate (sportello abbonamenti alla TV) con allegato bollettino di pagamento.

La tabella seguente riporta i risultati di queste attività nel 2016, ripartiti per regione, suddivisi tra verbali che attestano il pagamento del tributo (Regolari) e verbali che evidenziano l’evasione del canone (Irregolari).

Tabella 37 - Verbali GdF anno 2016

REGIONI	Irregolari	Regolari	TOTALE
Piemonte	554	219	773
Valle d'Aosta	22	44	66
Lombardia	741	570	1.311
Trentino Alto Adige	180	187	367
Veneto	400	331	731
Friuli Venezia Giulia	215	350	565
Liguria	239	340	579
Emilia Romagna	527	322	849
Toscana	419	577	996
Umbria	101	36	137
Marche	253	280	533
Lazio	805	293	1.098
Abruzzi	143	30	173
Molise	82	40	122
Campania	669	180	849
Puglia	589	280	869
Basilicata	110	25	135
Calabria	553	50	603
Sicilia	914	254	1.168
Sardegna	208	198	406
TOTALE	7.724	4.606	12.330

Fonte Rai

11.2.6 Visite domiciliari

L’entrata in vigore della Legge di Stabilità 2016, sopra ricordata, ha determinato, a partire dall’anno 2016, l’interruzione dell’attività di censimento domiciliare nei confronti dell’utenza

ordinaria e si è creata l'opportunità di convertire una parte degli agenti dal censimento dell'utenza ordinaria al censimento dell'utenza speciale.

Complessivamente nel 2016 hanno operato su tutto il territorio nazionale e per le sole utenze speciali circa 60 incaricati.

Le visite informative realizzate nel 2016 sono state:

- utenze TV: 33.332, con una resa del 47 per cento circa (15.552 nuovi canoni speciali TV)

- utenze Radio: 9.224, con una resa del 52 per cento circa (4.767 nuovi canoni radio).

A fronte di tale attività il numero complessivo delle utenze speciali TV - comprensivo dei morosi - sono pari nel 2016 a 304 mila unità contro le 292 mila del 2015 (con un incremento di circa il 4 per cento); le utenze speciali Radio sono state pari a 76 mila contro le 63 mila del 2015 (con un incremento di circa il 21 per cento).

11.2.7. Riscossione coattiva

Il 2016 registra l'aumento dei ricavi da riscossione coattiva che passano da 25,9 ml del 2015 a 39,6 ml.

Il dato si riferisce a riscossioni da utenze ordinarie per 36,2 ml (+ 13,3 ml rispetto al 2015) e da utenze speciali per 3,4 ml (+ 0,4 ml rispetto al 2015)

Per quanto attiene invece al recupero coattivo del canone ordinario, nel 2016 sono state emesse cartelle di pagamento per canoni dovuti relativamente all'anno 2015 e precedenti nei confronti di 1.000.852 abbonati morosi, con un incremento di 73.939 morosi rispetto al 2015.

Relativamente ai canoni speciali sono state emesse cartelle di pagamento per canoni speciali dovuti relativamente all'anno 2015 e precedenti nei confronti di 58.532 abbonati morosi, con un incremento di 12.936 morosi rispetto al 2015.

11.2.8 Recupero bonario della morosità

Rispetto alle attività di recupero bonario della morosità dei canoni ordinari, si segnala che, in forza di quanto disposto dall'art.4, comma 3, del d.m. 13 maggio 2016, n.94³⁷, in caso di mancato pagamento totale o parziale della fattura per la parte relativa ai consumi elettrici, l'impresa elettrica provvede ad inviare solleciti al cliente con le modalità ordinariamente utilizzate, anche per la parte relativa al canone. Qualora entro l'anno solare successivo il cliente

³⁷ Regolamento recante attuazione dell'articolo 1, comma 154, della legge 28 dicembre 2015, n.208- canone Rai in bolletta.

non abbia provveduto al pagamento del canone, le azioni di recupero del canone non pagato, unitamente alle relative sanzioni ed interessi, sono effettuate dallo Sportello SAT (Sportello abbonamenti TV) dell’Agenzia delle entrate.

Conseguentemente, nel corso del 2016 non è stata effettuata alcuna attività di recupero bonario del canone relativo al medesimo anno dovuto da soggetti addebitabili. In via prudenziale non si è altresì proceduto al recupero bonario verso gli abbonati morosi non addebitabili in attesa di perfezionare l’abbinamento dei soggetti addebitabili con gli abbonati e le relative famiglie. Per l’utenza speciale, invece, l’attività di recupero è proceduta secondo le tempistiche e le modalità consuete. In particolare, nel 2016 sono stati effettuati sei invii tra avvisi e solleciti, per un totale di 619.680 avvisi, con un incremento di 58.483 rispetto al 2015.

11.2.9 La morosità degli abbonati

Nell’anno 2016, come per gli anni precedenti, gli abbonati morosi sono stati individuati sulla base dei pagamenti ricevuti nel termine del 31 gennaio dell’anno di competenza, esteso ai 30 giorni successivi con sanzione amministrativa ridotta.

Nel sottostante quadro è indicata l’incidenza percentuale del numero degli abbonati morosi sugli iscritti e quella delle disdette sugli abbonati paganti.

Tabella 38 - Morosità abbonati - percentuale di incidenza

(in percentuale)

Esercizi	2014	2015	2016
Morosi/totale iscritti	7,56	7,85	3,44

Fonte Rai

Di seguito si riportano i dati relativi alla movimentazione dell’utenza radiotelevisiva.

Tabella 39 - Canoni tv, movimento utenza

	Esercizio 2015	Esercizio 2016	Variazione % 2016/2015
Nuovi	197.800		
Rinnovi	15.331.782		
Paganti	15.529.582	22.034.913	41,89
Morosi	1.322.408	785.134	-40,63
Iscritti a ruolo	16.851.990	22.820.047	35,41
Morosità	7,93%	3,45%	-56,49

Fonte Rai

Tabella 40 - Abbonati

Anni di riferimento	2012	2013	2014	2015	2016	Variazione % 2016/2015
Nuovi	506.486	355.376	253.543	197.800		
Rinnovi	15.614.136	15.636.145	15.469.260	15.331.782		
Totale abbonati paganti	16.120.622	15.991.521	15.722.803	15.529.582	22.034.913	41,89
Morosi	963.091	1.091.104	1.287.191	1.322.408	785.134	-40,63
Iscritti a ruolo	17.083.713	17.082.625	17.009.994	16.851.990	22.820.047	35,41

Fonte Rai

11.3 La pubblicità

I ricavi da pubblicità nell'esercizio 2016, pari a euro 615,7 ml, rispetto ai 585,5 ml del 31 dicembre 2015, risultano dalla seguente tabella.

Tabella 41 - Pubblicità Rai S.p.A.

(in milioni di euro)

	31-dic-15	31-dic-16	Variazione % 2016/2015
<i>Pubblicità televisiva su canali generalisti</i>			
- tabellare	389,4	408,5	4,9
- promozioni, sponsorizzazioni e altre iniziative	106,2	117,8	10,9
Pubblicità televisiva su canali specializzati	61,2	58,5	-4,4
Pubblicità radiofonica	24,9	26,5	6,4
<i>Pubblicità su web</i>	5,0	5,8	16,0
Altra Pubblicità	0,5	0,4	-20,0
Quote competenze terzi	-1,2	-1,5	25,0
Sopravvenienze	-0,5	-0,3	-40,0
Totale ricavi da pubblicità	585,5	615,7	5,2

Fonte Bilancio Rai

I ricavi da pubblicità presentano un incremento pari ad euro 30,2 ml rispetto al dato del 2015 (+ 5,2 per cento) beneficiando degli ottimi risultati conseguiti con la raccolta relativa ai Grandi eventi sportivi, in particolare il campionato europeo di calcio.

A livello di gruppo, gli introiti pubblicitari nel 2016 sono pari a 698,2 ml, rispetto ai 658,8 ml del 2015. Essi sono analizzati nella seguente tabella.

Tabella 42 - Pubblicità gruppo Rai*(in milioni di euro)*

	31-dic-15	31-dic-16	Variazione % 2016/2015
<i>Pubblicità televisiva su canali generalisti</i>			
- tabellare	432,1	458,8	6,2
- promozioni, sponsorizzazioni e iniziative speciali	113,4	127,3	12,3
<i>product placement</i> ³⁸	4,5	5,3	17,8
Pubblicità televisiva su canali specializzati	68,2	65,8	-3,5
Pubblicità radiofonica	27,8	29,9	7,6
Pubblicità cinema	5,6	3,8	-32,1
<i>Pubblicità su web</i>	7,1	8,5	19,7
Altra Pubblicità	1,8	0,7	-61,1
Quote competenze terzi	-1,2	-1,5	25,0
Sopravvenienze	-0,5	-0,4	-20,0
Totale ricavi da pubblicità	658,8	698,2	6,0

Fonte Bilancio Rai

I ricavi pubblicitari presentano un incremento di 39.4 ml, (+6 per cento) rispetto al dato del 2015.

Tale positivo risultato è stato conseguito grazie all'aumento del prezzo medio dell'inserito, nonostante sia stata interrotta, a partire dal mese di maggio 2016 la raccolta pubblicitaria per i tre suddetti canali delle Tv specializzate.

Si segnala inoltre il positivo risultato della pubblicità *sul web* che, pur presentando valori assoluti ancora contenuti, evidenzia - grazie all'avvio di "Rai Play", avvenuto alla fine di agosto - un andamento in controtendenza rispetto al mercato.

11.4 I ricavi commerciali

I ricavi commerciali, come risultanti dal bilancio consolidato di gruppo, risultano pari nell'esercizio 2016 a 183,4 ml rispetto ai 179,2 ml del 2015 (con un incremento del 2,3 per cento) come da sottostante tabella.

³⁸ Trattasi dell'inserimento del messaggio pubblicitario all'interno di un film o programma Tv.

Tabella 43 - Altri ricavi del Gruppo Rai

(in milioni di euro)

	Esercizio 2015	Esercizio 2016	Variazione % 2016/2015
Servizi speciali da convenzione	50,3	44,4	-11,7
Commercializzazione diritti ed edizioni musicali	54,8	60,5	10,4
Distribuzione cinematografica e home video	37,7	29,3	-22,3
Distribuzione e commercializzazione canali	16,1	20	24,2
Canoni ospitalità impianti e apparati	32,7	32,4	-0,9
Servizi diversi, principalmente a fini istituzionali	16,1	9,5	-41,0
Servizi di diffusione segnale, nolo circuiti, ponti radio e collegamenti	5,7	5,8	1,8
Interazioni telefoniche	1,2	0,7	-41,7
Servizi di produzione	0,6	0,7	16,7
Ricavi da vendita pubblicazioni	0,7	1,6	128,6
Altro	1,4	1,5	7,1
Quote terzi	-41,6	-29,1	-30,0
Sopravvenienze	3,5	6,1	74,3
Totale ricavi delle vendite e delle prestazioni - altri ricavi	179,2	183,4	2,3

Fonte Bilancio Rai

L'incremento è determinato principalmente dalla voce "commercializzazione diritti, canali ed edizioni musicali" per effetto dello sviluppo dei business relativi allo sfruttamento dei diritti VOD (*Video on Demand*) e SVOD (*Subscription Video On Demand*), dei diritti di ripresa delle partite delle squadre di calcio e di commercializzazione dei canali Rai all'estero.

Si registrano viceversa, riduzioni nei "servizi speciali da convenzione e a fini istituzionali" per minori rimborsi derivanti dalla convenzione per la riscossione del canone, dovuti alla diversa modalità di raccolta dello stesso, e per l'assenza degli introiti riferiti ad Expo, unitamente ad un andamento meno favorevole del *box office* dei titoli cinematografici distribuiti da Rai Cinema.

Con riferimento al Bilancio separato della Capogruppo, si rilevano ricavi commerciali per 69.269 ml, con una diminuzione di 5.394 rispetto al 2015 (-7,2 per cento).

La tabella sottostante fornisce evidenza della composizione degli stessi a confronto con l'esercizio precedente.

Tabella 44 - Ricavi commerciali Rai Spa*(in migliaia di euro)*

	Esercizio 2015	Esercizio 2016	Variazione % 2016/2015
Servizi speciali da convenzione	44.222	38.341	-13,3
Commercializzazione diritti ed edizioni musicali	6.067	7.301	20,3
Ricavi per distribuzione e commercializzazione canali	9.674	11.342	17,2
Servizi di produzione e facilities	481	770	60,1
Servizi diversi, principalmente a fini istituzionali	8.658	7.079	-18,2
Servizi di diffusione segnale, nolo circuiti, ponti radio e collegamenti	2.925	2.925	0,0
Interazioni telefoniche	569	388	-31,8
Ricavi da distribuzione home video	155	201	29,7
Altro	1.408	1.268	-9,9
Quote terzi	-519	-585	12,7
Sopravvenienze	1.023	239	-76,6
Totale ricavi delle vendite e delle prestazioni - altri ricavi	74.663	69.269	-7,2

*Fonte Bilancio Rai***11.4.1 Iniziative assunte in materia di ricavi commerciali**

Le principali iniziative assunte nelle diverse aree di business in materia di ricavi commerciali, hanno riguardato le controllate Rai Com e Rai Cinema.

Rai Com

Nel corso del 2016 è proseguita la gestione delle Convezioni con la Provincia Autonoma di Bolzano e con la Presidenza del Consiglio dei Ministri per le trasmissioni a tutela delle minoranze linguistiche. Analogamente si conferma la definizione di Convezioni con enti locali³⁹, con fondazioni ed altre associazioni (da segnalare tra queste gli accordi con Unicef, Telethon e Action Aid).

Nell'ambito delle Edizioni Musicali di rilievo è l'attività di realizzazione e commercializzazione di colonne sonore e musiche originali per radio e tv. Significativa è stata la presenza delle edizioni e produzioni musicali di Rai Com nell'ambito delle fiction prodotte in collaborazione con Rai.

Buoni risultati sono stati ottenuti dall'attività di distribuzione internazionale di prodotti televisivi e cinematografici di Rai e di terzi.

³⁹ Tra queste, la partnership quadriennale con la Regione Basilicata in vista dell'evento "Matera 2019 - Capitale Europea della cultura" e l'accordo con la Regione Sardegna per la produzione di programmi televisivi in lingua sarda.

Il settore dei diritti sportivi si è caratterizzato sia per la prosecuzione della produzione del canale tematico *Juventus Tv* e della sua distribuzione all'estero insieme a quella di *Roma Tv* e *Lazio Style Television*, sia per la commercializzazione dei diritti d'archivio all'estero di alcuni club di serie A e B, dei diritti relativi alle partite amichevoli della Nazionale di Calcio e di quelli delle Paraolimpiadi.

Va poi consolidandosi il modello di distribuzione internazionale dei canali Rai in Australia, Usa e Sud America con la nuova strategia commerciale che, attraverso una gestione diretta da parte di Rai, garantisce maggiori ricavi nel lungo termine, sia pur a fronte di costi tecnici e di *marketing* direttamente sostenuti.

Sono state realizzate iniziative nel segmento del *consumer product* che, nell'ambito delle attività sui *New Media*, hanno registrato lo sviluppo di importanti accordi di distribuzione all'interno del mercato SVOD e ESI/T-VOD (su tutti gli accordi con *Netflix*, *TIMvision* e *Infinity*).

Da segnalare infine il progetto di rilancio del settore librario, attraverso un potenziamento delle collane pubblicate, un arricchimento del catalogo con temi di più ampio respiro ed una progressiva digitalizzazione dei titoli di maggiore interesse.

Rai Cinema

Merita di essere menzionato il contributo di Rai Cinema ai ricavi di Gruppo, in particolare attraverso le attività di distribuzione nelle sale cinematografiche e nel settore *home video*.

Per quanto riguarda l'attività di commercializzazione sulle nuove piattaforme, sia *Netflix* che *Tim Vision* si confermano *partner* importanti.

L'inizio del 2016 ha visto riconfermati gli accordi con le grandi piattaforme digitali per la distribuzione dei prodotti in modalità VOD e EST come *iTunes*, *Chili*, *TIM vision*, *Google Play*, *Sony* e *Xbox di Microsoft*. Da evidenziare il nuovo accordo raggiunto con la piattaforma *Wuaki* per la distribuzione dei *film* in EST e TVOD e la conclusione di un accordo con *Sky Italia* per la concessione dei diritti PPV/TVOD di un pacchetto di 12 titoli.

12. GLI INTERVENTI PER IL RIEQUILIBRIO DELLA GESTIONE

La gestione 2016 risulta significativamente influenzata dalle modifiche introdotte dalla Legge di stabilità 2016 in tema di riscossione dei canoni ordinari. Il rilevante incremento dei ricavi, indotto dalla nuova normativa, ha permesso di riportare in attivo le risultanze operative della gestione.

Il risultato operativo e il risultato netto consolidati 2016 si attestano infatti a 64,3 ml e 18,10 ml contro i -12,2 ml e -25,6 ml del precedente esercizio. In miglioramento anche l'indebitamento finanziario netto rispetto al dato dell'esercizio precedente (passa dai 362,4 ml del 2015 ai 320,7 ml del 2016⁴⁰).

La gestione ha inoltre beneficiato di maggiori ricavi da canoni derivanti dalle utenze speciali e dalla riscossione coattiva di cartelle relative ad utenti morosi ante 2016, portando l'aumento complessivo dei canoni rispetto al precedente esercizio a 272 ml.

Il 2016 ha fatto peraltro registrare il buon andamento dei ricavi pubblicitari, che evidenziano rispetto al 2015 un incremento di 39,4 ml (+6 per cento) beneficiando, da un lato, di una moderata espansione del mercato di riferimento (+ 4,3 per cento rispetto al dato del 2015), dall'altro, dei ricavi incrementali indotti dalla presenza nel palinsesto dei grandi eventi sportivi. Tali risultati positivi sono stati conseguiti in uno scenario di mercato nel quale Rai è riuscita a mantenere la *leadership* degli ascolti sia sul *prime time* (*share* del 38,6 per cento) che sull'intera giornata (*share* del 36,7 per cento).

I risultati conseguiti scontano la decisione di Rai di interrompere, a partire dal mese di maggio 2016, la raccolta pubblicitaria sul canale Rai Yo-Yo dedicato ai bambini e sui canali Rai 5 e Rai Storia dedicati alla cultura.

La crescita dei ricavi pubblicitari ha interessato, in particolare, sia il mezzo Tv (+6,3 per cento contro il 5,4 per cento del mercato), sia la Radio (+7,6 per cento contro il 2,3 per cento del mercato) e soprattutto il *Web* (+19,7 per cento rispetto ad un mercato in contrazione).

Le maggiori risorse a disposizione della gestione, oltre all'integrale copertura dell'onere per i grandi eventi sportivi, hanno consentito di perseguire due obiettivi paralleli, coerenti con le linee tracciate dal Piano Industriale 2016-2018:

⁴⁰ Al netto dei crediti vantati verso lo Stato per i maggiori ricavi da canoni derivanti dal nuovo meccanismo di incasso, per un totale di 549,6 ml: cfr. la tabella n. 57.

- potenziare l'offerta su tutte le piattaforme, sostenendo il percorso di trasformazione in *media company* e garantendo crescenti livelli di competitività;
- rafforzare e mettere in sicurezza la struttura patrimoniale di Rai e del Gruppo, garantendo livelli di maggiore solidità strutturali ed una più accurata gestione dei rischi operativi.

Con riferimento al potenziamento dell'offerta, la gestione 2016 evidenzia nel secondo semestre, coerentemente con il percorso prefigurato nel Piano Industriale, una dinamica espansiva dei costi di programmazione delle reti generaliste e dei canali specializzati nonché delle testate.

Congiuntamente a tale andamento, il 2016 fa registrare la destinazione di maggiori risorse all'area *digital*, con l'avvio, come già indicato nel paragrafo dedicato al Piano Industriale, della piattaforma Rai *Play*.

La possibilità di contare su un volume di risorse in crescita ha inoltre, come detto, consentito l'integrale finanziamento dei grandi eventi sportivi (Europei di calcio e Olimpiadi estive) che hanno significativamente pesato sul livello dei costi esterni (140 ml).

In crescita anche la disponibilità di prodotto ad utilità ripetuta, sia riferito al Cinema che alla *Fiction*, con correlato incremento degli ammortamenti.

Come già evidenziato, le maggiori risorse da canoni e pubblicitarie su cui ha potuto contare l'esercizio 2016, oltretutto essere investite sul *core business* dell'Azienda rafforzando il prodotto e in generale l'offerta sulle diverse piattaforme, sono state utilizzate per garantire un maggiore livello di solidità patrimoniale, anche con riferimento agli impegni e ai rischi operativi della gestione.

In particolare, l'esercizio 2016 è caratterizzato dallo stanziamento di circa 28 ml per iniziative di incentivazione all'esodo. Dette iniziative, che hanno interessato sia la Capogruppo, con particolare riferimento ai giornalisti, sia le controllate, in particolare Rai *Way*, consentono di perseguire il graduale ringiovanimento degli organici con una correlata diminuzione del costo medio del personale.

Nel 2016 sono state inoltre accantonate risorse per il miglioramento dell'assetto immobiliare, prevedendo stanziamenti relativi, in particolare, alla bonifica dall'amianto di importanti *asset* aziendali di Roma e Torino.

Le predette passività finanziarie non correnti, comprensive delle quote correnti sono state pari a 391.946,00 (396.068,00 al 31 dicembre 2015) e si analizzano nella seguente tabella.

Tabella 45- Passività finanziarie non correnti*(in migliaia di euro)*

	Esercizio al 31 dicembre 2015			Esercizio al 31 dicembre 2016		
	Quota non corrente	Quota corrente	Totale	Quota non corrente	Quota corrente	Totale
Obbligazioni	346.066		346.066	346.946		346.946
Debiti verso banche a m/1 termine	45.000	5.000	50.000	35.000	10.000	45.000
Passività per derivati di copertura - cambi	2		2			
Totale	391.068	5.000	396.068	381.946	10.000	391.946

Fonte Bilancio Rai

Le predette passività finanziarie non correnti, comprensive delle quote correnti, si decrementano di 4.122 migliaia di euro rispetto al 31 dicembre 2015, principalmente per il rimborso della prima rata del finanziamento della Banca Europea per gli Investimenti - BEI.⁴¹ Il prestito obbligazionario emesso da Rai a fine maggio 2015 è quotato presso l'*Irish Stock Exchange*. Il titolo, interamente sottoscritto da investitori istituzionali internazionali, ha un tasso nominale dell'1,5 per cento con scadenza maggio 2020.

La scadenza delle passività finanziarie (correnti e non correnti) viene di seguito indicata.

⁴¹ I debiti a medio-lungo termine sono composti al 31 dicembre 2016 da un'emissione obbligazionaria con importo nozionale di 350 ml e da un prestito della BEI con scadenza 2021 per 45 ml, concesso a Rai per lo sviluppo dell'infrastruttura del digitale terrestre. Tale finanziamento prevede il rispetto dei seguenti indici parametrico/patrimoniali a valere sul bilancio consolidato IFRS:

- Indebitamento Finanziario Netto (rettificato) al netto dei crediti verso lo Stato per canoni/Patrimonio netto $\leq 1,3$;
- Indebitamento Finanziario Netto (rettificato) al netto dei crediti verso lo Stato per canoni/Margine Operativo Lordo $\leq 1,0$.

Tali indici risultano alla data di bilancio ampiamente rispettati, attestandosi rispettivamente a 0,67 e 0,51.

Tabella 46 - Scadenza passività

(in migliaia di euro)

	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015			
	entro 12 mesi	Tra 1 e 5 anni	oltre 5 anni	Totale
Obbligazioni		346.066		346.066
Debiti verso controllate- rapporti di c/c	127.640			127.640
Debiti verso controllata Rai Cinema per strumenti derivati	4.799			4.799
Debiti verso banche a m/l termine	5.000	40.000	5.000	50.000
Debiti verso banche a breve termine	966			966
Debiti verso collegate - rapporti di c/c	91			91
Passività per derivati attivati per conto Rai Cinema	45			45
Passività per derivati di copertura - cambi	4	2		6
Altre passività finanziarie	1.125			1.125
Totale	139.670	386.068	5.000	530.738

	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016			
	entro 12 mesi	Tra 1 e 5 anni	oltre 5 anni	Totale
Obbligazioni		346.946		346.946
Debiti verso controllate- rapporti di c/c	129.475			129.475
Debiti verso controllata Rai Cinema per strumenti derivati	697			697
Debiti verso banche a m/l termine	10.000	35.000		45.000
Debiti verso banche a breve termine	160.143			160.143
Debiti verso collegate - rapporti di c/c	73			73
Debiti verso collegate	13			13
Passività per derivati attivati per conto Rai Cinema	26			26
Totale	300.427	381.946		682.373

Fonte Bilancio Rai

L'indebitamento a medio-lungo termine è interamente a tasso fisso.

Il *fair value* (valore equo) delle passività finanziarie non correnti (diverse dagli strumenti finanziari derivati)⁴² è di seguito indicato.

Tabella 47 - Fair Value del finanziamento

(in migliaia di euro)

	esercizio chiuso al 31 dicembre 2015		esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	
	Valore di bilancio	Fair Value	Valore di bilancio	Fair Value
Rai - Prestito Obbligazionario	346.066	350.267	346.946	360.702
Rai - Finanziamento BEI	50.000	51.665	45.000	46.032

Fonte Bilancio Rai

L'esposizione finanziaria netta della società è rappresentata nel seguente prospetto.⁴³

Tabella 48 - Posizione finanziaria netta

(in migliaia di euro)

	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016
A. Cassa	322	329
B. Altre disponibilità liquide	66.789	4.234
C. Titoli detenuti per la negoiazione		
D. Liquidità (A+B+C)	67.111	4.563
E. Crediti finanziari correnti	114.046	114.294
F. Debiti bancari correnti	-966	-160.143
G. Parte corrente dell'indebitamento non corrente	-5.000	-10.000
H- Altri debiti finanziari correnti	-133.704	-130.285
I. Indebitamento finanziario corrente (F+G+H)	-139.670	-300.428
J. Posizione finanziaria corrente netta (I+E+D)	41.487	-181.571
K- Debiti bancari non correnti	-45.000	-35.000
L. Obbligazioni emesse	-346.066	-346.946
M. Altri debiti finanziari non correnti	-2	
N. Indebitamento finanziario non corrente (K+L+M)	-391.068	-381.946
O. Posizione finanziaria netta (J+N)	-349.581	-563.517

Fonte Bilancio Rai

⁴² Questo viene valutato secondo i seguenti criteri: il titolo obbligazionario emesso dalla Società nel maggio 2015 presenta un *fair value* che corrisponde al prezzo di mercato pari a 103,06, comprensivo di rateo interessi; il *fair value* del finanziamento BEI (compresa la parte a breve termine), è stato calcolato scontando i flussi per capitale e interessi ai tassi impliciti nella curva euro alla data di rendicontazione incrementati del credit spread di Rai, stimato sulla base dei titoli emessi dallo Stato italiano e risulta sostanzialmente in linea con il valore di bilancio.

⁴³ Redatto secondo quanto previsto dal paragrafo 127 delle raccomandazioni contenute nel documento predisposto dall'ESMA n. 319 del 2013, implementative del Regolamento (CE) 809/2004.

Tenuto conto dello stato della situazione finanziaria netta, questa Corte ritiene di dover ribadire quanto già fatto presente nel precedente referto relativo all'esercizio 2015, circa l'esigenza di assumere fin da ora, e per gli esercizi successivi, idonee ed efficaci iniziative per un effettivo riequilibrio della gestione. Si rappresenta in particolare la necessità che l'azienda ponga in essere ogni misura organizzativa, di processo e gestionale, idonea ad eliminare residue inefficienze e sprechi, in particolare proseguendo, laddove possibile e conveniente, nel percorso di internalizzazione delle attività e concentrando gli impegni finanziari sulle priorità effettivamente strategiche, con decisioni di spesa strettamente coerenti con il quadro di riferimento ed un maggiore contenimento dei costi, soprattutto quelli della produzione.

13. LE MODALITÀ DI GESTIONE DEI RISCHI FINANZIARI

Al 31 dicembre 2016, come già detto, l'indebitamento a medio/lungo termine, come innanzi indicato, risulta interamente a tasso fisso; pertanto gli effetti della variazione dei tassi ricadono unicamente sulle posizioni a breve termine di durata e segno variabile in corso d'anno.

Nella tabella sottostante è esposta la *sensitivity analysis* effettuata sulle posizioni finanziarie non coperte, al 31 dicembre 2016 costituite dalle sole posizioni finanziarie a breve termine. In considerazione del livello minimo già raggiunto dai tassi, è stata considerata, per il 2016, unicamente l'ipotesi di un innalzamento della curva dei tassi di +50 bp⁴⁴, con i seguenti effetti.

Tabella 49 - Proventi

(in migliaia di euro)

	Variazione tasso di interesse	Variazione risultato economico al lordo dell'effetto fiscale
Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	+50bp	863
	+50bp	206
Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	-10bp	-41

Fonte Bilancio Rai

Il rischio di cambio della Società è relativo principalmente all'esposizione in dollari statunitensi, originata dall'acquisto di diritti sportivi da parte di Rai. Nel corso del 2016 tali impegni hanno generato pagamenti per circa 35 milioni USD (34 milioni USD nel 2015)⁴⁵.

La gestione del rischio di cambio è realizzata a far data dalla sottoscrizione dell'impegno commerciale, spesso di durata pluriennale e ha come obiettivo la salvaguardia del controvalore in euro degli impegni, così come stimati in sede di ordine (o di *budget*). La *policy* ne regola la gestione secondo le migliori pratiche internazionali, con l'obiettivo di minimizzare il rischio, attraverso il monitoraggio attivo dell'esposizione e l'attuazione di strategie di copertura da parte di Rai, anche per conto delle società controllate (ad eccezione di Rai Way, dotata di *policy* e gestione autonoma).

⁴⁴ Si tratta dei cosiddetti "punti base" o "*basis points*", vale a dire dei centesimi di punto percentuale, ovvero la più piccola unità di misura adoperata in relazione a indici e tassi (un aumento del tasso di 25 punti significa, in altri termini, + 0,25%).

⁴⁵ Ulteriori valute di esposizione, con esborsi frazionati e di importo complessivamente modesto, sono il Franco svizzero e la Sterlina inglese per circa 4 ml.

Le deleghe per la realizzazione degli interventi di copertura sono attribuite in via gerarchica e progressiva, con una percentuale minima di intervento del 50 per cento dell'importo contrattuale in divisa.

Le strategie di copertura sono attuate attraverso strumenti finanziari derivati – quali acquisti a termine e strutture opzionali - senza assumere carattere di speculazione finanziaria.

Si riporta di seguito il dettaglio delle attività e passività in valuta differente dall'euro.

Tabella 50- Attività, passività

(in migliaia di euro)

	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015		Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	
	Valuta USD	Altre valute estere	Valuta USD	Altre valute estere
Crediti commerciali	61	102	3	16
Debiti commerciali (*)	-8.160	-806	-7.511	-720
Disponibilità liquide	675	100	405	79
Attività finanziarie correnti (**)				2
Passività finanziarie correnti (**)	-4.093		-4.088	
Altre attività non correnti	8	90	52	78
Altri crediti e attività correnti	23	8	1	24
Altri debiti e passività correnti	-65	-251	-70	-132

Fonte: Bilancio Rai

* coperti da strumenti derivati per un valore nominale pari a USD 5.750 migliaia sia al 31/12/2015 che al 31/12/2016

** esclusi strumenti finanziari derivati

Come appena illustrato, l'esposizione al rischio cambio risulta significativa unicamente per il cambio EUR/USD. È stata pertanto realizzata una *sensitivity analysis* al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015, sulle posizioni di credito e di debito non coperte, sui derivati a copertura di impegni a fronte di contratti già sottoscritti e sulle disponibilità in divisa.

Gli effetti sono indicati nella seguente tabella. In particolare, si evidenzia che un deprezzamento dell'euro al 31 dicembre 2016 avrebbe determinato, da un lato, effetti economici negativi sull'ammontare delle posizioni non coperte, dall'altro, un incremento della riserva di *Cash Flow Hedge* (copertura dei flussi finanziari) conseguente al maggior valore delle coperture. Per contro l'apprezzamento dell'euro comporterebbe minori oneri economici e un decremento della Riserva di *Cash Flow Hedge* per effetto del minor valore delle coperture.

Tabella 51 - Effetto derivati*(in migliaia di euro)*

	Cambio Eur/Usd	Variazione cambio Eur/Usd	Cambio Eur/Usd ricalcolato	Variazione c/e (lordo imposte)	Variazione Riserva cash+flow hedge
esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	1,0887	-10%	0,9798	-699	1,591
		+10%	1,1976	572	-1.552
esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	1,0541	-10%	0,9487	-627	1.185
		+10%	1,1595	513	-977

Fonte Bilancio Rai

L'esposizione teorica al rischio di credito per la società è riferita principalmente al valore contabile delle attività finanziarie e dei crediti commerciali iscritti in bilancio.

Per quanto riguarda il rischio di controparte, per la gestione del credito commerciale sono adottate procedure formalizzate di valutazione e di affidamento dei partner commerciali. L'analisi viene svolta periodicamente sulla situazione delle partite scadute e può portare all'eventuale costituzione in mora dei soggetti interessati dall'emersione di problemi di solvibilità. Gli elenchi delle partite scadute oggetto di analisi vengono ordinati per importo e per cliente, aggiornati alla data di analisi ed evidenziano le situazioni che richiedono maggiore attenzione.

La Società preposta al recupero del credito promuove azioni di sollecito in via bonaria nei confronti delle controparti che risultano debtrici di importi relativi a partite scadute. Qualora tali attività non conducano all'incasso delle somme, dopo aver proceduto alla formale costituzione in mora dei soggetti debitori, la struttura avvia di concerto con la funzione legale le opportune azioni volte al recupero del credito (diffida, decreto ingiuntivo, ecc.). Di seguito è riportata l'analisi dei crediti per scadenza (al lordo del fondo svalutazione crediti).

Tabella 52 - Crediti
(in migliaia di euro)

	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016
Fatture da emettere	146.584	386.429
A scadere	180.832	159.972
Scaduti da 0-90 giorni	351	1.370
Scaduti da 91-180 giorni	570	131
Scaduti da oltre 180 giorni	21.025	17.675
Fatture emesse	202.778	179.148
Totale crediti commerciali	349.362	565.577

Fonte Bilancio Rai

Il rischio di credito sugli impieghi di liquidità è limitato in quanto la *policy* aziendale prevede, per i periodi di eccedenze di cassa, l'utilizzo di strumenti finanziari a basso rischio e con *rating* elevato. Nel corso dell'esercizio 2016 e dell'esercizio 2015 sono stati utilizzati unicamente depositi vincolati o a vista con controparti bancarie con *rating Investment grade*.

Tabella 53 - Obbligazioni
(in migliaia di euro)

	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015				Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016			
	< 1anno	2-5 ani	>5anni	Totale	< 1anno	2-5 ani	>5anni	Totale
Debiti commerciali e altre passività:								
Debiti commerciali e altre passività:	542.415			542.415	560.424			560.424
Altri debiti e passività	335.264	5.734	552	341.550	293.279	3.294	330	296.903
Passività finanziarie a medio/lungo termine:								
Finanziamento a medio/lungo termine	6.044	42.297	5.052	53.393	10.887	36.462		47.349
Obbligazioni	5.250	371.000		376.250	5.250	365.750		371.000
Passività finanziarie a breve termine:								
Debiti verso Banche	966			966	160.143			160.143
Verso controllate (saldi negativi di c/c)	127.640			127.640	129.475			129.475
Verso collegate	91			91	86			86
Altre passività finanziarie	1.126			1.126				
Strumento finanziari derivati:								
Strumenti derivati su cambi verso Terzi	49	2		51	26			26
Strumenti derivati su cambi infragruppo	4.799			4.799	697			697

Fonte Bilancio Rai

14. LA GESTIONE ECONOMICA, PATRIMONIALE E FINANZIARIA

14.1 Il bilancio di Rai Spa

La Società, in relazione a quanto previsto dal Decreto Legislativo 28 febbraio 2005, n. 38, applica per la redazione del proprio Bilancio separato gli *International Financial Reporting Standards* (nel seguito “IFRS” o “principi contabili internazionali”) emanati dall’*International Accounting Standards Board* (di seguito IASB) e adottati dalla Commissione Europea secondo la procedura di cui all’art. 6 del Regolamento (CE) n. 1606/2002 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 19 luglio 2002.

Per IFRS si intendono anche tutti i principi contabili internazionali (“IAS”) e tutte le interpretazioni dell’*International Financial Reporting Standard Interpretations Committee* (“IFRIC”), precedentemente denominate “*Standard Interpretations Committee*” (SIC).

La struttura del Bilancio separato scelta dalla Società prevede che:

- le voci della situazione patrimoniale-finanziaria siano classificate in correnti e non correnti;
- le voci del conto economico siano classificate per natura;
- il prospetto di conto economico complessivo sia presentato in forma separata rispetto al conto economico e indichi il risultato economico integrato dei proventi e oneri che, per espressa disposizione degli IFRS, sono rilevati direttamente a patrimonio netto;
- il rendiconto finanziario sia predisposto secondo il “metodo indiretto”, rettificando il risultato (utile/perdita prima delle imposte) dell’esercizio delle componenti di natura non monetaria;
- il prospetto delle variazioni del patrimonio netto presenti i proventi (oneri) complessivi dell’esercizio, le operazioni con gli azionisti e le altre variazioni del patrimonio netto.

Questa impostazione riflette al meglio gli elementi che hanno determinato il risultato economico dell’esercizio, oltre la sua struttura finanziaria e patrimoniale.

Il Bilancio separato è stato redatto applicando il metodo del costo storico, considerate ove appropriato le rettifiche di valore, con l’eccezione delle voci di bilancio che secondo gli IFRS devono essere rilevate al *fair value*, come indicato nei criteri di valutazione e fatti salvi i casi in cui le disposizioni IFRS consentano un differente criterio di valutazione. Il Bilancio separato è stato redatto nel presupposto della continuità aziendale, in quanto non si ritiene sussistano indicatori di carattere finanziario, gestionale o di altro genere che possano segnalare criticità

circa la capacità della Società di far fronte alle proprie obbligazioni nel prevedibile futuro e in particolare nei prossimi 12 mesi.

14.2. La situazione patrimoniale-finanziaria di Rai Spa

Nel prospetto che segue sono riportati i dati dello stato patrimoniale degli esercizi 2016 e 2015.

Tabella 54 - Situazione patrimoniale Rai Spa

	31-dic-15	31-dic-16	Variaz. % 2016/2015
Attività materiali	885.127.267	872.115.035	-1,5
Attività immateriali	416.722.055	443.992.869	6,5
Partecipazioni	926.509.313	921.501.668	-0,5
Attività finanziarie non correnti	59.111	61.125	3,4
Altre attività non correnti	14.547.668	11.427.603	-21,4
Totale attività non correnti	2.242.965.414	2.249.098.300	0,3
Rimanenze	246.576	211.450	-14,2
Crediti commerciali	341.414.152	556.921.033	63,1
Attività finanziarie correnti	114.045.940	114.293.756	0,2
Crediti tributari	106.688.189	134.438.450	26,0
Altri crediti e attività correnti	161.897.285	111.537.605	-31,1
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	67.110.708	4.562.378	-93,2
Totale attività correnti	791.402.850	921.964.672	16,5
Totale attività	3.034.368.264	3.171.062.972	4,5
Capitale sociale	242.518.100	242.518.100	0,0
Riserve	881.111.639	582.406.215	-33,9
Utili (perdite) portati a nuovo	-311.844.194	-25.454.658	91,8
Totale patrimonio netto di gruppo	811.785.545	799.469.657	-1,5
Passività finanziarie non correnti	391.067.941	381.946.357	-2,3
Benefici per i dipendenti	538.355.592	526.709.937	-2,2
Fondi per rischi e oneri non correnti	174.323.248	188.109.677	7,9
Passività per imposte differite	21.427.982	35.816.269	67,1
Altri debiti e passività non correnti	6.286.016	3.623.884	-42,4
Totale passività non correnti	1.131.460.779	1.136.206.124	0,4
Debiti commerciali	542.414.534	560.424.279	3,3
Passività finanziarie correnti	139.669.846	300.427.300	115,1
Debiti tributari	73.774.023	81.258.262	10,1
Altri debiti e passività correnti	335.263.537	293.277.350	-12,5
Totale passività correnti	1.091.121.940	1.235.387.191	13,2
Totale passività	2.222.582.719	2.371.593.315	6,7
Totale patrimonio netto e passività	3.034.368.264	3.171.062.972	4,5

Fonte Bilancio Rai

Il patrimonio netto nel 2016 si riduce, sia per l'importo delle perdite portate a nuovo (pari a 25.455 €/mgl, a fronte di 311.844 mgl del 2015) sia per la diminuzione delle "altre riserve" (passate da 869.559 mgl a 570.853 mgl), considerata l'invariata consistenza delle riserve legali (pari a 11.553 mgl in entrambi gli esercizi).

Le attività immateriali (i costi dei programmi televisivi) aumentano nel 2016 del 6,5 per cento, attestandosi ad un valore di 443.992.869 rispetto ai 416.722.055 del 2015.

Le attività materiali nell'esercizio in esame diminuiscono dell'1,5 per cento rispetto al 2015. Esse sono costituite prevalentemente da terreni, fabbricati industriali, impianti e macchinari e passano da 885.127.267 del 2015 a 872.115.035 del 2016.

Le immobilizzazioni finanziarie (partecipazioni in società controllate e collegate) sono rimaste pressoché invariate; esse sono in diminuzione dello 0,5 per cento, attestandosi a 921.501.668 euro del 2016 rispetto a 926.509.313 del 2015.

Per quanto riguarda le attività correnti, quelle iscritte nel 2016 pari a 921.964.672 evidenziano, rispetto al precedente esercizio (791.402.850) un aumento in valore assoluto di 130.561.822 (+ 16,5 per cento).

I debiti aumentano del 6,7 per cento rispetto al 31 dicembre 2015.

14.3 Il conto economico

Il bilancio dell'esercizio della Rai Spa chiuso al 31 dicembre 2016 presenta un risultato netto dell'esercizio di 4.266 €/mgl, in miglioramento rispetto al 2015 (perdita netta di 45.983 mgl).

In particolare, l'esercizio 2016 ha potuto beneficiare di maggiori risorse derivanti dal nuovo sistema di riscossione dei canoni ordinari che ha portato ad un significativo recupero dell'evasione.

Le maggiori risorse del 2016 rispetto all'esercizio precedente hanno consentito, oltre all'integrale copertura dell'onere per i grandi eventi sportivi (Europei di calcio e Olimpiadi estive), il potenziamento dell'offerta e degli investimenti nel digitale, coerentemente al processo strategico di trasformazione in *Media Company*.

Nella tabella che segue si riportano i dati del 2015 e del 2016.

Tabella 55- Conto economico

	2015	2016	Variaz. % 16/15
Ricavi da vendite e prestazioni	2.297.721.722	2.594.625.823	12,92
Altri ricavi e proventi	37.529.830	33.105.134	-11,79
Totale ricavi	2.335.251.552	2.627.730.957	12,52
Costi per acquisto di materiale di consumo	-14.250.498	-12.286.131	- 13,78
Costi per servizi	-1.307.002.290	-1.457.870.961	11,54
Altri costi	-42.083.782	-51.767.589	23,01
Costi personale	-888.278.719	-928.176.200	4,49
Ammortamenti e svalutazioni	-252.119.448	-264.353.948	4,85
Accantonamenti	-2.088.357	-7.391.768	253,95
Totale costi	-2.505.823.094	-2.721.846.597	8,62
Risultato operativo	-170.571.542	-94.115.640	44,82
Totale proventi finanziari	87.278.380	87.447.106	0,19
Totale oneri finanziari	-19.938.349	-17.233.153	13,57
Risultato partecipazioni valutate con metodo del patrimonio netto	1.844.370	-657.314	-135,64
Risultato prima delle imposte	-101.387.141	-24.559.001	75,78
Imposte sul reddito	55.404.418	28.825.320	-47,97
Risultato dell'esercizio - Utile (perdita)	-45.982.723	4.266.319	109,28

Fonte Bilancio Rai

L'andamento positivo delle imposte sul reddito pari, nel bilancio 2016 di RAI SpA, a 28.825 €/mgl è relativo all'effetto economico derivante dall'iscrizione di crediti per imposte differite.

14.4 Il rendiconto finanziario

I dati del rendiconto finanziario 2016 di Rai SpA, di seguito esposti, sono desunti dall'apposito prospetto annesso al bilancio dell'esercizio in esame; i dati stessi sono posti in raffronto con l'esercizio precedente.

Tabella 56 - Rendiconto finanziario Rai SpA
(in migliaia di euro)

	31-dic-15	31-dic-16	Variaz. % 16/15
Utile prima delle imposte	-101.387	-24.559	76
Rettifiche per:			
Ammortamenti e svalutazioni	252.119	264.354	5
Accantonamenti, (rilasci) fondi per personale e altri fondi	64.968	87.193	34
Oneri (Proventi) finanziari netti	-67.340	-70.214	4
Risultato part.ni valutate con metodo del patrimonio netto	-1.844	657	136
Altre poste non monetarie	204	-230	-213
Flussi di cassa generati dall'attività operativa prima variazioni capitale circolante netto	146.720	257.201	75
Variazione delle rimanenze	114	35	-69
Variazione dei crediti commerciali	-7.941	-216.302	2.624
Variazione dei debiti commerciali	-1.786	18.010	-1.108
Variazione delle altre attività e passività	44.559	26.852	-40
Utilizzo dei fondi rischi	-31.772	-37.727	19
Pagamento benefici ai dipendenti e ai fondi esterni	-65.250	-65.112	0
Flusso di cassa netto generato dall'attività operativa	84.644	-17.043	-120
Investimenti in attività materiali	-63.602	-55.672	-12
Dismissioni di attività materiali	461	550	19
Investimenti in attività immateriali	-226.305	-218.847	-3
Dismissioni di attività immateriali		89	
Investimenti in partecipazioni		-4	
Dividendi incassati	80.882	84.410	4
Interessi incassati	85	43	-49
Variazione delle attività finanziarie	-20.953	-7.066	-66
Flusso di cassa netto per attività di investimento	-229.432	-196.497	14
Accensione finanziamenti a lungo termine	345.558		-100
Rimborsi di finanziamenti a lungo termine	-296.126	-5.000	-98
Incremento (Decremento) di finanziamenti a breve e altri finanziamenti	54.169	160.995	197
Interessi pagati netti	-5.202	-5.004	-4
Flusso di cassa netto generato dall'attività finanziaria	98.399	150.991	53
Variazione disponibilità liquide e mezzi equivalenti	-46.389	-62.549	35
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti all'inizio dell'esercizio	113.500	67.111	-41
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti alla fine dell'esercizio	67.111	4.562	-93

Fonte Bilancio Rai
() Riferiti ad attività/passività di natura finanziaria.*

Nell'esercizio in esame le disponibilità monetarie nette, anche se positive, diminuiscono di 62.549 euro rispetto all'esercizio precedente, passando da 67.111 del 2015 a 4.562 del 2016. Gli interessi pagati aumentano del 4 per cento, passando da a -5.202 nel 2015 a -5.004 nell'esercizio in esame. Aumenta il flusso di cassa netto generato dall'attività finanziaria, pari nel 2016 a 150.991 euro, rispetto a 98.399 euro del 2015.

14.5 Il bilancio consolidato

14.5.1 Lo stato patrimoniale consolidato

Lo stato patrimoniale consolidato è riassunto nella tabella che segue.

Tabella 57. Struttura patrimoniale consolidata

(in milioni di euro)

	31.12.2015	31.12.2016	Variazione % es. 2016 - 2015
Immobilizzazioni (a)	2.031,90	2.047,10	0,75
Capitale circolante netto (b)	412,4	237,4	-42,43
Fondi rischi e oneri (c)	195,5	228,5	16,88
Benefici ai dipendenti (d)	568,8	555	-2,43
Capitale investito netto (a-b-c-d)	855,20	1.026,20	20,00
Capitale proprio	492,8	476,6	-3,29
Indebitamento (disponibilità) finanziario netto	362,40	549,60	51,66

Fonte Bilancio Rai

La voce fondi per rischi e oneri ammonta a 228,5 ml, rispetto ai 195,5 ml del 2015, presentando un aumento di 33,0 ml.

La posizione finanziaria netta a fine esercizio, determinata secondo lo schema ESMA⁴⁶, è negativa per 549,6 ml ed in peggioramento di 187,2 rispetto ai 362,4 ml del 2015⁴⁷.

Le immobilizzazioni sono iscritte per un ammontare pari a 2.047,1 ml, e, pertanto, risultano in crescita di 15,2 ml rispetto al 31 dicembre 2015.

Le immobilizzazioni sono composte da immobilizzazioni materiali, in programmi e finanziarie.

Le prime constano di terreni, fabbricati, impianti, attrezzature ecc, presentano una diminuzione rispetto al 31 dicembre 2015 di 33,3 ml, determinata dagli ammortamenti e dalla riduzione degli investimenti tecnici.

Le seconde sono per lo più rappresentate dal genere *fiction* (530,2 ml) e *film* (282,7 ml) nei quali si concentrano la gran parte degli investimenti complessivi dell'esercizio e presentano un incremento di 46,2 ml rispetto al 31 dicembre 2015, in gran parte ascrivibile agli investimenti in *fiction* prodotta e acquisita.

Le ultime, composte da partecipazioni societarie e da altre attività finanziarie scadenti oltre l'esercizio, presentano una riduzione di 1,4 ml rispetto al 31 dicembre 2015 determinata in buona parte dalla svalutazione delle partecipazioni in imprese collegate valutate in base al metodo del patrimonio netto.

Il dettaglio è esposto nelle tabelle che seguono.

⁴⁶ ESMA è la *European Securities and Markets Authority*, l'Autorità responsabile, a livello europeo, della vigilanza dei mercati mobiliari e dei titoli in essi trattati, con sede a Parigi. È una delle 3 autorità che si occupano del coordinamento della vigilanza dei mercati finanziari, create nel 2011 con la riforma seguita alla crisi finanziaria iniziata nel 2007. Le altre due sono la *European Banking Authority* (EBA) e la *European Insurance and Occupational Pensions Authority* (EIOPA), con le quali l'ESMA costituisce il sistema europeo di vigilanza finanziaria, l'*European System of Financial Supervisors* (ESFS).

⁴⁷ Il flusso di cassa dell'esercizio, negativo per 187,2 ml, è determinato da un autofinanziamento (composto dal risultato complessivo dell'esercizio, ammortamenti, svalutazioni per un importo cumulativo di 540,9 ml.) inferiore al fabbisogno determinato dalla variazione netta di capitale circolante, fondi per rischi ed oneri, benefici per i dipendenti (per un totale pari a 155,9 ml), dagli investimenti (558,5 ml) e dalla remunerazione del capitale di terzi (13,7 ml.). In merito si evidenzia che il fabbisogno di capitale circolante è totalmente ascrivibile al credito verso l'Amministrazione finanziaria per canoni di abbonamento pari a 228,9 ml, conseguente alle tempistiche di liquidazione dei maggiori ricavi dovuti all'azienda in base alla nuova modalità di riscossione che, applicata per la prima volta nel 2016, non ha determinato maggiori riversamenti nell'esercizio. Il flusso di cassa, rettificato di tale componente la cui liquidazione è prevista nel corso del primo semestre 2017, è quindi positivo di 42 ml, con conseguente miglioramento dell'indebitamento finanziario netto.

Tabella 58 – Immobilizzazioni

a) Immobilizzazioni

(in milioni di euro)

	Esercizio al 31 dicembre 2015	Esercizio al 31 dicembre 2016	Variazione in valore assoluto	Variazione % 2016/2015
Immobilizzazioni materiali	1.120,7	1.087,4	-33,3	-2,97
Immobilizzazioni in programmi	881,7	927,9	46,2	5,24
Immobilizzazioni finanziarie	10,7	9,3	-1,4	-13,08
Altre	18,8	22,5	3,7	19,68
Totale	2.031,9	2.047,1	15,2	0,75

Fonte Bilancio Rai

b) Immobilizzazioni materiali

(in milioni di euro)

	Esercizio al 31 dicembre 2015	Esercizio al 31 dicembre 2016	Variazione in valore assoluto	Variazione % 2016/2015
Terreni	381,8	381,8	0,0	0,00
Fabbricati	355,6	343,1	-12,5	-3,52
Impianti e macchinari	304,1	281,4	-22,7	-7,46
Attrezzature industriali e commerciali	8,4	8,5	0,1	1,19
Altri beni	22,6	21,8	-0,8	-3,54
Immobilizzazioni in corso e acconti	48,2	50,8	2,6	5,39
Totale	1.120,7	1.087,4	-33,3	-2,97

Fonte Bilancio Rai

c) Immobilizzazioni in programmi

(in milioni di euro)

	Esercizio al 31 dicembre 2015	Esercizio al 31 dicembre 2016	Variazione in valore assoluto	Variazione % 2016/2015
Fiction	493,2	530,2	37,0	7,50
Film	267,2	282,7	15,5	5,80
Cartoni animati	39,1	36,3	-2,8	-7,16
Diritti di utilizzazione library	77,1	72,5	-4,6	-5,97
Altro	5,1	6,2	1,1	21,57
Totale	881,7	927,9	46,2	5,24

Fonte Bilancio Rai

d) Immobilizzazioni finanziarie

(in milioni di euro)

Partecipazioni in imprese collegate	Esercizio al 31 dicembre 2015	Esercizio al 31 dicembre 2016	Variazione in valore assoluto	Variazione % 2016/2015
Auditel Srl	0,7	0,7	0,0	0,00
Euronews	3,8	2,3	1,5	65,22
Tivù Srl	3,2	3,4	-0,2	-5,88
San Marino RTV Spa	2,1	2,0	0,1	5,00
	9,8	8,4	1,4	16,67
Altre partecipazioni	0,7	0,7	0,0	0,00
Altro	0,2	0,2	0,0	0,00
Totale	10,7	9,3	1,4	15,05

14.5.2 Situazione patrimoniale consolidata

Nel 2016 si è registrata una diminuzione del 3,78 per cento del patrimonio netto di gruppo (420 ml rispetto ai 436,5 ml del 2015). Le passività non correnti diminuiscono dello 0,81 per cento, attestandosi a 1.253,60 ml (1.263,80 ml nel 2015).

Tabella 59 - Situazione patrimoniale consolidata

(in milioni di euro)

	31-dic-15	31-dic-16	Variaz. % 2016/2015
Attività materiali	1.115,50	1.082,50	-2,96
Investimenti immobiliari	5,2	4,9	-5,77
Attività immateriali	900,5	950,4	5,54
Partecipazioni	10,5	9,1	-13,33
Attività finanziarie non correnti	0,2	0,2	0,00
Altre attività non correnti	20,2	17,7	-12,38
Totale attività non correnti	2.052,10	2.064,80	0,62
Rimanenze	2,7	2,9	7,41
Crediti commerciali	436,7	637	45,87
Attività finanziarie correnti	14	7,4	-47,14
Crediti tributari	108,2	135,6	25,32
Altri crediti e attività correnti	130,8	78,7	-39,83
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	146,1	86,2	-41,00
Totale attività correnti	838,5	947,8	13,04
Totale attività	2.890,60	3.012,60	4,22
Capitale sociale	242,5	242,5	0,00
Riserve	500,6	205,9	-58,87
Utili (perdite) portati a nuovo	-306,6	-28,4	90,74
Totale patrimonio netto di gruppo	436,5	420	-3,78
Capitale e riserve di terzi	42,7	42,2	-1,17
Utili (perdite) portati a nuovo di terzi	13,6	14,4	5,88
Totale patrimonio netto di terzi	56,3	56,6	0,00
Totale patrimonio netto	492,8	476,6	-3,29
Passività finanziarie non correnti	481,7	442,7	-8,10
Benefici per i dipendenti	568,8	555	-2,43
Fondi per rischi e oneri non correnti	194,9	228,1	17,03
Passività per imposte differite	12,1	24,2	100,00
Altri debiti e passività non correnti	6,3	3,6	-42,86
Totale passività non correnti	1.263,80	1.253,60	-0,81
Debiti commerciali	666,4	686,2	2,97
Fondi per rischi e oneri correnti	0,6	0,4	-33,33
Passività finanziarie correnti	40,8	200,5	391,42
Debiti tributari	78,5	85,8	9,30
Altri debiti e passività correnti	347,7	309,5	-10,99
Totale passività correnti	1.134,00	1.282,40	13,09
Totale passività	2.397,80	2.536,00	5,76
Totale patrimonio netto e passività	2.890,60	3.012,60	4,22

Fonte Bilancio Rai

Le passività nel loro insieme aumentano del 5,76 per cento con il valore di 2.536 ml.

Le passività finanziarie correnti sono pari a 200,5 ml. Esse risultano in aumento rispetto ai 40,8 ml del 2015. I benefici per i dipendenti, pari a euro 555 ml diminuiscono rispetto al 2015 quando ammontavano a 568,8 ml. La voce fondi per rischi e oneri, pari a 228,1 ml presenta un incremento di 33,2 ml rispetto al 31 dicembre 2015.

Le principali variazioni riguardano i fondi per costi competenza maturate (+31,6 ml), bonifica e ristrutturazione immobili (+12,9 ml) e il fondo contenzioso fiscale (10,6 ml). La voce risente altresì dell'azzeramento del fondo canone concessione 2014/2015 (nel 2015 pari a 35,8 ml), che è stato oggetto di utilizzo nell'esercizio per 19,7 ml.

Il fondo rischi per controversie legali, pari a euro 80,1 ml accoglie la stima prudenziale e prognostica degli oneri conseguenti ai procedimenti giudiziari in corso, in cui il Gruppo è a vario titolo coinvolto. Più in particolare essi si riferiscono (importi comprensivi delle spese legali) a controversie civili, amministrative e penali per 48,9 ml. in materia giuslavoristica per 31,2 ml. Il fondo rischi per contenzioso previdenziale, pari a 3,0 ml, accoglie la stima degli oneri derivanti da procedimenti giurisdizionali pendenti con enti previdenziali. Il fondo rischi per contenzioso fiscale, pari a 13,2 ml, accoglie gli oneri previsti a fronte di probabili passività derivanti da potenziali esiti sfavorevoli dei contenziosi tributari. Tale fondo è stato incrementato per l'importo di 10,6 ml, considerando le sanzioni e gli interessi che potrebbero derivare, dagli avvisi di accertamento notificati a Rai Pubblicità in data 29 dicembre 2016, per i periodi d'imposta compresi tra il 2007 ed il 2011, in esito alla verifica fiscale conclusasi nel luglio 2016; in detti avvisi si ipotizza un'evasione IVA commessa da Rai Pubblicità in conseguenza di un coinvolgimento in una frode c.d. "carosello", posta in essere da soggetti terzi.

Gli altri debiti e passività non correnti, sono pari a 3,6 ml (6,3 ml al 31 dicembre 2015) e si riferiscono a risconti passivi per la quota non corrente dei contributi erogati dall'allora Ministero per le Comunicazioni a sostegno delle iniziative per il processo di transizione al digitale terrestre (6,2 ml al 31 dicembre 2015).

14.5.3 Il Patrimonio netto consolidato

Si riporta di seguito la composizione del patrimonio netto, suddiviso tra quota di gruppo e di terzi.

Tabella 60 - Patrimonio netto

(in milioni di euro)

	31-dic-15	31-dic-16	Variaz. % '16/'15
Capitale sociale	242,5	242,5	0,00
Riserva legale	11,6	11,6	0,00
Riserva di prima adozione IFRS	146,3	-58,7	-140,12
Riserva per differenza di traduzione	0,8	0,7	-12,50
Riserva di cash-flow hedge	4,9	0,3	-93,88
Altre riserve	337	252	-25,22
Totale altre riserve	489	194,3	-60,27
Riserve attuariali benefici ai dipendenti	-16,1	-31,9	98,14
Riserva pagamenti basati su azioni	0,1		
Utili (perdite) portati a nuovo	-251,3		
Utile (perdite) dell'esercizio	-39,3	3,5	108,91
Totale utili (perdite) portati a nuovo	-306,6	-28,4	90,74
Totale patrimonio netto di gruppo	436,5	420	-3,78
Capitale e riserve di terzi	42,7	42,2	-1,17
Utili (perdite) portati a nuovo di terzi	13,6	14,4	5,88
Totale patrimonio netto di terzi	56,3	56,6	0,53
Totale patrimonio netto	492,8	476,6	-3,29

Fonte Bilancio Rai

Il risultato dell'esercizio e il patrimonio netto delle interessenze di terzi sono riferiti alla controllata Rai Way. La quota della società detenuta da Rai, alla data del 31 dicembre 2016, è pari al 64,971 per cento, in riduzione - come già accennato - dello 0,1 per cento rispetto al 31 dicembre 2015, in seguito all'assegnazione gratuita delle azioni ai terzi prevista in sede di offerta pubblica di vendita.

Al 31 dicembre 2016 il capitale sociale della Capogruppo è rappresentato da n. 242.518.100 azioni ordinarie del valore nominale unitario pari a Euro 1. Il capitale, interamente sottoscritto e versato, è di proprietà:

- del Ministero dell'economia e delle finanze (MEF) per n. 241.447.000 azioni, pari al 99,5 per cento del capitale;
- della Società Italiana Autori Editori (S.I.A.E.) per n. 1.071.100 azioni, pari allo 0,4 per cento del capitale.

La riserva legale è pari a Euro 11,6 ml.

Le altre riserve ammontano a euro 194,3 ml rispetto a euro 489 ml al 31 dicembre 2015, e le perdite portate a nuovo a euro 28,4 ml rispetto ai 306,6 ml al 31 dicembre 2015.

14.5.4 Il conto economico consolidato

Il conto economico del bilancio consolidato è riportato di seguito.

Tabella 61 - Conto economico consolidato

(in milioni di euro)

	31-dic-15	31-dic-16	Variatz % '16/15
Ricavi da vendite e prestazioni	2.475,50	2.791,30	12,76
Altri ricavi e proventi	17,6	18,2	3,41
Totale ricavi (A)	2.493,10	2.809,50	12,69
Totale costi (B) di cui	2.505,30	2.745,20	9,58
- Costi acquisto materiale di consumo	16,4	13,9	-15,24
- Costi per servizi	923,7	1078,8	16,79
- Altri costi	48,5	58,6	20,82
- Costi per il personale	977	1031,7	5,60
- Ammortamenti e svalutazioni	537,5	543,4	1,10
- Accantonamenti	2,2	18,8	754,55
Risultato operativo (A-B)	-12,20	64,30	627,05
Proventi finanziari	5	2,6	-48,00
Oneri finanziari	-24,4	-20,8	- 14,75
Risultato partecipazioni valutate con metodo del patrimonio netto	1,9	-0,7	-136,84
Risultato prima delle imposte	-29,70	45,40	252,86
Imposte sul reddito	4,1	-27,3	-765,85
Risultato netto attività operative	-25,60	18,10	170,70
Risultato dell'esercizio - Utile (perdita)	-25,60	18,10	170,70

Fonte Bilancio Rai

Il bilancio consolidato dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 presenta un utile netto di 18,1 ml, in consistente miglioramento rispetto alla perdita di 25,6 ml registrata nel precedente esercizio ed evidenzia una gestione caratterizzata da risultati economico-finanziari positivi, così come positivo è l'andamento dei principali indicatori di *performance* operativi.

Si annota un aumento dei costi che passano da 2.505,3 ml 2.745,2 ml (+ 9,58 per cento).

In particolare, il costo del lavoro si è attestato in 1.031,7 ml, con un aumento percentuale di 5,60 per cento rispetto al dato del 2015 (977 ml). La voce include oneri per piani a contributi definiti per 45,5 ml e proventi per piani a benefici definiti per 5,1 ml al netto delle prestazioni passate⁴⁸. I ricavi esterni hanno inciso, complessivamente, per 2.809,5 ml con un incremento di 316,4 ml (+12,69 per cento) rispetto al 2015.

I costi per servizi⁴⁹ ammontano complessivamente a 1.078,8 ml euro rispetto ai 923,7 ml al 31 dicembre 2015 al netto degli sconti e abbuoni ottenuti.

I costi per acquisti di materiali di consumo, pari a 13,9 ml rispetto ai 16,4 ml al 31 dicembre 2015, si riferiscono principalmente ad acquisti di materiali vari di produzione per 4,3 ml (4,1 ml al 31 dicembre 2015), di materiali tecnici per magazzino per 1,1 ml (1,4 ml al 31 dicembre 2015) e di altri materiali per 8,9 ml (11,0 ml al 31 dicembre 2015).

Gli altri costi, pari a 58,6 ml (48,5 ml al 31 dicembre 2015), si riferiscono principalmente a premi e vincite su concorsi radiotelevisivi, imposte indirette e altri tributi, contributo diritti d'uso frequenze digitali Tv e altri contributi.

⁴⁸ Nel Gruppo sono applicati cinque Contratti Collettivi di Lavoro, rispettivamente il CCL di lavoro per i quadri impiegati ed operai dipendenti delle società Rai, Rai Way, Rai Cinema e Rai Com, il CCL per i Professori d'Orchestra della Rai, il Contratto Nazionale di Lavoro Giornalistico, applicato in Rai secondo le modalità definite da una "Convenzione di estensione alla Rai del CNLG" ed il relativo Accordo Integrativo con Usigrai per il personale giornalistico, il CCNL per i Dirigenti di Aziende produttrici di beni e servizi ed il relativo Accordo Integrativo fra Rai e ADRAI e il CCNL per i dipendenti di Rai Pubblicità. I contratti aziendali rispettivamente per quadri, impiegati e operai e per i Professori d'orchestra sono scaduti il 31 dicembre 2013.

⁴⁹ I costi per servizi ammontano complessivamente a Euro 1.078,8 milioni (Euro 923,7 milioni al 31 dicembre 2015) al netto degli sconti e abbuoni ottenuti. Comprendono, tra l'altro, gli emolumenti, le indennità di carica e i rimborsi spese corrisposti dalla Capogruppo agli Amministratori per Euro 0,5 milioni ed ai Sindaci per Euro 0,2 milioni. Si segnala inoltre, che due Sindaci della Capogruppo hanno svolto, in sovrapposizione, mansioni analoghe in altre società controllate, percependo per tali incarichi, emolumenti di ammontare non significativo. Ai sensi dell'art. 2427, n. 16 bis, del C.C. si precisa che i corrispettivi di competenza dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 per i servizi di revisione e per quelli diversi da quelli della revisione resi dalla stessa Società di revisione ammontano rispettivamente ad Euro 0,3 milioni ed Euro 0,1 milioni.

14.5.5 Il rendiconto finanziario consolidato

Il rendiconto finanziario del gruppo chiude con disponibilità liquide in diminuzione rispetto all'esercizio precedente (-41 per cento), passando da 146,1 del 2015 ml a 86,2 ml del 2016.

Migliora il flusso di cassa generato dall'attività finanziaria, che passa da 64 ml del 2015 a 97,6 ml del 2016, con un aumento in percentuale del 52,50.

Diminuisce il flusso generato da investimenti (-3,83 per cento) che passa da 577,5 ml del 2015 a 555,4 ml del 2016. Ugualmente diminuisce il flusso derivante dall'attività operativa che da 531,3 ml del 2015 passa a 397,9 ml del 2016 (-25,11 per cento).

Tabella 62 - Rendiconto finanziario consolidato
(in milioni di euro)

	31-dic-15	31-dic-16	Variaz. % '16/15
Utile (perdita) prima delle imposte	-29,7	45,4	252,86
<i>Rettifiche per:</i>			
Ammortamenti e svalutazioni	537,5	543,4	1,10
Accantonamenti e rilasci di fondi relativi al personale e altri fondi	71,9	109,4	52,16
Oneri/Proventi finanziari netti	19,4	18,2	-6,19
Risultato partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto	-1,9	0,7	136,84
Altre poste non monetarie	0,1	0,1	0,00
Flussi di cassa generati dall'attività operativa prima delle variazioni del capitale circolante netto	597,3	717,2	20,07
Variazione delle rimanenze	-0,1	-0,2	100,00
Variazione dei crediti commerciali	32,2	-202,9	-730,12
Variazione dei debiti commerciali	11,7	19,8	69,23
Variazione delle altre attività/passività	1,9	-19,5	-1126,32
Utilizzo dei fondi rischi	-33,2	-38,3	15,36
Pagamento benefici ai dipendenti	-71,6	-72,1	0,70
Imposte pagate	-6,9	-6,1	-11,59
Flusso di cassa netto generato dall'attività operativa	531,3	397,9	-25,11
Investimenti in attività materiali e investimenti immobiliari	-92,3	-74,5	-19,28
Dismissioni di attività materiali e investimenti immobiliari	0,4	0,8	100,00
Investimenti in attività immateriali	-483,7	-484	0,06
Dismissioni di attività immateriali	0,4	1,7	325,00
Dividendi incassati	0,5	0,7	40,00
Interessi incassati		0,1	
Variazione delle attività finanziarie	-2,8	-0,2	92,86
Flusso di cassa netto generato dall'attività di investimento	-577,5	-555,4	3,83
Accensione di finanziamenti a lungo termine	389,8		
Rimborsi finanziamenti lungo termine	-295,1	-35,2	88,07
Decremento/incremento di finanziamenti a breve ed altri finanziamenti	-8,9	154,7	1838,20
Interessi pagati	-10,1	-8,2	-18,81
Dividendi distribuiti	-11,7	-13,7	-17,09
Flusso di cassa netto generato dall'attività finanziaria	64	97,6	52,50
Variazione disponibilità liquide e mezzi equivalenti	17,8	-59,9	-436,52
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti all'inizio dell'esercizio	128,3	146,1	13,87
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti alla fine dell'esercizio	146,1	86,2	-41,00

Fonte Bilancio Rai

15. CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

I bilanci dell'esercizio 2016 di Rai spA e delle altre società del gruppo sono redatti, secondo quanto previsto dal decreto legislativo 28 febbraio 2005, n. 38, secondo i principi contabili internazionali di cui agli *International Financial Reporting Standards* (IFRS), emanati dallo IASB (*International Accounting Standards Board*) e adottati dalla Commissione europea ai sensi dell'art. 6 del Regolamento (CE) n. 1606/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio del 19 luglio 2002.

L'esercizio di Rai s.p.a. chiuso al 31 dicembre 2016 presenta un utile netto di 4,2 milioni di euro, in miglioramento rispetto alla perdita di 45,9 milioni di euro registrata nel precedente esercizio 2015, dovuto fondamentalmente al nuovo sistema di riscossione del canone ordinario, che ha consentito un significativo recupero dell'evasione.

La struttura patrimoniale della società ha posto in evidenza un capitale proprio pari a 799,4 milioni di euro, in diminuzione rispetto al 2015 (811,7 milioni di euro).

I ricavi totali sono aumentati di 292,4 milioni di euro, passando da 2.335,3 milioni di euro nel 2015 a 2.627,7 milioni di euro nel 2016.

Il patrimonio netto si riduce, sia per effetto delle perdite portate a nuovo (pari a 25.455 mg), sia per la diminuzione delle altre riserve (passate da 869.559 mg a 570.853 mg), considerata l'invariata consistenza delle riserve legali (pari a 11.5 mg).

In particolare, le entrate derivanti dal pagamento del canone radiotelevisivo (1.588,1 milioni di euro nel 2014 e 1.637,5 milioni di euro nel 2015) sono significativamente aumentate nel 2016, passando a 1.909,7 milioni di euro (+272,2 milioni di euro); ciò anche grazie soprattutto alle nuove modalità di riscossione introdotte dalla legge 28 dicembre 2015, n. 208 (legge di stabilità 2016) che all'art.1, commi 152 e seguenti, ha disposto, a partire dal 1° gennaio 2016, la riscossione del canone Tv per uso privato attraverso l'addebito sulle fatture emesse dalle imprese elettriche.

I ricavi derivanti dalla pubblicità sono stati pari a 615,7 milioni di euro, aumentati anch'essi rispetto ai 585,5 milioni di euro dell'esercizio precedente. Gli altri ricavi, invece, diminuiscono, passando da 74,7 milioni di euro del 2015 a 69,3 del 2016.

Sull'opposto versante la capogruppo ha sopportato costi complessivi per 2.721,8 milioni di euro, in crescita di 216 milioni di euro rispetto all'esercizio 2015, in cui erano stati pari a 2.505,8 milioni di euro.

In particolare, il costo del personale di Rai spa ammonta nel 2016 a 928,2 milioni di euro, in crescita rispetto al 2015 (888,3 milioni di euro).

Per quanto riguarda le risultanze del gruppo Rai, dal conto economico consolidato emerge un risultato dell'esercizio 2016 positivo per 18,1 milioni di euro, a fronte di una perdita di 25,6 milioni di euro registrata nel 2015.

Il capitale proprio del gruppo nel 2016 è stato pari a 476,6 milioni di euro (492,8 milioni di euro nel 2015).

I ricavi totali hanno evidenziato un incremento di 316,4 milioni di euro nei confronti del 2015, passando da 2.493,1 milioni di euro a 2.809,5 milioni di euro al termine dell'esercizio in esame. Sono aumentati soprattutto i ricavi da canone (1.637,5 milioni di euro nel 2015 e 1.909,7 nel 2016), ma anche quelli pubblicitari (658,8 milioni di euro nel 2015 e 698,2 nel 2016).

I costi pari complessivamente a 2.745 milioni di euro, registrano un aumento di 239,9 milioni rispetto all'anno precedente (2.505 milioni di euro).

Il costo del personale del gruppo è risultato nel 2016 pari a 1.031,7 milioni di euro, in aumento di 54,7 milioni di euro rispetto al 2015 (977 milioni di euro).

Tra le vicende di maggiore rilievo occorse negli ultimi anni, va citato innanzi tutto il rinnovo della concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, di cui al decreto del Presidente del Consiglio dei ministri del 28 aprile 2017, recante "*Affidamento in concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale ed approvazione dell'annesso schema di convenzione*", emanato ai sensi dell'articolo 9 della legge 26 ottobre 2016, n. 198 (c.d. *Legge editoria*). La nuova concessione ha durata decennale e il relativo contratto di servizio è stipulato ogni 5 anni.

Nella seduta del 22 dicembre 2017 il Consiglio dei ministri ha deliberato lo schema di Contratto nazionale di servizio tra il Ministero dello sviluppo economico e la Rai per il periodo 2018-2022, previo parere della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, espresso in data 19 dicembre 2017.

Vanno poi ricordate le nuove norme sulla determinazione della misura dei canoni di abbonamento alle radiodiffusioni, recate dal decreto MiSE 13 maggio 2016, n. 94 "*Regolamento*

recante attuazione dell'articolo 1, comma 154, della legge 28 dicembre 2015, n. 208" e dall'articolo 1, comma 40, della legge 11 dicembre 2016, n. 232, "Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2017 e Bilancio pluriennale per il triennio 2017-2019", che hanno previsto per l'anno 2017, la riduzione a 90 euro della misura del canone di abbonamento alla televisione per uso privato; disposizioni confermate anche per l'anno 2018 dall'articolo 1, comma 1147 della legge 27 dicembre 2017, n. 205, "Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2018 e Bilancio pluriennale per il triennio 2018-2020".

Per quel che riguarda le strategie operative e gestionali, va considerato che l'attuale contesto è caratterizzato da un mercato in continua evoluzione, sia sul fronte delle abitudini dei consumatori che su quello delle pressioni concorrenziali: il consumo televisivo si sposta sempre più dalla fruizione di canali generalisti verso i canali tematici, nonché verso una fruizione non lineare, sostenuta dalla messa a disposizione da parte della tecnologia di una pluralità di dispositivi che consentono l'utilizzo dei contenuti "multiplatforma"; ciò modifica lo scenario competitivo, con la moltiplicazione degli attori presenti sul mercato e il conseguente spostamento della catena del valore verso la produzione esclusiva dei contenuti che diventano pertanto sempre più strategici e nel contempo costosi. In tale scenario, il piano industriale 2016-2018 si è focalizzato essenzialmente su tre obiettivi:

- universalità e differenziazione dell'offerta di servizio pubblico;
- *leadership* degli ascolti cross platforma;
- sostenibilità economico-finanziaria.

Le principali direttrici di sviluppo del triennio 2016-2018 che consentono il conseguimento degli obiettivi sono costituite dal rafforzamento della centralità dei contenuti e dal ripensamento dell'offerta TV, Radio e *Digital*. Con riferimento all'ideazione e alla produzione di contenuti è stata sviluppata una piattaforma *digital*, finalizzata ad intercettare le generazioni più giovani e a fornire agli utenti un'esperienza multimediale complessiva.

Nella complessiva situazione sopra illustrata, questa Corte rappresenta la necessità, già peraltro evidenziata nei precedenti referti, che l'azienda ponga in essere 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 strettamente coerenti con il quadro di riferimento ed un maggiore contenimento dei costi, soprattutto quelli della produzione.

The Rai logo consists of the word "Rai" in a white, bold, sans-serif font, centered within a solid blue square. The background of the entire page is a light gray with a diagonal line from the top-left to the bottom-right. This line is flanked by several geometric shapes: a light gray square in the top-left, a teal square below it, a larger teal square to the right of the teal square below, a large blue triangle in the bottom-left, a teal square to the right of the large blue triangle, a light gray square in the bottom-right, and a teal square to the right of the light gray square in the bottom-right.

Rai

Relazione
e bilancio consolidato
al **31 dicembre 2016**

Gruppo Rai

**Relazione
e bilancio consolidato
al 31 dicembre 2016
Gruppo Rai**



Indice

Organi Sociali della Capogruppo	4
Struttura del Gruppo	5
Lettera agli Azionisti	6
Situazione economico-patrimoniale e finanziaria consolidata - sintesi	9
Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione	11
Prospetti contabili al bilancio consolidato	131
Note illustrative al bilancio consolidato	137
Attestazione ai sensi dell'art. 154 <i>bis</i> del D. Lgs. 58/98	202
Relazione del Collegio Sindacale	203
Relazione della Società di revisione	205
Corporate Directory	208

Organi Sociali della Capogruppo

Consiglio di Amministrazione

Presidente Monica Maggioni

Consiglieri Rita Borioni
Arturo Diaconale
Marco Fortis
Carlo Freccero
Guelfo Guelfi
Giancarlo Mazzuca
Paolo Messa
Franco Siddi

Segretario Nicola Claudio

Collegio Sindacale

Presidente Biagio Mazzotta

Sindaci effettivi Anna Maria Magro
Roberto de Martino

Sindaci supplenti Pietro Floriddia
M.M. Assunta Protopapa

Direttore Generale

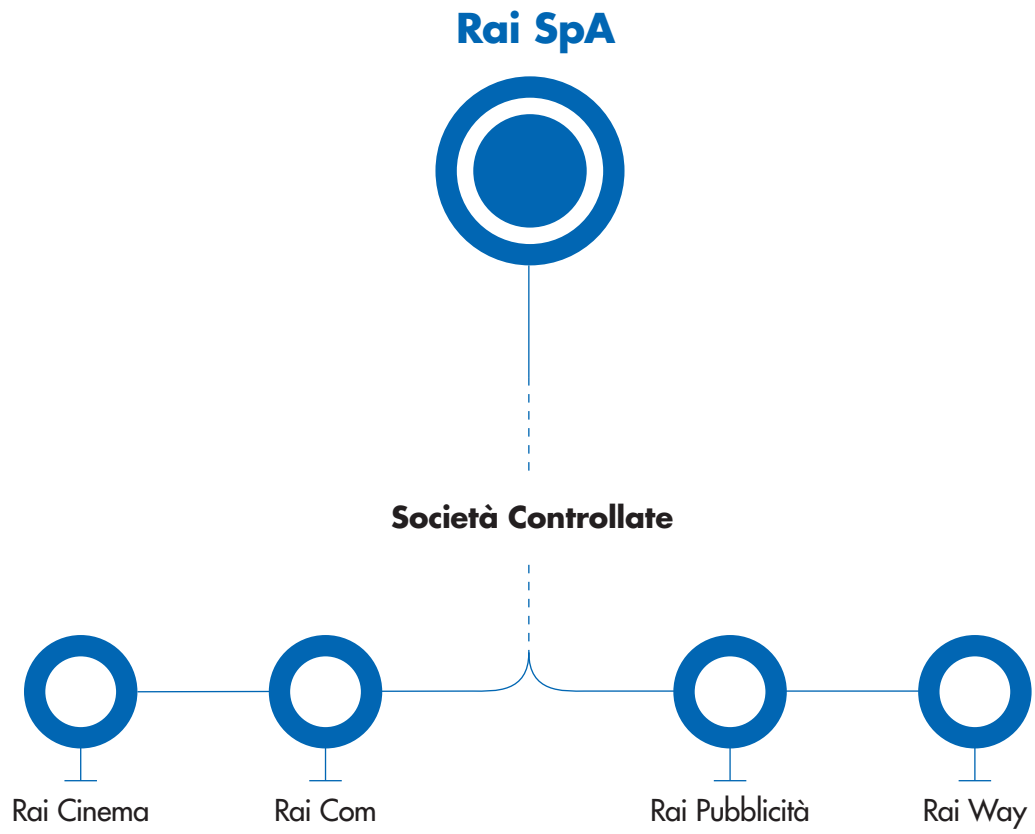
Antonio Campo Dall'Orto

Società di Revisione

PricewaterhouseCoopers

Struttura del Gruppo

(sintesi)



Lettera agli Azionisti del Presidente del Consiglio di Amministrazione

Signori Azionisti,

l'esercizio 2016 della Rai si chiude con risultati economici ed editoriali significativi grazie alle numerose azioni messe in campo dall'Azienda ed all'importante modifica strutturale del sistema di esazione del canone, attuato con la riscossione del tributo tramite il pagamento delle bollette elettriche.

Il provvedimento sul "canone in bolletta" ha permesso di allargare notevolmente la base degli abbonati (da circa 16,5 milioni a circa 22 milioni di famiglie), consentendo di assorbire la riduzione a 100 Euro del canone unitario e garantendo maggiore equità tra i cittadini. Questa innovazione, la più importante modifica strutturale nella composizione delle risorse Rai degli ultimi decenni, pur particolarmente complessa sul piano tecnico e amministrativo è avvenuta con pieno successo e con ampia accettazione da parte dell'opinione pubblica, a riprova che il legame di fiducia, tra cittadini e Servizio Pubblico, anche in termini di necessità finanziarie, è assai più forte di quanto venga spesso e talvolta strumentalmente rappresentato.

Sul piano editoriale e tecnologico passi importanti sono stati fatti nei processi di innovazione con numerose offerte di nuovi programmi e con il lancio di Rai Play.

Rai Play, in particolare è una risposta di successo alle nuove modalità di consumo dei media, che vedono la grande crescita della fruizione di contenuti e video mediante smartphone e tablet, e proprio per questo è uno strumento insostituibile per avvicinare i post-adolescenti, un segmento di popolazione fondamentale per il futuro.

Nel settore televisivo è continuato il successo della fiction, genere nel quale l'investimento Rai corrisponde a più del 70% della produzione nazionale, contribuendo in maniera determinante al rafforzamento ed alla innovazione dell'industria nazionale dell'audiovisivo.

I primi 20 titoli di fiction italiana più seguiti sono stati di produzione Rai, con una progettualità editoriale mirata anche allo sviluppo di nuovi linguaggi e nuove storie in grado di competere maggiormente sui mercati internazionali come nel caso della serie "I Medici" che è stata già venduta in diversi paesi.

Numerose le novità anche nel campo dell'intrattenimento, con la ricerca di nuovi artisti e personaggi, con proposte coraggiose (la Prima della Scala in prima serata il 7 dicembre 2016) e con esperimenti di programmi originali ma di successo, come con l'étoile della danza Roberto Bolle e la rock star Mika.

L'informazione, settore decisivo per ogni Servizio Pubblico, conferma la propria affidabilità nei confronti dei cittadini, con ascolti dei tg Rai decisamente superiori a quelli di qualsiasi concorrente nazionale

In tempi di rapidissimi cambiamenti tecnologici, di moltiplicarsi di piattaforme e offerte, di mutamenti nelle modalità di consumo da parte dei cittadini, l'informazione

è tuttavia sottoposta a sfide importanti e nuovi rischi: la manipolazione delle fonti, le false notizie, il rischio di disintermediazione dal giornalismo professionale, con la crescita dei "social networks" e del consumo "fai da te" da parte degli utenti.

In questo contesto, in tutto il mondo, il Servizio Pubblico, sganciato dalla asfissiante ricerca commerciale di clicks e likes ha un ruolo ancora più importante che in passato nel garantire accuratezza, imparzialità, indipendenza e nel favorire una consapevole formazione delle opinioni.

Le mutate condizioni di scenario impongono tuttavia alla Rai, per raggiungere questi obiettivi, anche un profondo ripensamento nell'assetto dell'offerta informativa, rimasto sostanzialmente immutato negli ultimi 50 anni.

Al riguardo sono state avviate riflessioni e progetti per un nuovo piano dell'informazione, che richiede tuttavia analisi accurate, scelte complesse ed adattamenti organizzativi e produttivi delicati. L'obiettivo, che non può che essere di lungo respiro, è quello di dotare la Rai di un sistema di produzione e offerta più moderno, più efficiente e più coerente con i cambiamenti del pubblico e della società, ma sempre fedele ai principi di completezza e pluralismo che sono alla base stessa della nostra missione pubblica.

Si tratta di processi che richiedono impegno e che devono confrontarsi con inevitabili difficoltà ed errori, ma anche con un quadro istituzionale, normativo e di opinione pubblica in continuo e frequente mutamento.

Nel corso dell'anno, oltre al "canone in bolletta", sempre più numerosi provvedimenti sono intervenuti nelle procedure di acquisizione di beni e servizi, nella fissazione di limiti alle retribuzioni ed ai compensi di collaborazione, nel rispetto delle nuove normative anti corruzione.

La Rai è naturalmente impegnata ad adempiere puntualmente a tutte le disposizioni, ma non può non osservarsi che la sempre maggiore attrazione in ambito "pubblicistico" dell'Azienda ne riduce sempre più il profilo di impresa con riflessi sull'efficienza, sull'autonomia delle scelte editoriali e sulla velocità dei processi in un momento in cui, per l'Azienda, è invece vitale una rapida risposta alla sfida dell'innovazione.

Il 2016 è stato, infine, un anno importante dal punto di vista della definizione della missione. È stata infatti avviata la procedura di rinnovo della concessione per il Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale.

Il Consiglio dei Ministri ha deliberato, con decreto del 28 aprile 2017 attualmente in via di pubblicazione, la concessione in esclusiva alla Rai, per una durata decennale a decorrere dal 30 aprile 2017, dell'esercizio del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale sull'intero territorio nazionale, approvando contestualmente l'annesso schema di convenzione.

In un contesto, anche tecnologico, in continua e rapida evoluzione/trasformazione e con una crescente presenza di operatori stranieri di grandi dimensioni, la decisione del Governo di confermare l'assegnazione esclusiva a Rai di queste attività essenziali per il nostro Paese, e per una durata che consente di fare piani a lungo termine, è una scelta importante, certamente meritata per la grande storia dell'Azienda, ma che dovrà essere meritata anche in futuro con un impegno sempre maggiore.

Una volta completata la procedura, verrà poi negoziato e sottoscritto con il Ministero dello Sviluppo Economico il Contratto di Servizio quinquennale con cui saranno individuati diritti e obblighi della nostra Società.

La certezza e la stabilità del quadro giuridico e della disciplina della governance, insieme all'auspicata definizione del livello del canone unitario su un orizzonte pluriennale in modo da garantire certezza e adeguatezza delle risorse finanziarie pubbliche, consentiranno alla Rai di affrontare le prossime sfide concentrandosi esclusivamente sulle migliori e più efficaci modalità per assolvere il mandato che le è stato affidato nell'interesse di tutto il Paese.

In definitiva, in un momento storico particolarmente complesso e difficile per l'intero mondo dei media, un Servizio Pubblico radiotelevisivo, solido e indipendente, la prima vera forma storica di mass-media, appare ancor più che in passato, come uno strumento vitale e necessario, per garantire alla cittadinanza un'offerta ricca, moderna e responsabile.

Pienamente consapevoli di questo impegno, puntiamo sul contributo creativo e appassionato dei nostri dipendenti e collaboratori e sui tanti diversi talenti ed eccellenze che lavorano con la nostra Azienda per costruire una Rai forte e apprezzata. Lo dobbiamo a noi stessi e a tutti gli italiani con cui ogni giorno entriamo in contatto.

Situazione economico-patrimoniale e finanziaria consolidata - sintesi

Gruppo Rai

Conto economico consolidato

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Ricavi esterni	2.809,5	2.493,1	316,4
Costi esterni complessivi	(1.151,3)	(988,6)	(162,7)
Costo del personale	(1.031,7)	(977,0)	(54,7)
Margine operativo lordo	626,5	527,5	99,0
Risultato ante imposte	45,4	(29,7)	75,1
Risultato di esercizio	18,1	(25,6)	43,7

Struttura patrimoniale consolidata

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Capitale proprio	476,6	492,8	(16,2)
Indebitamento (disponibilità) finanziario netto	549,6	362,4	187,2
Totale struttura patrimoniale	1.026,2	855,2	171,0

Investimenti consolidati

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Investimenti in programmi	472,6	474,7	(2,1)
Investimenti tecnici	85,9	101,3	(15,4)
Totale investimenti	558,5	576,0	(17,5)

Personale del Gruppo

(in unità)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
A tempo indeterminato e determinato	13.230	13.078	152
di cui a tempo determinato	741	810	(69)

Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione

La missione	12
Lo scenario del mercato	12
Gli obiettivi raggiunti	21

Il prodotto Rai: offerta e performance	24
Mappa dell'offerta Rai	24
L'offerta editoriale	26
La performance dell'offerta Rai	35

Le attività	39
La televisione	40
La radio	76
Digital	82
Attività commerciali	88
Altre attività	94

Il quadro normativo e regolamentare	104
-------------------------------------	-----

Sintesi economico-patrimoniale e finanziaria del Gruppo Rai	109
Highlights	110
Prospetti riclassificati	112
Analisi dei risultati consolidati	113

Altre informazioni	127
Fatti occorsi dopo la chiusura dell'esercizio	128
Prevedibile evoluzione della gestione	129

La missione

La missione della Rai è rappresentata dal suo **ruolo di Servizio Pubblico generale radiotelevisivo**.

La Concessionaria, in forza di apposite fonti normative, nazionali e comunitarie, è tenuta ad adempiere a precise obbligazioni in tema di qualità e quantità della programmazione, ulteriormente dettagliate nel Contratto di Servizio stipulato con il Ministero dello Sviluppo Economico.

Il **Contratto di Servizio** attualmente vigente è quello riferito al triennio 2010-2012 tutt'ora in vigore per effetto dell'articolo 36 del medesimo Contratto.

Il Contratto prevede per Rai prescrizioni rispetto ai livelli di servizio e vincoli nello svolgimento della propria attività editoriale.

Il Contratto di Servizio stabilisce una connessione evidente tra la Rai, gli individui e la collettività, rispondendo a bisogni rilevanti per la crescita dell'individuo e per la creazione di una coscienza sociale.

Tra i temi editoriali sono degni di menzione l'attenzione alla formazione e al lavoro, all'informazione e all'approfondimento, ai temi sociali e culturali, a bambini e adolescenti, alla figura femminile, allo sport e all'intrattenimento, alle minoranze linguistiche e alla promozione all'estero del Paese per gli stranieri così come per le tante comunità di italiani che vi risiedono.

Lo scenario del mercato

Il processo di convergenza multimediale, in atto da molti anni, ha subito nel 2016 un'accelerazione decisiva, mostrando una compiuta maturità industriale attraverso significativi mutamenti di perimetri aziendali e ri-focalizzazioni su nuovi *core-business*, determinando decisivi mutamenti nello scenario competitivo di riferimento.

In linea con quanto si sta verificando nel mercato europeo e globale, anche in Italia il settore media si trova ad affrontare una sempre crescente competizione multi-dispositivo e multi-piattaforma, che impone a tutti gli operatori del settore di innovare costantemente e sviluppare nuovi approcci al mercato, al fine di competere, oltre che con i tradizionali concorrenti, con nuovi attori, nazionali e internazionali.

Il processo di convergenza ha raggiunto nel corso dell'anno un tale livello di maturità da innalzare ulteriormente il già elevatissimo livello di competizione, grazie a modelli di consumo che esaltano qualità dei contenuti, tecnologia della piattaforma distributiva e disponibilità di larghe basi di consumatori.

La specializzazione degli editori tradizionali sulla qualità dei propri contenuti in questo mercato non è più sufficiente, in quanto il time-budget mediale, e le conseguenti risorse disponibili, si ripartiscono tra molteplici modalità distributive, in cui la tecnologia disponibile, unitamente al dispositivo di fruizione e alla capacità di soddisfare i bisogni mediiali delle audience, rendono competitor operatori che provengono da mondi e business precedentemente separati.

Gli editori tradizionali hanno quindi attuato un continuo processo di revisione dei propri perimetri aziendali e delle proprie offerte al pubblico, cercando di rafforzare nel proprio processo produttivo e distributivo gli elementi più deboli tra quelli considerati vincenti nel nuovo scenario: contenuti, tecnologia, audience, dati.

Alla luce dell'importanza di questi nuovi paradigmi, tutti gli operatori del settore hanno dato vita a una ristrutturazione e a un potenziamento organico delle proprie attività nell'ottica sopra riportata; a questo processo, alcuni Gruppi hanno affiancato un atteggiamento più aggressivo per promuovere importanti operazioni societarie, travalicanti consolidati ambiti territoriali, tecnologici, editoriali e tali da cambiare fisionomia a mercati e comparti apparentemente consolidati.

Partendo da ciò che è accaduto nell'ex editoria cartacea, notiamo che i grandi Gruppi di settore si stanno orientando verso una logica di

razionalizzazione e di integrazione sempre più crossmediale delle proprie offerte, per attrarre pubblici esigenti e con consumi fluidi. In tale ottica si colloca l'acquisizione da parte di Mondadori della divisione media online della maggiore società italiana di e-commerce. Con l'acquisizione dei *vertical content* di Banzai, Mondadori non solo ha inglobato alcuni dei siti più popolari in Italia (*GialloZafferano*, *Cookaround*, *Pianetadonna*, *Studenti.it*, *Soldionline*, *FilmTv*, *Liquida*), ma anche il *know how* nei new media, la competenza nelle piattaforme digitali e la capacità di raggiungere target pregiati.

In questo quadro di nuove alleanze, integrazioni e razionalizzazioni, si colloca l'accordo per la fusione tra il Gruppo L'Espresso (editore de *La Repubblica*) e Itedi (che edita *La Stampa* e *Il Secolo XIX* e detiene il 100% della concessionaria pubblicitaria Publikompass). L'integrazione darà vita al leader italiano nel settore dell'informazione multimediale quotidiana sia a livello nazionale sia locale; la combinazione industriale, dato il forte presidio del Gruppo L'Espresso nella crossmedialità, consentirà di sviluppare importanti sinergie.

Non meno importante, l'operazione che ha riguardato la società editrice, tra gli altri, di *Corriere della Sera* e *Gazzetta dello Sport*: Cairo Communication, all'esito dell'offerta pubblica di acquisto e scambio (OPAS), ha acquisito il controllo del gruppo RCS. Da tale operazione è nato un grande Gruppo editoriale multimediale capace di creare, in una logica multipiattaforma, grande valore comunicazionale dalla realizzazione di importanti sinergie tra quotidiani, periodici, libri e tv.

Sul fronte del mercato radiofonico si registra il consolidamento del Gruppo Mediaset che – dopo aver acquisito nel 2015 il 19% di RB1 SpA – azionista con i soci fondatori del 92,8% di Finelco – è salita a luglio 2016 al 72,12% del capitale sociale, dando vita al polo *RadioMediaset*.

A livello internazionale, Liberty Global – operatore anglo-americano che controlla canali del calibro di Amc e ITV, leader nell'offerta cavo in diversi Paesi europei – e Netflix hanno firmato un accordo che prevede la distribuzione dei contenuti di quest'ultima agli abbonati della prima.

Spostando l'attenzione al mercato americano dell'over-the-top, si segnala l'operazione conclusa da Microsoft, che ha rilevato LinkedIn per 26,2 miliardi di Dollari, una valorizzazione che attribuisce alla società una grande potenzialità prospettica. Con questa operazione, Microsoft, che ha più di 1,2 miliardi di utenti e dispone

di una liquidità di oltre 90 miliardi di Dollari, prova ad uscire dall'angolo 'off-line' in cui era stata relegata cercando di unire il mondo del *professional cloud* a quello del *professional network*. LinkedIn, con i suoi 430 milioni di utenti profilati, identificabili e *updated*, consentirà a Microsoft di creare una rete integrata altamente competitiva, con ampie possibilità di sviluppo nell'online, nella profilazione dei target e del cross-selling con il mondo Windows.

La priorità strategica individuata da Microsoft per il social si basa su uno sviluppo che si avvicini alle logiche di Facebook, conservando la funzione specifica per aziende, manager e professionisti. In tale direzione vanno le novità annunciate tra la fine del 2016 e l'inizio del 2017: l'inserimento in *home page* delle *News Feed*, con il flusso di notizie postate dai propri contatti; lo sviluppo di un *messenger* per dialogare in tempo reale con colleghi e/o *recruiters*; l'inserimento di una *chat box* per la visione condivisa di video.

L'integrazione tra contenuti, pubblici e know-how di provenienza geografica e culturale diversa in un insieme sinergico anche dal punto di vista tecnologico era certamente anche l'obiettivo della partnership strategica e industriale disciplinata con un contratto sottoscritto ad aprile 2016 tra il Gruppo Mediaset e Vivendi, società francese attiva nel campo del cinema (*Groupe Canal Plus*), della musica (*Universal Music Groupe*) e dei videogames (*Ubisoft* e *Gameloft*), nonché azionista di riferimento di Telecom Italia. La transazione prevedeva l'acquisto da parte della società transalpina dell'89% di Mediaset Premium e uno scambio azionario bilanciato e paritario: il 3,5% di azioni Vivendi in cambio del 3,5% di Mediaset. Almeno tre le ricadute positive per le parti: il rilancio dell'offerta Pay tv di entrambe le società (*Mediaset Premium* e *Canal Plus*), una efficace competizione in Europa con l'operatore globale Sky e anche il contrasto all'inesorabile avanzata degli Ott americani specializzati nell'unione tra contenuti, tecnologia, dati e audience variegata, primo fra tutti Netflix, attraverso la produzione e la distribuzione in comune di contenuti audiovisivi e la creazione di una piattaforma tv globale over-the-top. Il progetto di Vivendi, forte della sua partecipazione in Telecom Italia, prevedeva anche il lancio di un'offerta congiunta con la Telco e con altre società dei due Gruppi: un unico abbonamento con la banda larga di Telecom Italia, i contenuti di *Mediaset Premium*, la musica di *Universal Music Group*, i film di Warner Bros e Universal e i giochi di *Gameloft*.

Malgrado la portata innovativa e crossmediale dell'intesa, successivamente alla sottoscrizione, è insorto tra le Parti un importante contenzioso

legale che ha pregiudicato l'esecuzione del contratto.

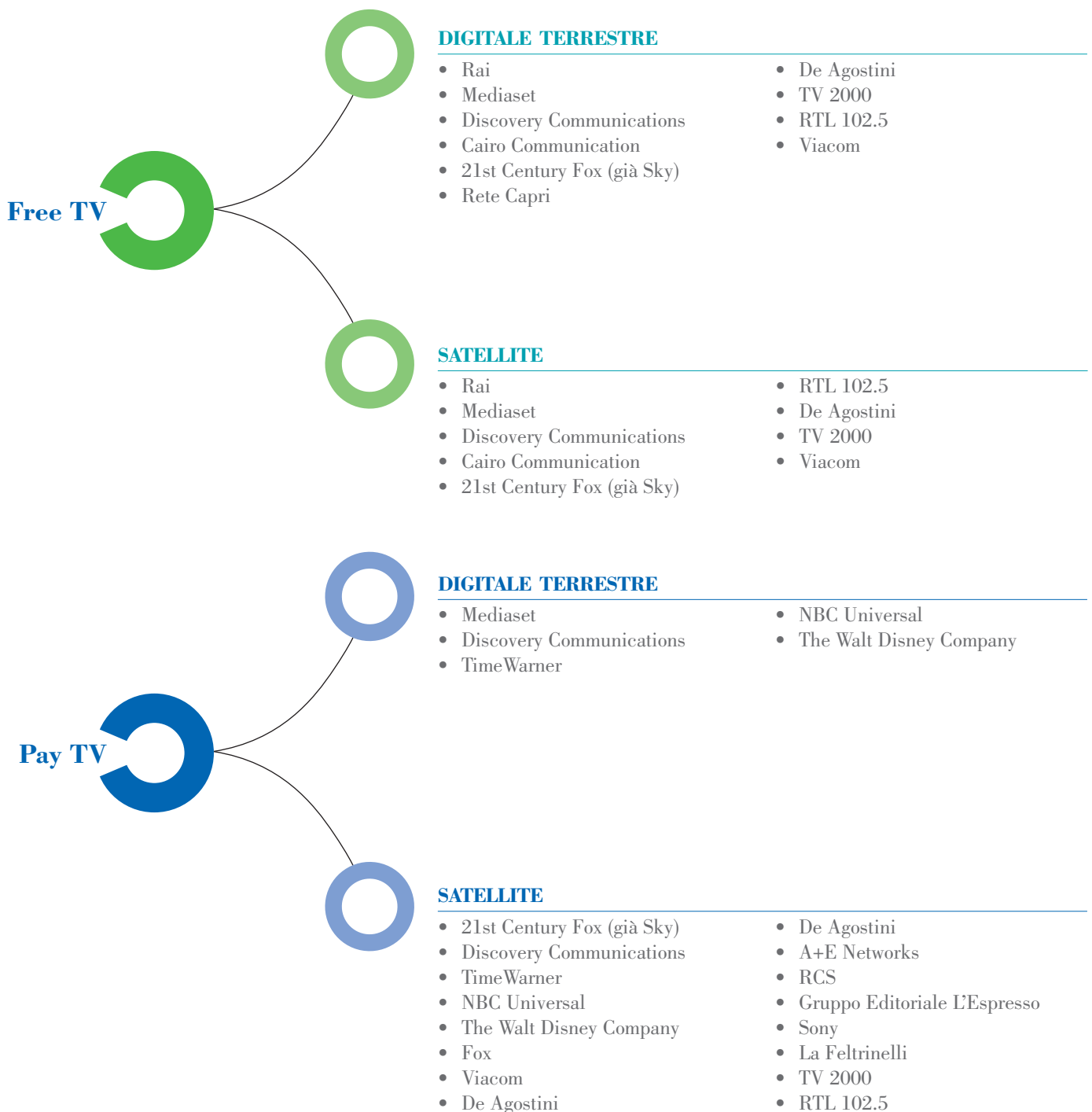
Nel frattempo Telecom, a fine dicembre, ha deliberato di accelerare la strategia 'quadruple play' entrando nella produzione di contenuti premium per la banda ultralarga e l'avvio del procedimento di societizzazione delle attività di TIMvision. La nuova società avrà come missione quella di presentare al mercato un'offerta video arricchita di nuovi contenuti premium prodotti e

coprodotti a livello nazionale e internazionale. TIMvision sarà quindi lo strumento per assicurare al gruppo la disponibilità di contenuti in esclusiva per la banda ultralarga che permetteranno uno sviluppo accelerato dell'utilizzo della fibra allargando l'offerta di prodotti e servizi in IPTV.

In tal senso, a livello internazionale, su scala di gran lunga più ampia, si inserisce il tentativo di fusione, attualmente al vaglio delle competenti autorità, tra AT&T, storica società di telefonia

Principali operatori televisivi operanti in Italia

(Fonte Rai)



americana, la cui rete di telecomunicazioni copre 127 nazioni nel mondo e che fornisce servizi vocali, video e trasferimento dati via Internet a privati, aziende e agenzie governative, nonché servizi televisivi di diversa natura e l'editore Time Warner, il cui perimetro di attività spazia dal cinema (Warner Bros.), alla televisione (Hbo, Cinemax, Tnt, Cnn, Cartoon Network, Cw) e al web (Machinima, Dramafever).

In uno scenario che vede il mondo digital diventare sempre più importante e centrale nel mercato globale, in particolare nel comparto dei media, le aziende, le istituzioni e le organizzazioni in generale non possono più permettersi di trascurare l'enorme mole di dati prodotta dalle tante forme di interazione digitale che ormai tutte le attività organizzate comportano. Per le Media Company questi nuovi concetti assumono rilevanza ancora maggiore, sia per le opportunità derivanti dalla personalizzazione dei contenuti e delle esperienze di fruizione, sia per le minacce derivanti dai grandi operatori globali della comunicazione, capaci di abbattere ogni barriera nazionale e di fornire al pubblico capacità così sofisticate di comunicazione da rendersi addirittura indispensabili, nonché di fornire loro, oltre a enormi vantaggi economici, anche una possibilità di influenza sull'opinione pubblica senza precedenti.

Gli operatori più avanzati stanno sviluppando piattaforme tecnologiche, veri e propri giacimenti di *big data*, attraverso cui è possibile raccogliere, elaborare e organizzare grandi quantità di dati

provenienti da varie fonti, al fine di costruire puntuali profilazioni del pubblico e di veicolare conseguentemente esperienze di fruizione quanto più appaganti e personalizzate possibili (*customer engagement*). In tal senso sono, ad esempio, i due sistemi lanciati da Sky per una migliore pianificazione ed efficacia delle campagne pubblicitarie, AdSmart e AdVance. Questo processo di trasformazione, che rappresenta una grande opportunità e allo stesso tempo una grande sfida per le aziende, impone il passaggio ad approccio strategico (*business intelligence*) nella produzione e gestione dei dati di profilazione, attivando nuove strategie e modelli di business.

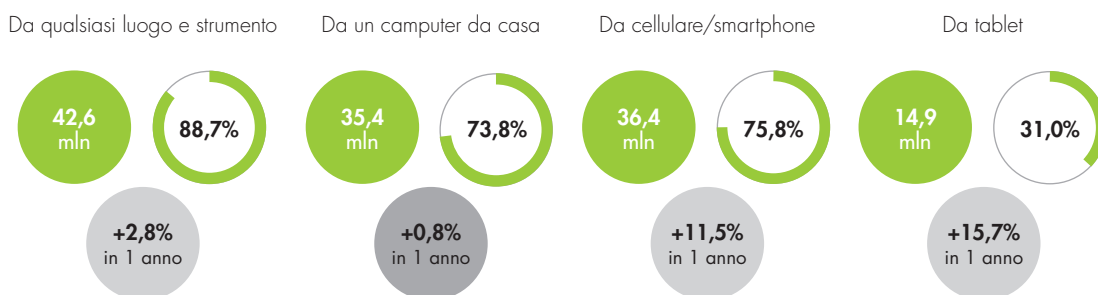
In tal senso Rai, nel corso del 2016, ha avviato con il lancio della App e del portale RaiPlay sia un'estensione del ventaglio delle piattaforme disponibili per la propria offerta sia una serie di azioni volte ad implementare un sistema per l'utilizzo mirato dei big data derivanti. Ciò per ragioni editoriali e di servizio, con l'obiettivo di massimizzare il valore della customer experience, attraverso percorsi guidati e suggerimenti personalizzati rispetto alle preferenze individuali di fruizione.

Nel 2016 poi è divenuta sempre più chiara la consapevolezza di come i device mobili, principalmente gli smartphone, abbiano radicalmente modificato le abitudini di consumo mediatico. È innegabile come negli ultimi anni tali apparati abbiano assunto nella vita dei cittadini una centralità sempre maggiore, rendendo il tempo

Disponibilità di accesso alla rete internet da diversi device

(Fonte Audiweb, dicembre 2016)

Italiani 11/74 anni



Famiglie con un componente fino a 74 anni



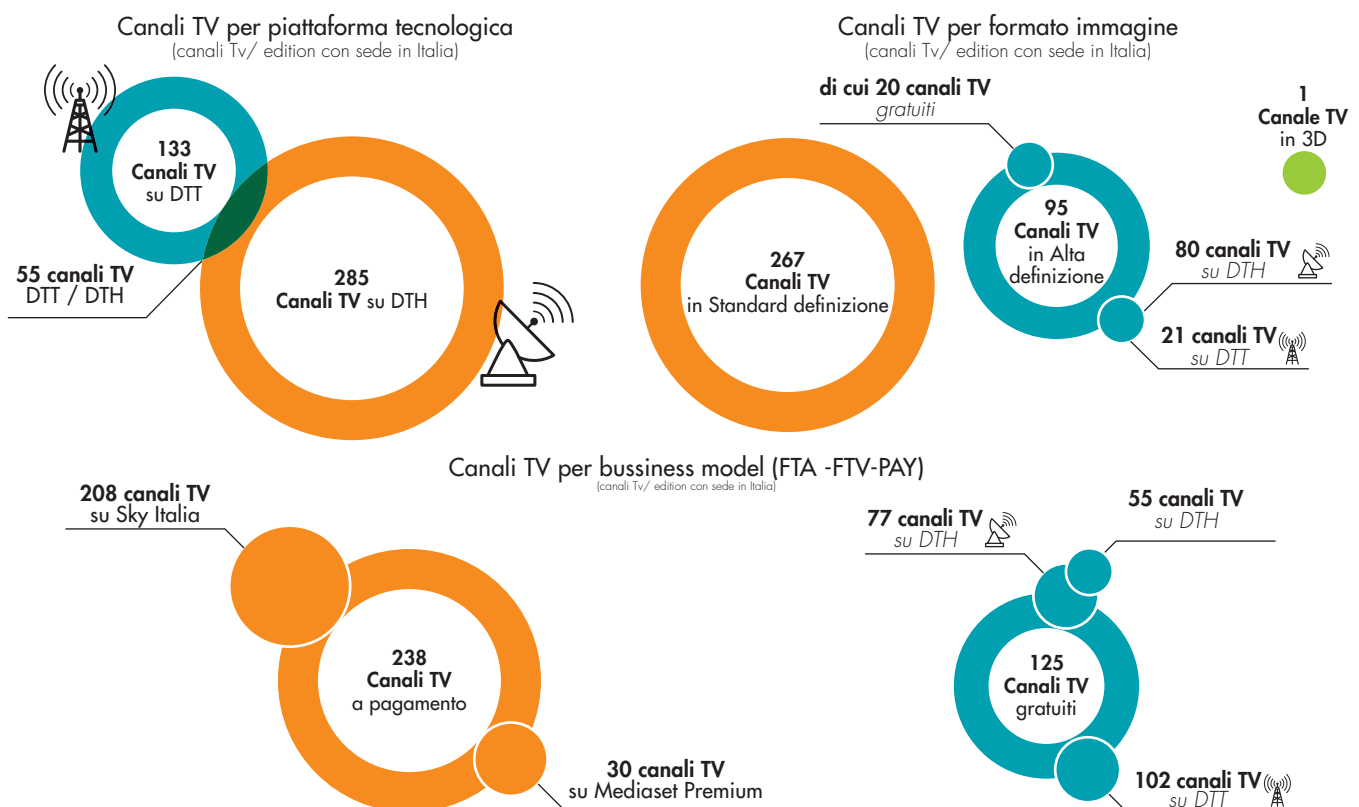
perso interstiziale un tempo di consumo mediale e di connessione sociale. Nella sostanza, nel percepito del pubblico, lo schermo del cellulare è divenuto, per tutto e in ogni momento, lo *Schermo*.

I tablet sono vissuti come mini tv prevalentemente domestiche ove si fruiscono video, film, serie tv e tanto YouTube, tutto possibilmente on demand. Il Pc, laptop o desktop, è demandato a un altro tipo di consumo: lavoro o alternativa agli altri device. La Smart tv connessa rimane ancora uno strumento relativamente poco usato, in attesa di *killer application* che ne spingano la fruizione effettiva. La tv tradizionale resta l'agorà mediatica necessaria per rifornirsi di *social currency*; il suo utilizzo viene percepito dai consumatori come centrale soprattutto nelle cosiddette fasce di maggiore ascolto, utile per fruire di telegiornali, serie tv, talent, reality e talk show, con fruizioni cross aumentate dal digital.

Lo smartphone è vissuto come 'democratico', orizzontale, come qualcosa uguale per tutti e che tutti usano sostanzialmente nello stesso modo. Le App installate sono più o meno sempre le stesse e, grazie alla loro semplicità di uso, permettono a tutti di accedere al mondo online e ai diversi servizi che fino a pochissimo tempo fa risultavano inaccessibili a molti a causa delle barriere tecnologiche. Nel quotidiano delle persone si individuano tre ambiti principali di utilizzo degli smartphone e, soprattutto, delle App: pratico, sociale e mediale, che spesso tendono a sovrapporsi. Il contenuto video, per

sua natura fortemente emozionale e d'impatto, tende a divenire la modalità di fruizione preferita dal pubblico nel social, nelle news, negli *snack content*, nell'intrattenimento, ma anche nei *selfie* o nelle dirette Facebook. Sullo smartphone, la tv diventa una App, soprattutto tra i giovani; è una fruizione molto diversa da quella tradizionale, avviene prevalentemente *outdoor*, ma che tende a ristabilire un legame con i network; per il consumatore, tuttavia, rimangono elementi di disorientamento nell'identificazione – in assenza di segnali guida – del titolo *on demand* di interesse.

Il 2016 è stato anche l'anno dell'inversione del trend negativo innestato dalla crisi del 2008. Il mercato pubblicitario è tornato a crescere e, nel periodo gennaio-dicembre (dati Nielsen), ha registrato una variazione percentuale di 2,3 punti, passando dai poco meno di 5,8 miliardi di Euro raccolti nel 2015 agli oltre 5,9 del 2016. È proseguita la contrazione degli investimenti commerciali nel settore dei quotidiani, che hanno evidenziato la flessione proporzionalmente maggiore (-7,8%). Internet registra, relativamente al perimetro monitorato, un decremento del 2,4%; tuttavia, includendo alcune componenti fondamentali (quali *Search* e *Social*), il segmento chiuderebbe, stando ai dati IHS, PWC e Polimi, con un +14,3%. Il mercato televisivo evidenzia una crescita del +5,4%; in tale contesto, tutti gli editori, free e pay, hanno fatto registrare un trend positivo: Rai è cresciuta più della media di mercato (+6,3%) anche grazie alla raccolta legata agli eventi sportivi (*Euro 2016* e *Olimpiadi di Rio 2016*).



Nota: Canali Tv a diffusione nazionale relativi al perimetro televisivo nazionale considerato. Non sono inclusi canali internazionali ritrasmessi sul territorio nazionale.
Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni -CRTV

Nel grafico sottostante si riporta la dinamica della raccolta pubblicitaria per mezzo (2007-2016), ove si evidenzia l'importante flessione degli investimenti commerciali del mercato televisivo.

Rai, in qualità di concessionaria esclusiva del Servizio Pubblico, continua ad aggiornare costantemente il proprio orientamento strategico e le proprie modalità operative per continuare a svolgere la propria missione con la dovuta efficacia ed efficienza anche nel nuovo scenario, consolidando il processo di trasformazione in *Digital Media Company*.

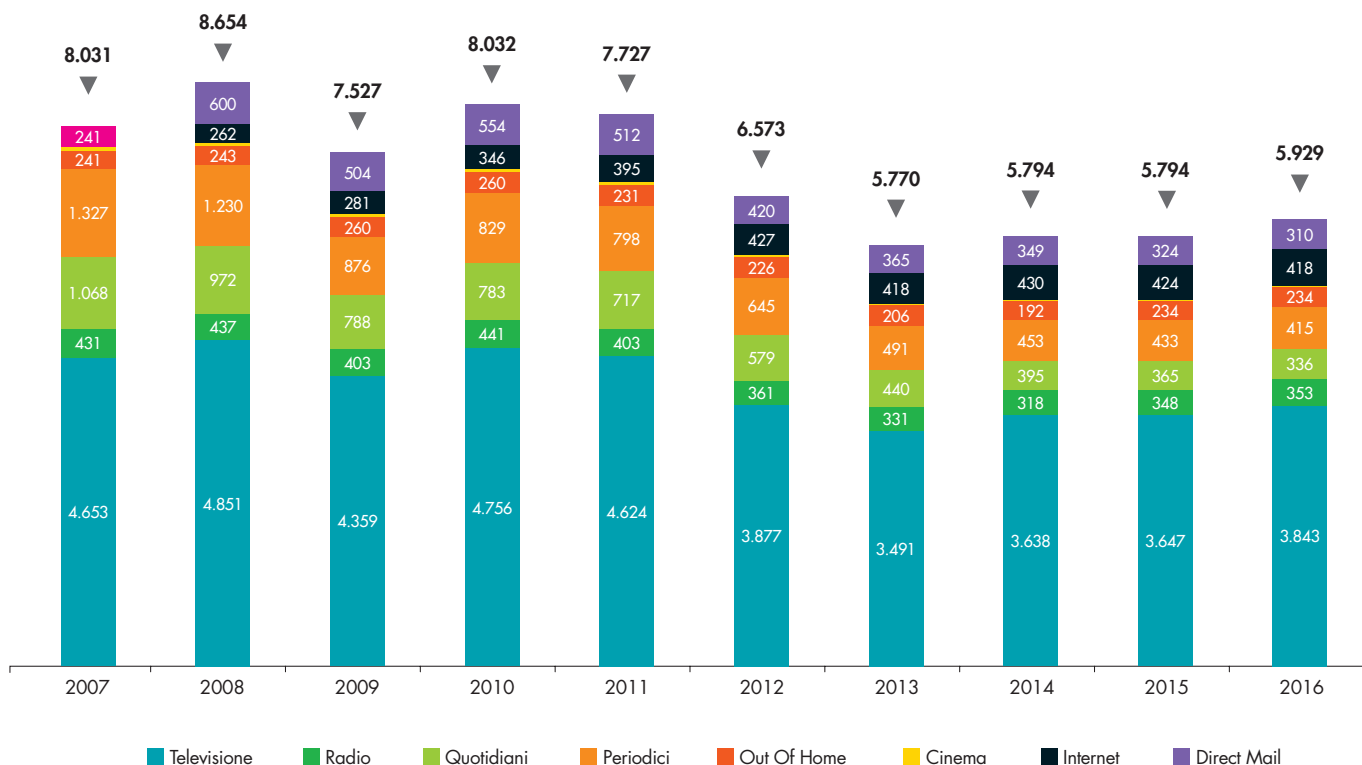
Un processo articolato e in divenire, che continuamente prevede una revisione del modello ideativo, produttivo e distributivo, con contenuti crossmediali sempre più personalizzati e personalizzabili, da realizzare sia attraverso importanti investimenti tecnologici sia attraverso una crescente diffusione della cultura digital all'interno dell'Azienda. In tale prospettiva, come già anticipato, diventano sempre più rilevanti le attività di profilazione delle audience, che permettono una customizzazione e un'evoluzione costante della *user experience*, nonché adeguati processi di *up-selling* e *cross-selling* applicati al mondo della tv, della radio, del web e del social, affinché pubblici di singoli eventi e singoli mezzi diventino pubblici generalizzati del Gruppo.

Rai, nella sua speciale soggettività, si pone pertanto come obiettivo strategico prioritario quello di promuovere la fruizione di contenuti digitali di tutti i tipi esistenti, per contribuire fattivamente al superamento del *digital divide* e promuovere l'alfabetizzazione digitale sia primaria sia secondaria, rafforzando ed estendendo il consumo digitale da parte dei target già 'digitalizzati' nonché consapevolezza e consumo di base presso le fasce di popolazione che, più o meno consapevolmente, ne sono rimaste fuori o ai margini.

Nello scenario media italiano, la tv è ancora oggi il media utilizzato dal maggior numero di italiani (45 milioni circa quotidiani), mentre la radio tiene eccellentemente il passo con oltre 35 milioni di ascoltatori quotidiani, rimanendo un mezzo in grado di rinnovarsi e rafforzarsi con le innovazioni tecnologiche e le evoluzioni sociali, continuando ad attrarre e a fidelizzare un ampio pubblico. In sviluppo incessante il mercato dei servizi digital (usati quotidianamente da circa 22 milioni di italiani), dove si registra una sempre maggiore propensione degli utenti ad utilizzare il web come strumento di lavoro e fonte di informazioni e non solo come strumento relazionale, di svago e intrattenimento; a questo processo contribuisce in maniera determinante la ormai ampia diffusione dei device mobili, in particolare degli smartphone, e la crescente diffusione dei social media.

Dinamica della raccolta pubblicitaria per mezzo (gennaio/dicembre 2007-2016)

(fonte Nielsen, dati in milioni di Euro)



Per quanto concerne i canali televisivi a diffusione nazionale, a novembre 2016 ne sono stati individuati 418 (di cui 363 di editori con sede in Italia), suddivisi tra 285 canali e servizi trasmessi via satellite (Sky Italia e Tivùsat) e 133 canali nazionali presenti sulla piattaforma DTT (inclusendo quelli free e quelli visibili su Mediaset Premium); quelli visibili sia sulla piattaforma DTT che DTH sono 55. Si registra un lieve aumento dell'offerta complessiva con una sempre maggiore diffusione delle versioni in alta definizione di canali già esistenti: 95 canali (pari al 26%), più un canale che trasmette contenuti in 3D (piattaforma DTH, Pay); a questi va aggiunto un numero elevato di canali televisivi (lineari e non) presenti sul web.

Da un punto di vista del modello di business (Free to air, Free to view e Pay), i 363 canali di editori con sede in Italia si distinguono 238 canali a pagamento (di cui 208 visibili sulla piattaforma Sky Italia e 30 sulla piattaforma Mediaset Premium) e 125 canali gratuiti.

Nel 2016 gli editori storici hanno proseguito la politica di diversificazione del portfolio realizzando canali altamente specializzati, mentre nuovi player provenienti da altri settori editoriali, piattaforme o mercati diversi (telco, *internet giants*) continuano ad inserirsi e a sovrapporsi all'offerta dei broadcaster televisivi tradizionali, principalmente su piattaforme alternative a quelle televisive classiche, sfruttando la grande diffusione delle connessioni web in mobilità.

Rispetto alla piattaforma satellitare, nel 2016, la quota di abbonati Sky è pari a poco meno di 4,4 milioni di famiglie. Rimane pressoché invariata la presenza dei decoder MySky, disponibili per il 76% delle famiglie abbonate Sky. Si accentua invece la crescita dell'offerta sportiva di Sky Calcio (+2%) che arriva ad

interessare il 51% delle famiglie abbonate a Sky, corrispondenti a circa 6,2 milioni di individui.

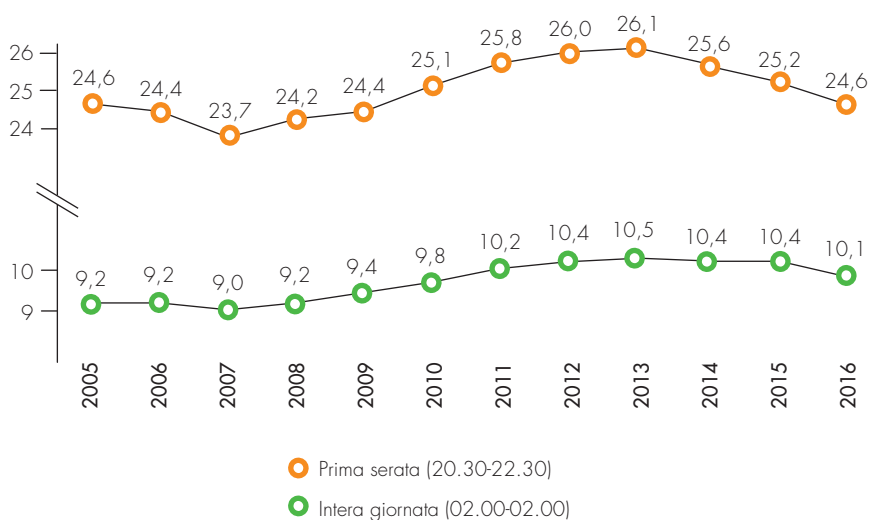
Sempre tra i servizi televisivi a pagamento, Mediaset Premium, veicolata tramite il DT, sulla base dei dati diffusi dal Gruppo, ha superato di poco i 2 milioni di abbonati.

Si registra, invece, un lieve aumento dell'utilizzo della piattaforma satellitare gratuita TivùSat: nel periodo considerato ha infatti raggiunto quota 2,9 milioni di schede attivate e più di 2 milioni di famiglie utenti.

Nel corso del 2016, in termini di quadro competitivo, si evidenziano le seguenti principali operazioni:






- il canale MTV, attivo sull'LCN 8, attua un'azione di rebrand cambiando la propria denominazione in TV8;
- la posizione LCN 50 viene assegnata a SKY Tg24 DFCTD (*dentro i fatti con le tue domande*) numerazione precedentemente occupata dal canale Laeffe passato a sua volta sulla piattaforma pay di Sky;
- Rcs Media Group chiude il canale in chiaro *La gazzetta dello sport* (LCN59), lanciata nel 2015;
- il gruppo Viacom lancia, sulla posizione LCN 27, il canale *Paramount Channel*, spazio precedentemente occupato da Sky TG24;
- DeeJay tv, attivo sull'LCN 9, è ridenominato Nove;
- Rai lancia due nuovi canali in HD sulla piattaforma TivùSat: *Rai Movie HD* e *Rai Premium HD* (canali 114 e 115);
- Sky online assume il nome di *Now tv*;
- Viacom Media Network Italia lancia il canale musicale *VH1* visibile sulla posizione LCN 67 del DTT;
- Rai chiude il canale *Rai HD* ed attiva *Rai 1 HD* sulla posizione LCN 501 del DTT;
- chiusura della trasmissione sul digitale terrestre di Radio Capital tv e M2o Tv, che rimangono visibili solo sulla piattaforma pay di Sky e in streaming sui rispettivi siti, e attivazione dei canali *Radiofreccia Tv* e *RTL 102.5 Tv HD*;
- lancio del canale *I.D. Investigation Discovery* sulla piattaforma pay Mediaset Premium;
- Vodafone avvia il servizio *Vodafone Tv*, che offre attraverso un'unica piattaforma integrata i contenuti della Tv tradizionale, on demand e Internet TV;
- Amazon, infine, ha reso disponibile anche in Italia il servizio *Amazon Prime Video*, che permette di vedere film e serie tv in streaming incluso nell'abbonamento dei clienti di Amazon.

Evoluzione ascolto medio della platea televisiva (fonte Auditel, dati in milioni)








Penetrazione relativa al periodo 1° gennaio - 31 dicembre 2016

Totale individui (anni 4+)

	Intera giornata (02:00 - 02:00) 			Share 			Contatti netti/ popolazione 			Minuti visti 		Contatti netti 		
	2016	2015	Var.	2016	2015	Var.	2016	2015	2016	2015	Var.			
Rai 1	16,63%	16,96%	- 0,33%	41,50%	42,35%	- 0,85%	98	101	24.344.345	24.824.717	- 480.372			
Rai 2	6,72%	6,80%	- 0,08%	30,65%	31,94%	- 1,29%	54	54	17.977.540	18.723.770	- 746.230			
Rai 3	6,47%	6,63%	- 0,16%	30,27%	31,26%	- 0,99%	52	53	17.754.644	18.321.115	- 566.471			
Rai Generalista	29,82%	30,38%	- 0,56%	53,91%	54,89%	- 0,98%	136	140	31.621.181	32.174.096	- 552.915			
Rai 4	1,00%	0,89%	0,11%	8,42%	8,36%	0,06%	29	27	4.936.915	4.900.174	36.741			
Rai Premium	0,95%	1,00%	- 0,05%	7,14%	7,53%	- 0,39%	33	34	4.189.063	4.411.654	- 222.591			
Rai Movie	1,08%	1,09%	- 0,01%	10,14%	10,22%	- 0,08%	26	27	5.947.421	5.990.499	- 43.078			
Rai 5	0,34%	0,28%	0,06%	5,06%	4,73%	0,33%	17	15	2.966.048	2.772.890	193.158			
Rai Storia	0,25%	0,21%	0,04%	2,62%	2,49%	0,13%	23	22	1.536.047	1.460.637	75.410			
Rai Scuola	0,02%	0,01%	0,01%	0,28%	0,26%	0,02%	14	9	166.550	151.269	15.281			
Rai YoYo	1,33%	1,43%	- 0,10%	5,64%	5,87%	- 0,23%	58	62	3.309.103	3.443.141	- 134.038			
Rai Gulp	0,55%	0,63%	- 0,08%	3,56%	3,87%	- 0,31%	38	41	2.086.767	2.268.092	- 181.325			
Rai Sport 1 Rai Sport 2	0,84%	0,79%	0,05%	5,42%	5,89%	- 0,47%	31	32	3.180.559	3.453.623	- 273.064			
Rai News	0,51%	0,52%	- 0,01%	5,25%	5,42%	- 0,17%	23	24	3.079.576	3.174.728	- 95.152			
Rai Specializzate	6,87%	6,85%	0,02%	30,80%	31,13%	- 0,33%	55	56	18.064.719	18.250.275	- 185.556			
Totale Rai	36,69%	37,23%	- 0,54%	60,65%	61,63%	- 0,98%	149	153	35.574.977	36.127.110	- 552.133			
Canale 5	15,50%	15,35%	0,15%	38,00%	40,09%	- 2,09%	100	96	22.293.898	23.496.917	- 1.203.019			
Italia 1	5,23%	5,67%	- 0,44%	25,33%	28,53%	- 3,20%	51	50	14.858.616	16.724.198	- 1.865.582			
Rete 4	4,12%	4,59%	- 0,47%	21,14%	23,30%	- 2,16%	48	50	12.403.780	13.657.871	- 1.254.091			
Mediaset Generalista	24,85%	25,61%	- 0,76%	49,59%	53,16%	- 3,57%	123	122	29.087.308	31.163.359	- 2.076.051			
Mediaset Specializzate	6,66%	6,51%	0,15%	29,23%	28,47%	0,76%	56	58	17.148.028	16.690.301	457.727			
Totale Mediaset	31,51%	32,12%	- 0,61%	56,23%	59,17%	- 2,94%	138	137	32.982.371	34.686.179	- 1.703.808			
Totale La7	3,67%	3,55%	0,12%	20,61%	20,72%	- 0,11%	44	43	12.092.845	12.144.665	- 51.820			
Totale Sky	6,73%	5,40%	1,33%	27,71%	21,54%	6,17%	59	63	16.257.466	12.626.859	3.630.607			
Totale Fox	1,17%	1,28%	- 0,11%	5,03%	5,41%	- 0,38%	58	60	2.948.576	3.168.776	- 220.200			
Totale Discovery	6,67%	6,24%	0,43%	29,33%	28,02%	1,31%	56	57	17.206.431	16.422.571	783.860			
Totale MTV- Viacom	0,90%	1,11%	- 0,21%	6,22%	10,06%	- 3,84%	36	30	3.647.150	5.898.072	- 2.250.922			
Altre emittenti	12,66%	13,07%												
Totale TV	100,00%	100,00%	0,00%	77,69%	78,45%	- 0,76%	318	323	45.571.978	45.983.369	- 411.391			

Penetrazione relativa al periodo 1° gennaio - 31 dicembre 2016

Totale individui (anni 4+)

	Prima serata (20:30 – 22:30)			Share			Contatti netti/ popolazione			Minuti visti		Contatti netti		
						2016	2015	Var.	2016	2015	Var.	2016	2015	Var.
Rai 1		18,49%	18,21%	0,28%	23,30%	23,56%	-0,26%	39	39		13.668.561	13.811.044	- 142.483	
Rai 2		7,21%	7,08%	0,13%	14,02%	14,60%	-0,58%	26	25		8.226.339	8.560.070	- 333.731	
Rai 3		6,72%	6,68%	0,04%	12,50%	12,85%	-0,35%	26	26		7.333.105	7.534.835	- 201.730	
Rai Generalista		32,43%	31,96%	0,47%	34,18%	34,68%	- 0,50%	47	47		20.051.752	20.325.866	- 274.114	
Rai 4		1,15%	1,05%	0,10%	3,35%	3,18%	0,17%	17	17		1.965.423	1.862.741	102.682	
Rai Premium		0,96%	1,18%	-0,22%	2,69%	3,02%	-0,33%	18	20		1.576.086	1.769.581	- 193.495	
Rai Movie		1,28%	1,20%	0,08%	4,14%	4,11%	0,03%	16	15		2.430.898	2.406.714	24.184	
Rai 5		0,35%	0,33%	0,02%	1,68%	1,57%	0,11%	10	10		986.648	921.265	65.383	
Rai Storia		0,28%	0,28%	0,00%	0,92%	0,87%	0,05%	15	16		540.774	507.604	33.170	
Rai Scuola		0,02%	0,01%	0,01%	0,09%	0,08%	0,01%	12	9		54.019	44.623	9.396	
Rai YoYo		0,83%	0,91%	-0,08%	1,54%	1,70%	-0,16%	27	28		904.421	994.458	- 90.037	
Rai Gulp		0,44%	0,56%	-0,12%	0,92%	1,04%	-0,12%	24	27		538.230	611.739	- 73.509	
Rai Sport 1 Rai Sport 2		0,63%	0,59%	0,04%	1,66%	1,74%	-0,08%	15	16		972.713	1.022.197	- 49.484	
Rai News		0,20%	0,20%	0,00%	1,06%	1,13%	-0,07%	9	9		624.165	663.667	- 39.502	
Rai Specializzate		6,16%	6,31%	- 0,15%	13,05%	13,25%	- 0,20%	24	25		7.652.889	7.765.638	- 112.749	
Totale Rai		38,58%	38,27%	0,31%	38,82%	39,44%	- 0,62%	50	50		22.774.676	23.116.595	- 341.919	
Canale 5		14,91%	15,95%	- 1,04%	20,47%	21,89%	- 1,42%	36	37		12.008.126	12.828.960	- 820.834	
Italia 1		5,50%	6,12%	- 0,62%	9,92%	11,27%	- 1,35%	28	28		5.819.722	6.608.817	- 789.095	
Rete 4		4,32%	4,85%	- 0,53%	9,15%	10,26%	- 1,11%	24	24		5.366.650	6.014.805	- 648.155	
Mediaset Generalista		24,72%	26,92%	- 2,20%	28,75%	31,29%	- 2,54%	43	44		16.863.344	18.339.862	-1.476.518	
Mediaset Specializzate		6,82%	6,87%	- 0,05%	12,53%	12,44%	0,09%	27	28		7.352.316	7.294.274	58.042	
Totale Mediaset		31,55%	33,79%	- 2,24%	33,86%	36,25%	- 2,39%	46	48		19.864.811	21.248.581	- 1.383.770	
Totale La7		4,46%	4,33%	0,13%	9,65%	9,70%	- 0,05%	23	22		5.662.424	5.684.084	- 21.660	
Totale Sky		7,50%	6,05%	1,45%	12,58%	9,61%	2,97%	30	32		7.378.543	5.633.264	1.745.279	
Totale Fox		1,29%	1,32%	- 0,03%	2,11%	2,25%	- 0,14%	30	30		1.239.356	1.316.046	- 76.690	
Totale Discovery		5,22%	4,66%	0,56%	11,06%	10,10%	0,96%	24	24		6.489.749	5.920.355	569.394	
Totale MTV-Viacom		0,74%	0,93%	- 0,19%	2,02%	3,25%	- 1,23%	18	15		1.184.581	1.904.391	- 719.810	
Altre emittenti		10,66%	10,65%											
Totale TV		100,00%	100,00%	0,00%	57,60%	58,33%	- 0,73%	87	88		33.790.966	34.192.350	- 401.384	

Gli obiettivi raggiunti

Il mercato in cui Rai opera è estremamente competitivo e in costante evoluzione. Una competizione resa più intensa dall'ingresso di nuovi operatori, dotati di notevole forza finanziaria, anche non appartenenti storicamente al business editoriale.

Queste, in estrema sintesi, le principali tendenze: costante rafforzamento, per il mezzo televisivo, dell'offerta lineare tematica con contrazione degli ascolti sulle reti generaliste; veloce crescita dell'offerta non lineare OTT, dove il consumo è trainato soprattutto dai *device* mobili, particolarmente adatti per la fruizione di video online e quindi concentrata in prevalenza nelle fasce più giovani; conferma della radio come mezzo in sintonia con l'evoluzione tecnologica e di conseguenza anche con i target più giovani, capace perciò di generare importanti sinergie con la televisione e il mondo digital.

In questo contesto, per rispondere alle sfide imposte dallo scenario competitivo e dall'attuale posizionamento del Gruppo, Rai – nel mese di aprile 2016 – ha approvato il Piano industriale 2016-2018 che ha come principale obiettivo il pieno sviluppo del ruolo di Rai come Servizio Pubblico universale.

Connotazione quest'ultima che appartiene a Rai in quanto: informa in modo completo e pluralista; racconta il territorio e la realtà contemporanea; intrattiene tutti gli italiani; garantisce l'accesso alla conoscenza; diffonde la cultura e l'inclusione digitale del Paese; promuove l'Italia all'estero.

Il Piano, che verrà revisionato per rispondere alle prescrizioni della nuova Concessione, identifica tre obiettivi strategici: universalità e distintività dell'offerta di Servizio Pubblico; leadership degli ascolti crosspiattaforma e sostenibilità economicofinanziaria.

Obiettivi che Rai sta perseguendo sulla base delle seguenti direttrici di sviluppo: rafforzamento della centralità dei contenuti; ripensamento dell'offerta TV, Radio e Digital; trasformazione in *Digital Media Company* per la piena connessione di Rai con tutti gli italiani; valorizzazione dell'assetto industriale come espressione del radicamento al territorio.

Per conseguire tali obiettivi strategici è stato avviato un profondo rinnovamento editoriale che consentirà a Rai di sviluppare un *reach* universale, mantenendo la leadership di ascolti nel nuovo contesto digitale multipiattaforma.

Più in particolare, Rai sta progressivamente procedendo a rafforzare la centralità della

generazione dei contenuti, sviluppando un'offerta editoriale di alta qualità e irrobustendo le caratteristiche di Servizio Pubblico anche attraverso la revisione del mix dei generi e del loro linguaggio. Inoltre, Rai completerà la trasformazione da broadcaster tradizionale a *Digital Media Company*, rivedendo il modello ideativo e distributivo dei canali e articolando un'offerta digitale distintiva e personalizzabile che assicuri, insieme ad ampi ascolti, un accesso efficace e universale *anyone/anywhere/anytime*, sia con il supporto di investimenti tecnologici sia attraverso l'introduzione di modelli produttivi e sviluppi professionali adeguati all'era del digital.

Per rendere possibile tale 'cambio di passo' sulla generazione e sulla distribuzione dei contenuti, Rai sta intervenendo con efficacia su due fattori abilitanti fondamentali:

- la razionalizzazione dell'assetto industriale, per meglio valorizzare le competenze interne anche attraverso una maggiore specializzazione e un aumento di efficacia e flessibilità;
- un profondo rinnovamento organizzativo, che rafforzi la spinta di cambiamento, semplifichi la gestione operativa e consenta a Rai di operare in logica '*One Company*'.

Le linee guida strategiche identificate dal Piano industriale rappresentano, ad assetto legislativo e regolamentare invariato, i pilastri su cui costruire la Rai del futuro, con una visione e un approccio editoriali adeguati alle nuove esigenze di tutti i pubblici nell'attuale scenario multipiattaforma e con un'infrastruttura tecnologica capace di supportare le nuove modalità di fruizione.

La definizione puntuale e articolata degli obiettivi strategici, e la conseguente focalizzazione sulle attività prioritarie del Servizio Pubblico affidato a Rai, hanno iniziato a produrre iniziative e risultati importanti, perfettamente coerenti ai suddetti obiettivi.

Senza fare un lungo elenco, meritano di essere menzionate le iniziative che seguono:

- il lancio della **nuova piattaforma multimediale Rai Play**, sviluppata integralmente in Azienda, che consente di fruire di tutti i contenuti della Rai attraverso tutti i dispositivi connessi a Internet, sia in modalità *streaming* (simulcast dei canali televisivi) sia *on demand*, attingendo in modo significativo anche ai contenuti storici dell'archivio delle Teche Rai. L'elemento distintivo della piattaforma rispetto alle passate esperienze è la assoluta centralità dell'utente, che può beneficiare – previa registrazione – anche di servizi aggiuntivi di personalizzazione dell'offerta e dei contenuti in funzione dei suoi specifici interessi,

preferenze e gusti nonché di modalità di fruizione più flessibili in un contesto di utilizzo *multi device*. A conferma di questa impostazione, l'interfaccia utente è stata studiata per rispondere a criteri di usabilità più innovativi, che consentono comunque di far esprimere il crescente potenziale d'offerta della Rai, organizzata con criteri di catalogo di genere;

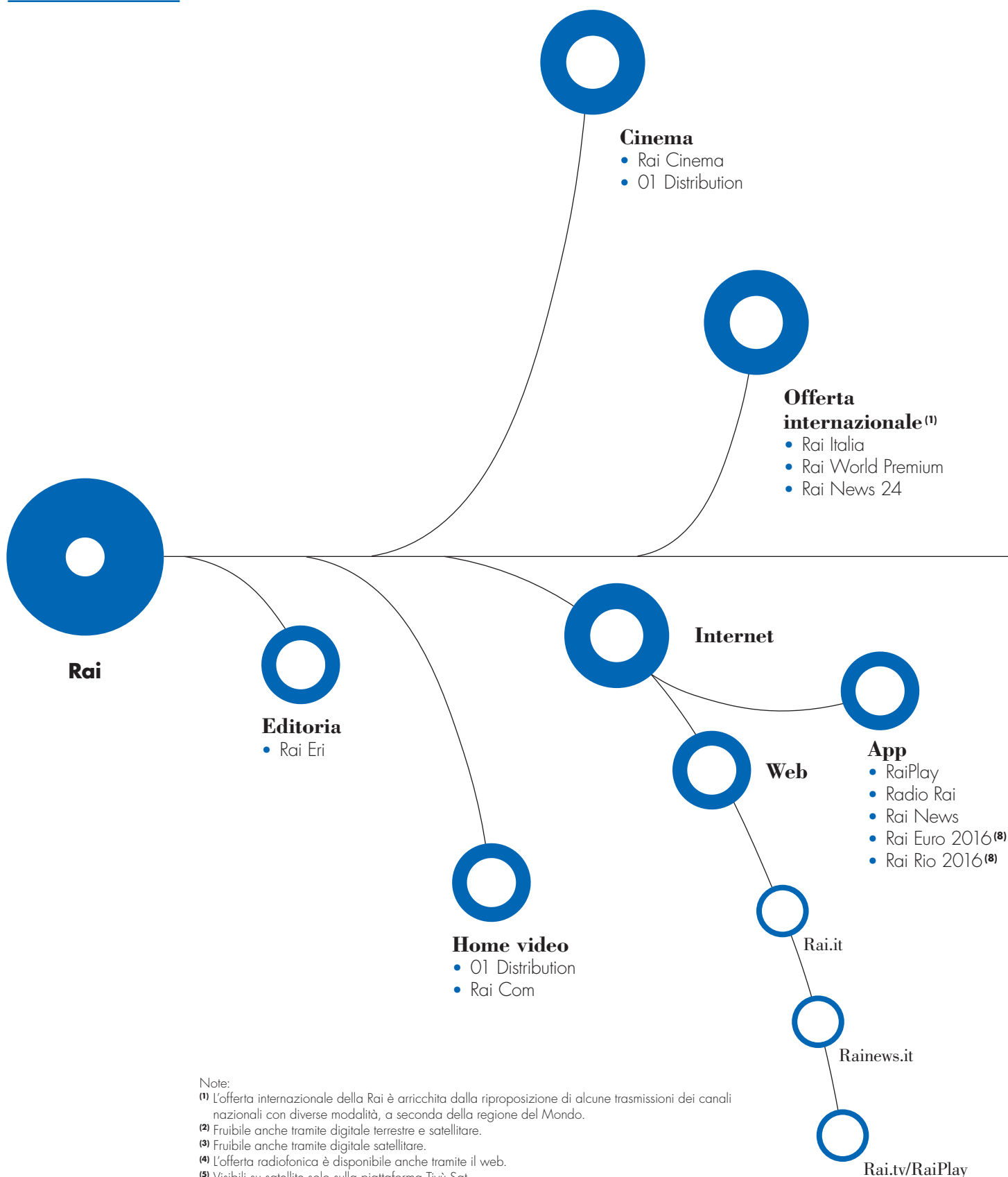
- La solidità della programmazione, funzionale al necessario rapporto con l'audience e da cui quindi discende la legittimazione di Servizio Pubblico, è stata consolidata nel 2016 – senza disperdere i numerosi successi che hanno fatto la recente storia del palinsesto di Rai – introducendo un tasso di innovazione senza precedenti; innovazione che ha coinvolto tutti gli elementi dell'offerta: dall'architettura del palinsesto, alla programmazione, dai contenuti ai conduttori, a tutti gli elementi che sono fondamentali per costruire una combinazione editoriale di successo. Ben oltre il 30% del palinsesto generalista genericamente inteso è stato rinnovato: oltre 25 ore al giorno considerando soltanto Rai 1, Rai 2, Rai 3 e Rai 4. In tutto l'autunno, circa 1.600 ore sui tre canali principali e 840 ore nella stagione per la sola Rai 4, coinvolta in un importante cambio di fisionomia. Il pubblico - ed anche le fasce più giovani, quelle che hanno un rapporto difficile e discontinuo con il mezzo televisivo - ha nel complesso apprezzato questo percorso di rinnovamento. Forte di tali risultati, la grande discontinuità introdotta è proseguita nel 2017 per agganciare in modo intelligente, nel rispetto dei valori e dei temi che caratterizzano il Servizio Pubblico, la contemporaneità;
- l'inedita scelta di portare l'arte della danza in prima serata su Rai 1, con un programma *“Roberto Bolle – La mia danza libera”* dedicato all'étoile di fama mondiale. Una serata di intrattenimento culturale, poetica ed emozionante, che ha rappresentato il connubio perfetto di qualità e ascolti nella direzione del rinnovamento editoriale raffinato e di servizio che Rai sta perseguendo;
- il progetto *I Medici*, una iniziativa di grande importanza in quanto, consapevole che la fiction internazionale è diventata un luogo chiave del racconto della società digitale, Rai intende iniziare, passo dopo passo, un percorso nel campo delle produzioni italiane da distribuire anche all'estero. E per farlo, la scelta dei *Masters of Florence* è altamente simbolica per il Servizio Pubblico perché la grandezza e la bellezza del passato italiano acquistano significato se entrano in dialogo con il presente, e la combinazione di questi elementi fa sì che, attraverso l'opera, esca rinnovata anche l'identità collettiva. La fiction, per rispondere appieno ai più avanzati standard video internazionali, è stata trasmessa da satellite anche in Ultra HD ed è stata visibile su Rai4K al tasto 210 del telecomando di Tivù Sat. In questo solco di avvicinamento alle più riuscite forme della nuova serialità, si inseriscono il recente accordo quadro con il broadcaster franco-tedesco Arte e altri accordi per specifici progetti coproduttivi;
- l'ambito **Orso d'Oro** come miglior film all'opera di Gianfranco Rosi *Fuocoammare*, coprodotto da Rai Cinema, sul tema dei migranti e su quanto l'isola di Lampedusa e l'Italia da anni affrontano per portare soccorso alle centinaia di migliaia di persone che sbarcano sulle sue coste in cerca di un futuro. Una produzione che testimonia come il cinema italiano sappia continuare, nella sua migliore tradizione, a manifestare a livello internazionale la capacità di cogliere i cambiamenti epocali delle nostre società, anche i più complessi, e di riuscire a raccontarli e a restituirli con uno sguardo universale. Una ulteriore prova di come Rai sia sempre a supporto del cinema più lucido e più attento alla contemporaneità, con un racconto originale e potente che riflette perfettamente la vocazione del Servizio Pubblico nel cinema;
- la conferma di Rai come il gruppo televisivo nazionale che dedica il **maggiore sforzo editoriale e produttivo all'informazione** e tramite il quale, quindi, la maggior parte degli italiani si informa. Ne è testimonianza la circostanza che durante i terribili giorni successivi al **tragico terremoto che ha devastato il Centro Italia**, nonostante fosse agosto – mese in cui il consumo televisivo è ai minimi annuali – quasi 25 milioni di italiani si sono sintonizzati su uno dei canali Rai per avere informazioni sull'evento nel solo primo giorno, il 24 agosto, numero che ha superato i 31 milioni dopo il terzo giorno;
- dopo le Olimpiadi di Rio, la programmazione per i **Giochi Paralimpici**, all'insegna dell'unione di grande qualità e massimo sforzo produttivo, con un racconto multimediale attraverso il quale il Servizio Pubblico ha messo in primo piano le storie che sono dietro i risultati e le persone dietro le sfide, garantendo un'attenzione speciale nei confronti di chi trasmette valori così importanti legati allo sport e alla vita. Un impegno profondamente sentito da Rai, che lo ha assolto con orgoglio, nella consapevolezza che le Paralimpiadi rappresentano un momento fondamentale per ribadire il carattere inclusivo del Servizio Pubblico universale;
- l'arrivo su Rai 2, rete d'elezione per i contenuti a vocazione contemporanea e internazionale, di uno spettacolo con *Mika*, grande star della musica e non solo. Il lungo

elenco dei suoi successi mondiali e il suo essere un uomo di spettacolo dall'enorme carisma ne fanno un protagonista della scena molto conteso, per un programma fatto di musica, di divertimento, di grandi artisti nazionali e internazionali, di storie molto speciali di persone non celebri che intende essere divertente e raffinato. Uno tra i primi segnali dei nuovi linguaggi e dei nuovi mondi che Rai si appresta a esplorare, unendo all'intrattenimento e alla grande musica una riflessione sui temi della società contemporanea e del mondo giovanile in particolare;

- l'avvio – nel contesto evolutivo delle tematiche inerenti l'uso dello spettro frequenziale, e con l'obiettivo di razionalizzazione degli investimenti e di stabilità del servizio – del processo per l'**estensione e il miglioramento delle coperture** specie in quei territori che, per la loro conformazione geografica o anche per problemi interferenziali, presentano difficoltà di ricezione di tutti o parte dei canali Rai.

Il prodotto Rai: offerta e performance

Mappa dell'offerta Rai



Note:

⁽¹⁾ L'offerta internazionale della Rai è arricchita dalla riproposizione di alcune trasmissioni dei canali nazionali con diverse modalità, a seconda della regione del Mondo.

⁽²⁾ Fruibile anche tramite digitale terrestre e satellitare.

⁽³⁾ Fruibile anche tramite digitale satellitare.

⁽⁴⁾ L'offerta radiofonica è disponibile anche tramite il web.

⁽⁵⁾ Visibili su satellite solo sulla piattaforma Tivù Sat.

⁽⁶⁾ Visibili solo su satellite sulla piattaforma Tivù Sat.

⁽⁷⁾ L'offerta televisiva è disponibile anche su Rai.tv/RaiPlay, ad eccezione dei canali in HD.

⁽⁸⁾ App lanciate in occasione dei relativi eventi sportivi.

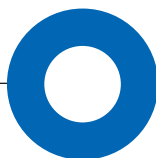
⁽⁹⁾ Visibile nelle aree raggiunte dal Multiplex 5 e su satellite, solo sulla piattaforma Tivù Sat.



Radio ⁽⁴⁾

- Rai Radio 1 ⁽²⁾
- Rai Radio 2 ⁽²⁾
- Rai Radio 3 ⁽²⁾
- Rai Isoradio ⁽²⁾
- Rai Gr Parlamento ⁽²⁾
- Rai Radio 4 Light ⁽³⁾
- Rai Radio 5 Classica ⁽²⁾
- Rai Radio 6 Teca
- Rai Radio 7 Live
- Rai Radio 8 Opera

Televisione ⁽⁷⁾ (digitale terrestre e satellitare)



Canali generalisti

- Rai 1
- Rai 2
- Rai 3
- Rai 1 HD
- Rai 2 HD
- Rai 3 HD



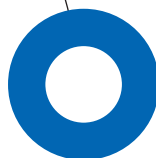
**Canali semi
- generalisti**

- Rai 4
- Rai 5 ⁽⁵⁾
- Rai Movie ⁽⁵⁾
- Rai Premium ⁽⁵⁾
- Rai 4 HD ⁽⁹⁾
- Rai 5 HD ⁽⁶⁾
- Rai Movie HD ⁽⁶⁾
- Rai Premium HD ⁽⁹⁾



Canali tematici

- Rai News 24
- Rai Storia
- Rai Scuola
- Rai Sport 1
- Rai Sport 1 HD
- Rai YoYo ⁽⁵⁾
- Rai Gulp



Informazione

- TG1
- TG2
- TG3
- TGR
- Rai Parlamento
- Rai Sport
- Rai News 24
- Rainews.it
- Televideo
- Giornale Radio Rai
- Gr Parlamento

L'offerta editoriale

Il Gruppo Rai è presente su tutte le piattaforme con un'offerta gratuita ampia e differenziata per generi e target.

Ogni giorno, in Italia, circa 41,7 milioni di persone che hanno compiuto almeno 4 anni di età, pari al 71% della popolazione di riferimento, seguono l'offerta Rai, guardando uno dei canali televisivi, ascoltando uno dei canali radiofonici o visitando uno dei portali Internet; in media, trascorrono sui nostri mezzi 108 minuti al giorno.

La strategia del Gruppo prevede:

- un approccio editoriale articolato su una famiglia di canali, a ciascuno dei quali è assegnata una *mission* specifica finalizzata alla differenziazione dell'offerta, all'arricchimento culturale della collettività e al perseguimento degli obiettivi che integrano la missione di Servizio Pubblico;
- una propensione alla massima efficienza dei modelli produttivi in termini di formati, temi, narrazioni, linguaggi, estetica e personaggi;
- una declinazione dell'offerta protesa a cogliere ogni opportunità di interazione con le audience – con una particolare attenzione ai target giovani – e rispondente alle nuove modalità di fruizione dei contenuti sui diversi *device*, anche in mobilità;
- una continua sperimentazione di nuove tecnologie relative a reti, infrastrutture e mezzi, per la costante modernizzazione dei sistemi di produzione, diffusione e distribuzione dei contenuti; offerta di qualità e in HD coerente con il posizionamento Rai e delle sue attività editoriali;
- un potenziamento delle partnership internazionali per promuovere il rinnovamento dei contenuti domestici e la valorizzazione del prodotto Rai nel mondo. Tale strategia si articola sia sull'incremento della distribuzione dei contenuti Rai, in formato programmi e in formato canali di flusso, sia sulla definizione di importanti accordi di coproduzione con grandi player internazionali. In questo solco si inseriscono – fra gli altri – il recentissimo accordo quadro con il broadcaster franco-tedesco Arté o altri accordi per singoli progetti coproduttivi come quelli con NHK (servizio pubblico giapponese), Tohokushinsha (Giappone), RSI (servizio pubblico svizzero) e ZDF (televisione pubblica tedesca) e da ultimo con Netflix;
- la valorizzazione del Sistema Italia all'estero attraverso la realizzazione di contenuti non solo in lingua italiana, ma anche nelle lingue dei Paesi di distribuzione finalizzati ad intercettare nuovi target e a promuovere l'eccellenza del *made in Italy* nel mondo.

Dal confronto con altri operatori si rileva quanto segue.

A livello europeo, rispetto agli altri principali editori del servizio pubblico, l'Italia presenta il canone di minore importo unitario (Euro 100,0, peraltro ridotto a Euro 90 per il 2017) rispetto a Francia, Euro 136,0; Regno Unito, Euro 200,5; Germania, Euro 215,8 a fronte del primato degli indici di ascolto (36,7% rispetto a France Télévisions, 29,2%; BBC, 32,8%; ARD 27,3%; ZDF 17,7%; RTVE 16,7%)¹.

A livello nazionale, rispetto alle emittenti commerciali il cui scopo è quello di creare valore già nel breve termine, per i propri azionisti e stakeholders, Rai – in risposta ai 'valori collettivi' che disegnano la propria missione di Concessionaria del Servizio Pubblico – ha per finalità prioritaria e irrinunciabile la generazione di 'valore pubblico' per l'intera collettività e le sue diverse componenti, sempre nell'ambito di una sostenibilità economico-finanziaria di lungo termine.

I principi ispiratori fondamentali che guidano, infatti, l'attività della Concessionaria sono:

- **universalità**, ovvero l'attitudine e la capacità di raggiungere con i propri programmi tutti i diversi segmenti della società, senza trascurarne alcuno, in linea con il recente richiamo di AgCom per l'interpretazione del concetto di universalità in senso 'attivo', ossia di contenuti che rappresentino i diversi interessi e punti di vista della popolazione e dell'immagine dell'Italia all'estero e servizi che consentano la partecipazione e il dialogo con gli utenti;
- **indipendenza**, ovvero l'attitudine e la capacità di compiere le proprie scelte in funzione esclusiva dell'interesse dei cittadini;
- **pluralismo**, ovvero l'attitudine e la capacità di essere attenti a tutte le 'diversità', di genere, di cultura, di religione ecc., per contribuire in modo determinante a far crescere, attraverso la rappresentazione dei diversi punti di vista, una società più inclusiva;
- **responsabilità**, ovvero l'attitudine e la capacità di lavorare in maniera trasparente impegnandosi, anche attraverso una interlocuzione costante con i diversi pubblici, a correggere i propri eventuali errori;
- **innovazione**, ovvero l'attitudine e la capacità di arricchire il contesto dei media assumendo il ruolo di guida con la sperimentazione di nuovi formati, di nuove tecnologie e di nuovi modi per essere connessi con i cittadini;
- **eccellenza**, ovvero l'attitudine e la capacità di agire con elevati standard di integrità, professionalità e qualità.

¹ I dati di ascolto dei servizi pubblici europei si riferiscono al 2015 (fonte EBU), ad eccezione di quello per il Gruppo Rai aggiornato al 31 dicembre 2016.

Tra le principali iniziative promosse da Rai nel 2016 si evidenziano le seguenti.

Palinsesti e brand refresh: Rai ha avviato un duplice processo di rinnovamento che investe da un lato l'offerta e dall'altro la comunicazione e la veicolazione del/dei brand Rai. In termini di offerta, è stato ripensato il posizionamento dei canali generalisti al fine di attribuire agli stessi una chiara e ben definita identità evitando sovrapposizioni. In termini di comunicazione, il processo ha previsto un brand *refresh* mirante a definire un'identità aziendale unica e distintiva e a rendere il design del portfolio Rai coerente e chiaramente riconoscibile. Il nuovo *claim* "Per te. Per tutti." racchiude l'essenza della Rai *Media Company Multimediale*; una Media Company che mette l'individuo al centro delle proprie scelte e che è al tempo stesso in grado di parlare a tutti gli italiani, generando 'connessioni collettive'. Tali azioni si sono tradotte sotto il profilo editoriale come segue.

La Rai ha innovato il proprio linguaggio e messo in onda alcune trasmissioni e programmi evento che hanno ottenuto un grande successo sia in termini di immagine che di risultato d'ascolto. L'innovazione stilistica ha coinvolto anche tematiche difficili e di nicchia come le arti visive e la musica alta, generalmente riservate all'offerta delle reti specializzate e che Rai 1 ha invece saputo rendere appetibili anche per il grande pubblico. In particolare sono da citare *La mia danza libera* di Roberto Bolle e la messa in onda della *Prima della Scala*. Anche lo straordinario successo di *Stanotte a San Pietro* di Alberto Angela (circa 6 milioni di ascolto medio ed uno share di oltre il 25%) è riuscito a sfruttare la bellezza del nostro Paese con stile, immagine e linguaggi moderni ed internazionali.

Tra gli altri grandi eventi editoriali sono da citare le fiction *La mafia uccide solo d'estate* e, soprattutto, *I Medici*, che ha ampliato il pubblico della fiction italiana ad un livello internazionale grazie ad un linguaggio, un cast e una scelta stilistica in linea con le grandi serie sopranazionali.

Anche Rai 2 ha dato notevoli segnali di innovazione e rinnovamento ad esempio con l'inserimento in prime time della fiction *Rocco Schiavone*, serie che ha raccolto un successo di critica e di ascolti.

L'intrattenimento musicale di Rai 2 ha segnato un punto di discontinuità attraverso lo show di Mika che è riuscito ad intercettare le aspettative di un pubblico attivo e non tradizionale. Il programma ha registrato oltre 3 milioni di ascoltatori medi con uno share di oltre il 14%.

Rai 2 ha mostrato, inoltre, di saper innovare anche il linguaggio informativo con l'introduzione di un programma dallo stile fresco e nuovo per la rete: *Nemo*.

Rai 3 con la programmazione di *Fuocoammare* (vincitore agli European Film Awards e candidato agli Oscar nella sezione documentari) ha sottolineato ancora una volta la cifra dell'impegno sociale propria della rete. Anche dal punto di vista dell'intrattenimento, Rai 3 ha saputo far rivivere un quiz cult come *Il Rischiatutto* trasformandolo in un punto di riferimento per rete e genere.

La Rai, e in particolare Rai News, ha dimostrato di essere in grado di fornire notizie con aggiornamenti tempestivi e una copertura totale e approfondita, 24 su 24. Una capacità dispiegata in maniera totale nel corso delle innumerevoli vicende, anche tragiche, che hanno segnato lo scenario internazionale e italiano nel corso del 2016, tra cui gli attentati dell'Isis

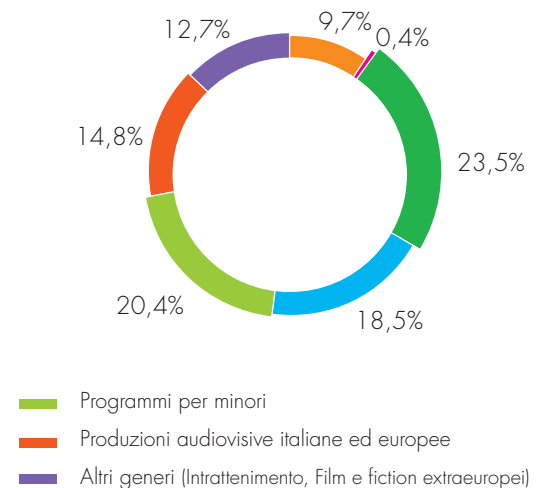
Programmazione per genere sulle reti generaliste

(fonte Rai)



Programmazione per genere sulle reti specializzate

(fonte Rai)



a Dacca e Nizza e il terremoto ad Amatrice e nel centro Italia. Capacità testimoniata anche in occasione delle elezioni presidenziali americane e del referendum costituzionale in Italia.

Europei di Calcio 2016: dal 10 giugno al 10 luglio 2016 Rai ha coperto l'evento sportivo Europei 2016 su tutte le piattaforme e con tutte le modalità produttive e distributive presidiate, dalle dirette delle principali partite disponibili su tv, radio e web, alle rubriche dedicate e ai programmi di commento e analisi, anche con innovative modalità di racconto e linguaggio. Alle telecronache classiche delle partite su Rai 1, ha affiancato su Rai 4 il racconto ironico della Gialappa's band (molto apprezzato dai più giovani), l'intrattenimento di contorno de *Il Grande Match* pensato per una fruizione familiare e le rubriche quotidiane di aggiornamento come *Il caffè degli Europei* su Rai 2 e *I giorni di Parigi* su Rai 3. Inoltre, Rai ha realizzato, per i principali sistemi operativi, *Rai Euro 2016*, una App gratuita dedicata che ha messo a disposizione informazioni, highlights, dirette, curiosità e la possibilità di rivedere i contenuti; la medesima iniziativa è stata poi attivata anche per le Olimpiadi Rio 2016 nel mese di agosto. Inoltre, durante l'intero arco temporale in cui si è svolta la manifestazione sportiva, tramite il **tasto blu del telecomando delle tv connesse abilitate**, è stato possibile accedere al nuovo servizio *MHP Rai Euro 2016*, che durante la visione delle partite trasmesse da Rai 1 ha permesso di rivedere le azioni principali del match (goal, occasioni da rete, espulsioni, reti annullate) e tornare immediatamente alla visione in diretta; il tutto arricchito da dati statistici legati alla gara in corso (tiri in porta, possesso palla, falli) facilmente consultabili, mentre durante il resto della giornata era disponibile una selezione di contributi video (servizi e interviste) che manteneva sempre vivo il 'racconto sportivo'.

Olimpiadi: oltre 42,3 milioni di italiani hanno seguito il 'romanzo multimediale' di Rio 2016. Dal punto di vista televisivo in particolare, sono state proposte quasi 1.200 ore di trasmissioni in HD su Rai 2 e sui canali di Rai Sport per raccontare le storie, le medaglie, i personaggi, i trionfi e le sconfitte. Gli ascolti hanno premiato questo enorme impegno della Rai: Rai 2, la rete olimpica, è stata il canale più seguito durante Rio 2016 sia nell'intera giornata sia nel prime time, con una media di 1,2 milioni di ascoltatori e il 15,6% di share giornalieri e di oltre 2,8 milioni pari al 16,5% di share per la prima serata. Anche Rai Sport 1 e Rai Sport 2 hanno ottenuto ottimi risultati, con una media di 590 mila ascoltatori per uno share del 7,5% nell'intera giornata e oltre 1,3 milioni spettatori nel prime time, pari al 7,6% di share. Rai ha anche sviluppato un'articolata offerta digital dedicata all'evento olimpico, descritta in dettaglio nella sezione dedicata.

Paralimpiadi: con la programmazione della XV edizione dei giochi Paraolimpici, la Rai, per missione inclusiva, ha continuato a raccontare lo sport nella dimensione della diversità. Per la prima volta, due canali sono stati dedicati all'evento: Rai Sport 1, completamente dedicato, visibile anche in HD, e Rai 2, con dirette dall'1:30 alle 4:00 e una sintesi in mattinata delle gare più importanti per un totale di oltre 400 ore di programmazione, delle quali 280 in diretta.

Piano industriale: ad aprile è stato approvato il Piano Industriale 2016-2018, in forza del quale è in corso la realizzazione di un processo di rinnovamento editoriale – anche attraverso la revisione del mix dei generi e del loro linguaggio – che permetterà alla Rai di sviluppare una vocazione sempre più universale nonché di mantenere la leadership degli ascolti nel nuovo contesto digitale multipiattaforma. Questa trasformazione si sostanzia attraverso una informazione completa e pluralista, il racconto del territorio e della realtà contemporanea, un'attività di intrattenimento coinvolgente, inclusiva e valoriale, il sostegno all'istruzione e all'alfabetizzazione digitale del Paese, la promozione e la valorizzazione dell'Italia all'estero. Per completare il passaggio a *Digital Media Company* Rai sta ripensando il proprio modello distributivo, sviluppando un'offerta digitale distintiva e personalizzabile accessibile *anyone, anywhere, anytime*. In quest'ottica, il Gruppo sta effettuando importanti investimenti in ambito tecnologico per andare sempre più incontro alle aspettative e alle esigenze del pubblico. Allo stesso tempo l'Azienda, per meglio valorizzare le competenze interne, ha avviato un percorso di razionalizzazione dell'assetto industriale e organizzativo che le consentirà di operare in una logica *One Company*.

Nuovo Qualitel ed indice di gradimento dell'offerta: a partire da metà 2017, all'esito di una gara pubblica europea, Rai avrà a disposizione una versione aggiornata, più ampia e onnicomprensiva della rilevazione sulla percezione della qualità dell'offerta. L'innovazione dell'indagine riguarda la costituzione di un panel stabile e di elevate dimensioni (circa 20.000 individui), rappresentativo della popolazione residente, che sarà interrogato per via telematica. La velocità di somministrazione dei questionari e la rapidità di risposta consentite dalle nuove tecnologie informatiche permetteranno di disporre di indicatori di gradimento della *Digital Media Company Rai*, quotidiani, settimanali e mensili, fondamentali per supportare al meglio Rai nell'assolvimento della missione di Servizio Pubblico, e che potranno essere associati, in alcuni casi, anche ai tradizionali indicatori di audience, come i dati di ascolto Auditel. Lo strumento misurerà la qualità percepita dal pubblico

relativamente all'offerta su tutte le piattaforme: Televisione, Radio, Digital e, per la prima volta, della produzione cinematografica di Rai Cinema anche direttamente sul canale Theatrical.

Digital divide: nell'ottica del superamento del *digital divide*, che rappresenta uno degli assi portanti della nuova connotazione di *Rai Digital Media Company*, è stato costituito un gruppo di lavoro dedicato specificamente all'*inclusione digitale* che ha portato, tra l'altro, alla realizzazione del progetto *Complimenti per la connessione*: uno spin off della serie tv *Don Matteo*, 20 puntate di 6 minuti ciascuna, trasmesse su Rai 1 subito dopo l'edizione serale del Tg, durante l'estate. Scopo principale di questo progetto è incoraggiare quelle fasce di popolazione, ancora distanti dalle nuove tecnologie digitali, a trovare stimoli per utilizzare i tanti servizi digitali di pubblica utilità e a creare pertanto alfabetizzazione; tra i temi trattati, l'uso dei motori di ricerca, l'utilizzo dell'eBook e la navigazione in rete.

In una logica crossmediale, la prima messa in onda è stata accompagnata da una serie di altre iniziative:

- le puntate sono state replicate, durante l'estate, su Rai 1, Rai 3, Rai 5, Rai Storia, Rai Scuola e Rai Premium;
- i contenuti sono stati pubblicati anche sul nuovo portale RaiPlay;
- la promozione, basata su una imponente pianificazione di spot cui è stato dato risalto sull'offerta digitale Rai, aveva di per sé una valenza inclusiva;
- gli spot sono stati proiettati nelle sale cinematografiche la cui pubblicità è affidata al Gruppo;
- gli stessi argomenti della fiction sono stati ripresi da gran parte dei programmi televisivi e radiofonici dell'estate aventi lo stesso target.

Tavolo Editori Radio: nell'aprile 2016 è stata costituita la società *Tavolo Editori Radio (TER)* con oggetto "la realizzazione oggettiva e imparziale di un sistema di ricerche proprietario finalizzato a misurare l'ascolto del mezzo Radio e delle emittenti radiofoniche, in tutte le loro caratteristiche tecnologiche e territoriali, su tutte le piattaforme trasmissive". La compagine rappresenta l'intero mercato dell'offerta radiofonica: Servizio Pubblico, sette gruppi nazionali e due Associazioni di emittenti locali. La nuova indagine proprietaria sarà sviluppata sulla base delle seguenti linee guida:

- Indagine principale: 120.000 interviste (tecnica Cati) con questionario analogo a Indagine 2016;
- Interventi integrativi e Sperimentazioni: ascolti nei 7-15-30 giorni, riduzione dei fenomeni di autoselezione del campione, ascolto da device digitali, valorizzazione dei target di ascolto e estensione della rilevazione al periodo estivo.

Nella parte finale del 2016 è già stato sperimentato il primo insieme delle descritte integrazioni ed evoluzioni.

AUDI: i diversi attori presenti nel mercato dei media sono ormai consapevoli dei crescenti problemi di misurazione delle audience in uno scenario in cui al centro non sono più i singoli mezzi ma i diversi contenuti, fruiti anche in modalità *multidevice* e non lineare, e sono di conseguenza attenti alla ricerca e allo sviluppo delle più idonee combinazioni di metodologie statistiche e soluzioni tecnologiche, anche in relazione alle esperienze in corso in altri paesi. Molte le iniziative intraprese in tal senso negli ultimi anni.

Oltre a quanto già ricordato sul tema della radiofonia, anche televisione e web hanno in corso un processo di ripensamento tecnico e metodologico.

Auditel, in particolare, ha pianificato numerose iniziative improntate all'evoluzione della ricerca sugli ascolti televisivi nell'ottica di rappresentare al meglio gli scenari di fruizione attuali e in divenire. Tra i principali progetti evolutivi in corso di sviluppo si ricordano:

- ampliamento del campione e stima delle audience con logiche diverse dalle attuali per ridurre la variabilità statistica degli ascolti per i canali a basse audience (progetto *Superpanel*, che dovrebbe divenire operativo nel corso del 2017);
- integrazione delle audience dei contenuti televisivi erogati via web (su Pc, Tablet, Smartphone e SmartTV) all'interno dello standard Auditel (progetto *Total Audience*). L'obiettivo è quello di giungere ad una misurazione dei contenuti video dei broadcaster televisivi sulle loro *properties* che sia coerente e allineata con quella dei televisori in modo da produrre un unico set di indicatori di misurazione che riguardino tutte le modalità di visualizzazione dei contenuti video: live streaming, differiti e *on demand*;
- ampliamento del perimetro di misurazione al *video on demand (VOD)* fruito su schermi televisivi, che tuttavia richiede il superamento di problemi di ordine tecnico connessi al *sound matching*.

A fronte di un processo che vede i contenuti al centro della misurazione indipendentemente dalle piattaforme distributive, Auditel e Audiweb si propongono di sviluppare una ricerca di base unificata, allo scopo di sfruttare i punti di forza di entrambe le esperienze. Molto importante, in questa prospettiva, l'adozione di convenzioni di misurazione comuni allo scopo di ottenere valori congruenti della *total audience* e di valorizzare i contenuti di qualità, la cui fruizione ha valori di permanenza distintivi e di grande valore comunicazionale.

Relativamente ad Audiweb, visti gli attuali limiti della ricerca (es: scarsa tempestività, ristretta base campionaria complessiva, assenza di misurazione contenuti da in-app browsing, difficile misurazione della viewability), gli attori principali operanti in Italia stanno promuovendo la realizzazione di una nuova indagine (*Audiweb 2.0*). Dopo una fase di ricognizione delle alternative offerte dai principali istituti attivi a livello internazionale, si stanno delineando i requisiti del nuovo sistema, il cui funzionamento a regime inizierà a partire dal 2018.

CambieRai: in vista del rinnovo della concessione di servizio pubblico alla Rai, il Ministero dello Sviluppo Economico (MiSE) ha, come anticipato, avviato la prima consultazione pubblica sul "servizio pubblico radiotelevisivo e multimediale" denominata *CambieRai*. Il processo ha preso le mosse il 12 aprile 2016 con la convocazione da parte del Ministero di sedici tavoli tecnici distribuiti in quattro macro aree (Sistema Italia, Industria creativa, Digitale e Società italiana), ai quali hanno partecipato i rappresentanti delle associazioni di autori e produttori del mondo della tv, del cinema, della radio, dell'informazione e dell'animazione, delle organizzazioni del *made in Italy*, del turismo, del digitale, dei beni culturali, del terzo settore, della scuola e università e dei consumatori, nonché sedici rappresentanti Rai, uno per ogni tavolo. L'incontro era finalizzato alla formulazione di un questionario web accessibile a tutti i cittadini sul sito del MiSE, attraverso il quale esprimere la "propria idea di Servizio Pubblico". Il questionario, curato dall'Istat, era composto da 36 quesiti da compilarsi su base volontaria, disponibile online per 45 giorni, dal 17 maggio al 30 giugno 2016. Alla consultazione hanno partecipato 11.188 persone, delle quali 9.156 hanno completato e inviato il questionario; a fine luglio 2016 sono stati resi noti i risultati: *educare, informare e intrattenere* si confermano principi fondanti del servizio pubblico, ai quali dovrebbe aggiungersi il compito di *promuovere l'innovazione*. Emerge inoltre che la Rai rispetta il principio dell'*universalità* ma che dovrebbe tenere maggiormente presente il principio dell'*indipendenza* e quello della *trasparenza*. In ultimo, è condivisa – da gran parte dei partecipanti – l'opinione che il servizio pubblico dovrebbe avere un respiro più *internazionale*.

Generation What?: nell'ambito delle iniziative volte a favorire la crescita della cultura digitale, unitamente all'esigenza di instaurare un canale diretto di comunicazione con l'importante universo dei *millennials*, Rai, insieme ad altri Paesi europei (Germania, Austria, Belgio, Spagna, Irlanda, Lussemburgo, Paesi Bassi,

Galles, Repubblica Ceca e Grecia), ha aderito al progetto internazionale crossmediale *Generation What?*, proposto da EBU - *European Broadcasting Union*, con lo scopo delineare un ritratto dei giovani 16-34 anni attraverso le risposte ad un questionario online interattivo e anonimo composto da 149 domande. L'analisi di questo target è centrale proprio per individuare le caratteristiche specifiche di chi è nato nel mondo digitale, così da orientare le strategie del Gruppo ai fini del superamento del gap digitale e del deficit di contatto con le nuove generazioni. Tale progetto nasce da un'idea di France Télévisions, che aveva sperimentato l'iniziativa con grande e inaspettato successo, nell'autunno del 2013. Il sito web *Generation What?* è stato lanciato contemporaneamente in tutti i Paesi aderenti l'11 aprile 2016 e l'iniziativa si è conclusa l'11 ottobre 2016. A livello europeo, sono state raccolte poco meno di un milione di interviste da 35 diversi Paesi. In Italia, i partecipanti sono stati oltre 110.000.

Televisione digitale terrestre e satellitare

Il digitale terrestre è la piattaforma televisiva di riferimento per Rai, per la quale ha sviluppato una strategia di sviluppo multicanale dell'offerta e delle infrastrutture trasmissive.

Il satellite, complementare rispetto al digitale terrestre, consente di raggiungere fasce di popolazione non servite, anche solo parzialmente, da questa tecnologia trasmissiva ed è in tal senso che – sul modello delle esperienze di altri Paesi – Rai, Mediaset, Telecom Italia Media, Confindustria Radio tv e Aeranti-Corallo hanno costituito, nel 2009, la piattaforma satellitare gratuita TivùSat.

L'offerta televisiva Rai prevede sul **digitale terrestre** 14 canali di cui 6 disponibili anche in alta definizione. In dettaglio:

- 3 reti generaliste: Rai 1, Rai 2, Rai 3;
- 11 reti semigeneraliste o specializzate: Rai 4, Rai 5, Rai Movie, Rai Premium, Rai News 24, Rai Storia, Rai Scuola, Rai Sport 1, Rai Sport 2, Rai Gulp e Rai YoYo.

Di questi canali, 6 sono disponibili in HD: Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai 4, Rai Premium, Rai Sport 1 e, per il solo mese di agosto, in occasione dei Giochi Olimpici Rio 2016, Rai Sport 2.

Per Rai 4 è in corso un'operazione di riposizionamento per una sua configurazione quale canale generalista rivolto ai *millennials*. Inoltre, per quanto riguarda i canali sportivi, Rai Sport 2 HD è stato chiuso il 19 settembre 2016 e Rai Sport 2, il successivo 5 febbraio 2017.

Sulla **piattaforma TivùSat** sono disponibili 14 canali, di cui 8 anche in alta definizione: Rai 1,

Rai 2, Rai 3, Rai 4, Rai Sport 1, Rai 5, Rai Movie e Rai Premium.

In aggiunta e a supporto dell'offerta televisiva lineare, Rai propone applicazioni interattive e servizi video on demand via Internet fruibili anche su tv connettabili (smart tv o tramite determinate tipologie di decoder interattivi).

Radio

Nel mercato dei media italiano, la radio è la seconda piattaforma di riferimento. Gli ascoltatori del mezzo nel giorno medio, nel 2016, sono circa 35,5 milioni², ovvero il 67% degli italiani, ed evidenziano rispetto al 2015 un incremento dell'1,4%, pari a 486 mila persone.

Il tempo dedicato giornalmente all'ascolto è di 3 ore e 22 minuti, di poco superiore al valore registrato nel 2015, 3 ore e 19 minuti.

La radio si caratterizza per una modalità di consumo prevalentemente fuori casa (77% degli ascoltatori). Il 74,3% degli individui 14-64enni usa l'autoradio come strumento per ascoltare la radio. Gli apparecchi tradizionali vengono usati dal 29,9% di questo segmento di popolazione. L'impiego degli apparecchi di ricezione tradizionali risulta maggioritario nella popolazione più adulto/anziana (57,8% tra gli ascoltatori ultra 65enni).

Le nuove tecnologie assumono valori significativi soprattutto tra i più giovani. Il telefono cellulare/smartphone è usato per ascoltare la radio in media da poco più del 5,4% del totale degli ascoltatori. Questa modalità di fruizione, tuttavia, sale tra i giovanissimi (14-17enni) e i giovani (18-24enni) rispettivamente al 17,4% e al 9,6%, aumentando di molto il *reach* complessivo del mezzo. Più basso il ricorso al web (da Pc e/o tablet) usato dal 2,6% degli utenti del mezzo che sale al 4% per la fascia di età 14-34enni. Il ricorso all'apparecchio televisivo per la fruizione della radio attraverso il simulcast sul digitale terrestre/satellitare (offerta di tutti i network nazionali e di molti canali locali) riguarda il 6,8% degli ascoltatori. Anche in questo caso il fenomeno è particolarmente concentrato tra i giovani 18-34enni, 9,8%.

Sul fronte dell'offerta si assiste ad una polarizzazione fra Rai, Mediaset (il 1° luglio 2016 è nata *RadioMediaset*) e il Gruppo L'Espresso, oltre alla presenza di numerosi operatori attivi su scala nazionale e/o locale. Per quanto riguarda gli operatori nazionali si riscontra la presenza sia di editori "puramente" radiofonici (tra i quali RTL 102.5, Radio Dimensione Suono e Radio Italia), sia di Gruppi multimediali attivi principalmente nel campo

dell'editoria tradizionale e on-line, quali L'Espresso e Il Sole 24 Ore.

Nel comparto delle radio locali si contano circa 1.000 emittenti³ con livelli di copertura del segnale (dalle aree municipali a quelle pluriregionali) e riscontri di audience estremamente variabili. Nel suo complesso, l'emittenza locale è capace di attrarre una quota importante della platea grazie al forte radicamento nel territorio e a un livello della proposta editoriale che per molte emittenti è competitivo anche nei confronti dei network nazionali. Nel primo semestre 2016, le radio locali hanno registrato uno share nel quarto d'ora medio, nella fascia 06:00-24:00, pari al 33% su base nazionale.⁴

RadioRai è presente su tutte le piattaforme analogiche e digitali con l'obiettivo di affermare e migliorare la propria centralità nello scenario di mercato e presso gli ascoltatori. Alla tradizionale diffusione via FM si affiancano infatti la trasmissione su digitale terrestre e satellitare e la completa fruibilità via internet sia su Pc sia su dispositivi mobili (smartphone e tablet) anche tramite l'app RadioRai.

L'offerta Rai, di esclusiva produzione interna, è la più ampia in Italia per vastità di generi e numerosità di canali con:

- 3 canali radiofonici fortemente connotati: Radio 1, Radio 2 e Radio 3;
- Isoradio, il canale dell'infomobilità;
- Gr Parlamento, canale dedicato alle Istituzioni;
- 3 canali concepiti specificamente per la rete, Radio 6 Teca, Radio 7 Live e Radio 8 Opera, ricevibili anche su DAB+;
- 2 canali musicali tematici, Radio 4 Light (musica leggera e jazz) e Radio 5 Classica. Entrambi i canali, oltre alla filodiffusione analogica, possono essere ricevuti sul web, su DTT e satellite e su Radio Digitale (DAB+); Radio 5 anche in FM in cinque capoluoghi (Ancona, Milano, Napoli, Roma e Torino).

Le principali linee di azione attuate nel 2016 sono state:

- l'arricchimento dell'offerta editoriale (lineare e non lineare), anche attraverso la produzione di contenuti originali e distintivi per il web e per i social media;
- il coordinamento dei palinsesti, al fine di rendere l'offerta sempre più coerente con la missione editoriale di ciascun canale;
- l'incremento delle già collaudate sinergie editoriali con la programmazione televisiva;

³ Stima Confindustria Radio Televisioni, luglio 2016.

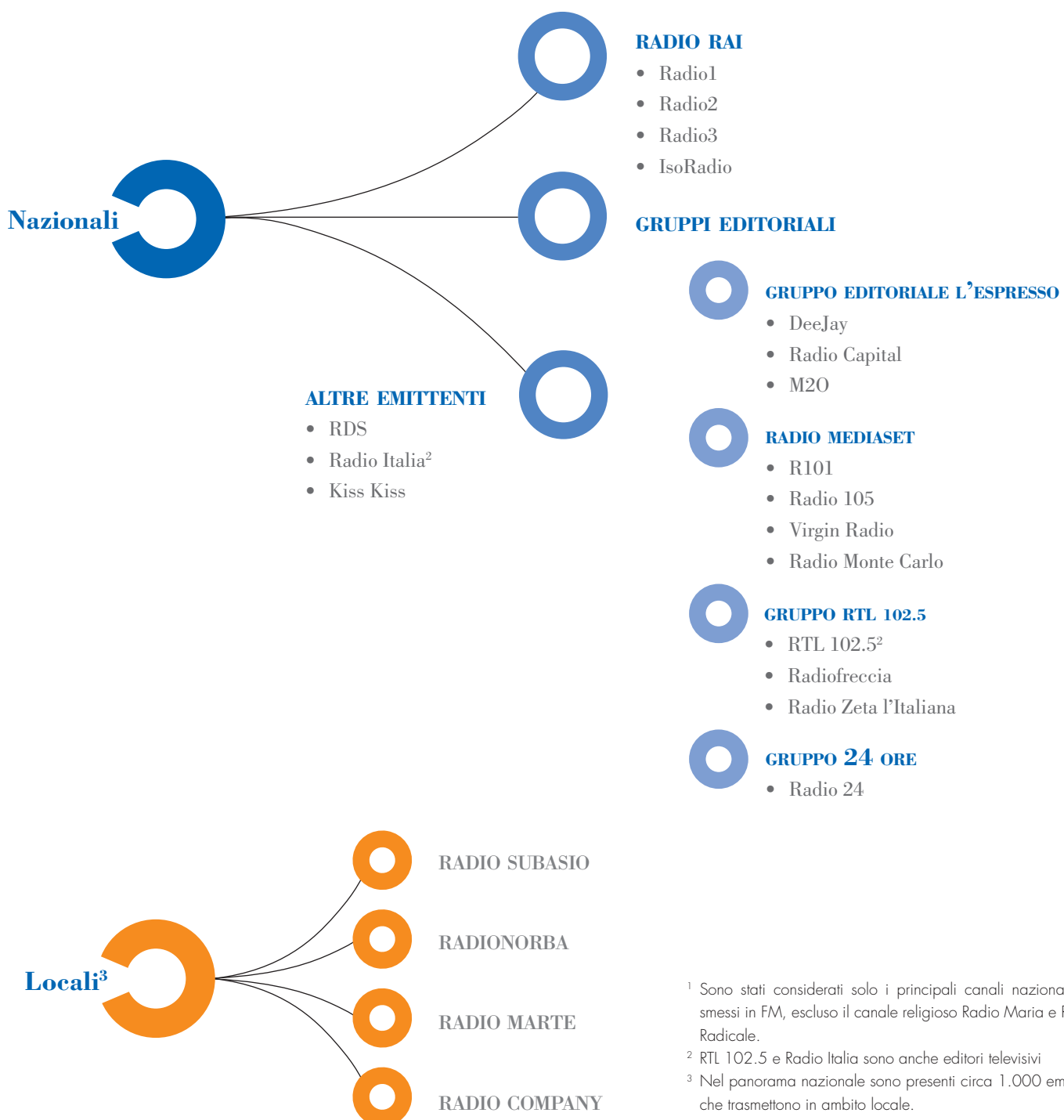
⁴ Determinato come complemento allo share totale delle emittenti nazionali rilevate dall'indagine Gfk Eurisko - RadioMonitor.

² Fonte GFK Eurisko - RadioMonitor.

- l'affinamento e il consolidamento della fisionomia del bouquet di canali web e digital lanciati nell'estate 2015: Radio 4 Light, Radio 5 Classica, Radio 6 Teca, Radio 7 Live, Radio 8 Opera;
- l'implementazione della comunicazione digitale che ha coinvolto tutti i canali, dai contenuti tematici in streaming audio/video al podcasting, agli esempi di ibridazione radio-tv-web-social media;
- il monitoraggio qualitativo della programmazione, oggi estesa al web e ai social media, con l'obiettivo di migliorare la percezione, la notorietà, la fidelizzazione e la redditività dell'offerta radiofonica Rai;
- il piano di sviluppo delle trasmissioni in tecnica digitale (Dab+);
- il proseguimento della politica di investimenti per l'attuazione di progetti tecnologici innovativi; sono stati infatti avviati progetti importanti: Rai Radio Play, estensione della piattaforma ai prodotti audio; upgrading App RadioRai per ascolto da device mobili; la migrazione definitiva verso la tecnologia IP

Principali operatori attivi nel mercato radiofonico¹

(Fonte Rai)



¹ Sono stati considerati solo i principali canali nazionali trasmessi in FM, escluso il canale religioso Radio Maria e Radio Radicale.

² RTL 102.5 e Radio Italia sono anche editori televisivi

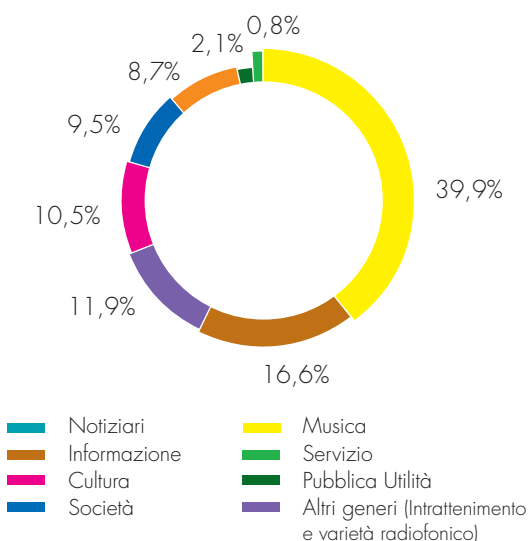
³ Nel panorama nazionale sono presenti circa 1.000 emittenti che trasmettono in ambito locale.

e la ripresa del processo di digitalizzazione dell'archivio storico della radiofonia, la cui conclusione è prevista in quattro anni;

- le partnership territoriali, le iniziative speciali e la cross promotion Radio-Tv;
- nuovi formati pubblicitari (product placement, station break sponsorizzati, radio content, infactory) e più stretti rapporti con il mercato degli investitori.

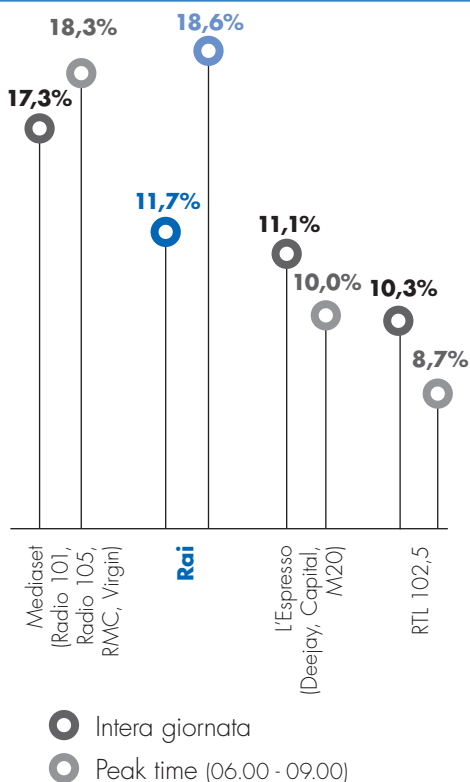
Programmazione radiofonica per genere

(fonte Rai)



Ascolti radiofonici

(quarto d'ora medio, fonte Eurisko Radiomonitor)



Digital

Nel 2016 la media mensile della *total digital audience* ha raggiunto i 29 milioni di utenti, pari al 52,5% degli italiani dai 2 anni in su.

Alla luce delle tendenze specifiche del comparto digital, nel corso del 2016 l'offerta digital della Rai è stata oggetto di un profondo lavoro di revisione e di ammodernamento, che ha iniziato a dare i primi frutti nella seconda parte dell'anno in occasione dei Campionati Europei di Calcio Euro 2016 e delle Olimpiadi di Rio 2016 ed è culminato in settembre con il lancio del portale Rai Play e della relativa App, che hanno sostituito la precedente offerta Rai.Tv.

Tale attività si è estesa a tutti gli ambiti di offerta ed è riuscita a far esplodere i consumi non lineari della Rai nella seconda metà dell'anno, soprattutto grazie al lancio di RaiPlay che costituisce il vero motore della trasformazione della Rai in *Media Company*.

A partire da settembre 2016, infatti, RaiPlay ha sostituito e ampliato le funzioni di Rai.Tv e, dal 14 dicembre 2016, Rai ha portato RaiPlay nel mondo dei televisori connessi. Con RaiPlay, e grazie ad una tecnologia accessibile e senza il bisogno di decoder o telecomandi speciali, il Servizio Pubblico parla sempre di più a tutti: destinando attenzione a ogni singolo utente, accompagnando i cittadini con una pluralità di contenuti che rispondono alle esigenze più diverse.

A conferma della centralità di queste attività per il Servizio Pubblico e per il valore competitivo di Rai, le risorse complessivamente dedicate a tale area sono cresciute di circa il 17% rispetto al 2015 e si attestano a ca. 28 milioni di Euro, incluso il costo del personale.

Con la novità di RaiPlay, dalla fine del 2016, l'offerta Rai – accessibile anche sotto forma di applicazioni da Smartphone e da Tablet – è composta come segue.

- **RaiPlay:** il nuovo servizio multimediale, inclusivo e personalizzato, disponibile per App, Browser e Tv connesse, attraverso il quale è possibile accedere, mediante un'interfaccia grafica evoluta ed adattiva, ad un'offerta video così declinata:
 - *Streaming live* di 14 canali televisivi;
 - *Servizio di Replay TV*, che prevede l'accesso in modalità on demand all'offerta in diritti di 8 canali Rai in onda negli ultimi 7 giorni;
 - *On demand*, una ricca offerta video on demand selezionata dai canali televisivi, oltre a contenuti esclusivi per il web, provenienti dall'archivio delle Teche e delle produzioni Rai, ordinati per generi;

- **Rai.it:** il portale che aggrega e rende facilmente accessibile la vasta offerta web del Gruppo. La navigazione all'interno del portale è suddivisa per News, Sport, Tv, Radio e Corporate. Rai.it promuove e dà accesso a tutta la programmazione in onda ed ai relativi contenuti disponibili sul web di tutte le reti tv, di tutti i canali radiofonici, nonché ai contenuti informativi e multimediali di tutte le testate giornalistiche;
- **Rainews.it:** è l'ambiente attraverso il quale è possibile accedere a tutta l'informazione della Rai. Notizie aggiornate in tempo reale, arricchite con video e fotogallery, ultime edizioni dei telegiornali e dei radiogiornali, dirette del canale Rai News 24 e gli eventi più significativi di ogni giorno. Il progetto Rai News è stato arricchito con la componente TGR web, operando una integrazione tecnica sia del sistema di gestione dei contenuti sia della interfaccia proposta agli utenti; ciò ha consentito, nel corso del 2016, un progressivo arricchimento dell'offerta attraverso le Home Page regionali prodotte dai giornalisti delle diverse sedi. Anche Rainews è disponibile per App;
- **RadioRai.it:** è il portale che dà accesso alla ricca offerta radiofonica di Rai: le dirette dei 10 canali radiofonici; i siti di tutte le reti e dei loro programmi; contenuti audio on demand e podcast con tantissimi extra.

L'offerta video on demand di Rai è presente anche sulle Smart tv Samsung, Apple tv e Android tv, nonché sui televisori e decoder digitali terrestri interattivi (certificati con bollino Gold) con i servizi RaiPlay.it, TGR e Telecomando.

In particolare, per Rio 2016 la Rai ha messo in campo uno sforzo senza precedenti. Il sito e l'app dedicata all'evento sviluppati da Rai hanno permesso la visione completa di tutte le competizioni, da tutti i campi di gara e per tutte le discipline, consentendo alla narrazione televisiva di integrarsi perfettamente con gli altri mezzi, con ottimi risultati: 4 milioni di browser unici (fonte Webtrekk, somma browser unici giornalieri dell'evento) e oltre 65 milioni di visualizzazioni in streaming sui siti e App Rai. L'App RaiRio2016 ha raggiunto oltre 800 mila download nelle due settimane dell'evento. Il racconto Rai delle Olimpiadi ha aperto un dialogo costante attraverso i social network.

Rai continua a rafforzare la propria presenza ufficiale sui principali social network (Facebook e Twitter) con l'attivazione di profili/account di Canali e di programmi televisivi o radiofonici e una crescente integrazione dell'interazione con il pubblico nella sua progettualità editoriale.

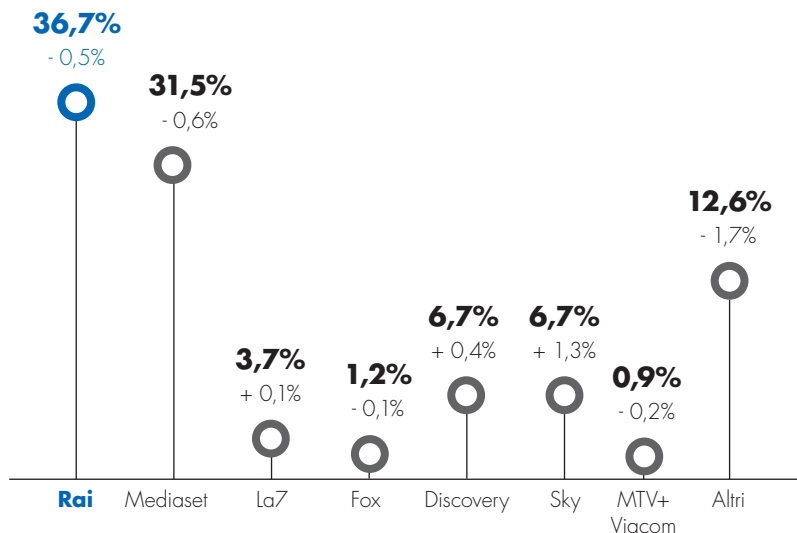
Offerta internazionale

La controllata Rai Com cura la distribuzione europea dei diritti di ritrasmissione dei canali televisivi e radiofonici (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai Storia, Rai Scuola, Rai News 24 e Rai Radio 1, Rai Radio 2, Rai Radio 3) e quella extra-europea dei canali Rai Italia (alimentato con parte della programmazione delle reti Rai e con programmi autoprodotti), Rai World Premium (che trasmette le fiction originali prodotte da Rai) e Rai News 24. Inoltre, Rai Com commercializza e distribuisce i canali radiofonici Radio Rai 1, Radio Rai 2 e Radio Rai 3 anche in territori extra-europei.

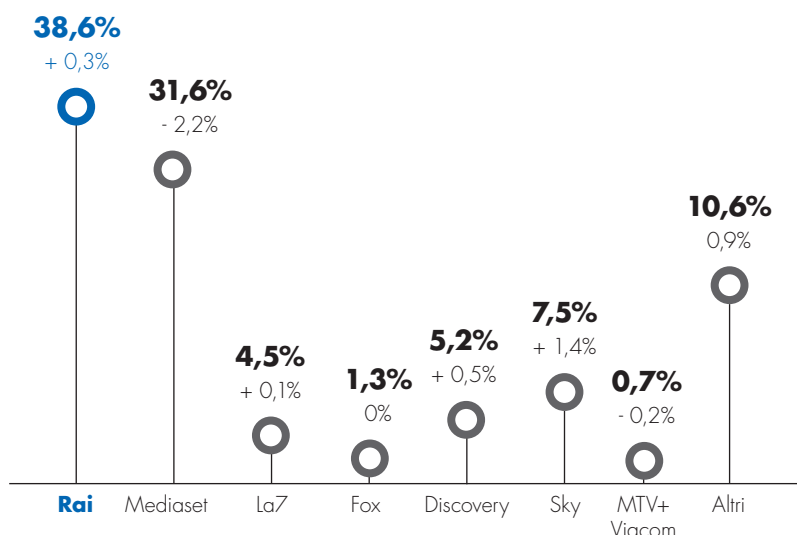
L'offerta dei canali avviene attraverso piattaforme televisive locali – via cavo, via satellite o piattaforme new media – con diverse modalità, sia free che pay:

- negli Stati Uniti, Canada e Australia i canali sono offerti agli abbonati in modalità 'pacchetto' o 'premium – à la carte'. Gli abbonati, dunque - per la visione dei Canali Rai - pagano una *fee* mensile, aggiuntiva al proprio abbonamento con l'operatore di riferimento;
- in Asia, il canale Rai Italia è in modalità free to air;
- in Europa, America Latina e Africa i canali sono offerti in modalità 'Basic' o 'Extended Basic', con la quale gli abbonati pagano esclusivamente il prezzo mensile dell'abbonamento all'operatore, senza costi aggiuntivi.

Ascolti nel giorno medio (02.00 - 02.00, fonte Auditel)

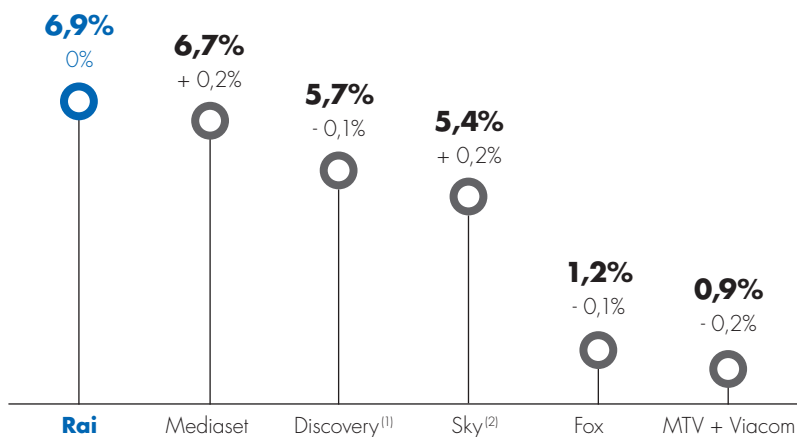


Ascolti in prima serata (20.30 - 22.30, fonte Auditel)



Comparazione tra gli editori specializzati

(Share intera giornata 02.00 - 02.00, fonte Auditel)



(1) I valori di Discovery non comprendono il canale Nove

(2) I valori di Sky non comprendono il canale TV8

La performance dell'offerta Rai

Performance dell'offerta tv

Nell'anno 2016 il numero di ascoltatori medi che hanno seguito la televisione è risultato sostanzialmente stabile, 10,1 milioni, nell'intera giornata (soli -261 mila ascoltatori rispetto al 2015) e quasi 25 milioni in prima serata (-652 mila ascoltatori) con un leggero decremento anche del consumo pro capite pari a 5 ore e 17 minuti (-1,6% rispetto al 2015).

Le reti generaliste tradizionali nel loro complesso (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Canale 5, Italia 1, Rete 4 e La7) continuano il trend negativo, scendendo al 57,8% di share su base giornaliera (-1,2% vs. 2015) e al 61,1% in prima serata (-1,6% vs. 2015), a vantaggio soprattutto dei canali semigeneralisti e tematici gratuiti che, rispetto all'esercizio precedente, passano, nell'intera giornata, dal 31,5% al 32,7% di share media e, in prime time, dal 27,4% al 28,7%.

Rai si conferma ampiamente leader del mercato con il 36,7% di share nell'intera giornata (in lieve decrescita del -0,5% vs. il 2015) e il 38,6% in prime time (dove invece conserva segno positivo con +0,3%). Mediaset si ferma, nell'intera giornata, al 31,5% di share (-0,6% vs. 2015) e in prime time al 31,6% (con una flessione del -2,2%).

I canali generalisti Rai mantengono sostanzialmente invariata la loro quota di mercato nelle 24 ore. Nel dettaglio:

- Rai 1 con il 16,6% di share (-0,4 punti % di share vs. 2015) si conferma la rete più vista in assoluto e conserva un buon margine rispetto all'ammiraglia Mediaset (Canale 5 realizza il 15,5%, +0,1 punti);
- Rai 2 stabile al 6,7% (-0,1%), confermandosi al terzo posto dopo le due ammiraglie Rai e Mediaset;
- Rai 3 scende al 6,5% share (-0,1% vs. 2015).

Riguardo alle performance realizzate dai principali canali della concorrenza nel periodo considerato, si registrano i seguenti risultati: oltre al già citato Canale 5, Italia 1 e Rete 4 entrambe in calo dello 0,5%, la prima al 5,2% e la seconda al 4,1% di share; La7, 3,1% (+0,1%); Tv8, 1,4% (+0,5%); Nove, 1,0% (+0,1%).

Alla performance del Gruppo Rai continuano a contribuire le reti specializzate, che ottengono complessivamente il 6,9% di share nell'intera giornata (stabile rispetto al 2015), grazie ai risultati del Canale per bambini in età prescolare Rai YoYo, di Rai Movie, e di Rai 4, tutti nella graduatoria dei dieci canali specializzati più visti nell'anno.

Rai con la sua offerta completamente gratuita si conferma perciò come il primo editore di canali specializzati (6,9%), superando, seppur di misura, Mediaset (6,7%), Discovery senza il canale Nove (5,7%), Sky senza il canale TV8 (5,4%), Fox (1,2%), e tutti gli altri competitor nazionali e internazionali del calibro di MTV-Viacom, Disney, DeAgostini e Turner.

In **prime time**, il Gruppo Rai mantiene la leadership con il 38,6% di share (+0,3% rispetto al 2015) a fronte del 31,6% di Mediaset (-2,2% punti), e mostra segno positivo su tutte le reti. Nel dettaglio:

- Rai 1 si conferma il canale più seguito con uno share del 18,5% (+0,3% vs. il 2015) e supera Canale 5 di 3,6 punti % (14,9%, -1,0%);
- Rai 2 e Rai 3 restano i canali più visti dopo le reti ammiraglie raggiungendo rispettivamente il 7,2% (+0,1%) e il 6,7% di share.

Per completare il quadro competitivo, le principali emittenti della concorrenza, nella fascia di prime time, realizzano le seguenti performance: oltre al già citato Canale 5, le altre due reti Mediaset, Italia 1 e Rete 4 si fermano rispettivamente al 5,5% (-0,6%) e al 4,3% (-0,5%); La7, 3,9% (+0,1%); Tv8, 1,5% (+0,4%); Nove, 1,0% (+0,2%).

L'insieme dell'offerta dei canali semigeneralisti e tematici Rai registra nel 2016 il 6,2% (-0,2% rispetto al 2015) collocandosi dopo l'offerta specializzata Mediaset al 6,8% (-0,1%) che raggiunge questi risultati anche grazie alla programmazione degli eventi calcistici premium.

Sotto il profilo della percezione della qualità dell'offerta televisiva di Rai, il giudizio espresso dai fruitori sull'offerta generalista è pari a 7,8 (su una scala da 1 a 10), stabile rispetto alla precedente rilevazione. Per tutti i generi dell'offerta generalista si registra un livello di gradimento superiore al 7,0. Anche il giudizio complessivo sull'offerta specializzata è stabile con un valore di 7,5 e giudizi superiori al 7,0 su ogni singolo canale.¹

Performance dell'offerta radio

Per quanto riguarda le quote di audience dei principali Gruppi editoriali, RadioRai, con i suoi quattro canali principali, Radio 1, Radio 2, Radio 3 e Isoradio, si conferma, nel 2016, al secondo posto con l'11,8% di share (-0,3% rispetto al 2015), preceduto da Radio Mediaset, 15,8%, (+0,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) con le tre emittenti Radio 105, R101 e Virgin. Al terzo posto il Gruppo L'Espresso con l'11,0% (-0,3%) con i tre canali DeeJay, Capital e M2O. In testa alla classifica balza Radio 105 (10,6% di share, +0,7%), che supera nella fascia 6:00-24:00 RTL 102.5, in crescita al 10,3% (+0,2%).

Per quanto riguarda le singole emittenti, l'indagine Gfk Eurisko – RadioMonitor evidenzia:

- Radio 1 con 4,1 milioni di ascoltatori (-76 mila, -1,8% vs. 2015) mantiene la 6° posizione nella graduatoria delle emittenti nazionali;
- Radio 2 raggiunge poco meno di 3 milioni di ascoltatori (-54 mila, -1,8%) e si conferma al 7° posto;
- Radio 3 supera 1,4 milioni di ascoltatori (+25 mila, +1,8%), stabile al 14° posto;
- Isoradio raggiunge 685 mila ascoltatori (-44 mila, -6%).

Tra i competitor (totale mezzo, giorno medio, fascia 06:00 – 06:00) si segnala:

- RTL 102.5 si conferma leader degli ascolti con quasi 7 milioni di ascoltatori (+2,1% vs. 2015);
- Radio DeeJay si posiziona al 2° posto con circa 4,8 milioni (+2,9%);
- Radio105 con poco più di 4,7 milioni sale al 3° posto (+4,4%);
- RDS scende in 4° posizione con 4,7 milioni (-0,2%);
- Radio Italia in 5° posizione con poco meno di 4,4 milioni di ascoltatori (-3,2%).

Rispetto all'ascolto del quarto d'ora medio per il totale mezzo, le performance dei canali RadioRai sono le seguenti:

- Radio 1 in calo con 321 mila ascoltatori medi (-5 mila, -1,5% vs. 2015) con il 5% di share (-0,2%);
- Radio 2 in aumento con 264 mila ascoltatori (+11 mila, +4,2%) con il 4,1% di share (+0,1%);
- Radio 3 stabile con 139 mila ascoltatori e con il 2,2% di share;
- Isoradio in calo con 38 mila ascoltatori (-2 mila, -5,3%) pari allo 0,6% di share (-0,1%).

Secondo le ricerche *ad hoc* condotte da Rai, affidabilità e autorevolezza sono le variabili su cui RadioRai eccelle, tuttavia è cresciuta, rispetto al 2015, anche la percezione di

¹ Dati riferiti ad ottobre 2016.

qualità e la stessa autorevolezza di alcuni grandi network privati nazionali. A Radio Rai viene riconosciuto un profilo qualitativo alto e un importante ruolo in termini di servizio; dà molto spazio all'informazione e all'approfondimento; presenta opinioni diversificate che sono a loro volta espressione della variegata composizione sociale italiana; cura l'attendibilità delle notizie; garantisce un elevato standard professionale; punta indiscutibilmente anche alla maturazione culturale del pubblico.

Performance dell'offerta digital

Nel 2016 sono state 15,2 milioni le famiglie italiane che hanno dichiarato di poter accedere a internet da qualsiasi device. Si tratta del 68,7% delle famiglie italiane, un dato in aumento rispetto all'anno precedente (+0,9%). Per quanto riguarda gli individui di età compresa tra gli 11 e i 74 anni, essi sono 42,6 milioni, pari all'88,7% degli italiani, dato anche questo in crescita rispetto all'anno precedente (+2,8%). Se si prende in considerazione la fascia di età compresa tra gli 11 e i 34 anni, la percentuale di coloro che dichiarano di poter accedere a internet da un qualsiasi device sale al 98,5%.

In tale contesto generale, nel 2016 sono stati 29 milioni gli italiani che si sono connessi a internet almeno una volta al mese con una crescita rispetto all'anno precedente del +0,5% (traffico *all device*), dato che media la forte crescita del traffico da mobile (+15,3%) e la riduzione di quello generato da pc (-5%). Rai nel 2016 registra dati migliori rispetto al mercato: il tasso di crescita del traffico *all device* è maggiore (+3,2% vs. 2015); la crescita del traffico da mobile si accentua (+17,7%) e il calo del traffico da pc è minore (-1%).

Il sopracitato lancio di RaiPlay, in aggiunta alla trasmissione degli eventi sportivi Euro 2016 (disponibile anche per App) a giugno/luglio e, in esclusiva, Rio 2016 ad agosto, ha permesso al gruppo Rai una netta crescita delle performance web già a partire dal mese di giugno: la media mensile di pagine visitate nel periodo giugno-dicembre 2016 è superiore del 31,5% rispetto alla media mensile del periodo gennaio-maggio 2016. In particolare, RaiPlay nei mesi di ottobre-dicembre 2016 ha ottenuto un numero di visualizzazioni quasi doppio rispetto a Rai Tv nel pari periodo del 2015 (+98%), registrando una crescita costante mese su mese, superando a novembre, in assenza di appuntamenti di richiamo, le best performance di Rai.tv di giugno e agosto, in presenza dei grandi eventi sportivi.

Un altro elemento interessante per comprendere il successo di RaiPlay in questi primi mesi dal lancio, in assenza di grandi eventi, è il numero di download della app. Lanciata il 2 settembre 2016 e quindi disponibile sugli app store solo negli ultimi 4 mesi del 2016, la App ha totalizzato oltre il 50% dei download totali del 2016 relativi a Rai Tv/RaiPlay e il 25% sul totale download app Rai del 2016. Se si considera solo il periodo dal lancio (settembre-dicembre), i download relativi alla app RaiPlay totalizzano oltre l'80% del totale download App Rai.

Nel 2016 l'offerta complessiva del Gruppo Rai ha generato un traffico complessivo pari a 3 miliardi di pagine viste, con una media mensile di 246 milioni (+38% sul 2015). I browser unici complessivi sono stati 308 milioni (+69% sul 2015).

Le principali offerte digital di Rai registrano performance in aumento rispetto al 2015. In particolare:

- Rai.it ha generato un totale complessivo di 519,5 milioni di pagine viste, con un traffico mensile pari a 43,3 milioni (+3% vs 2015) e 67,7 milioni di utenti unici complessivi (+3,6% sul 2015);
- il portale multimediale Rai Tv / RaiPlay, ha registrato un totale complessivo pari a circa 1,4 miliardi di pagine viste, con una media mensile di 121 milioni (+29% sul 2015) e 117,3 milioni di utenti unici complessivi (+33,7% sul 2015);
- RaiNews.it ha registrato un totale di 613 milioni di pagine viste, con una media mensile di 51 milioni (+11% sul 2015) e 66,6 milioni di utenti unici complessivi (+19,1% sul 2015).

Rai è presente con account ufficiali sui principali social.

A dicembre 2016 si contano oltre 11 milioni di fan su Facebook e 4,3 milioni su Twitter (dati delle piattaforme). Nel corso del 2016 Rai ha anche rafforzato la presenza su Instagram e conta attualmente oltre 500 mila seguaci e approcciato la nuova piattaforma Snapchat.

Nel corso dell'autunno 2016, la quota Rai relativa alle interazioni generate dalla programmazione tv nazionale su Facebook e Twitter è pari a un terzo del totale (fonte Nielsen SCR).

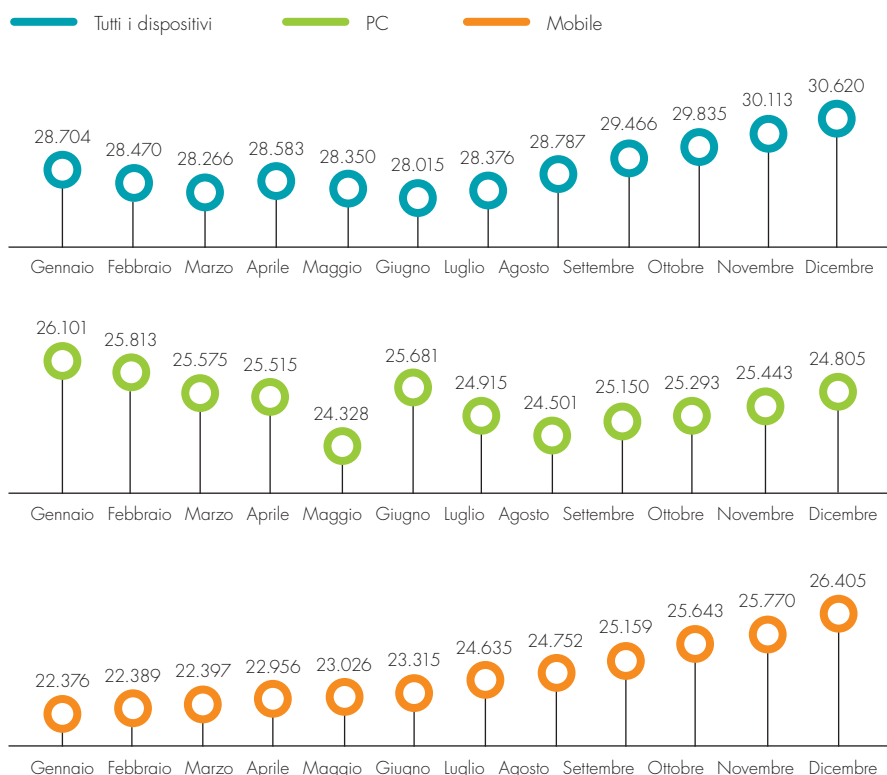
Da un punto di vista della percezione del pubblico della qualità dell'offerta Rai online risulta che questa è conosciuta da circa la metà del campione e molto apprezzata (giudizi superiori al 7 in una scala da 1 a 10). Il pubblico la considera affidabile e raccomandabile, facilmente accessibile e

con una buona vocazione social. L'accesso ai domini e ai servizi Rai avviene ancora prevalentemente da Pc, modalità scelta da oltre il 60% del campione, determinata largamente dalla fruizione di contenuti video di media/ lunga durata.

RaiPlay risulta essere la App/portale più apprezzato (oltre il 60% del campione). RaiPlay e RadioRai sono le App che gli intervistati dichiarano di utilizzare più spesso, rispettivamente, dal 25% e dal 23% del campione.

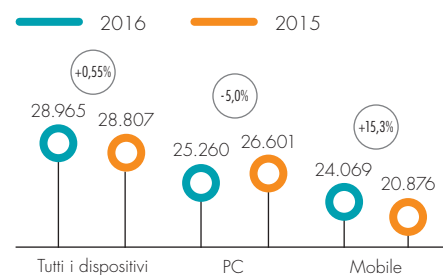
Digital Audience per mese (utenti unici)/000

(fonte Audiweb)



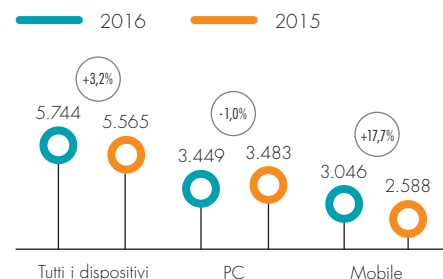
Digital Audience media annua (utenti unici)/000

(fonte Audiweb View; utenti PC 2+, utenti Mobile 18-74)



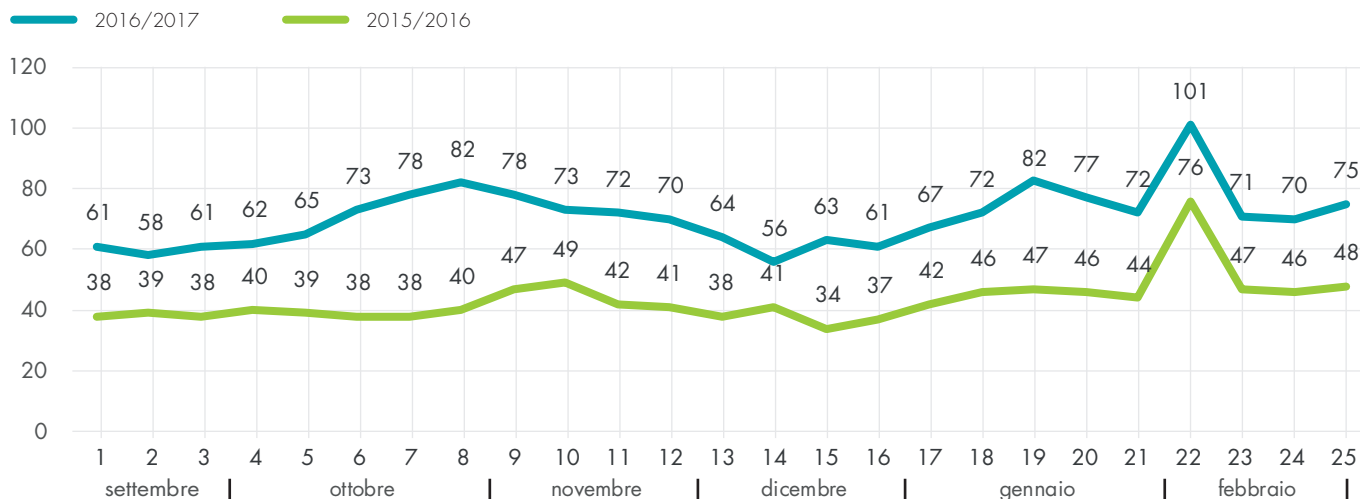
Digital Audience media annua Rai (utenti unici)/000

(fonte Audiweb View; utenti PC 2+, utenti Mobile 18-74)



Traffico Internet Rai - Totale settimanale di pagine viste (milioni di pagine viste/settimana)

(fonte Webtrekk)



Le attività

La televisione	40
Canali generalisti	40
Canali semi-generalisti e canali tematici	51
Informazione	65
Fiction	69
Cinema	72
La radio	76
Canali	77
Digital	82
Teche	86
Servizi di pubblica utilità	87
Attività commerciali	88
Pubblicità	88
Commerciale	89
Altre attività	94
Attività tecnologiche	94
Attività trasmissiva	100
Comunicazione, relazioni esterne, istituzionali e internazionali	102
Il quadro normativo e regolamentare	104

Le attività

La televisione

Canali generalisti

Rai 1

Rai 1 conferma la sua immagine di rete prestigiosa e autorevole, rappresentativa dell'identità nazionale e di supporto alla vita quotidiana dei cittadini, focalizzandosi su una promessa chiara e riconoscibile. È il canale in grado di unire ed entusiasmare un'audience molto ampia, fungendo da approdo televisivo confortevole e sicuro.

Accanto ai valori tradizionalmente attribuiti (serio, autorevole, garbato, equilibrato, di servizio, punto di riferimento, educativo, formativo, rassicurante, familiare, per tutti, di qualità, interessante, stimolante, vario) Rai 1 accentua l'essere unico, inimitabile e differente.

Rai 1 è il punto di riferimento del pubblico per la qualità dell'offerta, su tutti i livelli di contenuto e piattaforme ed esprime i propri contenuti attraverso un racconto trasversale ed inclusivo. Il pubblico riconosce alla rete affidabilità e istituzionalità e valuta positivamente lo sforzo per le attività sociali ed i prodotti di impegno civile.

Ma Rai 1 è anche capace di emozionare con i suoi eventi esclusivi, di intrattenere con format coinvolgenti e dal carattere familiare e di creare un'informazione concentrata sui temi più rilevanti

dal punto di vista nazionale ed internazionale; è il canale della fiction e della divulgazione culturale realizzata mediante una conduzione autorevole ed elegante, che ha la possibilità di generare un forte impatto sulla società e sul Paese grazie ai suoi grandi numeri di ascolto.

Proprio per questa sua capacità di coinvolgere un pubblico tanto ampio Rai 1 detiene una decisiva responsabilità civile nel panorama culturale dell'intero Paese.

Anche nel 2016 Rai 1 ha consolidato la sua **leadership** sia in termini di ascolto, sia di ricchezza e pluralità dell'offerta e si è confermato il canale più seguito dagli italiani: 39 milioni di contatti settimanali, 24,3 milioni di spettatori giornalieri, 98 minuti medi di visione al giorno che hanno generato 1,7 milioni di ascoltatori medi con il 16,6% di share nelle 24 ore e 4,5 milioni con il 18,5% di share nel prime time. Dati che testimoniano la forza aggregatrice che la rete ammiraglia Rai ha svolto anche in un contesto sempre più concorrenziale e frammentato.

In forte ascesa i numeri di Rai 1 sul **web** e nei **social network**: nel corso del 2016 Rai 1 ha generato 420 milioni di pagine viste totali, in crescita del 10% sul 2015; l'evento più seguito è stato il *Festival di Sanremo* che da solo ha generato 23,6 milioni di visualizzazioni in rete; sommando i vari account ufficiali di Rai 1 si contano oggi 840 mila follower su Twitter e 4,7

Rai 1



CONTATTI MEDI
GIORNALIERI

24,344



MINUTI VISTI
AL GIORNO

98



SHARE NELLE 24 ORE

16,6%

SHARE PRIMA SERATA

18,5%



1. Le dirette quotidiane di *Uno mattina*
2. *La mia danza libera*, serata evento con Roberto Bolle
3. *I Medici*, serie tv successo dell'anno



milioni di fan su Facebook. Ancora una volta il *Festival di Sanremo* si è affermato come l'evento più 'social' con 3,8 milioni di interazioni totali sulle due piattaforme.

Per quanto riguarda lo sviluppo **multiplatforma**, nel 2016 è stato intensificato il lavoro di sviluppo selettivo di alcuni progetti editoriali al fine di far emergere le potenzialità di alcuni prodotti oltre l'orizzonte degli schemi di programmazione lineare sul canale televisivo. Relativamente alle riviste/magazine di edicola spiccano i successi di *Reazione a catena* e de *L'Eredità* ed il lancio nel 2017 del mensile *La vita in diretta*.

La stagione della **fiction** ha registrato una media del 20,4%, in crescita del +0,6% rispetto al 2015. Gli oltre 10 milioni di spettatori di *Don Matteo 10* e dei nuovi episodi de *Il commissario Montalbano* hanno segnato i record di tutti i tempi.

Le nuove serie *Tutto può succedere* e *Non dirlo al mio capo* hanno raccontato le vicende della famiglia di oggi attraverso un linguaggio innovativo, riuscendo così a raggiungere picchi del 30% di share sui pubblici più giovani.

Così come totalmente inedita è stata la serie tv tratta dal film *La Mafia uccide solo d'estate*. Un formato narrativo nuovo, lontano dalla retorica di molti racconti sugli eroi dell'antimafia. Tono e tempo del racconto, scelta dei personaggi, incontro tra piccola e grande storia, approccio dissacrante e poetico hanno reso questa serie originale e di grande impatto.

L'offerta è poi passata per un capolavoro di coproduzione filmato in lingua inglese che ha portato sulla fiction di produzione Rai un cast eccezionale guidato da Richard Madden, Dustin Hoffman e Stuart Martin. *I Medici* è stata la serie più seguita dell'autunno con il 27% di share, 6,7 milioni di ascolto medio e 24 milioni di contatti cumulati.

Decisamente positivo, inoltre, il riscontro di pubblico per *L'allieva*, una serie originale e divertente, che mescola in chiave contemporanea il crime e la commedia sentimentale, tratta dai romanzi di Alessia Gazzola, divenuta uno dei più interessanti fenomeni letterari giovanili.

Ed infine, straordinaria è stata la risposta del pubblico alla proposta delle quattordici prime serate di fiction dedicate alla storia ed agli eroi del nostro Paese: quasi 6 milioni medi di spettatori, il 22% di share con punte superiori al 27% toccate con *Felicia Impastato, lo non mi arrendo, Il sindaco pescatore*.

Sul fronte dei prodotti seriali di **intrattenimento di prima serata** la stagione di Rai 1 è stata da un lato caratterizzata da una sperimentazione tesa a verificare la potenzialità di prodotti del tutto nuovi (*Dieci Cose, Music Quiz*); dall'altro ha visto la conferma di format già appartenenti alla library di Rai 1 come *Ballando con le stelle, I migliori anni e Tale e quale show* che hanno saputo rinnovarsi e

battersi in un contesto competitivo molto complicato come quello del venerdì e del sabato sera.

Ma il vero stacco poderoso si è raggiunto con le cinque serate del *Festival di Sanremo*, le tre di *Laura & Paola*, le due di *Rischiatutto*, le due del *Wind music awards 2016*, la finale dell'*Eurovision Song Contest*, le due serate dedicate a Mogol e l'evento costruito intorno alla classe di Roberto Bolle. Sedici serate evento contemporanee e di qualità, capaci di raggiungere audience diverse e da record ed allo stesso tempo di generare un impatto anche oltre lo schermo televisivo. Complessivamente, il genere intrattenimento ha raggiunto il 21,1% di share come media dell'intero anno 2016, in crescita dell'1,3% rispetto al 2015.

Quanto alle **secondo serate**, Rai 1 ha cercato di dare una risposta alla necessità di scardinare un impianto mono genere, quello dell'informazione, per incrementare il tasso di varietà della programmazione e creare nuove opportunità di sperimentazione. Con tale prospettiva, l'intrattenimento è tornato dopo 20 anni nella seconda serata di Rai 1 con due programmi inediti e inconsueti per la rete: *Fan Car-Aoke*, dal Carpool Karaoke di James Corden, un format tutto in esterna in cui grandi protagonisti della musica si sono divertiti in un viaggio in auto informale dove hanno interagito con i propri fan e con un conduttore assolutamente inedito per Rai 1 quale Giampaolo Morelli.

L'importante è avere un piano, con Stefano Bollani, un 'palco' esclusivo che ha ospitato in ogni puntata artisti del panorama nazionale ed internazionale che, insieme al conduttore-musicista e una resident band, hanno regalato performance uniche ed originali.

La **divulgazione culturale** è rimasta fra i punti di forza della programmazione della Rete con le consuete incursioni in prima serata di Piero Angela con i tradizionali *Superquark* estivi e con i documentari di *Passaggio a nord-ovest* come punti fermi del palinsesto di day time. L'offerta divulgativa è stata poi arricchita da una straordinaria visita notturna di Alberto Angela al Vaticano programmata in prima serata il 27 dicembre e diventato il programma culturale più visto degli ultimi 13 anni (6,1 milioni di telespettatori pari al 25,6% di share).

Sono proseguiti, inoltre, con successo i viaggi in Italia ed al di fuori dei confini nazionali alla ricerca di mete sorprendenti per varietà di paesaggi, culture e tendenze con gli amici di *Easy Driver, Linea Blu, Linea Bianca, Linea Verde, Overland, Dreams Road, Paesi che vai*. È, infine, tornata in estate la seconda stagione di *Fuori Luogo* per spiegare come i cambiamenti del pianeta abbiano e stiano determinando anche cambiamenti nel nostro modo di vivere.

Il 2016 ha poi visto tornare su Rai 1 *La Prima* dal Teatro alla Scala di Milano. Diciannove anni dopo il *Macbeth* del lontano 1997, la proposta della *Madama Butterfly* è stato un successo mediatico a 360 gradi capace di raggiungere in tv 12,5 milioni di contatti che hanno seguito l'evento mediamente per 39 minuti generando così 2,6 milioni di spettatori medi pari al 13,5% di share.

Il **cinema** è tornato nel 2016 a ricoprire un ruolo primario nel palinsesto di Rai 1 ed ha raggiunto spesso un buon riscontro di gradimento da parte del pubblico. Oltre ai grandi titoli internazionali come *Saving Mr. Banks* e *Grace di Monaco*, la rete ha puntato soprattutto sul cinema italiano in prima visione.

Sul fronte delle **serie di acquisto** è tornata in primavera la terza stagione di *Velvet* che negli ultimi anni ha saputo fidelizzare il pubblico di Rai 1 nella complessità del mercoledì sera con una media di oltre 3 milioni di spettatori. È infine proseguita con successo l'offerta dei classici Disney nel periodo natalizio con lo straordinario successo di *Frozen* capace di superare il 50% di share sulle bambine 4-7 anni ed il 22,7% sul totale individui.

Rai 1 è da sempre anche **informazione**. Oltre alla continuità dell'approfondimento giornalistico con le seconde serate di politica, cronaca e costume di *Porta a porta*, del consolidamento di *Petrolio*, delle inchieste de *L'Arena* e delle dirette quotidiane di *Uno mattina* e *La vita in diretta*, Rai 1 ha dimostrato ancora una volta grandissima attenzione ai principali avvenimenti internazionali e nazionali, dagli attentati terroristici al terremoto, modificando prontamente il proprio palinsesto di prima serata per dare spazio ad analisi ed aggiornamenti in diretta, in quei giorni, con una copertura impeccabile, il punto di riferimento informativo dell'intera offerta televisiva.

Per gli appassionati di **sport**, oltre alla Formula 1 e agli incontri in esclusiva della Tim Cup, le emozioni sono proseguite in estate con il grande calcio grazie alla 15ª edizione dei Campionati Europei Uefa 2016 capace di raggiungere punte di oltre 17 milioni di spettatori con gli incontri della Nazionale italiana.

La forte vocazione alla missione di Servizio Pubblico di Rai 1 si esprime quotidianamente anche nel day time: al mattino, dalle 6:40, *Uno mattina* con approfondimenti su temi d'interesse generale che spaziano dalla politica, all'economia, alla medicina; alle 10:00 *Storie Vere*, con le sue storie e personaggi della nostra vita quotidiana, continua a rappresentare la realtà in cui viviamo; il nuovo programma *Tempo e denaro*, dedicato a tutti i campi di consumo dal cibo agli abiti,

dalla salute al tempo libero fornisce conoscenze e strumenti utili per la vita quotidiana; alle 12:00 *La prova del cuoco* intrattiene tra ricette, gare ed allegria. Il sabato e la domenica continua il successo di *Uno mattina in famiglia* e di *Buongiorno Benessere*.

Il pomeriggio, prosegue con l'alternanza de *La vita in diretta* e di *Torto o ragione* e con i quiz di successo *L'Eredità* e *Reazione a catena*. La domenica pomeriggio con *L'Arena* e la nuova formula autunnale di *Domenica in* dedicata interamente a musica, cinema e teatro. In Access Time, *Affari tuoi* accompagna quotidianamente il pubblico di Rai 1 agli importanti appuntamenti di prima serata facendo di un game l'occasione per raccontare le vite di tutti noi e le caratteristiche di quel meraviglioso mosaico che sono le nostre regioni.

Rai 1 anche nel 2016 si è confermata rete prestigiosa ed autorevole, rappresentativa dell'identità nazionale e di supporto alla vita quotidiana dei cittadini.

“Un canale capace di emozionare con i suoi eventi esclusivi, di intrattenere con format coinvolgenti e familiari, di creare un'informazione concentrata su tutti i temi più rilevanti nazionali ed internazionali, di raccontare il mondo attraverso la grande fiction e la divulgazione culturale e di generare un forte impatto sul Paese grazie ai suoi grandi numeri di ascolto”.

Rai 2

1111111111111111
1111111111111111 /MLN

CONTATTI MEDI
GIORNALIERI

17,978

MINUTI VISTI
AL GIORNO

54

SHARE NELLE 24 ORE

6,7%

SHARE PRIMA SERATA

7,2%

Rai 2

Un canale generalista popolare ed eclettico nel quale formati e codici nuovi si mescolano a contenuti più tradizionali. Rai 2 racconta il mondo contemporaneo in tutte le sue sfaccettature con un linguaggio semplice, diretto e attuale, interpretando in questo modo un altro aspetto fondamentale del Servizio Pubblico.

Le recenti tendenze di ascolto evidenziano un quadro competitivo affollato, frammentato e sfidante, imponendo un grande scatto in termini di innovazione e riconoscibilità, specie per Rai 2 che, più delle altre reti Rai, si colloca in una posizione di frontiera tra l’offerta televisiva generalista e la concorrenza specializzata e semi generalista, sempre più agguerrita e ricca di contenuti premium.

Pertanto, per esercitare un fascino nuovo presso fasce di pubblico dinamiche e curiose, implementando la quota di audience giovane e giovane-adulta che la tv generalista fatica ad intercettare, Rai 2 – facendo leva sulla propensione alla sperimentazione che ne caratterizza il dna – ha accelerato in modo importante, specialmente a partire dal palinsesto autunnale, il processo di rinnovamento dell’offerta.

Nel **primo semestre**, numerosi i titoli consolidati e di successo proposti nel **prime time**: da *Boss*

in incognito, con nuove storie di manager che, nel mettersi in gioco, scoprono aspetti relativi al lato umano e professionale dei loro dipendenti che risultano spesso sorprendenti e spiazzanti. Il programma ha registrato un’ulteriore crescita rispetto all’edizione precedente, attestandosi su uno share superiore all’8,5%; a *Made in Sud* e *The Voice of Italy* che, rispettivamente con uno share del 10,9% e del 12,2% ed un’età media di 45 e 46 anni, hanno raggiunto performance molto soddisfacenti.

A proposito di musica, ricordiamo la speciale serata evento del 18 marzo *Tim music on Stage Award*, prima sperimentazione di un prime time finanziato interamente con la formula del branded content, che ha registrato l’interesse della fascia teen (15-19) con uno share sul target pari all’8,4%.

La fiction, altro genere di linguaggio fondante per l’immagine di Rai 2, ha registrato un grande successo (share medio dell’11,4%) con *L’ispettore Coliandro* che ha ripagato l’attesa dei suoi fan ed attratto nuovi appassionati.

Confermato l’appuntamento con la serata di approfondimento informativo *Virus, il contagio delle idee*.

L’offerta di serialità d’acquisto si è distinta per il consueto ed apprezzato mix fra titoli consolidati, quali *NCIS, CSI Cyber, Hawaii Five-0, The Good Wife, Cobra 11, Castle* ed *Elementary*,

1. Il progetto #Mai più Bullismo
2. L’intrattenimento pomeridiano di *Detto/Fatto*
3. Amadeus presenta STEP – *Stasera Tutto è Possibile*
4. Il One Man Show *Stasera casa Mika*



e alcune novità tra le quali ha spiccato, per la modernità del linguaggio, l'americano *Limitless*.

Anche lo sport ha svolto un ruolo importante in prima serata con le qualifiche e le sintesi differite delle gare di Formula 1 e con la Tim Cup.

Nella **seconda serata** oltre al riconfermato *2 Next* e ai documentari naturalistici di *Obiettivo Pianeta*, si sono sperimentati nuovi titoli e nuove formule di offerta come *Fatti Unici*, una live sitcom messa in scena dal gruppo di lavoro di *Made in Sud*, e *Start! – La vita a portata di app*, viaggio alla scoperta dei migliori servizi digitali sviluppati da startup italiane.

Infine segnaliamo *Emozioni playlist*, evoluzione del programma musicale di Rai 2; questa stagione, incentrata sul concetto di playlist tematica, è risultata ancora più coinvolgente per il pubblico che ha espresso grande partecipazione su tutti i social media.

In **day time** meritano attenzione due titoli tra i più rappresentativi della rete, ovvero *Quelli che... il calcio* e *Detto/Fatto*, quest'ultimo confermato punto di riferimento per il pubblico femminile giovane adulto nella fascia pomeridiana. *Quelli che... il calcio* ha vissuto una stagione di grande rinnovamento grazie all'apporto della Gialappa's Band e di Massimo Venier, riaffermando e rinnovando la formula del programma e dedicando anche maggiore attenzione al calcio con il ritorno dei collegamenti dagli stadi. Tutto ciò ha prodotto un grande rilancio del brand ed ascolti in forte crescita: l'edizione 2015/2016 è stata la migliore dal 2012 sia in valori assoluti, con uno share del 7,8%, sia sul target obiettivo 25-34, con uno share del 9,3%.

Il quadro di offerta del mese di giugno, dominato dai Campionati Europei di Calcio ha sconsigliato la sperimentazione di nuove produzioni. Non è mancata comunque un'offerta in prima visione, fortemente targettizzata sul pubblico femminile con la serie *Jane the Virgin*, interessante esperimento di ibridazione di generi tra soap e comedy, e con la seconda stagione del docu-reality *Coppie in attesa*.

In una seconda parte dell'estate caratterizzata prevalentemente dalla programmazione di telefilm – tra i quali spiccano le novità e prime visioni *Le regole del delitto perfetto* e *Criminal Minds Beyond Borders* – la produzione più rilevante, è stata *Voyager – Ai confini della conoscenza*. Le cinque puntate del ciclo estivo 2016 hanno infatti colto l'interesse di oltre 1,8 milioni di ascoltatori con uno share pari al 9,1%. Interessante il dato relativo al pubblico con istruzione media superiore (share prossima all'11%) e universitaria (10,4%).

Sui social media, *Voyager* si è confermato leader tra i programmi divulgativi, grazie a un trend in continua crescita. Su Facebook, ha raggiunto una base di fan corrispondente a 293.000 utenti e tutte le puntate dell'ultimo ciclo estivo si sono posizionate nei trend topics di Twitter. Il modello di fruizione sui social è da vero e proprio second screen, con una community di appassionati molto attiva e pronta a commentare la puntata in diretta.

La contemporaneità ed il successo della formula divulgativa di *Voyager* sono effetto dell'attenzione dedicata alla ricerca di idee, punti di vista e formule di racconto originali.

Nel mese di agosto la programmazione di Rai 2 è stata festosamente invasa dai Giochi Olimpici di Rio de Janeiro: Rete Olimpica e centro dell'attenzione mediatica nazionale. 1.200 ore di trasmissione con uno share medio del 23% e una media di 1,8 milioni di appassionati. Il grande successo del periodo Olimpico ha fornito a Rai 2 l'opportunità di lanciare la propria stagione autunnale cogliendo l'attenzione di un pubblico vasto (oltre 42 milioni i contatti generati durante il periodo della manifestazione), attento e moderno.

L'offerta autunnale, la prima interamente riconducibile alla nuova linea editoriale del canale, ha fatto affidamento su titoli di consolidato successo quali *Pechino Express* e *Stasera tutto è possibile* in prime time, *Detto/Fatto* e *Quelli che... il calcio* in day time, sui quali sono state innestate nuove proposte in grado di innovare ed attrarre nuove fasce socio demografiche di audience, attivando un 'principio di seduzione' nei confronti di un pubblico, quello dei giovani adulti, che tende a marginalizzare sempre più la tv generalista dalla propria dieta mediatica.

Questo obiettivo è stato raggiunto tramite un percorso di rinnovamento del linguaggio e dello stile del racconto. In prima battuta, è stata consolidata l'offerta del genere che più caratterizza la rete, quello del **docu-reality**, il cui titolo più rappresentativo è stato *Pechino Express*.

Il docu-entertainment reality ha fornito il proprio contributo all'identità di Rai 2 in termini di immagine, performance sia on air (share del 9,2% pari ad un ascolto medio di 2,2 milioni, età media di circa 45 anni in discesa di 3 anni e mezzo rispetto alla precedente stagione, performance oltre l'11% tra le classi di istruzione più alte) che on line (#pechinoexpress è uno dei trending topics più costanti tra i brand televisivi), gradimento di pubblico e critica.

I motivi per i quali *Pechino Express* è divenuto uno dei brand televisivi più amati, in grado di varcare i confini dello schermo tv per diventare fenomeno sui social network possono essere

ricollegati ai contenuti 'hyperpop' espressamente pensati e costruiti per la fruizione nell'ambito di un più ampio sistema mediale, al tone of voice contemporaneo e ironico, all'attenzione e cura del rapporto con la propria comunità online e all'attitudine social del conduttore.

Il docu-reality nel senso più tradizionale è uno strumento estremamente versatile per raccontare la contemporaneità. Ed è tramite questo linguaggio che Rai 2 ha indagato e raccontato due aspetti molto diversi tra loro che riguardano il mondo dei giovani e giovanissimi: il bullismo ed il rapporto con la ricchezza.

#Mai più Bullismo è stato il primo social coaching televisivo centrato sul bullismo, un tema purtroppo di grande attualità, trasversale e che interessa direttamente i ragazzi, e con loro le famiglie, la scuola e le istituzioni. Un progetto, sviluppato in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, che è divenuto elemento centrale di una campagna di sensibilizzazione sul tema promossa dal Ministero e dalla Rai.

Caratteristica del programma, quattro puntate in seconda serata, è la tecnica del racconto immersiva che restituisce senza filtro il punto di vista della vittima in un diario per immagini: storie, persone, contesti, famiglie, problemi, vengono raccontati dall'interno come mai prima d'ora. Lo stesso conduttore ha un ruolo fondamentale nel programma: non un semplice narratore ma un punto di riferimento per i protagonisti della vicenda con l'obiettivo di porsi come strumento utile alla riflessione sul problema dall'interno, agendo sia su chi subisce tali azioni sia su chi le provoca.

Interpretando la finalità educativa e di Servizio Pubblico, il programma è andato oltre la mera descrizione e denuncia di un fenomeno grave e dilagante, cercando possibili vie di soluzione per i singoli casi.

L'affresco generazionale è poi passato attraverso *Giovani e Ricchi*, il docu-reality sui rich kids di casa nostra. Un punto di vista tutto particolare, quello di quattro giovani privilegiati per nascita che il programma segue nei momenti ordinari della loro vita 'straordinaria'. Il racconto di un mondo dorato e sopra le righe, sempre connesso, ma anche un modo per raccontare storie e personalità inconsuete. L'esperimento ha destato molto interesse e animato un acceso dibattito, a riconferma della potenza narrativa e della capacità di stimolare propria di questa forma di docu-reality. Una formula anglosassone, quasi observational, una modalità di racconto inedita nel panorama nazionale.

Sul fronte dell'**informazione**, in particolare a partire dall'autunno, è stato mantenuto un presidio sull'approfondimento informativo, asset irrinunciabile per un grande canale generalista, ma con l'obiettivo di superare la formula del talk show classico, ormai logora e inflazionata. Si è pertanto iniziato a sperimentare nuove formule di lettura della realtà che, pur destando grande interesse e attenzione e giudizi più che positivi da parte dei fruitori, hanno bisogno di tempo per affermarsi in termini di large audience. Due, in particolare, i titoli: *Nemo - Nessuno Escluso*, il programma che racconta la realtà attraverso le storie delle persone. E lo fa con due modalità diverse: mettendo direttamente i protagonisti al centro del racconto senza

1. Il bronzo di Tania Cagnoto nei tuffi alle Olimpiadi di Rio 2016
2. Marco Giallini in *Rocco Schiavone*
3. La finale di Volley Italia-Brasile Rio 2016
4. Il docu-reality *Pechino Express*



mediazioni oppure utilizzando l'esperienza diretta che gli inviati faranno della realtà. Ogni filmato vuole essere il racconto di un viaggio, la cronaca di un'immersione che i due conduttori portano in studio senza nascondere le proprie opinioni.

Ed *Italia*, un approfondimento nel senso più vero del termine che, partendo da un docu-film d'inchiesta, affronta temi di attualità, mettendo in campo quella capacità di riflessione, di analisi e di approfondimento ormai messe in secondo piano dai talk show classici. Proprio questa necessità di approfondire e la cura posta nel produrre i singoli documenti filmati fanno sì che *Italia* non costituisca un appuntamento settimanale ma si sostanzia in una serie di serate evento distribuite nel palinsesto.

Rai 2 ha esplorato la contemporaneità anche attraverso il linguaggio della **fiction**, con prodotti di impatto, non tradizionali ma di grande qualità e comparabili alla grande offerta internazionale. Tra questi, va ricordata la serie *Rocco Schiavone*, che è passata da successo letterario a vero e proprio fenomeno televisivo e di costume. Circa 3,5 milioni di spettatori hanno seguito le sei inchieste del Vice Questore più scorretto della tv italiana, con uno share pari al 13,6% ed un pubblico dal profilo di istruzione estremamente elevato (lo share tra i laureati è prossimo al 22%).

Lo **studio based entertainment** ha potuto far affidamento sui successi consolidati di *Stasera Tutto è Possibile* che alla seconda stagione ha visto confermato l'affetto dei propri spettatori (in media 2,1 milioni con uno share medio del 9,1%).

E per finire, lo show evento dell'autunno 2016 in quattro puntate *Stasera Casa Mika*, una riscrittura in chiave contemporanea del varietà classico di qualità. Un grande protagonista del panorama pop internazionale, una serie di ospiti di caratura mondiale, una scrittura contemporanea che coniuga classico e moderno, musica, comicità, ironia e anche temi urgenti per un necessario racconto del nostro Paese. Tutto questo ibridando molteplici linguaggi tv: momenti di docu-reality e minifiction si alternavano a momenti di esibizione canora e monologhi comici. In sintesi, il modo di Rai 2 di interpretare il Servizio Pubblico, intrattenendo in maniera intelligente.

Tutto ciò si è tradotto in un vero fenomeno di comunicazione con ottimi ascolti, 2,8 milioni di spettatori con uno share medio dell'11,8% ed un gradimento particolare tra i teen, le donne e le classi di istruzione più alte. Fenomeno che ha varcato il piccolo schermo per divenire, come atteso, fenomeno social anche grazie alla creazione di contenuti esclusivi (il lancio di *Mika* per la prima serata della serie ha raccolto su Facebook 1,1 milioni di visualizzazioni).

Per quanto attiene all'**attività crossmediale**, nel 2016 Rai 2 ha completamente rivoluzionato il suo modo di operare sui social e sul web, attraverso nuove strategie e prodotti che hanno consentito alle reti di incrementare il bacino d'utenza sulle nuove piattaforme web/social e allo stesso tempo garantendo maggiore sostegno ai programmi televisivi.

Ha sviluppato sia la componente web, con prodotti inseriti nella piattaforma RaiPlay, che la componente social, ha valorizzato l'account ufficiale di rete e ottimizzato gli account dei singoli programmi.

La produzione dei post è notevolmente incrementata, abbinando a tale diffusione una differenziazione per target dei contenuti prodotti, sia sui social ufficiali di rete che su quelli specifici dei programmi. In particolare, nel secondo semestre 2016, Facebook ufficiale di Rai 2 è passato da 150.000 a 270.000 iscritti, ottenendo un incremento dell'80%, Twitter da 130.000 a 180.000 iscritti (+39%); su Instagram, il profilo aperto ad agosto 2016 ha raggiunto i 25.000 iscritti, ponendo Rai 2 in tempi record come secondo canale Instagram di tutta la Rai.

Ad oggi, considerando gli utenti iscritti alla pagina ufficiale ed a quelle dei singoli programmi, Rai 2 vanta il più grande network Facebook della Rai.

Intensa anche l'attività di sviluppo di **nuovi prodotti**.

Prodotti promozionali che, facendo leva su un'attenta diversificazione non si limitano più ai classici promo televisivi diffusi anche sul web e sui social, ma sono costituiti da spot realizzati only web/social e materiale di backstage girato ad hoc, con la realizzazione di clip, gif e card.

La possibilità di eseguire tagli dei video dalla diretta televisiva permette di estrarre clip e di pubblicarle in modo immediato sui social e web durante la messa in onda, in modo da fornire agli utenti un servizio veloce e in contemporanea, offrendo all'utenza una reale esperienza da second screen. Parallelamente, l'introduzione di metaprodotto come gif, meme e card ha consentito di attivare ulteriori meccanismi di viralizzazione sui canali Twitter e Instagram, fornendo contenuti diversificati e calzanti in base al social di distribuzione.

È stata potenziata la produzione autonoma per il web e per i social con l'introduzione di format specifici, realizzati internamente e diffusi autonomamente su Internet. Sono prodotti che mirano a un target web/social anche slegato dalla programmazione televisiva, ma funzionali ad attrarre utenza

all'interno del network: si è passati da un atteggiamento parassitario nei confronti della tv ad uno proattivo e funzionale allo sviluppo multiplatforma.

Tra gli esempi riportiamo:

- *Buongiorno Rai 2* – sketch comici diffusi tutte le mattine sui canali social, che hanno contemporaneamente incrementato gli archivi web di RaiPlay;
- *Non accadde oggi* – delle meme card quotidiane dal sapore ironico che cavalcano l'ondata delle bufale in rete, facendole diventare delle vere e proprie gag;
- *Twitter moment* – delle collections su Twitter studiate e sviluppate con i contributi prodotti da Rai 2, con prodotti realizzati ad hoc per il web e con i migliori tweet degli utenti su argomenti specifici;
- *Instagram stories* – dei video clip girati ad hoc uniti a sequenze d'immagini e contributi grafici, principalmente realizzati durante le conferenze stampa di presentazione dei singoli programmi;
- *2Torial* – realizzazione di video tutorial pomeridiani che settimanalmente vengono inseriti nei canali social di Rai 2 per spiegare in modo ironico argomenti sul mondo del make up, del fai da te, del giardinaggio e dell'utilizzo delle nuove tecnologie.

Negli ultimi sei mesi del 2016, lo sviluppo di queste attività ha consentito di raggiungere risultati mai ottenuti prima all'interno della pagina Facebook di Rai 2; da segnalare alcune eccellenze, soprattutto tra i video, che sono diventati veri e propri esempi di prodotti virali della Rai.

A questi vanno aggiunti il video dell'imitazione di Gianluca Vacchi da parte di Ubaldo Pantani con 500.000 visualizzazioni su Instagram e la clip del concerto di Mika a Padova con oltre 3.000 retweet su Twitter.

L'attività di pubblicazione dei Facebook live sulla pagina ufficiale di Rai 2 merita un approfondimento a parte, rappresentando un esperimento unico e innovativo di grande successo. Nella seconda parte del 2016, Rai 2 ha implementato, grazie ai suoi talent, un palinsesto settimanale di Facebook live, grazie al quale, dal lunedì alla domenica, si assiste quotidianamente a una diretta tematica FB, con dei veri e propri format strutturati e scritti per i social.

Inoltre, una volta a settimana, è stato inserito lo spazio Facebook live con una star proveniente principalmente dal mondo dei fashion blogger e degli influencer.

Particolarmente interessante, soprattutto negli ultimi tre mesi del 2016, è diventata la sperimentazione delle commistioni fra programmazione televisiva e Facebook live: infatti, soprattutto dai programmi in

diretta (*Quelli che... il calcio* e *Sbandati*) assistiamo a continui rimandi autorali tra la trasmissione televisiva e Facebook live, in cui gli stessi talent danno appuntamento durante il programma al Facebook live successivo alla fine della messa in onda, o contemporaneo, quando un ospite esce fisicamente dallo studio e virtualmente entra nei social.

Lo sviluppo di questa sperimentazione ha permesso il raggiungimento di una media di ascolti per ciascun Facebook live di circa 160.000 utenti raggiunti e oltre 700 commenti, tanto da posizionare tali prodotti al primo posto dei Facebook live della Rai.

Da evidenziare alcune eccellenze che hanno raggiunto più di 400.000 utenti, come nel caso delle dirette Facebook durante *Pechino Express*.

Rai 2, da giugno 2016, ha garantito una presenza costante su Twitter per tutte le prime e seconde serate della rete, ad esclusione delle serie tv, attraverso un'attività di live tweeting costante, concentrata su quattro prodotti principali:

- clip video pubblicate in contemporanea alla diretta tv;
- gif Meme;
- clip video extra precedentemente preparate;
- card grafiche.

Questo ha consentito, per tutte le prime e seconde serate, di essere costantemente nelle prime cinque posizioni della classifica dei trend topic italiani. Vanno tuttavia evidenziati i risultati delle prime serate, durante le quali Rai 2 ha occupato costantemente il primo e secondo posto, ottenendo per ben quattro volte il primato mondiale tra gli argomenti più discussi della rete.

Lo sviluppo di tutte le attività elencate è stato possibile grazie ad un nuovo modello organizzativo, ancora non del tutto ultimato. Un modello che vede l'introduzione di figure professionali specifiche per i social – con una formazione ibrida che coniuga aspetti editoriali/umanistici con competenze strettamente tecnologiche – per creare un nucleo di referenti strettamente legati alle redazioni televisive e capaci di dividerne gli aspetti autorali e gli obiettivi editoriali.

“Nel panorama televisivo nazionale, Rai 2 continua ad affermare la propria leadership nell'ambito dell'innovazione, della sperimentazione e della crossmedialità, con un'offerta di nuovi formati e codici mescolati a contenuti più tradizionali, in grado di affascinare fasce di pubblico dinamiche e curiose”.

Rai 3

CONTATTI MEDI
GIORNALIERI

17,755

MINUTI VISTI
AL GIORNO

52



SHARE NELLE 24 ORE

6,5%

SHARE PRIMA SERATA

6,7%

Rai 3

Rai 3 è la rete dell'impegno: una realtà unica e insostituibile nel panorama televisivo, che indaga ogni giorno le problematiche, le tendenze e le prospettive della società civile italiana.

Rai 3 nel 2016 ha realizzato in prima serata uno share del 6,7% pari a 1.643.000 ascoltatori medi e nell'intera giornata uno share del 6,5% pari a 809.000 ascoltatori medi.

Nel corso dell'anno la rete, nell'ambito di un progetto articolato, ha lanciato un'importante operazione di rinnovamento del suo palinsesto. Oltre il 40% della programmazione è stato ideato e prodotto ex novo o rigenerato, innestando elementi di innovazione accanto a volti e titoli della tradizione, lavorando sui valori identitari (servizio, credibilità, informazione, conoscenza), rivedendoli in chiave contemporanea e tenendo in considerazione le nuove forme di fruizione televisiva.

La **mattina** di Rai 3 ha da sempre una forte vocazione al Servizio Pubblico: informazione, difesa dei consumatori, sportello salute, cultura tra libri e storia. Il tentativo è stato di conservare questi elementi nel contesto di crossmedialità nel quale siamo immersi. Far vedere la televisione anche a chi, a quell'ora, non può vederla grazie a WhatsApp, Twitter, Facebook, Internet.

Per questo motivo la rete ha investito sul restyling estetico di tutti i programmi della fascia: grafiche e rebranding, scenografie, luci, regia, tutta la dimensione visual per facilitare la diffusione dei contenuti sia on air che a livello digital.

Agorà è diventato a tutti gli effetti una newsroom, con la redazione a vista, un flusso di informazioni in ingresso e in uscita sempre più capillare e modulato. Gerardo Greco e il suo team danno vita al primo spazio del panorama televisivo generalista dove il pubblico trova per due ore consecutive le notizie in tempo reale.

Mi manda Rai 3, oltre al già citato nuovo stile scenografico, ha esaltato la sua vocazione di storico – e unico – difensore dei cittadini per ritornare sul territorio e per aprirsi al reale. Più esterne, più storie, più collegamenti per far entrare sempre di più la realtà nelle case di chi segue il programma.

L'estensione del titolo alle prime e seconde serate funziona sia per quanto riguarda gli ascolti che per la brand awareness. Il titolo mescola infatti alla perfezione i valori del Servizio Pubblico con una narrazione accattivante, densa e al tempo stesso "generalista".

Dopo l'ultima stagione di *Elisir*, la rete ha deciso di sostituirlo con *Tuttasalute*. Non un semplice rebranding, ma un nuovo approccio alla salute e alla medicina. Senza perdere di vista i bisogni delle fasce più mature e le informazioni sulle patologie, le cure, i rimedi e le diagnosi,

1. #Cartabianca, l'approfondimento politico di Bianca Berlinguer
2. Federica Sciarelli al timone di *Chi l'ha visto?*
3. La striscia satirica di *Gazebo social news*
4. Charlize Theron ospite di Fabio Fazio a *Che tempo che fa*



Tuttasalute ha ampliato lo spettro di interesse ai contenuti legati al benessere.

Subito dopo il Tg3 delle 12:00, la rete ha aperto una nuova e fondamentale finestra al servizio della popolazione: *Chi l'ha visto?* 12:25. Una striscia di 25 minuti con Federica Sciarelli al timone, come sempre, e gli inviati della trasmissione. Spin-off del prime time, finestra di aggiornamento quotidiano sui casi trattati in prima serata e un help desk per i nuovi casi, ha presto conquistato una comunità di ascoltatori.

Quante Storie è il nuovo programma di Corrado Augias, un programma di incontri e racconti. Non solo libri ma tutte le arti: anche musica, cinema e teatro. Un modo per parlare di attualità da un'angolazione diversa da quella dei programmi informativi, per mescolare il passo veloce dell'attualità con quello più riflessivo della letteratura e la saggistica.

Lo stesso discorso vale per la storia: noi siamo la storia. Il futuro è la nostra storia. Così *Il Tempo e La Storia*, realizzato da Rai Cultura, cerca forme di espressione più veloci e passa da un'ora a mezz'ora per essere più incisiva, inserendo la conduzione di Michela Ponzani.

Il blocco culturale della rete si lega naturalmente con lo spazio informativo della testata: TGR e Tg3 ma poi anche TGR *Leonardo*, sulla scienza e le nuove tecnologie, TGR L.I.S. e TGR *Piazza Affari*.

Tre ore di diretta quotidiana, protagonista indiscussa la Natura. Questo è *Geo*, un altro marchio storico della rete, che continua ad accompagnare il pubblico in un viaggio attraverso la salvaguardia dell'ambiente, le culture locali, la cronaca del territorio e l'associazionismo. *Geo* è un mondo e un modo di vivere, non un semplice programma. Gli ascolti lo dimostrano e per il pubblico è un punto di riferimento unico e mai superato dai competitor.

Rischioso ma riuscito l'esperimento di *#Cartabianca*. Bianca Berlinguer ha accettato la sfida di una fascia oraria difficile per l'approfondimento politico e l'attualità ma è riuscita a coinvolgere il pubblico di Rai 3 funzionando anche da perfetto traino per il tg delle 19:00. Nel 2017 *#Cartabianca* affronterà il mare aperto della prima serata del martedì.

Il **day time del weekend** è articolato, nelle prime ore della mattina, in chiave di ottimizzazione e valorizzazione del prodotto di rete con due slot di rimontaggio dei pilastri dell'offerta settimanale: *Tuttasalute* (sabato, 8:00 - 10:00), *Quante Storie* (sabato, 10:00 - 11:00) e *Geo* (domenica, 8:00 - 10:00).

Il sabato è diventato terreno di potenziamento anche per *TvTalk*, passato produttivamente da Rai Cultura alla rete. Nuova scena, nuova grafica, ampliamento del perimetro di riflessione, uno show ancora di più fulcro del dibattito sulla tv e i nuovi media anche grazie alla collaborazione con alcuni fuoriclasse dell'opinione mediatico.

La domenica è continuata la collaborazione con i Ministeri su tematiche chiave per la società: il lavoro, con *Il Posto Giusto*, e l'integrazione, con *Radici*, un emozionante viaggio alla ricerca delle proprie origini fatto dagli stranieri che vivono in Italia.

Sempre in prima linea Lucia Annunziata con *In mezz'ora*, forse il faccia a faccia più importante dell'Azienda per la sua autorevolezza e credibilità.

È continuato anche il viaggio attorno al mondo del *Kilimangiaro*, con l'obiettivo di rendere più fruibile il linguaggio dei documentari divulgativi e di essere sempre accesi sull'attualità.

In **access time**, dopo il racconto anonimo delle persone comuni confezionato dal marchio *Sconosciuti*, la rete ha voluto raccontare l'attualità e il reale anche nella fascia post tg per capitalizzare e massimizzare il grande lavoro fatto dalla testata alle 19:00 (e sfruttarne al massimo l'audience generata), scegliendo di fare questo percorso mescolando i linguaggi e i generi. È stato infatti il momento per leggere la realtà in modo non convenzionale: *Blob* (il mondo da sempre raccontato con uno sguardo inedito e d'autore), *Fuoriroma*, con Concita De Gregorio e il suo racconto on the road della politica del territorio, e la nuova striscia satirica di *Gazebo social news* per commentare in modo pungente e divertente la politica e l'attualità.

E questa grande e diffusa narrazione non poteva non avvalersi dei codici espressivi di *Un Posto al Sole*: il racconto quotidiano di un mondo che fa della dimensione local la sua universalità.

Il sabato, dopo la stagione tradizionale di *Che fuori che tempo che fa*, Fabio Fazio, trasferitosi alla domenica, ha lasciato il campo a *Le parole della settimana* di Massimo Gramellini, capace di coniugare attualità e piacere della narrazione.

In **prime time** spicca la grande rivoluzione per la domenica della rete. Il nuovo progetto di *Che tempo che fa* (dalle 20:00 alle 22:45): un inedito show di quasi tre ore, ricco di ospiti e contenuti. Uno dei più suggestivi racconti corali della tv italiana che, appoggiandosi a guest star come Luciana Littizzetto e Nino Frassica, porta in studio le celebrities più rilevanti del panorama contemporaneo, sia internazionali che nazionali.

Rai 3 il lunedì ha schierato i suoi prodotti di informazione storici: i reportage di *Presa Diretta* e le inchieste di *Report*. Perché fare Servizio Pubblico è anche andare incontro, come fanno lacona e la Gabanelli, al pubblico con contenuti e format non semplici ma che veicolano valori e punti di vista importanti. Fare Servizio Pubblico è cercare la discontinuità e il sovvertimento dei canoni consolidati.

Chi l'ha visto? rimane il più grande storytelling popolare della tv italiana. Un mix impareggiabile – e non clonabile – di Servizio Pubblico, narrazione, informazione, inclusione. Il programma è riuscito a creare una vera e propria comunità dando vita a uno degli esempi più riusciti di interazione tra televisione e social.

Al giovedì, dopo cicli di film italiani e internazionali, la rete ha acceso una delle serate più complicate del suo palinsesto con *Rischiatutto* condotto da Fabio Fazio. La riflessione sul passato che diventa cult, la storia di un genere, il ricordo di un grande conduttore e autore, Mike Bongiorno, il lavoro sulla 'memoria', il rilancio di un format rodato e solidissimo sono stati gli ingredienti di un successo.

Ulisse è stato eletto miglior programma in assoluto del Servizio Pubblico nelle ultime edizioni del rapporto Qualitel. È l'archetipo dei programmi di divulgazione scientifica. Un mix di titoli di alto profilo acquistati e di autoprodotti. Il tutto governato ed esaltato dalla conduzione lineare e coinvolgente di Alberto Angela.

Sempre presente, la *Grande Storia*, il programma che compirà 20 anni nel 2017. Rai 3 per prima ha raccontato il nostro passato in prima serata affinando in questi quattro lustri le tecniche del racconto. La Storia in tv non come un riassunto delle puntate precedenti, ma un'inchiesta giornalistica sul passato, un lavoro di ricerca e di verifica di fonti.

Le **secondo serate** sono state ricche di esperimenti e soddisfazioni.

Al fianco di narrazioni consolidate, ma sempre in evoluzione, come *I dieci comandamenti* e *Un giorno in pretura*, si è cercato di raccontare i grandi accadimenti politici internazionali e le grandi contraddizioni della nostra società, dando vita a programmi nuovi e unici nel loro genere.

Le storie di amore di *Stato civile* hanno raccontato la grande rivoluzione culturale in atto nel nostro paese con la celebrazione delle prime unioni civili.

Rai 3 ha continuato a parlare di differenze con *Islam, Italia* la nuova serie di racconti on the road, un viaggio tra l'Italia e l'Europa per raccontare tante storie, nella complessità di una

grande religione e nelle sue derive oltranziste, un viaggio nella realtà al di là dei luoghi comuni e dei pregiudizi. L'Islam, come nessuno lo aveva mai raccontato.

Ma non solo Islam: *La Casa Bianca* ci ha portato negli Stati Uniti alla ricerca di storie per illuminarci sui grandi temi della campagna elettorale – immigrazione, economia, tasse, armi, sanità, parità uomo-donna, istruzione, diritti minoranze – un viaggio, condotto da Iman Sabbah, al di là degli stereotipi del sogno americano.

Un discorso a parte merita il successo ottenuto dal ciclo *Cinema Italiano*, un percorso ragionato e organico di film che in qualche modo ha perfezionato il racconto della rete. Una programmazione non facile e non banale, che ha trovato la complicità del pubblico.

Esempio degli esempi il grandissimo risultato della giornata dedicata al terzo anniversario della strage di migranti del 3 ottobre 2013, avvenuta a largo dell'Isola dei Conigli vicino le coste di Lampedusa, culminata con la prima visione assoluta del capolavoro di Francesco Rosi *Fuocammare*, che Rai 3 è fiera di aver programmato in prima serata raggiungendo quasi il 9% share. Un risultato per nulla scontato sino a pochi mesi prima.

“Rai 3 si conferma la rete dell'informazione moderna e dell'intrattenimento intelligente, della realtà ma anche dell'innovazione, della cultura ma al contempo della gente, dal profilo generalista ma con un'identità precisa e differenziata”.

Canali semi-generalisti e canali tematici

Rai Gold

In un anno caratterizzato dalla comparsa e dalla crescita di nuovi agguerriti competitor, i tre canali del bouquet Rai Gold, cui nel secondo semestre si sono aggiunti quelli di Rai Italia, hanno iniziato un importante percorso di riposizionamento, con la rivisitazione delle rispettive offerte editoriali.

Nel complesso, i tre canali di Rai Gold hanno registrato rilevanti performance di ascolto: oltre sessanta titoli di prima serata per Rai 4 e oltre cinquanta per Rai Movie hanno infatti consuntivato ascolti superiori ai 500.000 spettatori.

Rai 4

Rai 4 è il canale della sperimentazione di nuovi format originali per un pubblico giovane, che si accompagna alla conferma dei generi classici della programmazione cinematografica e seriale d'acquisto, dall'action al fantasy al crime/thriller.

Il 2016 è stato per Rai 4 l'anno di una fondamentale transizione: quella da canale specializzato su determinate tipologie di prodotto a quarta rete dell'offerta generalista Rai, prevalentemente indirizzata a un pubblico giovane. Un percorso di crescita nel segno

dell'innovazione sul fronte produttivo e della continuità su quello della programmazione d'acquisto.

Fantasy, epico, action e crime/thriller sono rimasti i generi di riferimento, completati dall'apertura alla commedia americana di taglio più giovanile.

La programmazione di grandi eventi in diretta, inaugurata nel 2014 con l'*Eurovision Song Contest* e gli *Emmy Awards*, si è poi sensibilmente ampliata, con i ventisette incontri dei Campionati europei di Calcio, commentati con l'inconfondibile stile della Gialappa's Band.

Le nuove produzioni originali, di prima serata e day time, hanno debuttato con l'avvio dei palinsesti autunnali, in corrispondenza con il rebranding dell'intera offerta Rai.

Due i principali macrogeneri della nuova offerta: il reality, orientato a temi giovanili, nelle sue declinazioni documentaristiche e di dating game, e la comicità.

Per il genere **reality**: *Un weekend con il nonno*, docu-reality ed esperimento sociale che ha messo a contatto le generazioni di nonni e nipoti; *Monument Crew*, un gruppo di giovani ventenni con la passione per il parkour si sono cimentati con acrobazie su celebri monumenti italiani; *Smartlove, dating show 3.0* in cui due single alla ricerca dell'amore si sono conosciuti scambiandosi i loro smartphone.



1. I giovani e il parkour di *Monument Crew*
2. *Pechino Addicted*, spin-off di *Pechino Express*
3. Il grande evento live *Eurovision Song Contest*
4. *Challenge4* e la comicità in prima serata
5. Il blockbuster Marvel *The Avengers*
6. *Gomorra* e la serialità di successo
7. Il film *Parker*



Per il genere **comicità**: la striscia quotidiana *Ah Ah Car* dove i concorrenti, per raggiungere la destinazione hanno dovuto far sorridere, per più metri possibili, l'autista e il suo copilota.

Lo show di prima serata *Challenge4* ha messo a confronto la comicità tradizionale del cabaret dal vivo con quella dei più popolari youtuber. Da ricordare anche *Generation Gap*, esperimento sociale tra generazioni basato su oggetti cult che hanno caratterizzato le diverse epoche, la docu-fiction *Italian Detective*, un docu-reality di un'agenzia d'investigazione privata di Roma vista dall'interno, e in sinergia con *Pechino Express*, *Pechino Addicted* la fortunata finestra quotidiana di viaggio degli Antipodi che ci ha portato alla scoperta di tutti i luoghi visitati dai concorrenti durante le tappe del percorso.

Il programma più seguito dell'anno è stato, quasi inevitabilmente, il fortunato ottavo di finale Italia-Spagna all'interno di *Rai dire Europei*, con 950.561 telespettatori per 4,25% di share, record assoluto negli otto anni di vita del canale. Se una quindicina di altri incontri di calcio compaiono nella classifica dei campioni d'ascolto del 2016, bisogna anche notare la sostanziale tenuta, rispetto allo scorso anno, della seconda semifinale dell'*Eurovision Song Contest*, con 619.741 telespettatori per il 2,44% di share.

Sono soprattutto i **film** di prima serata a rappresentare ancora il nerbo dell'ascolto del canale, con rotonde performance tanto da parte di titoli top del catalogo Rai Cinema, come i due blockbuster marcati Marvel *The Avengers* (3,07% di share) e *Iron Man 3* (2,39% di share), quanto da parte di inediti selezionati dal canale.

Appartiene a questi ultimi il campione d'ascolti del 2016, *Parker*, un dramma criminale con la star dell'action Jason Statham, visto a novembre da 865.306 telespettatori per il 3,33% di share; un risultato che sopravanza il già ragguardevole 2,61% di share conseguito a maggio. E ancora, l'altra star del genere Jean-Claude Van Damme, con il classico *Kickboxer* (3,29% di share), e titoli al crocevia tra fantascienza, fantasy e avventura, come *Outlander: l'ultimo vichingo* (2,38% di share), *Il giro del mondo in 80 giorni* (2,28% di share in prima serata e 2,63% di share in ribattuta immediata in day time), *Lara Croft - Tomb Raider* (2,19% di share) e *Hansel e Gretel cacciatori di streghe* (2,07% di share), a confermare la forte identità tra brand di canale e un determinato immaginario di genere contemporaneo.

Per la **serialità** spiccano i risultati del fenomeno *Gomorra* (picco 3,22% di share), della prima visione *Scorpion* (picco 1,83% di share) e di due titoli già transitati sugli schermi generalisti, come

Criminal Minds (picco 2,56% di share) e *Ghost Whisperer* (2,14% di share).

Se prodotti seriali d'impianto mainstream come questi ultimi tre hanno fornito la necessaria costanza di risultato alla programmazione di prime time e access, la seconda serata è invece rimasta terreno di quella sperimentazione necessaria all'identità di un canale nato nel segno dell'innovazione: citiamo in proposito i film horror dell'etichetta *Midnight Factory* e diverse serie televisive, appositamente acquisite, di taglio più spiccatamente autoriale o di genere.

Il canale si è posto come attore protagonista non solo per declinare i programmi di produzione day time e prime time ma anche per accompagnare sui social la visione dei cult seriali e cinematografici e per costruire percorsi nativamente digitali.

Per tutte le produzioni, l'offerta web ha previsto extra e contenuti ad hoc: per *Pechino Addicted* dal diario di viaggio con tutte le informazioni necessarie ai viaggiatori ai video a 360 gradi delle località più suggestive esplorate dagli Antipodi; per *Generation Gap*, versione televisiva e web, la condivisione dei video sulle piattaforme social e gli stickers dedicati.

“Rai 4 è la tv dell'immaginario della post-modernità, il canale generalista per una nuova platea di pubblico giovane animato dal boom della letteratura di fantascienza, fantasy e avventura, delle saghe cinematografiche sui supereroi, dei docu-reality e della serialità televisiva epica”.

Rai Movie

Rai Movie è il canale per tutti i generi: commedie, thriller, film d'azione, western sentimentali, horror. Un canale capace di rendere protagonista il genere preferito dallo spettatore.

Nel 2016 Rai Movie, nonostante un ampliamento dell'offerta televisiva e la presenza di nuovi canali specializzati in cinema, ha ottenuto risultati soddisfacenti, in linea con quelli del 2015, proseguendo sulla strada dell'equilibrio fra autorevolezza nella programmazione e ascolti.

Il canale ha saputo coniugare la ricerca di un pubblico mainstream e l'efficace sfruttamento del catalogo aziendale con una proposta più spiccatamente cinefila orientata sia al classico, con un fortunatissimo ciclo western e ripetuti omaggi a maestri e divi, soprattutto nazionali, che al contemporaneo, con una programmazione strutturata attorno a eventi o ricorrenze di grande valenza sociale.

Indispensabile complemento all'offerta di circa quattordici film al giorno, si confermano poi i numerosi spazi di approfondimento su attualità e storia della settima arte.

Con film come *L'immortale* (3,88% di share), *Le paludi della morte* (3,10% di share) e *La regola del silenzio* (3,05% di share), il canale ha superato più volte i 700.000 telespettatori e il 3% di share.

In continuità con l'anno precedente, per quanto riguarda la programmazione, Rai Movie ha mantenuto il ciclo dedicato all'impegno per i diritti sociali e civili (*Articolo 3*), quello dedicato alla Giornata della memoria (con film come *Monsieur Batignole*, *Arrivederci Ragazzi*, *Vento di primavera*) e alla legalità (*Il giudice ragazzino*).

Oltre la trasmissione di film in doppio audio (italiano e originale), tra le novità del 2016, la programmazione di alcune giornate dedicate ad argomenti specifici come ad esempio, per la Festa delle donne, un'intera giornata di titoli declinati al femminile. Anche per la Giornata contro la violenza sulle donne, per quella dedicata alle Vittime delle mafie, per la Giornata internazionale dell'infanzia e per la Festa della Repubblica del 2 giugno sono stati selezionati film adeguati a ricordare le singole ricorrenze.

Da non dimenticare il doveroso omaggio a Ennio Morricone in occasione del premio Oscar alla carriera e il ciclo di seconda serata (*Ultimo tango a Parigi* e *Novecento*) per celebrare i 75 anni di Bernardo Bertolucci. Nonché quello per commemorare, con la trasmissione di tre suoi capolavori (*C'eravamo tanti amati*, *La famiglia* e *Una giornata particolare*) la scomparsa di Ettore Scola.

In agosto è stato programmato in fascia mattutina un ciclo di film che ripercorrono la carriera cinematografica di Giuseppe De Santis (7 appuntamenti), Pietro Germi (12 appuntamenti),

Rai Movie

IIIIII/MLN

CONTATTI MEDI
GIORNALIERI

5,947

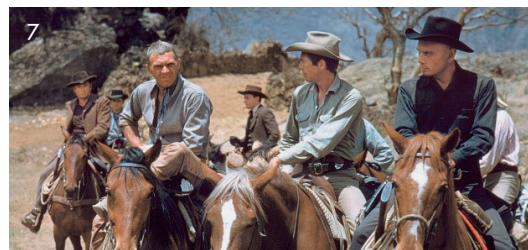
MINUTI VISTI
AL GIORNO

26

SHARE NELLE 24 ORE

1,1%

1. Marcello
2. Le paludi della notte
3. L'immortale
4. La regola del silenzio
5. Sedotta e abbandonata
6. Shall we dance?
7. I magnifici sette
8. Riso amaro



Raffaello Matarazzo (15 appuntamenti) sulla linea della riscoperta di classici dimenticati del cinema italiano.

Anche la produzione di Rai Movie è dedicata al cinema. L'attualità raccontata ogni settimana da *Movie Mag*, l'approfondimento con gli speciali monografici e i grandi festival italiani e internazionali. È la tv dei festival che produce speciali giornalieri con interviste, conferenze stampa, dirette e red carpet. Un'offerta arricchita quest'anno da una rinnovata e ampliata produzione di contenuti destinati in esclusiva al web.

Anche quest'anno il canale ha trasmesso, in diretta, tre importanti eventi cinematografici: l'apertura e la cerimonia di premiazione della 73ª edizione della Mostra internazionale di arte cinematografica di Venezia, di cui Rai Movie è media partner, e, in diretta streaming, la cerimonia di premiazione degli *European Film Awards*.

Rai Movie è media partner anche del Festa del Cinema di Roma e del Torino Film Festival.

In occasione delle maggiori manifestazioni e festival italiani, in sintonia con il programma di questi eventi, Rai Movie ha prodotto monografie e trasmesso film a tema, a programmazione diffusa.

Il documentario di produzione *Marcello* è stato trasmesso in occasione dell'omaggio che il Bari International Film Festival ha voluto dedicare a Marcello Mastroianni nel ventennale della morte. Rai Movie lo ha trasmesso (in contemporanea alla presentazione dello stesso al Festival) assieme a venti film interpretati da Mastroianni.

Così mangiavano, documentario dedicato al rapporto tra cinema e gastronomia è stato proiettato all'ultimo Salone del Gusto di Torino e trasmesso su Rai Movie nella stessa settimana assieme a una selezione di film sul tema.

La Settimana della Moda di Milano ha trovato spazio sul canale con tanti film dedicati alla moda e con il documentario *Nei panni di lei*.

Ma il vero fiore all'occhiello della programmazione è stato la giornata speciale dedicata a Ermanno Olmi. Per la prima volta, una produzione del canale è stata invitata in concorso alla Mostra internazionale di arte cinematografica di Venezia, nella sezione Venezia Classici. Il documentario sul regista realizzato da Rai Movie *E venne l'uomo - Un dialogo con Ermanno Olmi* ha accompagnato la prima tv assoluta del più recente film di Olmi *Torneranno i prati*.

Una nuova produzione del canale è *Offstage*. Paola Jacobbi ha incontrato al Centro Sperimentale di Cinematografia alcuni dei migliori attori italiani dell'ultima generazione: Luca Marinelli, Claudio

Santamaria, Micaela Ramazzotti, Isabella Ragonese e Valentina Lodovini. Durante gli incontri, gli allievi del corso di recitazione hanno potuto rivolgersi direttamente agli intervistati, mettendo in scena un dialogo tra "chi ce l'ha fatta" e chi sta ancora imparando un mestiere.

Accanto al palinsesto televisivo, e alla produzione per la messa in onda sul canale, Rai Movie lavora da tempo sul **web**, puntando all'integrazione della programmazione tv tradizionale con il portale e con i due principali social network, Facebook e Twitter, ad affiancare la pagina ufficiale del canale.

SnapMovie, è un'importante novità sui social, inaugurata sul finire dell'anno. Su Facebook e Twitter, brevi video pubblicati quotidianamente illustrano con informale competenza uno dei titoli proposti dal palinsesto di ogni singola giornata.

“Rai Movie è il canale del cinema di ogni genere, attento sia alla programmazione televisiva che alle nuove opportunità offerte dal web e dai social network”.

Rai Premium

Rai Premium è il canale del racconto: le migliori fiction italiane e straniere abbinate ai più grandi successi di intrattenimento del presente e del recente passato, per far pensare, ridere ed emozionare.

Il canale, indirizzato al pubblico più tradizionalista, conferma le sue migliori performance attorno al prodotto che ne è stato il nucleo originario: la fiction italiana. La strategia della ribattuta a breve delle prime visioni generaliste ha dato i suoi frutti, svolgendo un'indispensabile funzione di replay tv per un pubblico forse meno propenso, anche per ragioni anagrafiche, allo strumento informatico.

Il 2016 si chiude per Rai Premium con un bilancio sostanzialmente equilibrato, attestandosi su una media di share dell'1,0% nell'intera giornata.

Nel corso dell'anno Rai Premium ha realizzato programmi di intrattenimento come *Mr. Premium*, settimanale di approfondimento legato al mondo dello spettacolo in seconda serata che ha ricevuto una buona risposta.

Nel primo semestre è stato realizzato, *Parliamone*, approfondimento sui temi di attualità più intriganti del momento, le notizie più inconsuete e interessanti, le ricorrenze più inattese.

Rai Premium

MLN

CONTATTI MEDI
GIORNALIERI

4,189



MINUTI VISTI
AL GIORNO

33



SHARE NELLE 24 ORE

1,0%

Il programma, nella sua seconda edizione, dal titolo *Swing-Racconti sincopati di ieri e di oggi*, ha riportato la memoria degli spettatori a fatti e avvenimenti del passato anche attraverso il supporto dei filmati delle teche Rai. Uno sguardo al passato senza, tuttavia, dimenticare il presente con notizie, fatti e personaggi dell'attualità. Un racconto, condotto da Maurizio Costanzo con Dario Salvatori, che spazia dalla cronaca al costume, dallo spettacolo alla musica, con la presenza in studio di volti cari al pubblico che hanno condiviso ricordi e progetti per il futuro.

Rimane vincente l'offerta di repliche della fiction generalista come *Il commissario Manara* (con 516.000 telespettatori per il 2,10% di share), *Il Maresciallo Rocca* (2,31% di share), *Volare, la grande storia di Domenico Modugno* (2,21% di share), *Una sera d'ottobre* (2,49% di share) e di prodotti in ribattuta a breve come *L'allieva* (2,64% di share) avviata a partire dal mese di settembre e che continuerà anche per il 2017.

Il canale è orientato verso una programmazione di repliche multifascia in day time di prodotti già noti al pubblico considerata la difficoltà di rinnovare l'offerta con nuovi prodotti seriali di acquisto.

Rai Premium si è prestatato anche a interessanti operazioni di avvicinamento al digit da parte del pubblico adulto, soprattutto attraverso un social mainstream come Facebook, che per moltissimi

senior ha rappresentato un'occasione unica di conoscenza del mondo di Internet, data la sua bassissima barriera d'ingresso e la sua facilità d'uso.

“Fiction e intrattenimento di ieri e di oggi, per emozioni senza tempo tutte da rivivere, soprattutto da un pubblico più adulto ancora distante dal mondo digitale”.

Rai Italia

Rai Italia è il 'best of' Rai che viene proposto anche ai nostri connazionali all'estero.

Rai World opera sul mercato televisivo internazionale attraverso il canale Rai Italia, con un'offerta realizzata in conformità con le previsioni della Convenzione stipulata con la Presidenza del Consiglio dei Ministri inerente la programmazione della Rai per gli italiani nel mondo (in particolare nei continenti extraeuropei).

Si tratta quindi di un canale generalista, di flusso, che contiene al suo interno tutti i generi televisivi (telegiornali, approfondimento, rubriche culturali e religiose, intrattenimento, fiction, film, programmi per bambini, sport ecc.) che Rai Italia riprende dai canali Rai (in particolare Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai Storia, Rai 5).

1. *Parliamone*, il programma di approfondimento di Maurizio Costanzo
2. L'intrattenimento in seconda serata di *Mr. Premium*
3. *L'allieva* e l'offerta in replica delle fiction di successo
4. Gigi Proietti e il *Maresciallo Rocca*
5. La miniserie *Una sera d'ottobre* trasmessa da Rai 1



Il canale viene diffuso attraverso tre emissioni (una per il continente americano, una per l’Africa sub-sahariana, una per Asia e Oceania) che, nell’impostazione del palinsesto, tengono conto dei rispettivi fusi orari. All’avvio della stagione autunnale, i canali Rai Italia hanno offerto, in coerenza con la mission prevista dalla citata Convenzione, un palinsesto caratterizzato da significative novità.

Tra queste, la più significativa è stata il ciclo di prime serate *That’s My Country*, che prevedeva il ritorno in Italia di nostri connazionali da tempo residenti all’estero, accompagnati da una persona che nel nostro Paese non era mai stata, in un adventure game dalla forte connotazione immersiva.

Rai Italia ha inoltre ulteriormente sviluppato il racconto del territorio e delle eccellenze italiane anche grazie al nuovo programma *Italian Beauty* e agli approfondimenti di produzione di seconda serata, mantenendo costanti appuntamenti quali *Community – L’altra Italia* sul racconto delle comunità dei nostri connazionali nel mondo, *Cristianità*, *La giostra dei goal* e *Campus Italia* sulla promozione delle eccellenze formative che l’Italia può offrire.

Nel 2016 è poi proseguita la sinergia con Rai 3, che ha proposto una versione magazine di *Community*, proseguendo così la “informazione di ritorno”, e serie come *Fuori binario* dedicate alla promozione del territorio e del turismo culturale, e quella con la Società Dante Alighieri, per una

sempre più puntuale e incisiva promozione della lingua e della cultura italiana nel mondo.

È infine da segnalare che significativi apprezzamenti sul crescente gradimento dei canali sono giunti sia attraverso il monitoraggio effettuato da ambasciate e consolati in tutto il mondo dal Ministero per gli Affari Esteri, sia nel corso di incontri istituzionali, primo tra tutti quello con il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella che, nel corso degli Stati Generali della Lingua Italiana, ha pubblicamente ricordato il ruolo e l’importanza dell’offerta Rai per i connazionali che si trovano a vivere lontano dall’Italia.

“Rai Italia è un contenitore di generi per gli italiani nel mondo che fa sentire a casa chi è lontano”.

1. Il racconto dell’eccellenza italiana di *Italian Beauty*
2. La serie *Fuori Binario* per la promozione del territorio e del turismo culturale
3. Il ciclo in prime time *That’s my Country*



Rai Cultura

Rai 5

MLN

CONTATTI MEDI
GIORNALIERI

2,966



MINUTI VISTI
AL GIORNO

17



SHARE NELLE 24 ORE

0,3%

Rai Cultura produce, distribuisce, favorisce la circolazione e il riuso multiplatforma di contenuti centrati tematicamente sulla cultura, l'intrattenimento culturale, la storia e la formazione di qualità. Una programmazione che unisce forza narrativa e rigorosa validazione scientifica e che parla il linguaggio della contemporaneità, capace di superare le vecchie logiche di palinsesto e di viaggiare anche attraverso reti e social media, in mobilità e in modalità on-demand.

Oltre a curare l'offerta multiplatforma dei tre canali tv Rai Storia, Rai 5 e Rai Scuola, dei portali tematici verticali (portale cultura, arte, letteratura, economia, scienze, italiano, filosofia e media) e dell'Orchestra Sinfonica Nazionale della Rai, Rai Cultura presidia spazi di programmazione quotidiana o settimanale nei palinsesti dei canali generalisti attraverso titoli di produzione come: *L'Italia della Repubblica*, *Gli occhi cambiano*, *Italiani*, *I Luoghi del Giubileo* e *I grandi della Letteratura italiana* su Rai 1, *Memex* su Rai 2, *Il Tempo* e *la Storia* (quotidiana con replica su Rai Storia), *Diario Civile*, *Potere e Bellezza*, *Italia Viaggio nella Bellezza*, *Viaggio nell'Italia del Giro*, *Albertazzi vita morte e miracoli* e *Provincia Capitale* su Rai 3.

Rai Cultura è centro di competenza per la produzione di musica colta: sono infatti prodotti da Rai Cultura e in onda sulle reti generaliste eventi esclusivi e prestigiosi concerti.

Tra gli eventi in onda sui canali generalisti nel 2016 si annoverano il *Concerto di Capodanno da Vienna* e quello dal *Teatro La Fenice di*

Venezia, il *Concerto di Pasqua dal Duomo di Orvieto*, il *Concerto per le celebrazioni del 70° Anniversario della Festa della Repubblica* dalla Sala dei Corazzieri del Quirinale del 1° giugno, ma soprattutto, la diretta della serata inaugurale della nuova stagione del Teatro alla Scala il 7 dicembre 2016 con la *Madama Butterfly* di Giacomo Puccini nella versione originale del 1904 diretta da Chailly, oltre 13 minuti di applausi in teatro, una media di oltre 2.600.000 telespettatori, per il 13,46% di share, in diretta su Rai 1 dalle 17:45 alle 21:00 lo scorso 7 dicembre e poi in replica integrale in prima serata su Rai 5 sabato 10 dicembre.

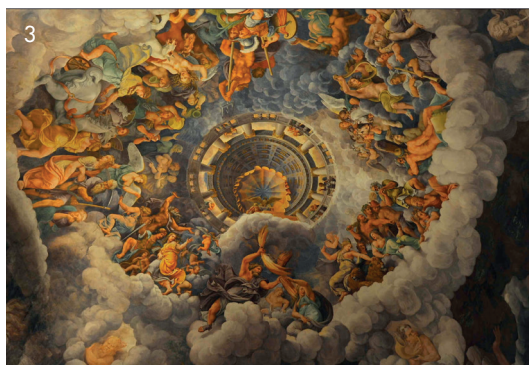
Nel periodo delle festività di fine anno sono stati prodotti per la messa in onda su Rai 1 anche alcuni *Concerti di Natale*, tra cui quello da Assisi, dall'Aula del Senato e dal Teatro alla Scala.

Rai 5

Il canale dell'intrattenimento culturale, dedicato alla musica, all'arte, alla letteratura, al teatro, con un focus particolare sulle grandi produzioni, sull'innovazione e la sperimentazione nel campo della musica, dell'arte e del teatro.

Tra i titoli in palinsesto, gli approfondimenti sulle tematiche dell'arte, della pittura e scultura offerto da programmi come *Simon Shama*, *Il potere dell'arte* o *I luoghi del Giubileo* con il prof. Antonio Paolucci; per il genere libri e letteratura, *Amabili testi* con Edoardo Albinati e l'approfondimento con le grandi biografie de *I grandi della Letteratura italiana* presentate da

1. James Conlon, Direttore principale dell'OSN
2. Il Maestro Riccardo Muti protagonista di *Prove d'Orchestra* su Rai 5
3. *Italia. Viaggio nella bellezza* su Rai Storia
4. *La donna serpente* di Alfredo Casella su Rai 5



Eduardo Camurri; per il genere teatro, oltre ai grandi classici, il teatro civile con il ciclo dedicato a Marco Paolini (tra i titoli, *Vajont e I Tigi a Gibellin*) e il ritratto esclusivo in quattro episodi del grande artista da poco scomparso con la serie di documentari *Albertazzi, vita morte e miracoli*; ma anche natura, ambiente, viaggi ed esplorazioni con un'accentuata valenza antropologica sia in day time (documentari internazionali come *Wild Africa, Frozen Planet, L'insospettabile talento delle piante, Human Planet*) che in prime time (*Under Italy e I segreti del sottosuolo*).

E infine la musica pop, rock, jazz e world music tra i generi protagonisti dei documentari e dei concerti offerti in fascia notturna e, da metà giugno 2016, anche in prima serata.

Per quanto riguarda la musica colta, la programmazione di prima serata del giovedì è stata completamente dedicata al mondo della musica e ai suoi protagonisti; tra i programmi più in evidenza le due serie di documentari dedicate al maestro Riccardo Muti e le personalizzazioni degli eventi in diretta condotte da Massimo Bernardini nel suo *Nessun Dorma*.

Molte e prestigiose sono state le dirette di opere, concerti e balletti dai principali teatri ed enti lirici del Paese.

Tra di esse, solo per citarne alcune, *Attila* di Giuseppe Verdi al Teatro Comunale di Bologna, *Il Barbiere di Siviglia* di Gioachino Rossini dal Teatro dell'Opera di Roma, il balletto *Il giardino degli amanti* su musiche di W. A. Mozart dal Teatro alla Scala con l'étoile Roberto Bolle, *La donna serpente* di Alfredo Casella dal Teatro Regio di Torino; e poi il *Concerto per Milano* da Piazza Duomo con la Filarmonica della Scala diretta dal Maestro Chailly e al pianoforte Martha Argerich, la grande pianista di fama internazionale; *Le nozze di Figaro* di W. A. Mozart dal Festival dei Due Mondi di Spoleto, la fase finale del *Premio Campiello* dal Teatro La Fenice di Venezia, infine il *Tristano e Isotta* di Richard Wagner dal Teatro dell'Opera di Roma.

Nel corso dell'anno è stato dato ampio risalto all'attività dell'Orchestra Sinfonica Nazionale della Rai, offrendo al pubblico molti suoi concerti, con numerosi eventi in diretta. Tra di essi il concerto dall'Auditorium Rai "Arturo Toscanini" di Torino per l'Apertura del Salone del Libro di Torino, direttore il Maestro James Conlon, durante il quale l'attore Massimo Popolizio, in omaggio ai quattrocento anni della morte di Shakespeare, ne ha interpretato alcuni brani. Ed ancora, nell'ambito della tournée nelle regioni del Sud dell'Italia, la diretta dal Teatro Cilea di Reggio Calabria, con direttore d'orchestra l'americano Ryan McAdams, e protagonista il violoncellista Mario Brunello, unico artista italiano ad aver vinto

il Concorso Tchaikovsky di Mosca nel 1986 e famoso a livello internazionale. In ultimo, ma non per questo meno prestigioso, il concerto diretto dal Maestro Piovani con l'esecuzione di alcune tra le sue più note colonne sonore di film.

In sintesi, nel 2016 Rai 5 ha proposto circa 1.130 ore di spettacoli di musica colta, con ampio spazio (circa 260 ore) alla trasmissione di opere liriche, molte delle quali inedite e 550 ore di spettacoli di teatro.

“L'offerta editoriale di Rai 5 presidia tutti i generi legati alle arti performative, dalla musica al teatro, dal balletto all'opera, con un focus particolare sulle produzioni di eventi dal vivo, proponendo, al contempo, un intrattenimento culturale dal linguaggio aggiornato e contemporaneo”.

Rai Storia

Il canale della divulgazione storica di qualità, della grande documentaristica, del racconto del Paese, della riflessione sul nostro passato, sul nostro presente e sul nostro futuro.

Rai Storia ha funzioni di produzione, selezione, gestione e distribuzione multicanale e multiplatforma di contenuti d'approfondimento a carattere storico: un servizio che coinvolge l'intero spettro dei media, dalla tv alla rete ai social, con l'obiettivo di portare il pubblico in ogni angolo del mondo e in ogni epoca, raccontando fatti, luoghi, personaggi, civiltà, stili di vita, dinamiche culturali, processi politici, conquiste sociali.

Oltre agli appuntamenti fissi della giornata come *Il giorno e la storia*, *Mille papaveri rossi* e *Il tempo e la storia* (in onda su Rai Storia in orario di access prime time dopo la prima emissione alle 13:15 su Rai 3), nel corso del 2016 Rai Storia ha progressivamente messo a punto un'offerta editoriale che, attraverso una più puntuale definizione tematica delle serate, ha conferito maggiore continuità e riconoscibilità agli spazi di programmazione.

La valorizzazione del patrimonio culturale italiano è stato uno dei principali leitmotiv che hanno caratterizzato molti programmi, tra cui *Italia Viaggio nella Bellezza*, realizzato in collaborazione con il MiBACT con l'obiettivo di valorizzare al meglio il patrimonio del Bel Paese; *Potere e Bellezza*, la serie che ha raccontato le dinastie che hanno fatto la storia – e la bellezza – dell'Italia (dagli Svevi ai Savoia, dagli Aragonesi agli Asburgo-Lorena); *La croce e la spada*, il racconto del culto dei Santi patroni, una devozione che ha determinato, a partire dal

Rai Storia

11 / MLN

CONTATTI MEDI
GIORNALIERI

1,536



MINUTI VISTI
AL GIORNO

23



SHARE NELLE 24 ORE

0,2%

Medioevo, l'identità architettonica e urbanistica di molti luoghi italiani e, spesso, la reciprocità tra il ruolo e le caratteristiche del Patrono e le vicende della storia e dell'economia locale.

Il racconto della storia e dei luoghi ha caratterizzato programmi come *Cronache dall'Antichità* e *Cronache dal Medioevo*, le fortunate serie in cui Cristoforo Gorno ci ha condotto nei luoghi e tra gli eventi del mondo antico e del periodo medioevale; e ancora *a.C.d.C.*, il programma che con Alessandro Barbero racconta la storia "dall'homo sapiens a Napoleone".

I luoghi del nostro Paese sono stati i protagonisti anche di *Viaggio nell'Italia del Giro*, il programma on the road nei luoghi toccati dalla corsa rosa, condotto da Edoardo Camurri e in onda in replica anche su Rai 3, Rai Scuola e Rai Sport.

Infine grande spazio è stato dedicato all'approfondimento di importanti temi quali legalità, giustizia, lotta alle mafie e al terrorismo (*Diario Civile*) oltre che alle biografie dei grandi protagonisti del passato (*Italiani, I grandi discorsi della storia*).

La celebrazione degli importanti anniversari del 2016 è stata curata con estrema attenzione, offrendo una programmazione dedicata in occasione, tra gli altri, del *Giorno della Memoria in ricordo della Shoah* (27 gennaio), del *Giorno del ricordo in memoria delle vittime delle foibe* (10 febbraio), della *Giornata Internazionale della Donna* (8 marzo); e ancora per la *Giornata della Memoria e dell'Impegno in ricordo delle vittime innocenti delle mafie* (21 marzo) per il 25 aprile *Anniversario della Liberazione* e per l'*Anniversario della strage di Capaci* (23 maggio).

In occasione del 70° *Anniversario della nascita della Repubblica Italiana*, Rai Storia ha dedicato l'intera programmazione del 2 giugno alla storia della nostra Repubblica e ha trasmesso sulle reti generaliste nuovi documentari di produzione Rai dedicati all'anniversario.

Si segnalano, inoltre, i programmi dedicati ai 100 anni dalla nascita di Aldo Moro, ai 10 anni dalla scomparsa di Oriana Fallaci; e ancora il 50° *Anniversario dell'Alluvione di Venezia*, la *Giornata Internazionale dei migranti* e la programmazione dedicata ai 400 anni dalla morte di William Shakespeare.

In occasione delle Olimpiadi di Rio de Janeiro, Rai Storia ha offerto un'intera programmazione dedicata a questo evento: dalla nascita dei Giochi Olimpici nell'antica Grecia ai giorni nostri, toccando i principali eventi che hanno caratterizzato i giochi olimpici nella storia.

Nella stagione autunnale, in concomitanza con la messa in onda della fiction dedicata ai Medici su Rai 1, Rai Storia ha offerto, in una logica di complementarità, una programmazione speciale dedicata alla storia della famiglia dei Medici.

Tra le principali produzioni sono da segnalare *L'Italia della Repubblica*, la serie che, a 70 anni dalla nascita della Repubblica, ne approfondisce i momenti salienti celebrandola; *Argo*, con Valerio Massimo Manfredi, il nuovo magazine televisivo dedicato alla storia e alla sua narrazione e *Gli occhi cambiano*, la serie, scritta e diretta da Walter Veltroni, che documenta temi, suggestioni, personaggi della storia politica e sociale del nostro Paese attraverso le immagini del prezioso archivio Rai.

“I grandi appuntamenti istituzionali, gli anniversari più significativi, le ricorrenze degne di memoria diventano su Rai Storia eventi televisivi e crossmediali imprescindibili nel racconto culturale del nostro Paese”.

Rai Scuola

Il canale dedicato alla formazione formale e informale, all'educational, all'alfabetizzazione informativa, scientifica e tecnologica: cultura e apprendimento al centro della funzione di Servizio Pubblico.

Accanto ai programmi ormai storici dedicati all'insegnamento della lingua inglese e all'informazione, il canale ha continuato a dedicare forte attenzione alle tematiche legate al mondo scientifico con il programma *Memex – La Scienza raccontata dai protagonisti*, dedicando anche un ampio spazio ai documentari scientifici.

Forte attenzione anche alla filosofia con *Zettel presenta il Caffè filosofico*, dedicato alla storia della filosofia con i principali filosofi italiani che parlano dello sviluppo del pensiero occidentale attraverso i grandi temi e i grandi pensatori che lo hanno caratterizzato.

Tra le novità 2016, i 12 speciali di Rai Scuola, documentari andati in onda anche su Rai 3, dedicati a tematiche ed eventi di rilievo per il mondo della scuola e per il Paese (tra questi, *Alternanza scuola lavoro: Le storie di Rebecca e Valid* e *Generazione Erasmus*).

Infine, i due programmi dedicati all'innovazione e al digitale, *Digital World* ed *Eureka!* che sono stati replicati su Rai 5 e sulle reti generaliste.

“Rai Scuola allarga i propri orizzonti rafforzando l'offerta di strumenti e contenuti via rete e per il mondo dei dispositivi mobili, sviluppando legami operativi con la scuola, le università, le principali istituzioni culturali e con i soggetti più attivi nel mondo della ricerca scientifica e tecnologica”.

Rai Ragazzi

Rai YoYo

Rai YoYo è la tv dedicata ai bambini in età prescolare e alle loro famiglie, un canale pensato e realizzato per divertire ed educare allo stesso tempo.

L'obiettivo di Rai YoYo è quello di accompagnare quotidianamente il bambino alla scoperta di se stesso e del mondo che lo circonda, mediante contenuti basati su un impianto narrativo solido e accurato, di alta qualità realizzativa ed elevato contenuto educativo.

Tra i suoi punti di forza, la concentrazione dello sviluppo editoriale sui programmi di punta e di maggior successo e il costante investimento sui programmi di produzione in studio che accrescono notorietà e apprezzamento di Rai YoYo oltre a qualificarla per l'elevata valenza di Servizio Pubblico rispetto alle offerte commerciali concorrenti basate, per lo più, sull'acquisto.

Tutte le produzioni in studio sono divenute degli appuntamenti fissi per il pubblico, in grado di scandire i principali momenti della giornata dei bambini: *Buongiorno con YoYo*, *Le Storie di Gipo*, *La Posta di YoYo*, *Albero Azzurro*.

Il palinsesto si completa con serie di acquisto selezionate tra le migliori produzioni internazionali (*Masha e Orso*, *Peppa Pig*, *Shaun vita da pecora*, *Bob Aggiustatutto*, *il Postino Pat*, *Barbapapà*, *Il piccolo regno di Ben e Holly*, *La casa delle api*, *Vita da giungla alla riscossa*, *Teletubbies*, *Let's go Pocoyo*, *La Casa di Topolino*, *Dottoressa Pelouche*, *Sofia la principessa*,

Disney English) e coproduzioni Rai Fiction con prodotti dell'animazione Rai per l'infanzia (*Mini Cuccioli*, *Topo Tip*, *Calimero*, *Pimpa*, *Winx*, *Regal Academy*).

Infine, il portale Rai YoYo si è arricchito di tanti nuovi contenuti. In particolare, il canale ha concentrato la sua attenzione sui seguenti progetti:

- l'upgrade del portale Rai YoYo pensato per migliorarne l'usabilità, rendendone chiare e accessibili tutte le sezioni;
- la creazione di siti dedicati ad alcuni prodotti di punta del canale che hanno contribuito in modo evidente all'arricchimento dell'offerta web sia in termini di pagine viste sia in termini di utenti unici;
- l'ideazione e realizzazione di giochi online;
- la creazione di giochi offline (stampa e colora, labirinti, attività etc.);
- la gestione della pagina Facebook del canale;
- la creazione di post ogni settimana per il nuovo Blog di Rai YoYo rivolto ai genitori;
- la lavorazione e pubblicazione di video e fotogallery.

“Rai YoYo rappresenta un'eccellenza nel panorama nazionale e internazionale, affermandosi ormai come la rete preferita e più seguita in assoluto dai bambini italiani e dalle loro famiglie”.

Rai YoYo

MLN

CONTATTI MEDI
GIORNALIERI

3,309



MINUTI VISTI
AL GIORNO

58



SHARE NELLE 24 ORE

1,3%



SHARE 4-14 ANNI

5,1%

1. L'appuntamento quotidiano con Gipo, Laura e Dodò ne *L'Albero Azzurro*
2. La serie animata russa amatissima dai bambini *Masha e Orso*
3. Il cartone Disney *La casa di Topolino*
4. *Shaun vita da pecora* e le avventure in stop-motion



Rai Gulp

Rai Gulp è il luogo dove la tv diventa un gioco da ragazzi: teen comedy, teen novela, film, giochi e cartoni animati per regalare più divertimento ai ragazzi, ogni giorno.

Rai Gulp è il canale – dedicato ad un pubblico in età scolare, dagli 8 anni fino alle prime fasce dei teenager – che svolge un'importante funzione di raccordo tra l'offerta prescolare di Rai YoYo e le proposte appetibili per il pubblico di fascia teen, cercando di fidelizzare, negli anni, bambini e ragazzi al brand Rai.

L'offerta del canale si propone di coinvolgere un pubblico giovane che oggi è sempre più protagonista della multimedialità, sceglie in prima persona e selettivamente cosa vedere in tv, tende a focalizzare interessi e aspirazioni in ambiti ben definiti, quali musica, performance, azione, videogiochi, sport, interattività e partecipazione diretta.

La programmazione è ricca di prodotti di animazione, telefilm per ragazzi e produzioni in studio, selezionati per essere apprezzati nelle diverse fasce di età del target. Il palinsesto presenta serie di acquisto selezionate tra le migliori produzioni (tra le altre, *Jungle Book*, *Inazuma Eleven*, *Sailor Moon Crystal*, *Robin Hood*, *Le nuove avventure di Peter Pan*), in modo da essere apprezzabili da ampie fasce di pubblico. Ma non manca l'offerta di live action seriale che prevede alcune importanti novità nei generi/filoni di riferimento, dalle telenovelas per ragazzi alle sitcom fino alle serie più avventurose, anche a lunga serialità. Numerosi anche i titoli di successo

consolidato sia di film e tv movie che di coproduzioni Rai Fiction (*L'isola del tesoro*, *Mia and Me*, *Maggie & Bianca*, *Sette Nani ed io*, *Heidi*, *Geronimo Stilton*, *Bat Pat*, *Pumpkin Reports*, *Winx Wow*).

Sempre presente la serie Marvel ispirata ai supereroi e di target prevalentemente maschile, nel blocco pomeridiano che segue i telefilm (*Ultimate Spiderman*, *Avengers Ultron Revolution*).

Rai Gulp, infine, è riuscita ad avviare un'offerta crossmediale assolutamente competitiva, sviluppando un sito web giovane e una propria community on line con iniziative che puntano a rafforzare il legame tra la Rai e i giovani adolescenti.

Il Canale ha concentrato particolare attenzione sull'upgrade del portale Rai Gulp pensato per migliorare l'esperienza di navigazione da parte dei ragazzi e sull'attivazione del servizio di Replay tv per il canale. Non è mancata la creazione di siti dedicati ad alcuni prodotti di punta che hanno contribuito in modo evidente all'arricchimento dell'offerta web sia in termini di pagine viste sia in termini di utenti.

“Rai Gulp si caratterizza quale proposta di intrattenimento ‘intelligente’ ed educativa che sfrutta temi e filoni particolarmente cari ai ragazzi per veicolare in chiave divertente e leggera valori ed elementi positivi, utili al percorso formativo dei suoi giovani telespettatori, sensibilizzandoli ai temi e alla complessità del loro vivere quotidiano”.

Rai Gulp

MLN

CONTATTI MEDI
GIORNALIERI

2,087



MINUTI VISTI
AL GIORNO

38



SHARE NELLE 24 ORE

0,6%



SHARE 4-14 ANNI

4,1%

1. La serie tv per ragazzi *A tutto ritmo*
2. *Alex & Co.* e la sit-com italiana per gli affezionati del canale
3. *Sirena*, *Nixie* e *Lyla*, le tre sirene della serie tv *Mako Mermaids*
4. La coproduzione Rai Fiction *Mia and Me*



2



3



4





Rai News 24

Al servizio dell'utente. Quando vuole, ciò che vuole: notizie, approfondimenti, opinioni. 24 ore su 24. Rai News 24 è il canale all news declinato in chiave moderna.

Il 2016 è stato l'anno di maturazione di Rai News 24 che ormai è un canale all news declinato in chiave moderna su ogni piattaforma: attenzione alle notizie, verificate tempestivamente e poi messe in onda, agli approfondimenti e alle opinioni. Con un occhio al web, alla crescita dei social e dei nuovi linguaggi e con una presenza capillare sul territorio, anche grazie alla collaborazione con la TGR e con i corrispondenti in tutto il mondo, che ha consentito di trasmettere live tutti i principali eventi.

Le tre 'anime' che compongono l'offerta informativa e multipiattaforma che fa capo a Rai News 24 cominciano a viaggiare in sincrono con maggiore semplicità: i contenuti di **Rai News 24** (il canale televisivo all news), trovano spazio e declinazioni adeguate su **Rainews.it** (il portale informativo della Rai) e su **Televideo** (la piattaforma teletext che ogni giorno ha in onda oltre 16.000 pagine di notizie e di servizi dedicati a non vedenti e non udenti). E viceversa.

La redazione, adeguatamente organizzata, ha beneficiato anche della job rotation con l'apporto di esperienze diverse in ambienti diversi. La crescita della produzione di contenuti originali – arricchita anche con spazi di approfondimento snelli, flessibili e puntuali – e la forte sinergia con le altre testate Rai hanno reso Rai News 24 sempre più 'service': i suoi giornalisti sono spesso in onda per altre testate e per i programmi di punta dell'informazione e dell'intrattenimento Rai così come i mezzi dispiegati sul territorio vengono condivisi dai

colleghi. Una sinergia di cui Rai News 24 è il cuore e che consente un sensibile risparmio di risorse economiche e umane.

Il portale **Rainews.it**, che è nato in piena integrazione e coordinamento con il canale, continua la sua fase di crescita anche grazie a una sempre più consistente ed efficace presenza sulle piattaforme dei social network. E, in particolare in occasione di grandi eventi, il pubblico torna sempre più convintamente sulle pagine del sito informativo Rai.

Rainews.it continua a fornire spazio al meglio della produzione informativa di tutta l'Azienda e correda ogni notizia con testi, foto, video, webdoc e prodotti multimediali di ultima generazione per fornire un'informazione gratuita, imparziale, approfondita, sempre disponibile e a tutto tondo. Inoltre, grazie alla sinergia con le altre testate, crescono i prodotti live per la piattaforme social che stanno incontrando sempre più il favore del pubblico.

Televideo, dal canto suo, continua a essere uno strumento di informazione semplice, tempestivo, essenziale e soprattutto solidamente al centro della dieta mediatica degli italiani che riconoscono alla testata autorevolezza, velocità e affidabilità. Ma la semplicità non va a scapito né della qualità dell'informazione né della crescita tecnologica: le app con i contenuti di Televideo sono tra le più scaricate e apprezzate nel panorama informativo italiano.

“Significativi investimenti nelle infrastrutture e nei sistemi produttivi stanno allineando Rai News 24 ai più moderni concorrenti, nazionali e internazionali, nel settore dell'informazione all news”.

1. L'attentato di Nizza del 14 luglio 2016
2. Il tir sulla folla nel mercatino di Natale di Berlino il 19 dicembre 2016
- 3 e 4. Il sisma che ha colpito Umbria, Marche e Lazio il 24 agosto 2016
5. Le dirette di Rai News dai luoghi del centro Italia colpiti dal sisma



Rai Sport

Il claim Rai del 2016 "Per te, per tutti" vale anche in un settore, lo sport, che è simbolo del Servizio Pubblico per le emozioni e il coinvolgimento che regala a milioni di persone, all'intera collettività.

L'attività della testata ha avuto i due momenti fondamentali nelle grandi manifestazioni sportive dell'anno: le Olimpiadi a Rio de Janeiro con le successive Paralimpiadi e i Campionati Europei di Calcio in Francia. I risultati raggiunti dimostrano che Rai Sport ha saputo affrontare e vincere l'impegnativa sfida di riunire l'intero Paese intorno a questi appuntamenti straordinari: oltre 40 milioni di telespettatori, nel calcolo dei contatti unici, hanno seguito ciascun evento.

Tutto questo mantenendo il tradizionale rispetto per la propria storia, ma con uno sguardo sempre più rivolto al futuro, condensato nell'immersione nella multimedialità e nella ricerca costante di innovazione editoriale, supportata da importanti upgrade tecnologici.

1.200 le ore di trasmissione di Rai Sport per dare la massima copertura televisiva ai Giochi di Rio 2016. Sono state distribuite su tre canali dedicati, tutti in alta definizione, 24 ore su 24: Rai 2, Rai Sport 1 e Rai Sport 2. Un'offerta integrata che, nonostante il fuso orario sfavorevole, ha coinvolto 42,3 milioni di italiani.

Un dato spicca sugli altri e segna una tendenza opposta rispetto a quella registrata da altre emittenti internazionali: la presenza costante dei *millennials* davanti allo schermo della tv. Il pubblico dei giovani nella fascia tra i 15 e i 24 anni ha infatti superato il 21% di share in prima serata.

Rai 2, connotata sempre di più come rete olimpica, è stata seguita da una media

giornaliera di 1,2 milioni di telespettatori con uno share del 15,6%. Al flusso delle telecronache in diretta – con una regia dedicata alle prove degli atleti italiani – si sono aggiunte rubriche di approfondimento, interviste esclusive e telecronache in replica, al mattino in Italia, per informare quanti non avessero avuto la possibilità di seguire le trasmissioni live nella notte brasiliana.

In prima serata su Rai 2, i telespettatori sono saliti a una media di 1,8 milioni per uno share del 16,5%. Il picco di ascolto medio più alto è arrivato con la finale persa dall'Italia contro il Brasile nel torneo di pallavolo: oltre 6,9 milioni di telespettatori pari a uno share del 42,4%.

Rai Sport 1 e Rai Sport 2 hanno raggiunto la media di 600 mila spettatori per uno share del 7,5% nell'intera giornata e oltre 1,3 milioni nel prime time col 7,6% di share.

Se la tv cambia in fretta, i suoi fruitori vanno ancora più veloci. Sempre connessi, chiedono di essere informati in tempo reale dovunque si trovino. E' la generazione smartphone. Con i Giochi 2016, Rai ha dato uno straordinario impulso alla sinergia tra offerta televisiva e offerta digitale. Una squadra di 15 professionisti interni tra grafici, videomaker ed esperti social ha lavorato 24 ore su 24 tra Roma e Rio de Janeiro per amministrare dirette, diffondere video dedicati, sviluppare contenuti specifici, coinvolgere gli utenti su Facebook, Twitter, Snapchat e Instagram. Il risultato di questo impegno sono stati oltre 5 milioni di utenti unici italiani e circa 16 milioni di interazioni su Twitter e Facebook.

Uno slancio che è continuato anche con le Paralimpiadi brasiliane, dal 7 al 18 settembre 2016. Rai sport 1 è diventata la rete paralimpica; su Rai 2 sono state trasmesse in diretta, dall'1:30 di notte fino al mattino, tutte le prove più importanti con eccellenti risultati d'ascolto. Il triathlon ha fatto

1. La nostra eccellente nuotatrice Federica Pellegrini
2. Il Giro d'Italia in diretta su Rai Sport
3. La gioia di Bebe Vio per l'oro nel fioretto alle Paralimpiadi di Rio 2016
4. La nazionale italiana di Volley medaglia d'argento a Rio 2016
5. La partita Italia-Spagna e la qualificazione ai Mondiali di Calcio Russia 2018



registrare il dato medio più elevato: 280.289 spettatori con uno share del 4,45%.

Il lavoro delle equipe Rai ha dato, da Rio de Janeiro come dalle città della Francia coinvolte dai Campionati Europei di Calcio, immagini originali ed esclusive per il pubblico dei canali Rai.

Passando poi ai Campionati Europei di Calcio, 200 ore di programmazione tra telecronache, tg sportivi, tg generalisti e programmi dedicati hanno ribadito la centralità di Rai nelle competizioni che coinvolgono la Nazionale, con ascolti record. Il picco è stato raggiunto per la partita con la Germania nei quarti di finale, seguita da una media di 16.562.000 spettatori con uno share del 66,4%.

In generale, per le partite trasmesse in diretta, la media complessiva è stata del 37,6% con circa 8.500.000 spettatori. Rai Sport ha accompagnato lo svolgersi del torneo con rubriche di analisi tecnica sui canali tematici e programmi di approfondimento sui canali generalisti. I telespettatori hanno potuto spaziare da *Dribbling* su Rai 2 per l'analisi delle partite del giorno prima a *I giorni di Parigi* su Rai 3 per gli aspetti sociali e di costume. Fino a *ll Grande Match*, in onda ogni sera su Rai 1, per una fruizione familiare che ha unito volti noti al grande pubblico a giornalisti sportivi e opinionisti di alto livello.

Anche agli Europei è stata vincente la sfida della multimedialità. Scaricate circa 700 mila App dedicate a Euro 2016 mentre, per quanto riguarda i servizi in live streaming, la partita Italia-Svezia è stata la più vista on line nella storia del web in Italia (circa 1 milione e 400 mila browser unici collegati alle piattaforme Rai).

La Coppa Italia di calcio è stata un'esclusiva Rai anche nel 2016. Una competizione, fino a qualche tempo fa marginale e spesso trascurata dalle grandi squadre, che è andata crescendo nelle ultime edizioni anche grazie al lavoro di Rai Sport e alla diffusione delle partite in diretta su Rai 1. La finale del 21 maggio tra Milan e Juventus, dallo stadio Olimpico di Roma, ha avuto un ascolto medio di 8.432.000 spettatori con uno share del 38,1%.

Una partita, quella tra Milan e Juventus, che si è ripetuta per l'assegnazione della Supercoppa Italiana. Rai Sport ha organizzato una propria regia e un proprio coordinamento giornalistico, al seguito di inviati e operatori, per offrire un prodotto di massima qualità. Uno sforzo ripagato da ascolti ancora più alti, fino al picco medio di 9.398.000 spettatori e uno share del 40,68% su Rai 1 per i calci di rigore decisivi.

Anche nel 2016 Rai Sport ha seguito con telecronache in diretta e in differita il Campionato del Mondo di Formula 1, uno degli avvenimenti

tipici dell'offerta sportiva Rai. Interviste esclusive ai piloti, con retroscena e curiosità, hanno fatto da prologo al commento tecnico che ha nell'ex pilota della Ferrari Ivan Capelli il suo punto di forza.

Gli ascolti delle telecronache hanno confermato il ruolo di leader di Rai anche rispetto alla concorrenza con un picco per il Gran Premio di Monaco (una media di 6.225.714 spettatori per uno share del 33,87% e 12.593.582 spettatori unici).

Nel 2016 il legame tra Rai Sport e il Giro d'Italia è stato, se possibile, ancora più forte, in attesa dell'edizione del Centenario, nel 2017, della corsa ciclistica più amata. Come sempre, elicotteri e moto al seguito hanno accompagnato le imprese dei corridori; per la prima volta, in una grande corsa a tappe, una telecamera è stata collocata in mezzo al gruppo e ha diffuso immagini in diretta. Una novità tecnica assoluta.

La tappa più seguita è stata quella del 28 maggio, la penultima, che ha dato la maglia rosa a Vincenzo Nibali (2.259.492 spettatori con uno share del 18,32% su Rai 3; 1.396.325 spettatori con uno share dell'11,31% per la simultanea diretta su Rai Sport 1).

Un quadro di grandi avvenimenti che anche nel 2016 è stato completato da eventi seguiti come tradizione da Rai Sport: le classiche del ciclismo; la Coppa del Mondo di Sci; i campionati di basket e pallavolo; il Golden Gala di atletica leggera; i Campionati Europei di Nuoto; i principali eventi internazionali della ginnastica, della scherma, del canottaggio, dell'equitazione.

Infine, le trasmissioni sportive presenti nei palinsesti Rai. L'obiettivo è stato quello di innovare stile e identità di programmi che fanno parte della storia della televisione italiana, da *Dribbling* a *Novantesimo Minuto* fino al *La Domenica Sportiva*. Per quest'ultima, uno studio completamente trasformato, un'inedita coppia di conduttori e un commentatore tecnico di riconosciuta competenza e autorevolezza: *La Domenica Sportiva*, la più longeva della tv, in onda fin dal primo giorno delle trasmissioni Rai - il 3 gennaio del 1954 - superata ormai la quota delle 3.000 puntate, cambia e si tiene al passo con i tempi, cercando di anticipare modelli e tendenze dello sport. Per essere sempre giovane.

“L'obiettivo di Rai Sport è quello di creare un'offerta che dia agli spettatori riferimenti certi di programmazione e che faccia della testata Rai una presenza costante nel racconto degli eventi sportivi e nelle trasmissioni di approfondimento e discussione”.

Informazione

Tg1

Da oltre sessant'anni il Tg1 è la testata architrave dell'informazione Rai che realizza il momento d'incontro tra il cittadino-telespettatore e il mondo delle Istituzioni, della politica, della società, delle religioni, dell'economia e della cultura. In due parole il Servizio Pubblico.

Nato nel 1952 con le trasmissioni sperimentali della televisione italiana e con il nome di 'Telegiornale', il Tg1 è il leader indiscusso dell'informazione del Paese in termini di ascolto e di immagine, grazie ai valori di universalità, qualità ed autorevolezza che ne ispirano l'offerta, garantendo la copertura di tutti i principali eventi.

Il 2016 sarà ricordato come l'anno della straordinaria telefonata di Papa Francesco – unica nel panorama tv mondiale – nello spazio dedicato al telegiornale all'interno di *Uno Mattina*. Ma anche dell'intervista in esclusiva al Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, delle 13 edizioni straordinarie per un totale di 8,5 ore di trasmissione, delle 48 puntate di *Speciale Tg1* per 60 ore di trasmissione, degli speciali *Porta a Porta - Tg1*, passati da 8 a 18 e da 18 ore a 36 ore.

Il successo del Tg1 trova ragion d'essere anche in un palinsesto ampio che comprende tre edizioni principali di trenta minuti, sei edizioni flash, una nel linguaggio dei segni, una di 'Sessantasecondi' ed una notturna lunga per un totale complessivo di dodici edizioni di trasmissione quotidiana (dalle 6:30 all'1:00 del mattino).

Non vanno dimenticati gli approfondimenti di *Tv7* e *Speciale Tg1* e le altre numerose rubriche tematiche, quali *Tg1 Economia*, *Tg1 Billy*, *Tg1 Dialogo*; l'approfondimento sullo spettacolo *DoReCiakGulp*; *Tg1 Fa' la cosa giusta*, la pagina delle buone pratiche, dei diritti e della solidarietà; le rubriche *Cinemattina* e *Camera con Vista* trasmesse all'interno di *Uno Mattina*; l'informazione medica *Tg1 Medicina*; *Tg1 Motori* sul mondo delle auto e *Tg1 Persone* con i suoi ritratti filmati e parlanti di uomini e donne che, con la loro vita, raccontano i principali temi del nostro tempo.

La correttezza e il pluralismo dell'informazione, la scelta delle notizie, la cura delle immagini, la credibilità del racconto ed il rigore nei contenuti e nella predisposizione dei servizi sono gli elementi che fanno del Tg1 un telegiornale di garanzia rivolto a tutti gli italiani, un mix tra tradizione e

innovazione nell'attualizzazione dei linguaggi e degli argomenti.

“Il Tg1 ripercorre nel proprio sommario la mission indicata per la tv dal mitico fondatore della BBC, Lord John Reith: informare, educare, divertire. Informare attraverso le principali notizie della giornata, educare con i ‘pezzi di servizio’ su temi fondamentali della vita dei cittadini, divertire con personaggi e cultura, attraverso la musica, il cinema e il teatro”.

Tg2

Il Tg2 è da sempre il telegiornale dell'approfondimento, dell'innovazione e della sperimentazione, elementi qualificanti per una testata del Servizio Pubblico.

Nel 2016 il Tg2 ha prodotto più di 1.000 ore di trasmissione tra telegiornali, rubriche, telecronache, 17 speciali e 10 edizioni straordinarie.

Numerosi gli eventi di rilevanza nazionale e internazionale che sono stati trattati e approfonditi attraverso una produzione mirata e con la presenza di inviati. Fatti di cronaca, di economia, di politica italiana ed estera, culturali, sportivi, fino alla scomparsa di grandi artisti quali David Bowie, Prince e George Michael. In particolare, il secondo semestre dell'anno è stato caratterizzato da un incremento di edizioni speciali e di approfondimenti sia all'interno dei Tg che per la copertura di spazi di rete per prime e seconde serate.

Una nuova linea editoriale legata all'immediatezza, al racconto in diretta, attraverso la presenza capillare di inviati sui luoghi dell'accaduto. Un prodotto completamente rinnovato, con molte storie inedite, con la presenza di ospiti in studio soprattutto nell'edizione delle ore 20:30, che ha incuriosito e attratto il telespettatore. I dati d'ascolto lo confermano, premiando l'edizione del Tg2 delle ore 20:30 che raggiunge un ascolto medio di 2.100.000 spettatori con uno share dell'8,1%.

L'emergenza terremoto ha impegnato la testata con programmazioni immediate e impegno capillare di numerosi inviati con l'utilizzo di truppe ENG, zainetti per i collegamenti in diretta sia nei Tg che nelle edizioni straordinarie, negli speciali e nelle rubriche. Un impegno che, oltre ad aver costantemente riferito e raccontato l'attualità

ASCOLTO EDIZIONI MERIDIANE

Tg1
22,3%
SHARE

Tg2
16,1%
SHARE

Tg3
10,1%
SHARE

TGR
14,8%
SHARE

ASCOLTO EDIZIONI SERALI

Tg1
24,2%
SHARE

Tg2
8,1%
SHARE

Tg3
10,2%
SHARE

TGR
11,5%
SHARE

degli eventi, ha dato sempre voce alle storie dei protagonisti e alle loro drammatiche esigenze. L'emergenza è tuttora in atto in più zone del nostro Paese e il Tg2 mantiene quotidianamente la copertura editoriale.

Un altro capitolo che ha impegnato il Tg2 con la presenza capillare di inviati nei luoghi colpiti è quello dedicato agli attentati di natura terroristica e ad altri eventi internazionali come il tentato golpe in Turchia, la Brexit e la scomparsa di Fidel Castro.

Un evento internazionale di particolare rilievo, che ha visto protagonista il Tg2, sono state le Elezioni Americane. Per l'occasione – all'interno dell'ampia copertura che le Testate televisive e radiofoniche, le reti e i canali specializzati della Rai hanno dedicato all'evento con notizie, servizi, rubriche, speciali, exit poll, proiezioni e approfondimenti – è stato prodotto lo speciale di prima serata *Hello America*, realizzato in sinergia con gli inviati presenti negli Usa durante la competizione elettorale, impiegando una nuova scenografia rinnovata per l'occasione.

Per dar corso al dibattito sul referendum costituzionale, il Tg2 ha realizzato *Il Confronto*, una nuova rubrica con un format innovativo che per tempi, modalità, quantità e varietà di domande ha garantito in termini assoluti il rispetto della par condicio e ha offerto ai telespettatori una pagina inedita sul dibattito politico. In onda tutti i giorni dal lunedì al venerdì per cinque minuti, *Il Confronto* ha realizzato un'intervista doppia in uno schema grafico nuovo – quello delle due finestre con i protagonisti in primo piano – : quattro domande e 40 secondi il tempo di risposta per gli esponenti del *Si* e del *No*. *Il Confronto* è stato il primo degli appuntamenti speciali dedicati al referendum, una programmazione volta ad assicurare una completa e paritaria informazione ai cittadini italiani sulla consultazione del 4 dicembre.

Elemento di unicità per il Tg2 sono anche le sue 13 rubriche. Prima fra tutte il *Tg2 Dossier*, da sempre presente nella testata, focus settimanale sui fatti più importanti. Ma si confermano anche i successi di *Dossier Storie* (racconti di vita, di personaggi e di storie inedite), *Mizar* (eventi e personaggi dell'arte e della cultura), *Tg2 Punto di Vista* (eventi della settimana), *Costume e Società* (visione nazionale ed internazionale sulle tendenze e sui costumi), *Medicina 33* (storica rubrica di informazione medica), *Tg2 Motori* (novità del settore automobilistico con particolare attenzione ai prodotti green power), *Si Viaggiare* (percorso tra le bellezze artistiche e archeologiche che raccontano soprattutto il nostro Paese), *Eat Parade* (eccellenze enogastronomiche italiane), *Cinemattineé*

(produzione cinematografica con interviste a registi e attori), *Achab libri* (produzione letteraria con interviste agli scrittori), *Tg2 lavori in corso* (striscia quotidiana con spazi dedicati al sociale, al territorio, all'arte, all'economia domestica, alle associazioni di volontariato), *Tutto il bello che c'è* (le storie positive di volontariato e solidarietà che raramente trovano spazio nei telegiornali).

Nel 2016 il Tg2 ha incrementato sensibilmente l'offerta web, rinnovando il sito e aprendo con i telespettatori, attraverso i propri account, un rapporto di fidelizzazione. Ha lanciato campagne di condivisione in occasione di eventi speciali, durante i quali è stato allestito uno studio social in collegamento diretto con quello principale per dar voce, attraverso immagini e messaggi, agli utenti digitali. Sempre attraverso il sito web, i telespettatori sono stati protagonisti di campagne editoriali trasferite poi all'interno degli stessi Tg (*#l'alberopiubello* durante il periodo delle festività natalizie), iniziative che hanno incrementato sensibilmente il numero dei fruitori del web.

“Il tratto distintivo del Tg2 è la sperimentazione: realizzare un prodotto informativo completamente differente da altri telegiornali, con storie inedite, che incuriosiscono e attraggono il telespettatore, rispettando comunque integralmente i principi del Servizio Pubblico”.

Tg3

Il Tg3 è il telegiornale della diretta e degli approfondimenti che porta il telespettatore nel cuore degli avvenimenti e dei fatti, oltre le apparenze. Pochi racconti di palazzo e molta vita reale con i problemi che la gente vive ogni giorno narrati dai protagonisti, spesso ospiti in studio.

È il Tg che va subito in onda in diretta con edizioni speciali sulle emergenze, sia di cronaca italiana sia estera. Con circa 900 ore trasmesse tra notiziari e rubriche, il Tg3 continua a consolidare il rapporto di fiducia con il proprio pubblico; un pubblico molto informato, esigente, aperto ai media digitali, che ricerca da un lato l'approfondimento e dall'altro la chiarezza e la sintesi.

Lo share medio del 2016, per l'edizione delle 19:00, è stato del 10,2% con oltre 1.600.000 spettatori e mostra ascolti in crescita. Nell'edizione delle 12:00 – unico Tg Rai realizzato a Milano – è stato accentuato l'uso di collegamenti in diretta con la rete dei corrispondenti Rai dall'estero e con gli inviati

sul territorio, garantendo la copertura di tutti gli avvenimenti e con una maggiore attenzione ai temi destinati ad avere uno sviluppo nel corso della giornata.

Il Tg3 Giorno delle 14:20, con uno share superiore al 10,1%, è particolarmente attento ai problemi dei consumatori e delle famiglie, con la presenza quotidiana di ospiti.

In ripresa l'informazione serale: *Linea Notte* è stabilmente sopra il 5% di share e si conferma luogo privilegiato di commento e analisi.

Negli ultimi mesi dell'anno l'offerta è stata ulteriormente diversificata anche grazie ad un restyling grafico delle diverse edizioni.

Ma il Tg3 non è solo telegiornali: numerose sono le rubriche che lo caratterizzano.

Molto positivo il primo bilancio di *Tg3 nel Mondo*, il nuovo appuntamento di politica estera che il sabato sera offre uno spaccato della situazione internazionale con ospiti da tutto il mondo che intervengono in diretta.

L'informazione di servizio si conferma con il *L.I.S.*, il Tg nel linguaggio dei segni, e con *Fuori Tg* che ha irrobustito il legame con i telespettatori che intervengono in diretta in ogni puntata attraverso Twitter.

Per non dimenticare le altre rubriche 'storiche' del Tg3 come *Fuori Linea*, della redazione cultura, con i suoi servizi presentati da un luogo d'arte, un museo, un luogo storico, una mostra, un teatro; *Agenda del Mondo*, reportage di politica estera, raccontata attraverso le storie e la vita quotidiana dei protagonisti, personaggi anche non famosi, ma rappresentativi della realtà in cui sono inseriti; *ChiediScena*, dedicata agli spettacoli dal vivo, alla danza e al teatro; *Pixel*, rubrica di tecnologia e innovazione delle novità del web e delle tecnologie legate a nuove fonti di energia e ambiente; *Persone*, che propone storie di vita raccontate in prima persona, interessanti per originalità e curiosità.

Importante l'impegno sui social e su internet con la possibilità di rivedere on line tutte le edizioni del Tg e le rubriche. La pagina web è caratterizzata anche dalla presenza di una vignetta satirica animata e da rubriche dedicate alla tecnologia, all'invito alla lettura, ai fumetti. Prima testata ad utilizzare i social network, il Tg3 ha più di 1.52.000 utenti di Facebook e su Twitter è seguito da oltre 173 mila follower, con numeri in costante ascesa.

“Il Tg3 si conferma un telegiornale capace di far crescere gli ascolti e il gradimento dei telespettatori, grazie alla sua forte identità riconosciuta da un pubblico che apprezza l'approfondimento delle notizie”.

TGR

La TGR è la testata da e per il territorio.

La testata Giornalistica Regionale riveste un ruolo strategico nell'ecosistema delle news del Servizio Pubblico.

L'efficiente copertura informativa in occasione delle numerose emergenze che hanno purtroppo caratterizzato il 2016 ha confermato, qualora ve ne fosse bisogno, il valore aggiunto di una copertura capillare del territorio, che è infatti uno dei fondamentali punti di forza di Rai nel confronto con gli altri operatori.

La mission delle redazioni regionali è prioritariamente raccontare il territorio in tutte le sue sfaccettature, strutturando un rapporto solido e 'fiduciario' con i cittadini che possono contare non solo sui notiziari televisivi e radiofonici, ma anche su approfondimenti, come *Buongiorno Regione*, dove trovano spazio le segnalazioni, i suggerimenti, le denunce della società civile. Dove hanno voce l'associazionismo, i movimenti e le istanze culturali e sociali spesso poco conosciute. In questo senso, le numerose campagne sociali avviate dalla testata hanno avvicinato ancor di più la TGR alla collettività, ossia la Rai a tutti i cittadini, ovunque questi si trovino.

Tanti i temi affrontati, dalla sicurezza sul lavoro, al mondo della scuola, agli anziani, con riscontri significativi da parte del pubblico.

Così come alto si mantiene il gradimento dei telespettatori per i due Tg principali, quello delle ore 14:00 e quello delle ore 19:30. Di fatto rimangono i picchi di ascolto di Rai 3, con rispettivamente il 14,8% e l'11,5% di share. Sul finire dell'anno e con l'avvio del nuovo si sono registrati record del 17,9% per il Tg delle 14:00 con ben 3.131.000 telespettatori e per il Tg delle 19:30 che ha realizzato il 13,5% di share e 3.129.000 telespettatori.

La narrazione delle emergenze che affliggono il Paese è costante. Basti pensare che le telecamere della TGR, accese il 24 agosto, non si sono mai spente continuando a raccontare quotidianamente, ora per ora, la terribile tragedia del terremoto nel centro Italia.

La TGR è anche eccellenza attraverso le sue rubriche nazionali, tra le quali spicca il Tg della Scienza e dell'Ambiente. *Leonardo*, da quest'anno rinnovato nel suo format ed ampliato nella durata, è un riferimento da 20 anni per il pubblico di Rai 3. La rubrica ha ottenuto una punta del 10,1% di share e 1.582.000 telespettatori, risultato ancora più importante tenendo conto della importante programmazione

delle reti ammiraglie. Tanti temi trattati, con rigore e semplicità per avvicinare anche coloro che privi di solide basi specialistiche sono però attratti dal mondo della scienza.

L'esperienza degli ultimi anni, non solo in tema di emergenze, ha ulteriormente mostrato la necessità, da un lato, di conservare e valorizzare il ruolo dei presidi informativi territoriali, e, dall'altro, di ottimizzare le risorse, sfruttando al meglio l'evoluzione tecnologica ed adottando modelli organizzativi e produttivi più snelli e sempre più efficaci.

Del resto, tutti i principali servizi pubblici europei presidiano, seppur con modelli e perimetri editoriali differenti, l'offerta destinata alle realtà locali.

Nell'ambito del riposizionamento dell'offerta news nel nuovo mercato digitale, la testata giornalistica regionale svolge un ruolo importante per il potenziamento dell'offerta sul web.

Grazie alla capillarità dei presidi geografici e a circa 700 giornalisti, la TGR garantisce una presenza costante sul territorio, consentendo alla Rai di essere tempestivamente nei luoghi dove avvengono i fatti più importanti per il Paese.

“Nel 2016 la TGR ha avviato la sperimentazione della nuova offerta web ed ha lanciato una massiccia presenza sui social rendendola una tra le testate più seguite”.

Rai Parlamento

Rai Parlamento è la testata giornalistica che informa i cittadini sulle attività del Parlamento nazionale e del Parlamento Europeo, in stretta connessione con gli sviluppi dell'attività politica.

Rai Parlamento, oggetto di una revisione editoriale iniziata a partire dagli ultimi mesi del 2016 – anche a livello di immagine, più moderna anche grazie all'uso di grandi videowall e led che migliorano i contributi video e la grafica – è l'interlocutore diretto delle istituzioni parlamentari.

Anche nel 2016, la testata ha realizzato telegiornali, approfondimenti, puntate dei *Programmi dell'accesso* e curato le dirette dei lavori dalle aule di Montecitorio e Palazzo Madama (*Question time* e eventi istituzionali e politici); un impegno particolare è stato garantito per l'organizzazione e la cura del ciclo di *Tribune* e messaggi autogestiti per il referendum costituzionale.

La cifra stilistica ha virato verso un linguaggio politico meno tecnico e più vicino ai cittadini – nei testi, nelle interviste, nelle analisi e nei pareri degli esperti – con un importante uso dell'infografica, particolarmente efficace per illustrare, in modo chiaro e semplice, sia passaggi istituzionali e temi fondamentali della discussione politica e legislativa del Paese sia approfondimenti con i protagonisti delle vicende politiche della settimana e il racconto delle storie e dei luoghi oggetto di provvedimenti legislativi.

Storici appuntamenti di Rai Parlamento, le *Tribune elettorali* ed i *Programmi per l'accesso*, in occasione del referendum costituzionale, sono stati anch'essi rinnovati adottando una scenografia e una grafica nuove, un format più veloce ed è stato introdotto il faccia a faccia in seconda serata con ospiti di primo piano. Il riscontro negli ascolti e nel gradimento degli ospiti, riconosciuta l'imparzialità, l'equilibrio e l'accesso a tutti i soggetti, come nella tradizione del Servizio Pubblico, è stato molto positivo.

Rai Parlamento non è solo Italia: un'attenzione particolare è dedicata alle istituzioni e ai temi europei. Nel settimanale *Punto Europa*, il resoconto dei lavori dei palazzi delle istituzioni europee e le storie dell'Europa delle opportunità, dei giovani, degli ideali che ci uniscono dopo 60 anni.

Fiction

Rai Fiction è responsabile della produzione di fiction e cartoni animati per la messa in onda sulle reti generaliste e sui canali specializzati.

L'impegno di Rai per la promozione della produzione audiovisiva italiana ed europea è nello stesso tempo uno dei cardini della missione di Servizio Pubblico, per raccontare l'Italia nella sua contemporaneità e nella sua storia, per promuovere il talento e l'industria audiovisiva nazionale, per sostenere l'innovazione e la proiezione internazionale delle nostre opere.

Il primo dato che emerge dall'analisi della fiction Rai nel 2016 è che per la prima volta l'offerta si è articolata in modo differenziato sulle tre reti generaliste – Rai 1, Rai 2 e Rai 3 – con linee editoriali distinte e con una più chiara definizione dell'offerta per le diverse serate della settimana di Rai 1.

Rai 1 nel 2016 ha trasmesso 119 serate di fiction in prima visione totalizzando un ascolto medio di 5,2 milioni e uno share del 20,6%. Alle serate di prima visione, si sono aggiunte 38 serate di fiction in replica, che hanno ottenuto in media il considerevole risultato del 16,9% di share. L'offerta complessiva di fiction nella prima serata di Rai 1 è stata pertanto di 157 serate, pari al 43% dell'offerta totale, con un risultato di share del 19,8% (repliche incluse).

Al dato di Rai 1 – che sia per volume dell'offerta sia per risultati di ascolto rende la fiction di rete non solo leader in Italia, ma anche tra i primissimi player in ambito europeo – si aggiunge un risultato di particolare valore conseguito dalla fiction per Rai 2.

Rai 2 ha infatti trasmesso lo scorso anno 12 serate di fiction inedita, con un ascolto medio di 3.250.000 spettatori e uno share medio del 12,5%.

L'offerta di Rai 3 ha visto la messa in onda di 6 serate in prima visione, con uno share del 4,8% e di 251 puntate della serie *Un Posto al Sole* che, con una media quotidiana dell'8% di share, hanno contribuito in modo significativo al rafforzamento della fascia di prime time di rete.

Complessivamente Rai 1, Rai 2 e Rai 3 nel 2016 hanno trasmesso 137 serate di fiction inedita e 50 serate di fiction in replica (pari al 36% delle prime visioni), repliche che assicurano una ricaduta positiva anche sul costo del palinsesto.

Dall'analisi degli ascolti si evince quanto, nonostante la moltiplicazione delle piattaforme e lo sviluppo della fruizione individuale, le fiction Rai siano ancora in grado di raccogliere platee di pubblico molto grandi.

Questo vale per le proposte di Rai 1 che nel 2016 continua a confermarsi la rete leader grazie a un'offerta articolata dal punto di vista dei generi e al sapiente mix di novità e classici rinnovati.

Tra i fiori all'occhiello della prima rete i tv movie della collection *Il commissario Montalbano*, che a 17 anni dalla prima uscita, hanno ottenuto nel 2016 gli ascolti più alti di sempre, con quasi 11 milioni di spettatori e oltre il 40% di share. Risultati che in termini assoluti sono non solo rarissimi in Europa, ma notevoli anche se comparati al ben più ampio mercato americano dove sono poche le serie che superano i 10 milioni di ascolto in prima visione.

Un discorso analogo si può fare per *Don Matteo*, la cui eccezionalità – anche nell'edizione numero 10 – è di unire un formato di lunga serialità con uno share medio che rasenta il 30%.

La possibilità della fiction di continuare a raggiungere platee così vaste nell'offerta generalista è legata, in particolare, anche alla capacità di diventare "evento": un appuntamento imperdibile che va visto in diretta perché diventa l'argomento di cui parlare in famiglia e con gli amici e da commentare live sui social media (dove le fiction Rai sono spessissimo trend topic).

È quanto accaduto, per esempio, per la grande coproduzione internazionale *Medici - Masters of Florence*, kolossal già venduto in Europa, Nuova Zelanda, Israele, Giappone, India e Australia, che racconta il Rinascimento italiano attraverso le vicende della celebre famiglia di banchieri e mecenati fiorentini.

Un titolo pensato appositamente per il nuovo mercato mondiale, interamente girato in lingua inglese, che testimonia l'impegno della Rai a portare l'immagine dell'Italia al di fuori delle frontiere per confrontarsi con l'estero ed entrare nel circuito di produttori di serie globali.

Analogo il caso de *La mafia uccide solo d'estate*, adattamento seriale dall'acclamato film di Pif. Un'opera che spicca per originalità e discontinuità per la modalità di mettere in scena un racconto civile attraverso la vita di una famiglia nella Palermo del 1979.

Venendo a una più dettagliata disamina dei generi, nell'ambito delle fiction civili sono stati soprattutto titoli legati a storie vere a coinvolgere e mobilitare il grande pubblico: da Felicia Impastato (*Felicia Impastato*) a Lucia Annibali (*Io ci sono*), dal poliziotto Roberto Mancini (*Io non mi arrendo*) al sindaco pescatore Angelo Vassallo (*Il sindaco pescatore*), da Boris Giuliano (*Boris Giuliano - Un poliziotto a Palermo*) alla professoressa Mirella Casale (*La classe degli asini*).

Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione

1. Io non mi arrendo
2. I Medici
3. Il commissario Montalbano
4. Il sindaco pescatore
5. L'allieva
6. Rocco Schiavone
7. Io ci sono



Si tratta di un'indicazione editoriale di cui tenere conto anche nello sviluppo dei futuri progetti di fiction, consapevoli della delicatezza e della difficoltà di raccontare figure realmente esistite o addirittura esistenti, ma anche della straordinaria forza che una storia vera può rappresentare per il pubblico.

Un'altra fonte di ispirazione per la fiction Rai si è dimostrata la letteratura italiana contemporanea, in particolare nella declinazione del genere crime – da Camilleri (*Il commissario Montalbano*) a Manzini (*Rocco Schiavone*) – ma anche nel genere più leggero della commedia giallo-rosa, con la fortunata trasposizione dei romanzi di Alessia Gazzola *L'allieva*.

Tra i titoli del 2016 le lunghe serialità *Tutto può succedere* ed *È arrivata la felicità* sono state capaci di rinnovare il family tradizionale dal punto di vista dei contenuti – rendendolo più aderente ai temi e ai conflitti sociali del nostro tempo – ma anche del linguaggio e dello stile di regia, mantenendo però immutata la profondità tematica e il calore emotivo tipici del genere.

Dove l'innovazione è maggiormente evidente non solo per i contenuti editoriali, ma per la stessa

esistenza di una linea di offerta originale, è nella fiction prodotta per Rai 2 e Rai 3.

Gli ottimi risultati del ritorno de *L'ispettore Coliandro* e ancor più lo straordinario successo – in termini di ascolti e di immagine – della serie *Rocco Schiavone*, realizzata in collaborazione con Beta Film, hanno acceso la luce su prodotti capaci di differenziarsi dall'offerta destinata alla rete ammiraglia.

Si tratta, infatti, di una serialità più moderna, scanzonata e scorretta nei contenuti, ma soprattutto originale nel linguaggio, in grado di coinvolgere un pubblico nuovo e più smalizzato.

Per quanto riguarda Rai 3, la trasmissione dei nuovi episodi di *Non uccidere* conferma il lavoro di innovazione produttiva condotto da Rai Fiction con la collaborazione del centro di produzione televisivo Rai di Torino. La serie rappresenta uno dei migliori esempi di produzione a basso costo ma dagli altissimi standard qualitativi.

La prima stagione, molto apprezzata dalla critica a livello internazionale, anche grazie al lavoro di distribuzione di Rai Com, è stata venduta in molti Paesi e sarà trasmessa sul canale franco-tedesco Arte, quasi in contemporanea con l'uscita della seconda stagione su Rai 3.

Un successo che, insieme a quelli ottenuti da *Medici - Masters of Florence* e *Rocco Schiavone*, conferma quanto la fiction italiana – e la fiction Rai in particolare – stia diventando una realtà da seguire nel mondo dell'audiovisivo internazionale.

1. La mafia uccide solo d'estate
2. Don Matteo 10



Cinema

Nel 2016 Rai Cinema ha proseguito l'attività di acquisizione di film e di fiction con l'obiettivo di arricchire il palinsesto Rai.

La società, inoltre, mantiene un ruolo di primo piano nell'attività di produzione cinematografica nazionale ed europea e nell'attività di sfruttamento commerciale attraverso O1 Distribution.

Acquisti prodotto tv

Per ciò che riguarda l'attività di approvvigionamento per le reti, si segnala il rinnovo dell'Accordo quadro tra CBS e Rai per il biennio di produzione USA 2017-2018. Il prosieguo di questa partnership strategica garantisce un accesso privilegiato al prodotto premium sotto il profilo editoriale e commerciale, utile ad assicurare la composizione di un'offerta competitiva. L'accordo consente di prolungare il rapporto di esclusiva Free tv, con holdback vs Pay, per le produzioni televisive originali della major statunitense che da anni rappresentano il caposaldo dell'offerta fortemente identificativa di Rai 2 e di Rai 4.

Ulteriore operazione strategica, in linea con il posizionamento editoriale delle reti, è l'accordo con la 20th Century Fox International Television per le annualità 2016-2018 che andrà ad alimentare i palinsesti di tutti i canali. Sono stati acquisiti titoli cinematografici e televisivi di elevata qualità, current e di library, diversi per genere, caratteristiche e target, che consentiranno di rinnovare e rendere competitiva la programmazione cinema delle reti Rai. Tra i principali titoli acquisiti: *Il ponte delle spie* di Steven Spielberg con protagonista Tom Hanks, *Il cigno nero* di Darren Aronofsky con l'attrice premio Oscar Natalie Portman, *La vita di Pi* del premio Oscar Ang Lee, *Una notte al museo*, commedia diretta da Shawn Levy, ed i relativi due sequel, *La mia vita è uno zoo* di Cameron Crowe con Matt Damon, *La risposta è nelle stelle* diretto da George Tillman Jr., la saga completa di *Alien* di Ridley Scott, *Il pianeta delle scimmie*, *Cocoon*, *Wall Street*, oltre a tutte le stagioni della serie cult degli anni novanta *X-Files*, acquisita per Rai 4.

Con Walt Disney è stato finalizzato un accordo che ha visto l'acquisizione di prodotto kids,

1. *In guerra per amore* di Pif
2. *La corrispondenza* di Giuseppe Tornatore
3. *La pazza gioia* di Paolo Virzì
4. *La ragazza del treno* di Tate Taylor
5. *The hateful eight* di Quentin Tarantino
6. *Veloce come il vento* di Matteo Rovere



indispensabile per i canali Rai Ragazzi, di serie live action di forte appeal per le reti, oltre alle serie in prosecuzione di successo che derivano dagli accordi precedenti come *Criminal Minds*, *Scandal*, *How to get away with murder*.

Ad integrare l'offerta cinematografica di tutte le reti, arrivano 80 titoli acquisiti da società quali Lucky Red, Europictures, Good Films, Bim, Academy Two, Red Film, Koch Media, Movies Inspired e Videa. Sono, invece, ad uso esclusivo dei canali specializzati i film acquisiti da distributori, anche italiani, quali Ga&A, Adler, 30 Holding, Blue Swan, DNC, Cult, Wider e PFA.

Relativamente al prodotto più specificatamente televisivo, un'ampia selezione proviene dalle società tedesche ZDF, Beta e Global Screen che, in virtù di una partnership consolidata, forniscono una quantità consistente di prodotto per la programmazione di tutte le fasce.

Con riferimento ai titoli internazionali acquisiti in modalità full rights, il costante monitoraggio delle tendenze del cinema mondiale e la partecipazione ai più importanti mercati internazionali hanno permesso a Rai Cinema di arricchire il listino di nuovi titoli:

- *Dalida* di Liza Azuelos, con Sveva Alviti, Riccardo Scamarcio, Alessandro Borghi e Vincent Perez (co-prodotto con Pathè), film trasmesso in prima serata Rai 1 il 15 febbraio 2017, in occasione dei 50 anni dalla morte di Luigi Tenco e dei 30 anni dalla morte di Dalida;
- *Works without an Author* di Florian Von Donnersmarck (co-prodotto con Beta), autore premio Oscar di cui Rai Cinema ha già acquisito e distribuito con enorme successo i primi due lungometraggi, *Le Vite degli Altri* e *The Tourist*;
- *Molly's Game* di Aaron Sorkin, adattamento del libro di memorie di Molly Bloom, interpretata da una straordinaria Jessica Chastain.

Si evidenzia, poi, il nuovo accordo quadriennale concluso con Leone Film Group per rifornire i listini di O1 Distribution di prodotto internazionale pregiato. L'accordo, che si sostanzia principalmente come service distributivo, assicurerà, oltre ad una corposa library free tv di lunga durata utilizzabile su tutte le reti, prodotto di forte appeal per i listini theatrical e home video di O1 Distribution.

Produzione cinematografica

Nel corso del 2016, Rai Cinema ha contribuito alla realizzazione di moltissimi titoli che compongono un'ampia e differenziata offerta di prodotto.

Tra i film completati o in fase di post-produzione ricordiamo: la nuova commedia di Massimiliano Bruno, *Beata ignoranza*, che racconta l'amicizia

ormai in frantumi tra due professori di liceo; *Non è un Paese per giovani* di Giovanni Veronesi, viaggio di due amici a Cuba in cerca di fortuna; *Brutti e cattivi*, film d'esordio di Cosimo Gomez, commedia noir; *L'intrusa* di Leonardo Di Costanzo, storia di lotta individuale ed emancipazione sociale, ambientata a Napoli; *Nico, 1988* di Susanna Nicchiarelli, cronaca dell'ultimo anno di vita di un'icona della musica internazionale; il nuovo progetto di Paolo e Vittorio Taviani, *Una questione privata*, tratto dall'opera di Beppe Fenoglio; *Questione di Karma* di Edoardo Falcone che racconta del bizzarro rapporto tra il figlio di un ricco imprenditore morto suicida e un piccolo truffatore; *Smetto quando voglio Masterclass* e *Smetto quando voglio Revolution* di Sydney Sibilia, i due sequel della fortunata commedia corale su un gruppo di ricercatori universitari; il film di Francesca Comencini *Amori che non sanno stare al mondo*, commedia romantica sulla storia di un grande e tormentato amore; il noir poliziesco di Toni D'Angelo, *Falchi*, ambientato a Napoli; *MUN-Metti una notte*, esordio alla regia di Cosimo Messeri, commedia surreale in cui i personaggi affrontano ogni tipo di assurda avventura; *Il ragazzo invisibile 2* di Gabriele Salvatores, secondo episodio sul giovane supereroe che cercherà di capirne di più sulle proprie origini; *Sicilian ghost story* opera seconda dei due registi Antonio Piazza e Fabio Grassadonia in cui si racconta una terribile vicenda di mafia degli anni 90; *Cuori Puri*, opera prima di Roberto De Paolis, storia di una giovane ragazza combattuta tra il proprio voto di castità fino al matrimonio e l'amore per un ragazzo poco più grande di lei; la commedia di Alessandro Pondi dal titolo provvisorio *Martino dove sei?*, in cui due amici organizzano la finta sparizione di uno dei due; *A casa*, commedia di Antonio Albanese, nella quale un milanese doc decide di riportare in Africa due senegalesi; *Addio fottuti musi verdi* di Francesco Capalbo aka Francesco Ebbasta, primo film dei The Jackal, irriverente storia di un giovane disoccupato napoletano che viene assunto dagli alieni; il nuovo film dei Manetti Bros, dal titolo provvisorio *Ammore e malavita*, storia di un boss che si finge morto per godersi i soldi all'estero con la moglie; *La tenerezza* di Gianni Amelio, storia di due famiglie in una Napoli inedita, lontana dalle periferie; *Rosso Istanbul* di Ferzan Ozpetek storia di uno scrittore ritornato ad Istanbul dopo essersene volontariamente allontanato, a seguito della perdita della compagna.

Tra i progetti in preparazione segnaliamo: *Il libro delle visioni* di Carlo Hintermann, una produzione internazionale che racconta i problemi personali e le scoperte scientifiche di una ricercatrice; *Hotel Gagarin*, opera prima di Simone Spada girata tra l'Italia e l'Armenia; l'opera prima di Brando De Sica, *Mimi il principe delle tenebre*, bizzarra e

originale incursione nel racconto gotico nei vicoli di una Napoli inedita e notturna; *Troppa Grazia* di Gianni Zanasi, 'commedia mistica' su una giovane donna che in un momento di crisi personale inizia ad avere delle strane apparizioni.

Tra gli sviluppi: *Lazzaro felice*, di Alice Rohrwacher, favola moderna sospesa tra presente e passato, tra città e campagna; *Menocchio* di Alberto Fasulo che ricostruisce la biografia di Domenico Scandella, in arte Menocchio; *Ride*, opera prima di Valerio Mastandrea che descrive la personale elaborazione del lutto da parte di una famiglia di un operaio morto in fabbrica; *Essere* di Leonardo Guerra Seràgnoli, in cui viene raccontato un futuro non troppo lontano; *Il traditore* di Marco Bellocchio, ispirato alla figura di Tommaso Buscetta, importante pentito di mafia della storia italiana; di Cosimo Gomez, *Sangue Gruppo Zero*, noir metropolitano dai toni cupi e drammatici; *Guida Romantica a posti sperduti*, opera terza di Giorgia Farina, bizzarro viaggio di due sconosciuti; di Matteo Garrone lo sviluppo tratto dal *Pinocchio* di Collodi e, infine, *Strangers in paradise*, che sarà il film 'americano' di Gabriele Salvatores, tratto dal libro *Se ti abbraccio non aver paura* di Fulvio Ervas, road movie con protagonisti un padre e un figlio.

Produzione di documentari

Per quanto riguarda il cinema del reale e documentario, nel 2016 Rai Cinema ha attivato 56 documentari in continuità con le proprie linee editoriali e con il mandato di sostegno agli autori e produttori indipendenti.

Accanto ai nuovi progetti di registi ormai noti (Davide Ferrario, Roberto Minervini, Pippo Delbono, Martina Parenti e Massimo D'Anolfi, Francesco Munzi e altri), la società ha investito negli esordi di nuovi talenti come Giovanni Totaro (*Happy Winter*), Federica di Giacomo (*Liberami*), Silvia Bellotti (*Il martedì e il venerdì*) e Martina Di Tommaso (*La via della felicità*).

Tra gli altri progetti, vanno segnalati *Fuori Fuoco*, realizzato da sei detenuti del carcere di Terni che diventano registi per raccontare la loro vita dietro le sbarre; *Pino Daniele, Il tempo resterà* di Giorgio Verdelli, grande omaggio al musicista partenopeo scomparso due anni fa, e *Alla ricerca delle radici del male* di Israel Moscati, terzo capitolo della trilogia del 'viaggio nell'animo dei figli della Shoah', che mette a confronto il dolore dei figli e dei nipoti della Shoah con il senso di colpa dei figli e dei nipoti dei nazisti.

Il 2016, sul fronte documentaristico, è stato l'anno di *Fuocoammare*: vincitore dell'Orso d'Oro a Berlino e dello European Film Awards

per il miglior documentario europeo, candidato a rappresentare l'Italia agli Academy Awards e venduto in oltre 60 Paesi; su Rai 3 in prima serata, il 3 ottobre, ha fatto registrare un ascolto straordinario, pari a 2,5 milioni di telespettatori.

Presenza ai festival

L'anno si è aperto con la prestigiosa vittoria di *Fuocoammare* di Gianfranco Rosi, Orso d'Oro al Festival di Berlino, il primo di una serie di riconoscimenti che l'opera ha raccolto in tutto il mondo: è stata presentata in oltre 50 festival internazionali vincendo, tra gli altri, gli European Film Awards (EFA) come migliore documentario. Da ultimo, è stato selezionato nella cinquina dei documentari che hanno concorso agli Oscar 2017 ed è stato in *nomination* per i Cesar nella sezione Miglior documentario.

Sei i film selezionati per il Festival di Cannes: *Fai bei sogni* di Marco Bellocchio, *La pazza gioia* di Paolo Virzì e *Fiore* di Claudio Giovannesi, presentati alla Quinzaine des Réalisateurs; *Pericle il nero* di Stefano Mordini, selezionato nella sezione Un Certain Regard; *I tempi felici verranno presto* di Alessandro Comodin, alla Semaine de la Critique e *L'ultima spiaggia* di Thanos Anastopoulos e Davide Del Degan nella Selezione Ufficiale.

Numerosi sono stati i riconoscimenti raccolti dopo Cannes.

Ricordiamo innanzitutto i 16 David di Donatello, di cui ben 14 (7 ciascuno) assegnati a *Lo chiamavano Jeeg Robot* di Gabriele Mainetti e a *Il racconto dei racconti* di Matteo Garrone.

A questi si aggiungono i 7 Globi d'Oro assegnati dalla stampa estera in Italia – tra i quali si distinguono di nuovo *Lo chiamavano Jeeg Robot*, vincitore come Miglior Film, e *Fuocoammare* che si è aggiudicato l'ambito Gran Premio della Stampa Estera – e i 15 Nastri d'Argento assegnati a Taormina dal Sindacato Nazionale Giornalisti Cinematografici Italiani a tanti nostri titoli, tra i quali ricordiamo *Non essere cattivo* di Claudio Caligari, vincitore del Nastro dell'Anno.

Alla Mostra d'Arte Cinematografica di Venezia, Rai Cinema ha partecipato con 17 titoli tra film, documentari, un film restaurato e due cortometraggi. Tra questi *La La Land* di Damien Chazelle, che ha permesso a Emma Stone di aggiudicarsi la Coppa Volpi come miglior attrice protagonista, e *Liberami*, il documentario di Federica di Giacomo sugli esorcismi in epoca contemporanea, che ha vinto il Premio Orizzonti.

Nella parte finale dell'anno, Rai Cinema è stata presente al Festival di Roma con 13 titoli, tra film e documentari, e al Torino Film Festival con 3 film.

Distribuzione

Nel 2016 Rai Cinema ha distribuito 33 film per un box office totale di 52,5 milioni di Euro, quasi 9 milioni di biglietti venduti, attestandosi al 6° posto nella classifica dei distributori con una quota di mercato dell'8,4% sulle presenze.

I titoli che hanno avuto i migliori risultati sono: *The Hateful Eight* di Quentin Tarantino; *La Pazza Gioia* di Paolo Virzi; *La ragazza del treno* e *In guerra per amore* di PIF; da segnalare anche il docufilm *Fuocoammare*.

Infine, con la distribuzione di *Veloce come il vento*, Rai Cinema ha confermato il suo impegno nei confronti di registi giovani ed esordienti.

Rai Cinema, inoltre, si conferma la prima azienda italiana dell'Home Video e la quarta del mercato con una market share pari al 6% sulle novità 2016 e del 5% sull'intera library; il film *The Hateful Eight* di Quentin Tarantino è stato il 22° film più venduto del 2016 con oltre 70.000 copie distribuite.

Accordi commerciali

Nel 2016, in linea generale, si conferma il trend in crescita della commercializzazione nei diversi canali distributivi successivi allo sfruttamento theatrical e home video, anche grazie allo sviluppo delle nuove piattaforme per gli sfruttamenti Est, Tvod e Svod.

Si evidenziano, in particolare, il rinnovo a ottobre 2016 degli accordi con le piattaforme Netflix e Timvision, la cessione a Sky Italia dei diritti Ppv/Tvod di un pacchetto di 12 titoli current e la vendita dei diritti airlines ad Alitalia con oltre 40 titoli (current e library).

Nel canale edicola, infine, grazie agli accordi in atto con Mondadori e con il Gruppo L'Espresso, si registra una consistente presenza di film di Rai Cinema.

L'impegno di Rai Cinema sul web continua ad essere in costante crescita. Il 2016 ha visto il consueto sostegno di Rai Cinema Channel alla promozione di tutti i film prodotti e coprodotti da Rai Cinema, sia con i live social sia con video report delle serate eventi e anteprime (Festival di Cannes, Nastri d'Argento, Ciak D'Oro, David di Donatello, Festival di Venezia, Festa del Cinema di Roma, proiezione di *Fuocoammare* a Lampedusa).

Contemporaneamente all'attività di promozione, il mercato dell'acquisto del cortometraggio ha visto consolidare il marchio Rai Cinema, soprattutto nell'ambito delle manifestazioni di settore più importanti d'Italia: Cortinametraggio, Festival di Lecce, Tulipani di seta nera.

Rai Cinema Channel è stato in prima linea anche nelle iniziative charity: 'La Partita del Cuore', per sostenere la ricerca a favore della 'Fondazione Bambino Gesù Onlus' e della 'Fondazione Telethon' e l'evento di presentazione del libro 'Sguardi d'attore. I volti di Rai Cinema', il cui ricavato è stato devoluto alla gestione della sala cinema del Policlinico Gemelli di Roma.

La radio

La Radio è una componente originaria del Servizio Pubblico e un avamposto dell'ibridazione tra i media, esempio di convergenza tra piattaforme e consumi, banco di prova della Media Company Rai.

La proliferazione di contenuti, formati e interazioni web e social media descrivono un comparto radio profondamente integrato e innovativo, in grado di interpretare l'identità fluida del suono e di affermare la centralità del mezzo nello scenario digitale.

Da questo punto di vista l'estensione della rete Dab+ accompagna un processo di migrazione tecnologica ed editoriale in atto da tempo, già ben percepito dalla platea degli ascoltatori, in particolare gli utilizzatori abituali di device digitali.

Dalla fisionomia composita del mezzo, radicata nelle abitudini e protesa verso gli usi avanzati, deriva una molteplicità di compiti e sviluppi, non ultimo il confronto con un mercato che nel 2016 ha visto aumentare numero e qualità di operatori, offerte, sinergie tra gruppi concorrenti, mentre l'andamento degli investimenti pubblicitari ha invertito la dinamica non brillante degli ultimi anni.

Ne deriva anche l'impegno che RadioRai per prima ha assunto nella costituzione del Tavolo Editori Radio – TER Srl, la società degli Editori

radiofonici nazionali e locali nata nell'aprile 2016 con l'obiettivo di ricostruire una nuova indagine sugli ascolti.

Il Dab+ rappresenta la priorità degli interventi infrastrutturali, insieme alla tutela e al potenziamento della Rete Fm. Un processo di sistema che attua le linee guida Agcom, al quale la Rai partecipa con le sue competenze tecnologiche, e sul fronte editoriale con il piano triennale di riposizionamento dei canali specializzati che razionalizza la presenza di RadioRai sul territorio mobile delle piattaforme digitali, prossimo campo di gioco di una competizione avanzata in cui l'apporto della Concessionaria dovrà essere decisivo.

Lo scenario del 2017 propone perciò una doppia occasione di confronto con le Istituzioni e il mercato: l'Indagine TER 2017 e il *work in progress* della Radio digitale. Appuntamenti che richiedono visione strategica e capacità di individuare opportunità di sviluppo e soluzioni sostenibili per un Servizio Pubblico che, pur non essendo *leader* di mercato, resta perno del sistema radiofonico.

Nel 2016 le principali linee di azione sono state:

- **qualificazione dell'offerta:** rinnovamento dei formati editoriali; miglioramento della struttura di palinsesto; sviluppo del palinsesto pubblicitario, anche mediante l'introduzione di nuovi formati (*product placement, branded content, station break, radio content, infactory*);
- **innovazione tecnologica e infrastrutturale:** *upgrading* App RadioRai per ascolto da device

1. Il *CaterRaduno* di Radio1, a Senigallia dal 4 al 9 luglio 2016
2. Tutte le voci di Radio2
3. Il commento calcistico di Riccardo Cucchi e Filippo Corsini ai microfoni di Radio 1
4. *Un giorno da pecora* su Radio 1 con Giorgio Lauro e Geppi Cucciari
5. La giornalista Emanuela Falcetti su Radio 1 con *Italia sotto inchiesta*
6. *Radio2 Live* e le performance dal vivo
7. Ilaria Sotis ai microfoni di Radio1 con *La radio ne parla*
8. *Non sono obiettivo* di Oliviero Toscani su Radio1
9. *Radio anch'io* con Giorgio Zanchini



mobili; migrazione da rete Isdn a protocollo IP (progetto RadioPorto); digitalizzazione dell'archivio storico;

- **conoscenza del mercato:** monitoraggio qualitativo dell'offerta RadioRai (panel Engagement Track, Gfk); analisi della composizione e struttura di palinsesto (RadioRai e concorrenti); analisi dei dati di ascolto (Radiomonitor) e di contatto (WebTrek);
- **palinsesto istituzionale e sociale:** gestione delle campagne di sensibilizzazione e raccolta fondi (Segretariato sociale); coordinamento editoriale, monitoraggio e reporting dei Piani di comunicazione Corporate (es. Telethon 2016);
- **attività internazionali:** celebrazione del World Radio Day (13 febbraio), spot multilingue e programmi dedicati; seminario Comunità Radiotelevisiva ItaloFona (Roma, 1-2 aprile); presentazione Radio 8 Opera al Plenary Meeting of Music Experts EuroRadio (Ginevra); meeting annuale Euroradio Users' Group (Roma, 24 giugno); partecipazione RadioRai al New Radio Day Ebu (Madrid, 13-14 ottobre);
- **premi e riconoscimenti:** premio Cuffie d'Oro / Radio Awards 2016, sezione Cultural Show, a Radio3 e Radio2.

Canali

Radio1 – Giornale Radio

Radio1 ha sviluppato la sua offerta con il dibattito, l'inchiesta, il reportage, tutto lo sport che conta e una scelta musicale non scontata. Un palinsesto sul filo delle notizie: 48 edizioni del Giornale Radio, tre rassegne stampa, inchieste, approfondimenti, reportage. 24 ore sempre in diretta, dagli speciali sull'emergenza terrorismo nei primi mesi dell'anno agli Europei di Calcio.

Radio1 è una rete di contenuti condivisi e rilanciati sul web e sulle piattaforme social: Facebook, Twitter, Instagram, lo streaming video realizzato con la app di Twitter *Periscope*, i programmi di punta in onda dal territorio, contribuiscono fare di Radio1 una vera e propria *community* in cui riconoscersi: attendibile, autorevole, meno 'palazzo' e più cronaca.

Le dirette no-stop hanno caratterizzato una prima parte dell'anno segnata dagli attentati di Bruxelles, da giornate speciali come il Primo maggio - con il racconto delle manifestazioni sindacali e dei *concertoni* di Taranto e Roma -, dalle elezioni amministrative nelle grandi città italiane, all'accesa campagna per la corsa alle presidenziali Usa. Radio1 ha seguito ogni avvenimento in presa diretta, con decine di ore di programmazione integrate dai notiziari ogni 30 minuti.

Ormai consolidata la rassegna stampa internazionale di *Voci del mattino*, l'offerta più

completa tra i Servizi pubblici europei: una selezione di *highlight* delle principali televisioni internazionali e di alcune emittenti escluse dai consueti circuiti informativi.

Mentre lo sport in tv è sempre più frammentato e in gran parte *pay*, Radio1 è il canale del Servizio Pubblico che offre *free* tutti gli eventi importanti: dal calcio alla Formula1, dalla pallavolo al Moto Gp, dal tennis al ciclismo, dal nuoto allo sci: 40 ore di radiocronache e servizi ogni settimana, 10 pagine sportive al giorno, circa 800 ore di programmazione solo nel primo semestre. Con tutte le radiocronache di calcio - serie A e B - più Champions League, Europa League, la Nazionale maggiore e Under 21, la Tim Cup, il basket e la pallavolo. Pronti a raccontare la grande estate di *Euro 2016* - con tutte le partite in diretta dagli stadi di Francia - e le Olimpiadi di Rio.

In occasione del terremoto del 24 agosto sono state più di 30 le ore di diretta con un ingente sforzo produttivo che ha coinvolto 11 inviati e decine tra giornalisti e tecnici.

La copertura di Radio1 ha riscosso ampio riconoscimento nell'opinione pubblica e sui media, portando all'attenzione internazionale le voci dei protagonisti a cominciare dal sindaco Pirozzi, il cui grido di dolore "Amatrice non c'è più", pronunciato pochi minuti dopo il sisma ai microfoni di Radio1, ha fatto il giro del mondo.

L'attività di copertura del sisma con Fili diretti ed Edizioni speciali del Gr non si è limitata alle prime scosse ma è proseguita in occasione degli eventi di fine ottobre ed è continuata anche quando l'attenzione dei media si è abbassata raccontando giorno per giorno i disagi degli sfollati, il sopraggiungere dei rigori dell'inverno, il clima particolare delle festività natalizie trascorse nei centri in macerie.

A fianco di questa attività eccezionale si è intensificata quella ordinaria del Giornale Radio, con il varo di due nuove edizioni del Gr2 (durata 3') in onda alle 21.30 ed alle 23.30; è stata inoltre accresciuta la copertura degli eventi quotidiani nell'ambito dei Gr già esistenti, con un aumento del numero di servizi e delle notizie trasmessi.

L'aumento dell'impegno ordinario e straordinario ha accresciuto la percezione di Radio1 e Gr come frontiera avanzata dell'informazione Rai e risponde all'obiettivo di fidelizzare ed espandere il bacino degli ascoltatori interessati al prodotto informativo.

A questo ha concorso anche la programmazione dei tradizionali contenitori di canale, da *Radio Anch'io* a *La radio ne parla*, da *Restate scomodi* ad *Italia sotto inchiesta*, da *Zapping* a *Voci del Mattino* alle rassegne stampa, nazionale ed internazionale.

Per presidiare segmenti tematizzati come quello dell'innovazione tecnologica, degli stili di vita e della sanità sono proseguite trasmissioni come *Eta Beta*, *Mary pop* e *Life*.

Notevole interesse ha suscitato l'avvio sui Radio1 della programmazione di *Un giorno da pecora*, che non ha subito contraccolpi con lo spostamento di canale ed ha invece portato freschezza e nuovi stimoli. La collocazione oraria (h. 13.30 – 15.00), è stata una sfida vinta con primi segnali di interesse e partecipazione degli ascoltatori, anche sui social.

Particolare rilievo ha avuto l'attività della redazione sportiva, che dopo i grandi appuntamenti estivi, è tornata con rinnovato impegno alla copertura della straordinaria gamma di eventi, dalla Serie A alla Serie B, dalla Champions alla Europa League, dal basket al volley, dal rugby allo sci ad altro ancora.

Radio2

Progetti editoriali multiplatforma, linguaggi attuali, spazio alla musica, programmi e concerti live, il racconto del territorio, campagne sociali, visibilità del brand attraverso la crossmedialità: questi i principali elementi che hanno caratterizzato l'offerta di Radio2 nel 2016.

Programmi storici e innovativi nei formati e nei contenuti, una strategia di offerta incentrata sul concetto di *live* declinato *on air* e *on line*, lo *storytelling* della vita degli ascoltatori, significative operazioni di *cross-promotion* con la tv, sono la sintesi di un palinsesto composto da 30 programmi dal lunedì alla domenica, interamente prodotti negli studi Rai di Roma e Milano.

Se nella prima parte dell'anno si è consolidata l'offerta *on air*, premiata da ottimi risultati di ascolto, nel secondo semestre sono state avviate diverse azioni finalizzate ad intercettare nuovi target di pubblico:

- nel corso dell'estate, spazio a suoni contemporanei, sperimentazioni, musica e intrattenimento, con forte integrazione con i social;
- in autunno, il riposizionamento di diversi programmi della tarda mattinata e del pomeriggio.

Significativo il lavoro sui contenuti e i linguaggi dei principali programmi della Rete. *Il Ruggito del Coniglio* – che nel 2016 ha festeggiato i vent'anni di trasmissioni –, *Caterpillar AM* e *PM*, *610*, *Decanter* – arricchito dalla rubrica del venerdì *Chef ma non troppo* –, *Radio2 Social Club*, *I Provinciali*, *Non è un Paese per Giovani*, *I Sociopatici*, con una squadra rinnovata.

Numerose le nuove proposte. *Radio2 Come Voi* al mattino; *Me Anziano You Tuber*, confronto generazionale tra un giornalista della carta stampata e uno *youtuber*; il nuovo formato notturno, *2Night*, con musica di tendenza.

Nel weekend, accanto allo storico *Black Out*, al *Programmone* con la surreale comicità di Nino Frassica, a *Ettore* e a *Coniglio Relax*, importanti nuovi ingressi. *Italia nel Pallone*, il mondo dello sport raccontato con ironia e leggerezza; *Hit Story*, viaggio attraverso la musica d'autore; *KGG* alla ricerca delle notizie più curiose, delle storie più divertenti e della miglior musica in circolazione; *Radio2 Weekend* e la sua pungente satira; *Back2Back*, la sfida in console a colpi di *hit*.

Sempre più ricca la strategia sviluppata attorno al concetto di *live*, che si conferma uno dei punti di forza della Rete:

- **i live dagli studi di via Asiago:** Verdena, la Festa della Musica con Malika Ayane, Fabi, Thegiornalisti e Clementino, I Cani, Calcutta, LP;
- **i live del venerdì e non solo:** Texas, Mark Lanegan, Pet Shop Boys, Public Service Broadcasting, i Tre Allegri Ragazzi Morti, e poi, Levante, Travis, Editors, I Cani, Deus, AltJ, Cosmo, Skunk Anansie, Nothing But Thieves, Jack Savoretti, David Guetta per la cerimonia inaugurale degli Europei di Calcio 2016, e infine Battiato e Alice *live in Rome*, il Concerto di Capodanno, Graham Nash;
- **i mini live** con esibizioni musicali ed acustiche di giovani gruppi di tendenza all'interno dei programmi *Rock and Roll Circus*, *Babylon* e *2Night*;
- **i live di Natale:** Jess Glynne, Tiromancino, Coldplay, Max Gazzè, Earth Wind & Fire, Simply Red, The Strumbellas, Radiohead, Elton John, Lionel Richie, Bryan Ferry, Anastacia;
- **gli eventi live sul territorio:** in diretta dal Truck Radio2 dalle piazze e dai teatri, spesso in media partnership, per La Barcolana, L'Eroica, Il CatterRaduno di Senigallia, il Lucca Summer Festival, Lucca Comics and Games, Torino Film Festival, Maker Faire, il Salone del Gusto, TEDxCRN, Roma Europa Festival, Artefiera, la Festa del Cinema di Roma, la Notte Rosa di Riccione, Radio2 Play Rovereto.

Nel primo semestre Radio2 ha trasmesso la seconda edizione di *Radiobattle*, il 'torneo Europeo della Radio'. Un programma interamente in lingua inglese sul campionato europeo delle Radio musicali, un vero e proprio torneo che ha visto sfidarsi 16 emittenti europee a colpi di dj set esclusivi.

In dicembre, la storica Sala A di Via Asiago, interamente ristrutturata, è stata inaugurata con i live di *Radio2 Social Club*, *610* e *Radio2*

Natalent, la recita di Natale che ha regalato agli ascoltatori una galleria di *best of* di tutti i conduttori di Radio2.

Radio2 ha incrementato in modo importante le sinergie editoriali con i canali televisivi:

- Rai 1: collegamento quotidiano de *Il Ruggito del Coniglio* con *Uno Mattina* per lanciare la diretta; Fede e Tinto di *Decanter* giurati de *La prova del cuoco*; *I Migliori Anni*, *Sanremo Giovani*, le prime serate dedicate ai concerti di Tiziano Ferro, Zucchero e Mogol, per concludere con *Sarà Sanremo e Natale e Quale*;
- Rai 2: *The Voice of Italy* e *La Musica di Casa Mika*, lancio delle 4 serate tv; Andrea Delogu, voce e madrina del programma *I Sociopatici*, ha condotto su Rai2 *Stracult*;
- Rai 3: sempre Andrea Delogu, alla conduzione de *Il Processo del Lunedì*, dove troviamo anche Michele Dalai, conduttore su Radio2 di *Ettore*. Su Rai3 anche una puntata speciale di *Che Tempo che Fa* in diretta dalla Sala B di via Asiago con il *Programmone* di Nino Frassica;
- Rai 4: *Rai Dire Nazionale*, in occasione degli Europei di Calcio 2016 e delle Qualificazioni ai Mondiali di Calcio 2018, raccontate dalla Giappapa's Band.

Con il claim "lo vedi in tv lo ascolti su Radio2", Radio2 si conferma emittente ufficiale di grandi eventi televisivi quali il *Festival di Sanremo*, gli *OSA TIMmusic On Stage Awards 2016*, *La Partita del cuore*, i Concerti del Primo Maggio di Roma e Taranto, gli *Emmy Awards 2016*, *La Notte della Taranta* e il Festival di Castrocaro.

Forte della mission di intrattenere con la consapevolezza di essere Servizio Pubblico, Radio2 coinvolge la propria community in campagne sociali di sensibilizzazione su grandi temi di attualità: la campagna promossa da *Caterpillar* "Bike The Nobel", con la simbolica candidatura della bicicletta al Premio Nobel per la Pace 2016 consegnata all'Accademia svedese per mano della "ciclista estrema" Paola Gianotti; la 12^a edizione di "M'illumino di meno", Giornata del Risparmio energetico lanciata e sostenuta da *Caterpillar*; per i 400 anni dalla morte di William Shakespeare, in collaborazione con il British Council, nell'ambito del progetto *Shakespeare Lives*, l'iniziativa #PlayYourPart ha prodotto un imponente coinvolgimento della community del canale.

Radio3

Nel 2016 Radio3 ha dedicato particolare attenzione ai grandi temi del dibattito culturale e civile e rafforzato l'ampiezza e la qualità della sua proposta musicale.

Molte le trasmissioni e gli appuntamenti che hanno ricordato date importanti della storia del nostro Paese: tra le altre, il 25 aprile, ogni

programma ha proposto un percorso sonoro di voci e testimonianze sulla guerra, la Resistenza e la Liberazione dai nazifascisti; il 6 maggio, i 40 anni dal terremoto del Friuli del 1976; il settantesimo compleanno della Repubblica italiana, ricordato il 2 giugno con una giornata speciale.

L'attenzione ai temi e ai linguaggi propri di Radio3 è stata anche la motivazione delle Giornate speciali: tra le altre, il Giorno della Memoria (27 gennaio); l'8 marzo in ricordo di Natalia Ginzburg nel Centenario della nascita con la lettura di *Lessico Femminile* da parte di Margherita Buy; la Giornata mondiale della Poesia (21 marzo) dedicata all'*Antologia di Spoon River* di E. L. Masters a cento anni dalla sua pubblicazione; la Giornata mondiale del Libro (23 aprile) ispirata a Shakespeare e a Cervantes a quattrocento anni dalla loro scomparsa; il 24 maggio per i 75 anni di Bob Dylan; il 21 giugno la Festa della Musica con il contributo di tutte le trasmissioni che hanno disegnato un percorso variegato e inedito, da Schubert al *freestyle*.

Il 15 marzo sono stati celebrati i quaranta anni di *Prima Pagina* che per l'occasione ha ricevuto un importante riconoscimento nel corso dell'ottava edizione del Premio Internazionale di Giornalismo Biagio Agnes.

Sempre attivo il presidio sui grandi temi della contemporaneità, con particolare intensità nel corso dell'anno per alcune vicende cruciali sul piano umano, geopolitico e sociale: nel caso della scomparsa di Giulio Regeni, tutte le trasmissioni hanno aderito alla campagna "Verità per Giulio" promossa da Amnesty International Italia.

Nel corso del 2016, i programmi di Radio3 hanno seguito in diretta le più importanti manifestazioni culturali italiane e non solo: il Festival della scienza di Roma e Arte Fiera di Bologna a gennaio; il Festival del cinema di Berlino a febbraio; Libri Come, festa del libro e della lettura di Roma ad aprile; il Salone del libro di Torino, il Festival del cinema di Cannes e la Biennale d'arte di Venezia a maggio; il Festival dell'economia di Trento a giugno; la Mostra internazionale del cinema di Venezia, il Festival Letteratura di Mantova e il Festival della Filosofia di Modena a settembre; il Festival di Internazionale a Ferrara in ottobre; Più libri più liberi a Roma in dicembre.

Particolarmente significativi i festival organizzati direttamente da Radio3: la seconda edizione di "Arte Cultura Lavoro" a Forlì; la sesta edizione di "Materadio", dalla città lucana proclamata Capitale europea della Cultura 2019; la terza edizione di "Radioeuropa" quest'anno dedicata alla Francia, a Perugia.

Tutte presenze che rispondono a una *mission* recente: raccontare la cultura non solo come

valore universale ma anche come esperienza che nasce nei territori. È una attenzione sempre più presente nelle trasmissioni quotidiane, ed esaltata negli appuntamenti pubblici, che rispondono alla logica di rendere ancora più coinvolgenti i temi centrali della programmazione e di incontrare dal vivo il nostro pubblico.

Nella stessa direzione va gran parte del lavoro sul web. Accanto alla possibilità di rendere sempre più accessibili, raggiungibili e riascoltabili in streaming i programmi, l'offerta Web si configura infatti come uno spazio ulteriore dell'identità di Radio3, destinato a pubblici anche diversi da quelli già raggiunti.

Particolarmente significativa è stata da questo punto di vista la riorganizzazione di alcune offerte, come quella di *Ad alta voce*, con le letture dei grandi romanzi, che si colloca stabilmente tra i 5 podcast più scaricati in Italia secondo le classifiche di iTunes. E alcuni dati più generali, che sebbene ancora insufficienti sul piano assoluto, fanno di Radio3 uno dei primi dieci siti di tutta la Rai per numero di pagine viste.

Aumentata anche l'offerta di filmati, immagini e contenuti non tradizionali per un canale radiofonico, in particolare l'attività di streaming video, soprattutto in occasione delle iniziative speciali.

Nella Giornata ProGrammatica, l'hashtag #parolefuorimoda ha raggiunto la vetta dei trend topics mentre il live tweeting, durante la trasmissione in diretta di alcune opere liriche (*Madama Butterfly* e *Turandot*), ha raggiunto risultati analoghi nelle classifiche.

Altrettanto significativa da questo punto di vista, la campagna legata al programma *Museo Nazionale - 150 opere d'arte della storia d'Italia* che ha proposto ad ascoltatori e IGers di pubblicare su Instagram le opere d'arte degne di entrare nel nostro museo: le immagini raccolte sono state oltre 8.000.

Dal punto di vista musicale, Radio3 ha programmato 930 concerti, dai più grandi teatri musicali, lirici e sinfonici del mondo, ma anche dai grandi festival jazz nazionali. Vanno ricordate almeno le dirette dal Teatro alla Scala, dal Regio di Torino, dal Comunale di Bologna, dalla Fenice di Venezia, dal Teatro dell'Opera di Roma e dal San Carlo di Napoli.

Costante è stata la presenza dell'Orchestra Sinfonica Nazionale della Rai, con i concerti della Stagione Sinfonica e con i cicli di *Rai Nuova Musica*, dedicati alla musica contemporanea. Sono proseguiti *I concerti del Quirinale* di Radio3, la prestigiosa rassegna in diretta tutte le domeniche mattina dalla Cappella Paolina del Palazzo del Quirinale, giunta quest'anno alla 17° edizione.

Ad arricchire la programmazione della fascia mattutina e del pomeriggio domenicale sono stati i concerti *Euroadio* che hanno permesso di proporre prestigiose orchestre come i Wiener Philharmoniker, i Berliner Philharmoniker, l'Orchestra del Festival di Lucerna ecc.. Presenti inoltre le stagioni liriche di importanti teatri come il Metropolitan di New York, la Wiener Staatsoper e la Royal Opera House.

Accanto all'attenzione ai temi e alle figure culturali del nostro tempo e ai grandi dibattiti scientifici, protagonisti tutti i giorni di programmi come *Fahrenheit* e *Radio3Scienza*, forte è stata la presenza di autori ed esperienze della grande tradizione letteraria, teorica, filosofica e intellettuale, che i nostri programmi provano costantemente a traghettare nel presente, a farli dialogare con le tensioni e i conflitti del nostro tempo. Questo cortocircuito ha generato una nuova trasmissione, *Pantheon*, che programmaticamente recupera i classici in una lettura contemporanea. Sono stati proposti cicli di trasmissioni dedicate ad Einstein, nel centenario della teoria della relatività, a Goethe, nel bicentenario del suo Viaggio in Italia (e il programma *Dove Fioriscono i Limoni - L'Italia di Goethe 200 anni dopo* è stata l'occasione per rivisitare i luoghi storici e simbolici attraversati dal grande scrittore tedesco) e a Thomas More, nel cinquecentenario della sua "Utopia".

A novembre, la sesta edizione di *Tutto Esaurito! Un mese di Teatro*, ha rappresentato l'occasione per sottolineare lo spazio che Radio3 dedica a questo linguaggio, con una decina di messe in scena direttamente negli studi di via Asiago e con una costante attività di informazione.

Vanno anche segnalate importanti collaborazioni istituzionali come quella del programma *La Lingua Batte* con il Ministero dell'Istruzione (MIUR). Collaborazione rinnovata per la Settimana della Lingua Italiana, con la quarta edizione della *Giornata ProGrammatica* il 19 ottobre.

Isoradio

Nel 2016 Isoradio ha confermato la sua programmazione di flusso: notizie su traffico, viabilità urbana ed extraurbana, musica, nel corso di tutte le 24 ore per 365 giorni l'anno.

Confermati i collegamenti quotidiani con la Polizia Stradale, la Società Autostrade per l'Italia, l'ANAS, le Capitanerie di Porto, gli Aeroporti, le Ferrovie.

Qui di seguito alcuni degli appuntamenti principali del 2016:

- *Viaggiare in sicurezza con Isoradio e la Polizia Stradale*. Tutte le settimane, in diretta, funzionari della Polstrada informano chi viaggia

sulle norme del Codice della Strada, sui comportamenti da tenere quando si guida, sulle sanzioni previste per le violazioni in materia di circolazione stradale, rispondendo anche alle domande degli ascoltatori;

- **Anas informa.** Spazio settimanale dedicato ai lavori in corso: cantieri, chiusure, progetti, a cura dell'Ufficio Stampa Anas;
- **Notte sicura con Isoradio.** Nella notte tra il sabato e la domenica, un happening radiofonico dedicato ai giovani e alla loro sicurezza sulle strade. Collegamenti con le pattuglie della Polizia Stradale da diverse località italiane, con i luoghi di ritrovo, gli eventi del week end, ospiti in diretta e la partecipazione degli ascoltatori. Per un rientro a casa sicuro nella notte a rischio "sballo";
- **Studenti a Isoradio.** Ogni mercoledì, studenti di scuole elementari, medie e superiori sono ospitati nei nostri studi e intervengono in diretta su educazione e sicurezza stradale;
- **Cultura on the road.** Eventi culturali, spettacoli, concerti e mostre;
- **Sulla strada.** Settimanale dedicato al mondo dell'autotrasporto;
- **Ti viaggio bene. Storie di Made in Italy in cammino.** Come viaggiano le merci dei nostri imprenditori sulle strade.

A seguito del terremoto nel Centro Italia, Isoradio ha confermato la sua mission potenziando i collegamenti con la Polizia Stradale, la Protezione Civile, i Vigili del Fuoco e le Prefetture, informando tempestivamente gli ascoltatori sulla viabilità e sulle operazioni di soccorso.

La programmazione musicale ha come sempre un ruolo importante. Nel corso del 2016, il format musicale è stato rinnovato: clock di 11-12 brani con interventi parlati inferiori a 3 minuti, hit Anni '60 - 2016, con grande prevalenza della canzone italiana.

Canali Web/Digital

Radio 4 Light. La programmazione propone musica leggera di qualità, con una rilevante componente di hit italiane e internazionali.

Radio 5 Classica. Il canale offre musica di repertorio selezionata dagli Archivi sonori Rai, con rubriche e monografie dedicate alle ricorrenze storiche dell'annata.

Radio 6 Teca. Regala al pubblico degli appassionati i gioielli dell'immenso patrimonio dell'Archivio sonoro dell'Audioteca conservato tra Roma, Torino e varie Sedi regionali, in corso di restauro e digitalizzazione. Il meglio della Radio italiana dal primo dopoguerra ad oggi: dai classici *Radio2 3131*, *Tutto il Calcio Minuto per Minuto*, *Inviato Speciale*, agli speciali di

Radio6 in occasione di eventi o anniversari. Tutti i contenuti sono disponibili in streaming e sul web in modalità podcast e *on demand*.

Radio 7 Live. Radio 7 Live dispone di un database musicale composto da circa 1.200 concerti, 5.400 brani *live* di varia tipologia, categoria e genere: un unicum nel panorama radiofonico. Il marchio *live* è declinato in vari modi: *Set list* (un concerto o un tour attraverso i ricordi e l'esperienza diretta dei testimoni); *Era ora* (un music talk dedicato ai percorsi della musica riprodotta, dal cd alla ripresa diretta); *Sanremo countdown* (le ultime 10 edizioni del Festival con commenti e interviste dai back stage); *Sanremo reloaded* (le serate del Festival rimontate da riascoltare il giorno dopo); *DallaRadio* (concerto in onore di Lucio Dalla).

La presenza sul territorio si affida a partnership con festival ed eventi: dalle Marche (Festival Ferrè dedicato a Leo Ferrè, San Benedetto del Tronto) alla Liguria (Premio Tenco, Sanremo), dall'Abruzzo (Jazz Italiano per Amatrice, L'Aquila) all'Umbria (Umbria Jazz Winter 23# e 24#) alla Sicilia (Festival Florio, Favignana).

È inoltre stata avviata una collaborazione stabile con le Sedi regionali Rai in grado di valorizzare altri eventi territoriali: in Sicilia per MusicaMed, la musica del mediterraneo; in Sardegna per Premio Parodi, festival internazionale di World music (Cagliari), in Calabria per il concerto della Corale Polifonica di Bova Marina.

Radio 8 Opera. È il canale dedicato alla promozione dell'opera italiana, un genere che valica agevolmente i confini nazionali e si rivolge a un pubblico ampio e composito.

Nel 2016 sono state trasmesse in streaming 1.263 opere in versione integrale, di cui 814 provenienti dagli Archivi Radio Rai e 449 dai maggiori Enti lirici: Teatro Regio di Torino, Teatro San Carlo di Napoli, Teatro alla Scala di Milano, Rossini Opera Festival di Pesaro.

Sono state inoltre realizzate 4 settimane di programmazione a tema, dedicate rispettivamente a Verdi, Rossini, Pavarotti e Tebaldi, con registrazioni storiche e approfondimenti; sedici giornate speciali su ricorrenze e anniversari, tra i quali Mozart, Verdi, Renata Scottò, Tito Gobbi, G.B. Pergolesi, Maria Callas.

Una spazio settimanale dedicato agli storici concerti 'Martini & Rossi', trasmessi dal 1936 al 1964 e riproposti in versione integrale digitalizzata, ripropone un marchio celebre che ha contribuito a diffondere nel mondo la fama di grandi interpreti italiani.

Disponibile un catalogo *on demand* accessibile dal sito Radio8opera.rai.it, completo di informazioni sull'edizione, il cast e con galleria di immagini, testi e documenti.

Digital

Nel 2016 – coerentemente con la strategia editoriale e industriale – web, mobile, televisioni connesse e social media sono stati oggetto di un profondo lavoro di revisione che ha cominciato a dare i primi frutti in occasione degli Europei di Calcio e delle Olimpiadi di Rio.

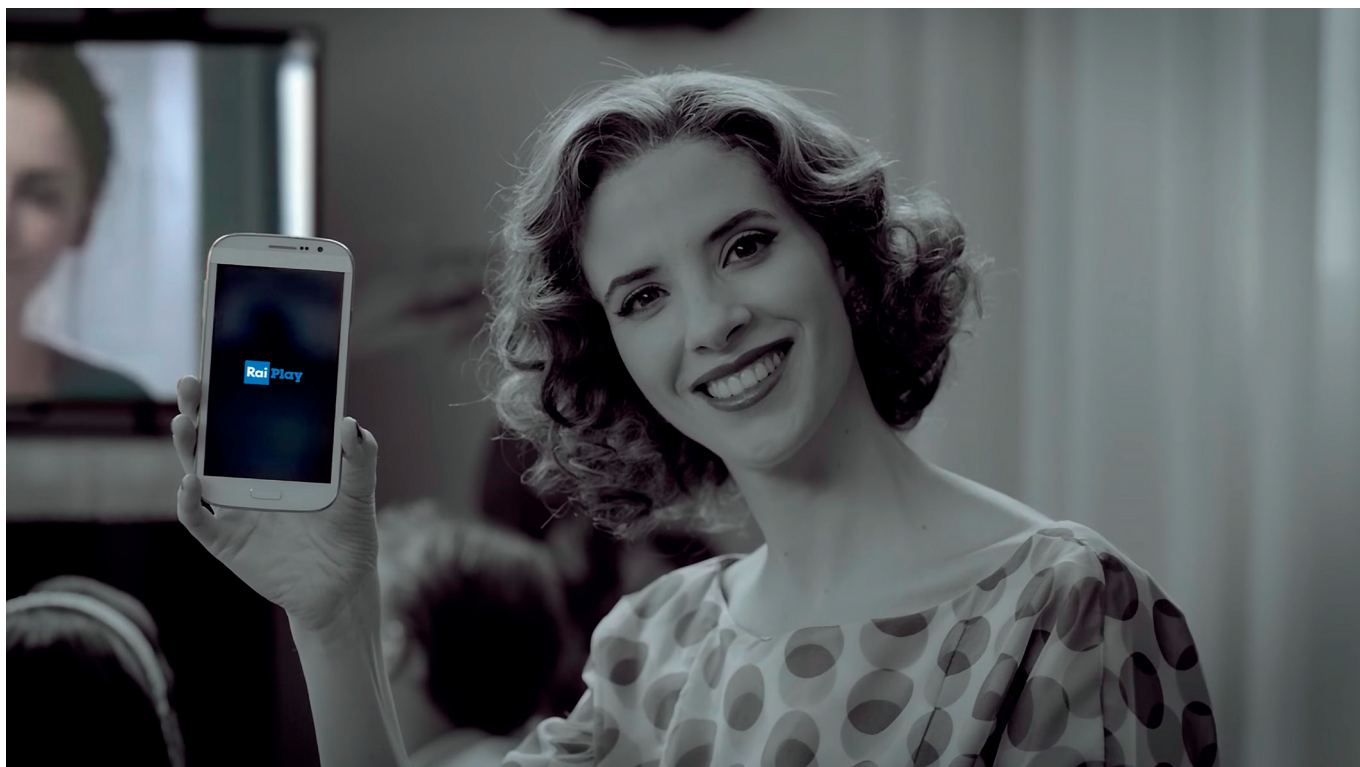
Tale attività si è estesa a tutti gli ambiti di offerta ed è riuscita a far esplodere i consumi non lineari della Rai nella seconda metà dell'anno soprattutto grazie al lancio di RaiPlay, vero motore della trasformazione di Rai in *Media Company*. A partire da settembre 2016, infatti, RaiPlay ha sostituito e ampliato le funzioni di RaiTv e dal 14 dicembre 2016, Rai ha portato RaiPlay nel mondo dei televisori connessi.

Con RaiPlay il Servizio Pubblico parla sempre di più a tutti: destinando attenzione a ogni singolo utente, accompagnando i cittadini con una pluralità di contenuti che rispondono alle esigenze più diverse, rendendosi semplice grazie ad una tecnologia accessibile e senza il bisogno di decoder o telecomandi speciali.

La total digital audience nel mese di novembre ha raggiunto 30,1 milioni di utenti, il 54,7% degli italiani dai due anni in su. Nel giorno medio erano online 23,1 milioni di italiani e hanno navigato da mobile 20,1 milioni di italiani tra i 18 e i 74 anni (fonte Audiweb).

L'offerta, a fine 2016, è composta essenzialmente da:

- **Rai.it:** il portale che aggrega e rende facilmente accessibile la vasta offerta web del Gruppo. Rai.it promuove e dà accesso a tutta la programmazione in onda ed ai relativi contenuti disponibili sul web di tutte le reti tv, di tutti i canali radiofonici, nonché ai contenuti informativi e multimediali di tutte le testate giornalistiche, esponendo direttamente le notizie più importanti di Rai News e Rai Sport. Rai.it propone, inoltre, una serie di servizi di grande importanza e interesse per il pubblico, quali ad esempio la guida alla programmazione dei canali Rai e l'accesso alle informazioni corporate della Rai. All'interno di Rai.it è compresa l'offerta dei siti dei programmi, dei canali e di servizio.
- **RaiPlay.it:** l'ambiente multipiattaforma attraverso il quale è possibile accedere, tramite un'interfaccia grafica evoluta ed adattiva, ad un'offerta video selezionata di Rai disponibile su piattaforme non lineari. L'offerta si declina in:
 - streaming live di 14 canali televisivi;
 - servizio di Replay tv, che prevede l'accesso in modalità on demand all'offerta in diritti di otto dei canali Rai andata in onda negli ultimi sette giorni;
 - on-demand, una ricca offerta video on-demand selezionata dai canali televisivi, oltre a contenuti esclusivi per il web provenienti dall'archivio delle Teche e delle produzioni Rai ordinata per generi.



- **Radio.Rai.it:** il portale del mondo radiofonico Rai con l'accesso alle dirette di 10 canali radiofonici. Prevede, inoltre, l'accesso a tutti i portali delle reti radio e dei programmi, con un'ampia offerta di contenuti audio on-demand e podcast, testuali, fotografici e video, gran parte dei quali esclusivi.
- **Rainews.it:** l'ambiente attraverso il quale è possibile accedere a tutta l'informazione della Rai. Nella fase finale del secondo semestre 2016 è iniziato il lavoro di ideazione e progettazione che, coerentemente con gli obiettivi che il Piano dell'Informazione Rai assegna alla sua componente digital, porteranno i propri risultati concreti nella prima parte del 2017.

Alcuni dei servizi web Rai (es. RaiPlay.it, Radio Rai, Rai News, Rai Sport) sono accessibili anche sotto forma di applicazioni per le principali piattaforme smartphone e tablet.

L'offerta video on-demand di Rai è presente anche sulle Smart tv Samsung, Apple tv e Android tv. L'applicazione offre gratuitamente contenuti e video on-demand da vedere e rivedere comodamente nel salotto di casa: è possibile infatti accedere al servizio RaiPlay.it e, in modalità on-demand, a una selezione dei migliori contenuti Rai strutturata e selezionata per ciascun canale ed in maniera originale per ciascuna piattaforma.

Rai è presente anche sui televisori e decoder digitali terrestri interattivi (certificati con bollino Gold) con i servizi RaiPlay.it, TGR e Telecomando.

Nel corso del secondo semestre del 2016, è stata portata avanti l'implementazione della piattaforma tecnologica per supportare la nuova proposizione editoriale della Rai in ambito Digital. Questa nuova offerta ha sostituito, nel corso del secondo semestre, tutta l'offerta Rai.it e Rai.tv in maniera progressiva su web, smartphone, tablet e tv connesse, mettendo a disposizione degli utenti nuovi contenuti meglio organizzati e nuovi servizi. Sono state realizzate, inoltre, le piattaforme per l'offerta Rai per le Olimpiadi di Rio 2016.

Rai continua a rafforzare la propria presenza ufficiale sui principali social network (Facebook e Twitter) e ad aprirsi a nuove piattaforme e prodotti (Facebook Live, Instagram Stories e Snapchat Stories) per intercettare un'utenza social sempre più vasta, più giovane e tecnologicamente competente in termini socio-demo.

Per l'intero 2016, confrontato con omologo periodo dell'anno precedente ed escludendo per entrambi gli anni gli eventi sportivi, le interazioni su Twitter relative ai programmi Rai sono cresciute

di quasi il 40%. Nella Top 25 dei programmi più discussi in Italia, circa la metà sono titoli Rai (fonte: Nielsen SCR).

In occasione del lancio di RaiPlay per App, Browser e tv connesse, sono stati ribrandizzati i profili social Rai.tv che sono diventati RaiPlay (Facebook, Twitter, lancio Instagram). E proprio da questi profili è stata avviata un'attività strutturata di customer care al fine di aiutare gli utenti ad utilizzare il nuovo servizio multimediale della Rai. Dalla fine di agosto 2016, i profili social di RaiPlay rispondono ad una media di circa 170 richieste di supporto al giorno.

Un'altra importante novità riguarda gli investimenti e le campagne di traffic building, per ora limitate alle piattaforme Twitter e Facebook/Instagram, che il team social di Rai ha implementato a partire da novembre 2016.


Le prime campagne a partire sono state una di Brand Awareness, Tune In Tv e Catch Up Non-Linear in occasione del programma *Stasera Casa Mika*. Successivamente, nel periodo delle Strenne e in coincidenza con un'offerta esclusiva e dedicata al Natale, su RaiPlay è stata sviluppata una campagna di Awareness, Click to Link e Download App dedicata al sistema multimediale RaiPlay. Le due campagne insieme hanno totalizzato 50 milioni di visualizzazioni e generato circa 200 mila click al sito RaiPlay e circa 50 mila download di App su Android e Ios.

Per Rio 2016, inoltre, la Rai ha messo in campo uno sforzo senza precedenti che, oltre al prodotto televisivo, per la prima volta in Italia, ha coinvolto in maniera organica tutti i device e le piattaforme multimediali. Il sito e la App dedicata all'evento sviluppati da Rai hanno permesso la visione completa di tutte le competizioni, da tutti i campi di gara e per tutte le discipline, consentendo alla narrazione televisiva di integrarsi perfettamente con gli altri mezzi.

I browser unici che si sono collegati a Rio2016 da tutte le piattaforme (pc/laptop/mobile/tablet/smart tv) hanno raggiunto circa 4 milioni (fonte Webtrekk, somma browser unici giornalieri dell'evento) e superato le 65 milioni di visualizzazioni in streaming sui siti e App Rai (fonte interna Rai).

L'App RaiRio2016 ha raggiunto oltre 800 mila download nelle due settimane dell'evento.

Il racconto Rai delle Olimpiadi ha aperto un dialogo costante attraverso i social network. Il pubblico ha cercato e trovato i contenuti e li ha commentati con passione, facendo registrare oltre 5 milioni di utenti unici italiani e circa 16 milioni di interazioni su Twitter e Facebook tra like, commenti, share e retweet mentre i diversi Facebook Live e video on demand (VOD) hanno



NAVIGA RaiPLAY
CON IL NUOVO
MENU A
SCOMPAGNA

Benvenuto in RaiPlay

Il nuovo sito Rai.
Tutti i contenuti Rai a tua disposizione,
quando vuoi e dove vuoi.



Accedi con Facebook

Accedi con Twitter

PER IL TITOLARE,
PER FRUIRE
DEI CONTENUTI
ON DEMAND
DOVRA
BISOGNARSI

Crea il tuo profilo

Accedi a RaiPlay anche con un account
Facebook e Twitter.
È semplice e gratuito e ti permetterà
di vedere contenuti scelti solo per te.



Programmi
Serie e Fiction
Film e Documentari

L'INTERO
CATALOGO
SOPRANO PER
GENERE

Tutti

Fiction italiana

La Rai a portata di click

Programmi. Serie e Fiction.
Film e Documentari.
Con l'intero catalogo RaiPlay a tua disposizione
avrà l'imbarazzo della scelta!



Dirette

Geo magazine

31 min

Prorogativa Individuale la natura

Prorogativa

Atto olimpiche

Dirette Tv

Tutte le dirette Rai a tua
completa disposizione.
15 canali in chiaro, in qualsiasi posto,
in qualsiasi momento!



Guida Tv / Replay

NAVIGA NEL
PASSATO E RIVEDI
COSA TI
PERSE

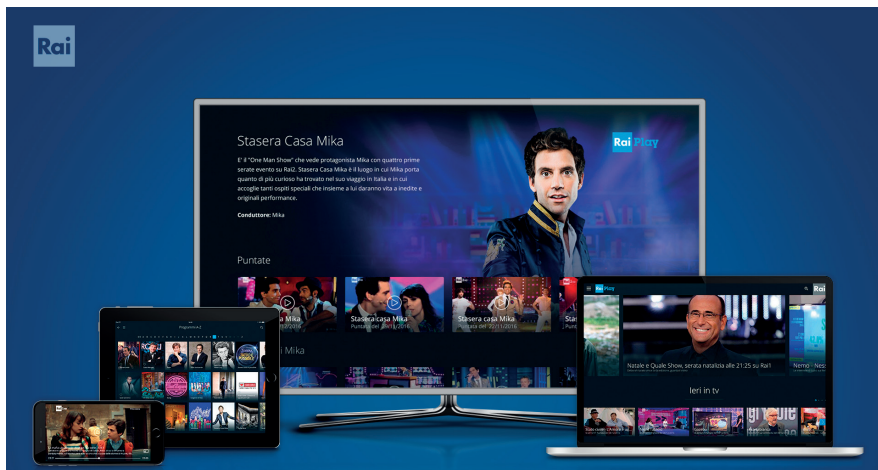
Tutti i programmi che ti sei perso

Vuoi rivedere i programmi
della settimana?
Naviga la Guida TV all'indietro
e ritrova tutti i tuoi programmi preferiti



Guarda off line

Con le nuove funzioni del player,
e grazie alla registrazione,
puoi creare la tua lista
di programmi preferiti e guardarli off line.



totalizzato 49 milioni di visualizzazioni dei video (fonte Facebook Analytics).

L'offerta social Rai ha coinvolto soprattutto i Millennials: il 49% degli utenti che ha commentato le Olimpiadi su Facebook ha, infatti, tra i 18 e i 34 anni di età, con una leggera prevalenza delle donne al 54%.

Un'ultima novità in area Social/Partnership riguarda lo *YouTube Pop Up Space* realizzato dal 15 al 17 settembre presso l'Auditorium Parco della Musica di Roma e nato dalla collaborazione tra YouTube e Rai.

L'evento, il primo del genere in Italia e il primo al mondo realizzato da Google in partnership con un editore tv, è stata un'iniziativa rivolta ad avvicinare i talenti e i brand della Rai ai giovani Digital Creator della piattaforma YouTube ed ha riscosso un ottimo successo.

Nel corso del 2016, grazie anche alla recente costituzione di un'apposita struttura dedicata al design, sono state progettate e realizzate le interfacce dei progetti digitali di Rai, declinati su web browser e su App per tv connesse e App mobile per smartphone e tablet.

I principali progetti realizzati sono stati: RaiPlay, RaiTrasparenza, Rai.it e RaiRio2016.

Per quanto riguarda la performance del settore digital:

- Rai.it ha generato un totale complessivo di 519,5 milioni di pagine viste, con un traffico mensile pari a 43,3 milioni di pagine (+3% sul 2015) e 6,8 milioni di utenti unici media mese (+4% sul 2015);
- il portale multimediale Rai.tv/RaiPlay ha registrato un totale complessivo pari a circa 359,4 milioni di visualizzazioni video, con una media mensile di 30 milioni (+58% sul 2015) e 12,4 milioni di utenti unici (+38% sul 2015);
- RaiNews.it ha registrato un totale di 46,6 milioni di visualizzazioni video, con una media mensile di 3,9 milioni (+43% sul 2015) e 6,5 milioni di utenti unici (+21% sul 2015).

La presenza di Rai sui dispositivi mobili, già ricca e variegata, è stata ulteriormente diversificata per essere disponibile sui diversi sistemi operativi con l'offerta dedicata agli Europei di Calcio e con quella per le Olimpiadi.

Le applicazioni di maggior successo sono:

- Rai.tv – 10.202.153 download;
- Europei 2016 – 711.539 download;
- Olimpiadi 2016 – 811.755 download;
- RadioRai – 1.622.970 download;
- RaiNews – 1.035.970 download.

Teche

Nel 2016 sono proseguite le iniziative funzionali al rafforzamento del brand come punto di riferimento del Servizio Pubblico per la storia audiovisiva del Paese.

Un risultato ottenuto grazie anche alla partecipazione, attraverso la fornitura di materiale di repertorio Rai, a moltissime iniziative culturali che hanno avuto luogo in Italia e all'estero.

Tra le più significative si segnalano la mostra sui 150 de "La Stampa", la presenza alla Festa del Cinema di Roma, le rassegne organizzate dalla Cineteca Nazionale presso il cinema Trevi di Roma, dalla Cineteca di Bologna e dalla Cinémathèque Française.

Rai Teche ha inaugurato nel 2016 una nuova e importante attività di valorizzazione e sfruttamento dei titoli storici dell'archivio attraverso la selezione e fornitura di programmi per la piattaforma RaiPlay. La sezione denominata "I Favolosi" è risultata e risulta una delle importanti chiavi di attrattiva per il fruitore digitale.

Resta fondamentale l'apporto che le Teche forniscono a reti e testate attraverso il Catalogo Multimediale (CMM) che ha portato le ore di prodotto ricercabili a 1,6 milioni per la tv e 1,5 milioni per la radio, con un significativo aumento rispetto all'anno precedente.

Importante ricordare che proprio nel 2016 il Catalogo è stato ridisegnato e rinnovato strutturalmente e tecnologicamente per rendere il sistema di ricerca più agile e performante e quindi sicuramente più utile all'attività produttiva aziendale.

I documenti indicizzati in Catalogo per televisione e radio sono 75 milioni, cui si aggiungono 90 mila libri custoditi nelle tre biblioteche Rai di Roma e Torino e 45 mila fotografie; le ricerche mensili degli utenti registrati per acquisire i materiali di repertorio da riutilizzare nei programmi ammontano in media a oltre 800.000.

Le Teche verificano la disponibilità dei diritti del prodotto prima della messa in onda, attività fondamentale nell'ottica dello sviluppo della fruizione digitale, ed hanno la responsabilità di armonizzare il processo di digitalizzazione del patrimonio d'archivio Rai; curano inoltre gli obblighi di legge per l'utilizzo di opere tutelate dal diritto d'autore.

Le Teche, infine, anche nel 2016, hanno proseguito con l'importante opera di valorizzazione culturale della memoria Rai come fonte storica e di studio per l'intero Paese, incrementando la fruizione da parte di Enti,

Musei, Scuole, Università, Fondazioni pubbliche e private che per ogni tipo di celebrazione o ricorrenza dell'età contemporanea fanno riferimento al Servizio Pubblico come depositario di materiali storici d'eccellenza.

Rai Teche è oggi presente in molti Musei italiani ed esteri, in Istituti italiani di cultura all'estero, in Università e biblioteche.

Servizi di pubblica utilità

Secondo l'indagine Qualitel del 2016, Meteo e Viabilità hanno uno dei migliori posizionamenti tra i generi Rai sia come importanza che come grado di soddisfazione, il Televideo ha il più alto indice di gradimento tra i canali distributivi e l'Accessibilità ha il più alto indice di gradimento nell'immagine di Corporate.

Meteo e Mobilità

Le convenzioni con l'Aeronautica Militare per i servizi meteo e con Ministero dei Trasporti e Protezione Civile per la mobilità sono in fase di formalizzazione.

I servizi giornalieri per la mobilità consistono in:

- **per la radio:** notiziari *Onda Verde* di giorno con 93 appuntamenti cadenzati e distribuiti nel palinsesto delle tre reti in un arco orario che va dalle 5 del mattino alla mezzanotte e, di notte con 10 appuntamenti cadenzati ogni 30 minuti ed inseriti nel tappeto musicale del canale di Isoradio;
- **per la tv:** appuntamenti televisivi giornalieri dalle 5:00 alle 19:35 distribuiti prevalentemente su Rai News 24, Rai 1, TGR e web attraverso notiziari video CCiSS, per un totale annuo di circa 3.700 appuntamenti.

I servizi giornalieri per il meteo sono distribuiti sui canali televisivi generalisti, su Rai News e sul mezzo radio.

Televideo

Televideo gestisce la quasi totalità delle circa 16.000 pagine in onda 7/24 sulla piattaforma teletext tra Nazionale e Regionale (21 siti sulle frequenze di Rai 3).

Il servizio è disponibile su web e fruibile su tablet e mobile: nella classifica delle pagine viste dei siti Rai, il dominio www.servizitelevideo.it (escluse quindi le pagine della redazione giornalistica) si colloca al quinto posto con circa 1,9 milioni di pagine a settimana.

Nel secondo semestre 2016, l'offerta è stata arricchita con nuove rubriche in materia di Ambiente e Libri e con rubriche in collaborazione con Guardia Costiera, CNR, FAI e con l'Istituto Nazionale di Astrofisica.

Accessibilità

Un'importante parte dell'attività editoriale è incentrata su una spiccatissima attenzione ai temi sociali ed è realizzata, nel rispetto degli obblighi previsti dal Contratto di Servizio, per rispondere all'articolata domanda di informazione delle persone con bisogni speciali.

Si tratta di servizi mirati a garantire la fruibilità dell'offerta Rai ai non udenti e ai non vedenti; servizi, che – come previsto dal citato Contratto – hanno registrato un progressivo e significativo aumento negli ultimi anni. In particolare, nel 2016:

- **sottotitoli per non udenti:** Rai ha sottotitolato circa il 75% della propria programmazione sulle tre reti generaliste tra le 6:00 e le 24:00 con oltre 16.000 ore di programmi e news sottotitolati in italiano e circa 530 ore di programmi sottotitolati in lingua inglese. Per quanto riguarda in particolare le news, Rai ha sottotitolato complessivamente oltre 1.200 ore, suddivise tra le diverse edizioni giornaliere dei telegiornali delle principali testate compresa quella sportiva e varie rubriche di approfondimento. Nel corso del 2016 sono state anche sottotitolate tutte le partite della Nazionale di Calcio agli Europei di Francia oltre alle cronache, per la prima volta nella storia della Rai, di Olimpiadi e Paralimpiadi di Rio;
- **programmazione per non vedenti:** sul sito *Rai Easy Web* viene svolta una delicatissima attività editoriale dedicata alle persone con disabilità visive, non solo con funzione divulgativa ma anche di alfabetizzazione informatica.

Fiore all'occhiello della produzione originale è l'offerta di opere multimediali di vario argomento e, in particolare, di racconti dedicati ai bambini ciechi e ipovedenti, con fini anche didattici: fin dal 2012 è stata avviata l'audiolettura, recitata da attori professionisti, di tutte le opere multimediali in alternativa alla sintesi vocale artificiale. Altro prodotto di punta dell'offerta sono gli *Speciali*, contenitori costruiti per offrire all'utente non vedente la possibilità di consultare facilmente la principale offerta sui portali Rai riferita a eventi di interesse generale (dal Giubileo alle Olimpiadi) attraverso un'accurata selezione di link. Nel 2016 sono stati prodotti circa 40 *Speciali*.

Attività commerciali

Pubblicità

Anche nel 2016, il PIL italiano continua il trend positivo iniziato nel 2015 mantenendosi però al di sotto della media dell'area Euro: l'andamento favorevole del mercato del lavoro e la bassa inflazione hanno sostenuto il reddito disponibile delle famiglie, favorendo i consumi privati. Infatti, i consumi delle famiglie continuano ad avere una crescita positiva pari al +1,2%, gli investimenti, dopo anni negativi, incrementano la crescita del 2015 registrando un +2,0%, anche se il tasso di disoccupazione totale – sia pure in continua diminuzione rispetto al 2015 (11,9%) – permane ancora ad un livello elevato (11,7%).

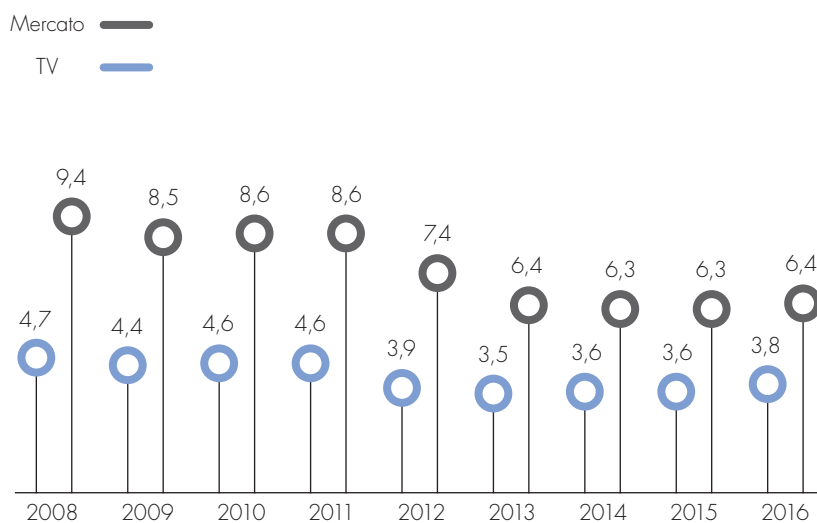
L'indice di fiducia dei consumatori, calcolato sul valore base del 2010, è pari a 111,5 superiore rispetto al 110,6 registrato nel 2015.

In tale contesto, il mercato della pubblicità cresce del +1,7% rispetto al 2015.

Nella tabella che segue (dati in miliardi di Euro) è riportato dal 2008 il valore totale del mercato pubblicitario e quello complessivo della televisione.

La tv registra una variazione positiva +0,2 miliardi di Euro (+5,4%) rispetto al 2015, trainata principalmente dagli eventi sportivi di cui hanno tratto beneficio Rai e Sky. Altri mezzi positivi sono radio (+2,3%), cinema (+6,9%) e out of home tv (+3,4%).

Andamento degli Investimenti pubblicitari in miliardi di Euro (fonte: Nielsen)



In questo scenario, nel 2016 Rai Pubblicità ha realizzato ricavi su tutti i mezzi gestiti pari a complessivi 702,3 milioni di Euro, rispetto ai 662,8 milioni di Euro dell'anno 2015, con un aumento del +6,0%.

Tali risultati beneficiano delle ottime performance della raccolta relativa ai grandi eventi sportivi del 2016 (Europei di Calcio e Olimpiadi) che hanno portato ricavi per complessivi 57 milioni di Euro. Parimenti, risentono dei mancati introiti derivanti dall'interruzione della raccolta pubblicitaria su tre dei canali delle tv specializzate (Rai YoYo, Rai 5, Rai Storia), raccolta che nel periodo maggio/dicembre 2015 aveva totalizzato oltre 11 milioni di Euro.

La televisione nel suo complesso registra un incremento del +6,3% con la tv generalista che cresce del +7,3% e le tv specializzate che, a fronte di un decremento del -3,2%, se confrontate più correttamente a perimetro omogeneo di canali, registrano una crescita del +15,9%. La radio cresce del +7,5 e il web del +17,6%.

In un contesto di mercato in profonda evoluzione in cui si assiste alla tendenza alla frammentazione ed all'aumento della competitività tra gli editori, alla crescita del digitale e della multimedialità, le risposte che Rai Pubblicità sta sviluppando sono:

- **change management:** sia attraverso nuovi e sofisticati strumenti (Business Intelligence) sviluppati in ottica di discontinuità con i processi organizzativi precedenti ed orientati ad affermare all'interno della Società una vision condivisa e globale del business, che anche definendo nuovi processi e modi di lavorare che integrino le competenze e le strutture della Società per rispondere all'esigenza di costruire una *Digital Media Company*;
- **verticalizzazione:** tramite il lancio di una piattaforma proprietaria per la pianificazione, *Open Square*. Un'offerta tecnologica, social e unica che punta alla massimizzazione del valore del bacino con logiche di *revenue management*, alla fidelizzazione del cliente e alla condivisione di trend e forecast del mercato;
- **sales Proposition innovativa:** che spinge sulla crossmedialità attraverso strumenti che permettono di valorizzare 'con lo stesso metro' i KPI di pianificazione di più mezzi, ponendo l'accento sui punti di copertura aggiuntivi che i differenti mezzi apportano alla pianificazione.

Commerciale

L'attività commerciale del Gruppo Rai è gestita dal 2014 dalla controllata totalitaria Rai Com.

Nel seguito sono indicate le principali attività svolte nel corso del 2016.

Convenzioni con la Pubblica Amministrazione, Enti Istituzionali ed Enti senza scopo di lucro

Nel corso del 2016 è proseguita la definizione e la gestione di accordi con la Pubblica Amministrazione ed Enti. A partire dal 15 novembre 2016, la competenza a stipulare contratti quadro e convenzioni con i Ministeri è stata riallocata in ambito Rai.

Tra le **Convenzioni Istituzionali** più significative stipulate nel 2016 si segnalano il rinnovo della collaborazione con il Ministero dell'Interno per la realizzazione di una campagna sui temi dell'immigrazione e dell'integrazione attraverso la realizzazione di ulteriori edizioni del programma *Radici*; la convenzione con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca per promuovere la formazione della cultura musicale attraverso la divulgazione del progetto *La piazza incantata*; le convenzioni con l'Isfol (Ministero del Lavoro) per la realizzazione di documentari dedicati ad approfondimenti sul tema dell'apprendistato per i titoli di studio quale innovativo cambiamento introdotto nei percorsi scolastici e sul tema relativo all'indagine PIAAC (*Programme for the International Assessment of Adult competencies*) sulle competenze della popolazione adulta e sull'autovalutazione sul target giovani.

È stato inoltre formalizzato un accordo con l'Enea – Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile – per realizzare e diffondere sulle reti generaliste della Rai un'importante campagna di comunicazione, promossa dal Ministero dello Sviluppo Economico, sul risparmio e l'efficienza energetica.

Da segnalare anche la prosecuzione delle campagne di comunicazione con il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali per la diffusione di messaggi legati ai temi dell'agroalimentare, anche attraverso la creazione di programmi ad hoc (*Frigo*, Rai 2).

È proseguita la gestione delle Convenzioni con la Presidenza del Consiglio dei Ministri per la realizzazione di trasmissioni a tutela delle minoranze linguistiche e per gli italiani all'estero e sono stati dapprima formalizzati due atti con validità 7 maggio 2016 – 31 ottobre 2016 e successivamente un'ulteriore proroga degli stessi dal 1° novembre al 29 gennaio 2017, in connessione con l'estensione della validità della concessione di Servizio Pubblico generale affidata a Rai SpA.

Si segnala infine la prosecuzione della commercializzazione di attività connesse all'Orchestra Sinfonica Nazionale (es. cessione in uso dell'Auditorium Rai di Torino) e la realizzazione di concerti in collaborazione con Istituzioni locali, nazionali ed estere.

Nonostante le minori risorse a disposizione degli Enti locali, che inevitabilmente impattano negativamente sui budget dedicati alla comunicazione, l'area **Convenzioni Varie** ha ottenuto nel 2016 un risultato positivo in termini ricavi, stringendo nuove collaborazioni e individuando nuovi partner istituzionali.

In particolare, è stata rinnovata la Convenzione triennale con la Provincia Autonoma di Bolzano per la programmazione a tutela delle minoranze di lingua tedesca e ladina e si è conclusa una importante partnership quadriennale con la Regione Basilicata, in vista dell'evento 'Matera 2019 – Capitale Europea della cultura', che prevede una serie di attività in funzione della valorizzazione del territorio e del patrimonio storico, artistico e culturale della Lucania, in un processo di accompagnamento fino al 2019 tra cui rientra il programma di Capodanno di Rai 1 in Basilicata.

Va segnalata inoltre la definizione di un importante accordo con Unicef per la realizzazione di un programma di prima serata andato in onda su Rai 1 nel mese di ottobre 2016. Tale accordo si inserisce nella collaborazione che Rai Com sta sempre più sviluppando con Onlus e associazioni benefiche (tra cui Telethon e Action Aid).

Merita infine di essere menzionata, per il suo intrinseco valore istituzionale, la Convenzione conclusa con la Regione Sardegna per la produzione di programmi televisivi in lingua sarda. Per quanto riguarda l'attività relativa ai Bandi Europei, si ricordano i bandi tecnologici sviluppati con il CRIT e un bando del Parlamento Europeo per un finanziamento finalizzato alla realizzazione e diffusione di una rubrica ad hoc che tratti di temi di interesse dell'Europa.

Edizioni musicali

Rai Com sviluppa e promuove il catalogo di edizioni musicali finalizzato alla sua utilizzazione nell'ambito della musica classica, contemporanea e non, nella programmazione radiotelevisiva e nella discografia. Essa, inoltre, acquisisce, produce, commercializza diritti e distribuisce, in Italia e all'estero, musica contemporanea, colonne sonore, musiche originali per la radio e la tv.

Per quanto riguarda le edizioni e produzioni collegate alla programmazione radiotelevisiva, ovvero le musiche originali dei programmi, sono state realizzate 30 nuove impaginazioni di programmi tv (di cui 22 per la tv generalista). Tra

queste: *Colors, Frontiere, I Fatti Vostri, Politics, Mi Manda Rai 3, Geo & Geo, Cartabianca, Tutta Salute, Protestantesimo, Agorà, Chi l'ha visto?, Voyager, Presa Diretta, Vertigo, Stracult, Frigo, I dieci Comandamenti, Natale con YoYo, Italian Beauty, Community, Rai Play e Gli imperdibili*; inoltre, sono da considerare le acquisizioni dei diritti delle musiche dei programmi *Made in Sud* e *Gazebo*. Sono stati anche realizzati 36 documentari per Rai Storia, Rai 1 e Rai 3 attraverso le musiche della Library.

L'area ha inoltre conseguito il *rebranding* dei canali generalisti, inclusa Rai 4, comprensivi dei nuovi jingles e i logo identificativi (completati dalle versioni natalizie).

Con Radio 2, e in collaborazione con l'Orchestra Sinfonica Nazionale Rai di Torino, sono stati registrati tutti i nuovi *identity* di rete (GR/Meteo/GR Sport). Nello specifico, si tratta di 15 nuove impaginazioni originali di vecchi e nuovi programmi con l'obiettivo di creare un'identità editoriale più omogenea. La medesima attività con Radio 1 ha invece comportato la creazione delle musiche per 8 nuovi programmi.

Significativa è la presenza delle edizioni e produzioni musicali Rai Com nell'ambito delle fiction prodotte in collaborazione con Rai. Infatti, nell'anno 2016 sono state editate e prodotte 23 colonne sonore originali di fiction, docufiction, serie web e serie animate tra le quali annoveriamo *7 nani ed io che*, grazie alla coproduzione tra Rai e Method Animation (famosa per la produzione della serie *Il piccolo principe*), ha garantito un ritorno in termini di prestigio e di richiamo a livello internazionale.

Grandissima l'attesa inoltre per l'uscita delle nuove serie *Non Uccidere 2* e *Il Paradiso delle Signore 2*, che hanno registrato un grande successo a livello mediatico.

Tra le colonne sonore vanno aggiunte le musiche originali per documentari e programmi culturali, solitamente per scopo scientifico e/o divulgativo (*Ulisse, Superquark, Passaggio a Nord Ovest, Radici e Speciali Storia*).

Il 2016 ha contribuito al consolidamento dei rapporti con l'Orchestra Sinfonica Nazionale, che tra le altre, ha reso possibile la registrazione delle colonne sonore di: *La Porta Rossa*, la serie *Sorelle*, il tv movie *In punta di piedi*.

In qualità di produttore e distributore musicale, Rai Com ha pubblicato un numero significativo di composizioni all'interno delle piattaforme digitali tra cui Amazon Music, Deezer, Google Play, Spotify, Cubomusic, Itunes, Emusic e Thumbplay. Tale scelta ha garantito, tra l'altro, un incremento del catalogo multimediale (a disposizione del

palinsesto radiotelevisivo) e di conseguenza la possibilità di prevedere nuove sinergie con i social network (non solo di Rai Com) e recensioni nelle riviste digitali di settore.

Al fine di rafforzare la qualità della reportistica nei confronti delle società di collecting (SIAE, SCF, AFI ecc.), è stato concluso, con un service dedicato, un progetto pilota per evidenziare e risolvere le criticità derivate dall'assenza/non completezza delle cd dichiarazioni contenuto programma. Il progetto ha messo in luce alcuni importanti elementi che a livello di Gruppo saranno la base per approfondire, anche con importanti provider internazionali, l'estensione di meccanismi di rendicontazione automatica pure a interi palinsesti di rete.

Fondamentali le iniziative finalizzate a migliorare il presidio dei rapporti con le società di collecting, soprattutto nei confronti della SIAE che, tra le società, rappresenta il soggetto più importante nell'ottica della gestione dei parametri di ripartizione degli incassi che ne derivano.

Le edizioni musicali di musica contemporanea hanno ulteriormente arricchito il proprio catalogo e sono state presenti all'interno delle trasmissioni Rai (Radio 3 e Filodiffusione), Radio CEMAT (la principale Web Radio italiana interamente dedicata alla Musica Contemporanea), ma anche all'estero su Radio France, Radio Suisse Romande, BBC Radio 3.

In Italia e all'estero le opere musicali sono state eseguite presso Festival prestigiosi quali Festival dei Due Mondi (Spoleto), Berlin Ultraschall, FFF Fast Forward Festival del Teatro dell'Opera di Roma, Cantiere Internazionale d'Arte di Montepulciano, Biennale di Venezia, Bologna Modern, Festival Aperto di Reggio Emilia, Romaeuropa Festival, Nuova Consonanza, Warsaw Autumn, Festival Musica Strasbourg, Klangspuren Schwaz, e sono state presentate alla Konzerthaus e Musikverein di Vienna, Theater Freiburg, Nationaltheater Mannheim, Philharmonie e Centre Pompidou di Parigi, Muziekgebouw di Amsterdam, London Guildhall School, Moscow Rachmaninov Hall Ozumi Hall di Osaka, Bronfmann Auditorium di Tel Aviv, San Francisco Center for New Music, New York Juilliard School.

Il 2016 ha anche segnato un importante riconoscimento al nostro compositore più importante, Salvatore Sciarrino, cui è stato assegnato il Leone d'Oro alla carriera da parte della Biennale di Venezia.

Nel corso del 2016, è stata coordinata l'acquisizione dei diritti di musica colta e prosa sia per soddisfare le esigenze di trasmissione delle reti Rai sia per la produzione di prodotti editoriali finalizzati alla commercializzazione e promozione a livello nazionale e internazionale.

Nell'ambito delle *performing arts*, in coordinamento con le reti Rai, sono stati acquisiti i diritti di ripresa di 40 concerti, 15 opere (tra cui l'inaugurazione della nuova stagione del Teatro alla Scala con l'Opera *Madama Butterfly*), 7 documentari, 18 spettacoli di prosa nonché di numerosi balletti.

Il 2016 per le edizioni musicali è stato l'anno del ritorno di *Melò*, il principale momento di confronto sui temi della musica "seria". L'evento, una sorta di stati generali della musica classica in Italia, tenutosi presso il Teatro alla Scala di Milano il 13 e il 14 giugno, ha facilitato il dialogo tra gli enti lirici italiani, le televisioni italiane e straniere, i distributori dei prodotti nei diversi canali, gli operatori e critici musicali, gli autori, gli artisti e gli editori e ha messo in luce l'importante presidio che Rai svolge nel settore della musica, a livello nazionale e internazionale.

Commercializzazione diritti estero: cinema, tv e musica

L'attività consiste nella distribuzione internazionale di prodotti televisivi e cinematografici di Rai e di terzi e nella commercializzazione delle produzioni musicali Rai.

Per quanto riguarda la distribuzione di contenuto televisivo e cinematografico, il 2016 ha raggiunto buoni risultati sia per le vendite cinema che per quelle televisive.

A livello macro-territoriale, i maggiori ricavi vengono dall'Europa, dai Paesi di lingua inglese (Usa, Uk, Aus), dai Paesi EMEA (Europa, Medio Oriente e Africa) e dall'Asia. Il calo delle performance nei territori dell'Europa Occidentale che aveva caratterizzato il 2015 è stato recuperato grazie a nuovi importanti titoli della fiction come *Non Uccidere*. Allo stesso tempo, in termini di prodotto tv, nel 2016 si registra una riduzione dei mandati di distribuzione relativi alle produzioni finanziate da Rai.

Tra i titoli che hanno contribuito maggiormente alla composizione del fatturato complessivo, segnaliamo le serie tv *Al Paradiso delle Signore*, il già citato *Non Uccidere* e i film *Lo chiamavano Jeeg Robot* e *Summertime*. Tra gli eventi non-fiction, si ricorda la vendita ad Abu Dhabi Media dei diritti live del Palio di Siena.

Nel 2016, l'attività di commercializzazione per i diritti della Musica Colta ha seguito un percorso che ha visto, da un lato, la fidelizzazione di media partners importanti sia europei (quali WDR, Radio Televisione Portoghese, ARTE, ZDF) sia extraeuropei (tra cui, Tohokushunsha e NHK per il Giappone); e

dall'altro, l'acquisizione di nuovi primari clienti che hanno favorito la divulgazione delle produzioni live o di catalogo.

Da segnalare, tra le opere in catalogo, la nuova opera in 4K firmata da Sofia Coppola dal Teatro dell'Opera di Roma. Inoltre, nuove location per le trasmissioni cinematografiche sono state inserite nel già noto progetto *All'Opera* che ha finalmente riportato nei cinema le più belle opere italiane prodotte dalla Rai. Per l'evento legato all'inaugurazione del 7 dicembre dal Teatro alla Scala di Milano (*Madama Butterfly*), Rai Com ha curato direttamente la trasmissione cinematografica in oltre 40 sale in Italia ed ha già pianificato con la casa discografica DECCA l'uscita del DVD dell'opera nella primavera del 2017.

Infine, con Intesa Sanpaolo, sono stati formalizzati due accordi destinati alla divulgazione di prodotti audiovisivi promozionali relativi al Concerto di Natale di Assisi e all'opera *Il Barbiere di Siviglia* che Rai Com ha prodotto in tecnologia 4K presso il Teatro Regio di Torino.

Diritti sportivi

L'andamento della commercializzazione diritti sportivi nel corso del 2016 è stato positivo. In particolare, si segnalano:

- la definizione e/o la negoziazione di nuovi accordi di distribuzione dei canali Roma Tv, Lazio Style Tv e Juventus Tv, in aggiunta a quelli già precedentemente sottoscritti in 23 Paesi;
- la commercializzazione dei diritti d'archivio all'estero di alcuni Club di Serie A e B, tra i quali Juventus, Inter, Fiorentina, Sampdoria, Chievo, Atalanta, Bologna, Empoli, Cesena, Carpi e Frosinone;
- la distribuzione dei diritti d'archivio degli Europei di Ginnastica;
- la distribuzione dei diritti di archivio dei Club nella disponibilità di Rai Com per gli assegnatari del diritto live del Campionato di Calcio di Serie A e B;
- la commercializzazione dei diritti relativi alle partite amichevoli della Nazionale maggiore di Calcio (Italia-Francia e Italia-Germania), attraverso la definizione di nuovi accordi di distribuzione;
- la commercializzazione dei diritti relativi alle partite della Nazionale di Calcio Under 21;
- la definizione delle deleghe alla Lega Calcio anche per la Stagione Sportiva 2016/2017 delle riprese televisive delle partite interne di 7 Club di Serie A (Pescara, Atalanta, Bologna, Chievo Verona, Crotone, Sampdoria ed Empoli);
- la commercializzazione dei diritti nel mondo – con esclusione Italia – del Diving Grand Prix di Bolzano di nuoto e delle Paraolimpiadi.

Commercializzazione e distribuzione canali Rai all'estero

Il 2016 ha registrato un trend positivo riferibile alla ritrasmissione dei canali Rai Italia, Rai World Premium e Rai News 24 nei principali Paesi extra europei (Usa, America Latina ed Australia), la cui distribuzione e politica commerciale, tra l'altro basata sull'effettivo numero di abbonati, è affidata a due operatori specializzati in tali mercati.

Anche con riferimento alla distribuzione in Europa, dove sono offerti per la ritrasmissione i canali Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai News 24, Rai Storia e Rai Scuola, i risultati sono stati soddisfacenti.

La strategia di sviluppo, con nuove partnership con operatori e distributori, ha generato sensibili incrementi nel fatturato in Olanda, Germania e Romania, il consolidamento di Belgio, Francia, Scandinavia ed Est Europa, e l'avvio di rapporti commerciali in Regno Unito, Spagna, Russia, Polonia, Repubblica Ceca, Grecia e Turchia, ponendo le basi per un'ulteriore crescita del fatturato nei prossimi esercizi.

Commercializzazione library e consumer product

Grazie anche al consolidamento delle linee di ricavo generate dagli operatori OTT (Amazon, Netflix, Timvision ed altri), è proseguita l'attività di valorizzazione delle library e del consumer product. Di seguito le principali aree di attività:

- **teche:** sono stati rinnovati i principali accordi quadro con le emittenti italiane e con i broadcaster presenti sulle piattaforme pay per lo sfruttamento di contenuti di animazione;
- **home video Italia:** nonostante il mercato edicola abbia registrato un calo del 20% rispetto all'anno precedente, i risultati sono sopra le attese grazie alle buone performance delle collane in DVD delle fiction di maggior successo, quali *Il Commissario Montalbano*, *I Medici* e *Braccialetti Rossi*;
- **normal trade:** l'incremento delle edizioni realizzate, malgrado anche questo settore risulti in pesante flessione, ha consentito di ottenere risultati soddisfacenti;
- **licensing:** in presenza di rispettivi mercati in grave difficoltà, sia l'attività di publishing che il segmento edicola sono stati sostenuti, il primo, dal piano di sviluppo commerciale della property *Vita da Giungla*, che ha consentito di colmare le criticità del settore, e il secondo dal buon andamento delle riviste dedicate all'enigmistica (*L'Eredità* e *Reazione a Catena*), senza tuttavia riuscire a neutralizzare la pesantezza del settore;
- **area digitale:** nell'ambito delle attività sui *new media*, si assiste ad un importante tasso

di crescita dei mercati SVOD e EST/TVOD. Nel corso del 2016, la gestione dei diritti digitali del Gruppo Rai ha consentito infatti, in ambito SVOD, il raggiungimento di importanti accordi con tutti gli operatori del mercato (Netflix, TIMvision, Infinity) e, in ambito EST/TVOD, il consolidamento del posizionamento commerciale su tutte le piattaforme operanti sul mercato italiano. In calo, invece, i volumi totali nell'ambito delle attività di interazione telefonica (televoto e *call games*).

Rai Eri

Nel 2016, con l'obiettivo di conseguire efficienza e integrazione, è proseguito il progetto di rilancio dell'immagine e dell'attività del settore librario della Rai.

Se da un lato, infatti, tale progetto mira a costruire un programma commercialmente convincente, ristrutturando e potenziando le collane della casa editrice per rafforzare l'identità del marchio in un mercato editoriale affollato, dall'altro questa operazione deve essere fondata sull'integrazione con il patrimonio di artisti e talenti e con la *mission* di Servizio Pubblico della Concessionaria.

In quest'ottica si collocano alcuni progetti cardine del piano editoriale, grazie ai quali sono usciti con il marchio Rai Eri anche artisti Rai finora tradizionalmente pubblicati da editori terzi: ad esempio, la collana in edicola *Viaggio nella storia* di Alberto Angela, un progetto di qualità e grande respiro in 50 volumi; in libreria, il *coloring book* di Caterina Balivo; ma anche il libro di una trasmissione, simbolo del legame con il territorio, come *Sereno Variabile* di Osvaldo Bevilacqua. Iniziative che segnano la forte contiguità del lavoro di Rai Eri con i programmi del palinsesto Rai.

Per una programmazione di ampio respiro, il catalogo è stato anche arricchito con l'acquisizione di grandi nomi del panorama editoriale, creando – anche grazie alla collaborazione con il Laboratorio di scrittura – una nuova collana, *Come si racconta*, con autori bestseller del calibro di Giancarlo De Cataldo e Dacia Maraini. Per presentare e diffondere la serie, che comprende brevi saggi sul mestiere di scrivere, è stato avviato assieme ai *Bibliopoint* delle Biblioteche di Roma un progetto pilota di incontri nelle scuole che esordirà nel 2017 e verrà esteso anche ad altri volumi della produzione Rai Eri per contribuire a realizzare, con un progetto di promozione della lettura presso i giovani, l'impegno educativo e di Servizio Pubblico che è parte integrante dell'identità di Rai Eri.

Una particolare attenzione è stata riservata al mondo dei ragazzi e dei giovani, un settore commerciale stabile nella generale crisi che

caratterizza il mercato del libro oltre che una chiave importante di rinnovamento e rilancio identitario.

La serie di volumetti del popolare cartone animato *Vita da Giungla* è stata, in questa prospettiva, un esempio vincente insieme al primo romanzo del giovane rapper Mattia Briga, *Non odiare me*, che ha riportato per la prima volta il marchio Rai Eri nella classifica di Narrativa Italiana, riempiendo di giovani le librerie in un tour di presentazioni da tutto esaurito.

Sul versante quantitativo, il piano editoriale è lo specchio di una Rai Eri sempre più autonoma e solida, pur nelle difficoltà della competizione in un mercato caratterizzato da marchi forti e da una crescente concentrazione. Rispetto al 2015, i volumi realizzati in proprio da Rai Eri sono aumentati in modo significativo mentre sono diminuite le coedizioni con editori terzi.

Il programma di digitalizzazione dei titoli di interesse del catalogo, avviato nel 2015, è stato implementato progressivamente anche con la realizzazione di titoli *digital original*, un progetto pilota per rafforzare la presenza del marchio Rai Eri anche sul mercato dell'ebook, in lieve ma continua crescita. Tutte le principali novità editoriali Rai Eri escono ora contemporaneamente in edizione cartacea e in ebook.

È proseguito il lavoro per aumentare la visibilità di titoli e autori Rai Eri su quotidiani e periodici e nelle principali trasmissioni televisive, come nel caso di *Come si racconta... una storia nera* di Giancarlo De Cataldo a piena pagina in *Cultura* su Repubblica e *L'inviato non nasce per caso* di Giampiero Galeazzi ospite di *Che tempo che fa*.

Il Salone del Libro di Torino, con uno stand Rai Eri completamente rinnovato, è stato un momento

importante nell'ottica della valorizzazione della programmazione: ogni giorno, presentazioni affollatissime, con autori di primo piano, lunghe file per il firmacopie, un incremento del 15% delle vendite di volumi rispetto al 2015 e la presentazione di Mattia Briga al centro del servizio dedicato al Salone dal Tg2. Il romanzo di Briga è stato anche tra i protagonisti della stagione prenatalizia, accompagnando il lancio del nuovo album del musicista secondo una strategia integrata che ha permesso di allungare la vita del prodotto.

A ottobre, Rai Eri ha commercializzato il volume *Noi, i Medici*, ideale 'companion' alla serie più attesa dell'anno, primo esperimento di interazione sinergica con il mondo, editorialmente poco valorizzato, delle fiction prodotte da Rai che ha realizzato soddisfacenti risultati in termini di vendite e di visibilità.

Un altro importante progetto della stagione prenatalizia è stato *Non avere paura di perdonare*, l'autobiografia del 'confessore del Papa' a cura del vaticanista Andrea Tornielli, con cui è stato avviato un lavoro di scouting su progetti capaci di portare al pubblico le testimonianze di personaggi chiave e le grandi storie del nostro tempo. Inoltre, nelle settimane di dicembre, tradizionalmente le più forti per le vendite di libri in Italia, sono state proposte due ristampe del libro di Osvaldo Bevilacqua *L'Italia nascosta*.

Intenso anche l'impegno per la razionalizzazione delle procedure editoriali e produttive, il potenziamento del settore commerciale ed il rafforzamento delle fasi di promozione e distribuzione anche tramite la *promozione in-store*, oggi chiave del successo commerciale di un editore.

Altre attività

Attività tecnologiche

Nell'ultimo biennio, Rai ha impresso una grande velocità alle attività progettuali e realizzative funzionali a supportare il percorso strategico di trasformazione da *Broadcaster* a *Digital Media Company*.

Diversi sono stati i progetti avviati per migliorare il processo industriale di realizzazione e distribuzione del prodotto radiotelevisivo e multimediale sulle varie piattaforme, al fine di ottenere benefici sui prodotti e sui servizi offerti da Rai anche in termini di qualità end-to-end, agendo su quattro abilitatori tecnologici propri della *Digital Media Company*:

- la dematerializzazione, intesa soprattutto come digitalizzazione dei contenuti e dei processi operativi e di supporto;
- l'ampiamiento delle reti di diffusione e la neutralità dei contenuti rispetto ad esse, per consentire ai contenuti Rai di raggiungere i clienti ovunque e su ogni tipo di dispositivo, sia fisso che mobile;
- il conseguimento di una infrastruttura di IT coordinata, con impiego pervasivo delle tecnologie Full IP e Cloud che consentono conservazione e distribuzione efficace, efficiente e sicura dei contenuti dematerializzati lungo tutta la catena del valore;
- l'evoluzione dei modelli organizzativi e produttivi.

I benefici ed i risultati attesi dai progetti tecnologici possono declinarsi sulle tre seguenti direttive:

- **benefici per il pubblico:** contenuti radiotelevisivi e multimediali Rai disponibili su ogni terminale fisso e mobile, in Alta Definizione HD o in Ultra HD, con bassa latenza, miglioramento dei servizi ricevuti, ad esempio in termini di Guida ai Programmi e di servizi di Video on Demand o di Catch-up tv, maggior coinvolgimento, personalizzazione dell'offerta, sempre più efficace ricorso all'interattività;
- **efficientamento aziendale:** efficientamento e innovazione dei processi industriali ed operativi e dell'infrastruttura tecnologica, maggior flessibilità dei sistemi e dei processi in relazione ai cambiamenti del business, sicurezza dei contenuti e degli asset strategici in termini di Business Continuity e Disaster Recovery;
- **protezione e qualità del servizio:** miglioramento della ricezione radio e tv, sempre maggiore affidabilità della distribuzione digitale con riduzione dei tempi di latenza, aumento della qualità trasmissiva di contenuti e servizi.

Nel seguito, con riferimento alle diverse attività, vengono illustrate le principali iniziative che hanno caratterizzato l'esercizio.

Produzione televisiva

Progetto T-CUBE

Il sistema ha consentito di eliminare l'uso dei supporti fisici e di realizzare una filiera editoriale-produttiva completamente digitale e file based ed ha attualmente archiviato più di 100.000 ore di contenuti audio video ad alta qualità.

Il processo produttivo ha coinvolto 110 redazioni, 5 testate nazionali (Tg1, Tg2, Tg3, Rai News 24, Rai Sport), l'archivio della controllata Rai Com e parte dei nuovi flussi di Rai Digital, il progetto di digitalizzazione della TecaMaster, l'archivio di TecaNews nonché le attività di collaudo tecnico ed archiviazione dei nuovi prodotti di acquisto.

Sono state collegate anche le redazioni giornalistiche di 16 sedi regionali, permettendo di ridurre notevolmente la contribuzione via ponti radio verso i centri di produzione.

Digitalizzazione news nazionali

Nel corso del 2016 è stata completata l'infrastruttura unica per la produzione delle news nazionali, basata su due sistemi in ridondanza di campus all'interno dell'area di Saxa Rubra in Roma, sulla quale è stata anche rinnovata la piattaforma editoriale-produttiva di Rai News 24 e digitalizzata quella di Rai Parlamento.

Per quanto riguarda l'offerta di Rai Sport, sono stati messi a punto diversi interventi tecnologici tattici sull'area della produzione sportiva di Roma e Milano al fine di consentire una più efficace produzione in HD, in particolare per i grandi eventi (Olimpiadi ed Europei di Calcio). Inoltre, è stato progettato il nuovo sistema integrato di produzione di Rai Sport e ne sono state predisposte le specifiche tecniche per una gara europea che verrà avviata entro il primo semestre 2017.

Digitalizzazione news regionali/sedi regionali

È proseguito il processo di digitalizzazione dei sistemi produttivi delle news regionali avviato nel 2014. Nel corso del 2016 sono stati attivati i sistemi integrati di produzione nelle sedi di Cagliari, Ancona, Torino e Bologna; in questa sede è stato anche completato il rinnovo in HD degli impianti di studio e messa in onda. Le ultime due installazioni di Pescara e Napoli, compatibilmente con la conclusione di importanti opere edili, verranno completate entro il primo semestre del 2017. Sono state anche avviate le attività per l'integrazione del sistema digitale di produzione della TGR con il sistema di News Room e per il miglioramento dell'agibilità tecnico-editoriale delle sedi distaccate di Catania, Sassari ed Udine.

Sistemi per i controlli centrali e la messa in onda

Dal primo semestre 2016, la messa in onda dei tre canali generalisti avviene in simulcast automatico SD/HD. Il posto di trasmissione di Rai 4 è stato aggiornato nella prospettiva delle nuove esigenze editoriali. Inoltre è stato potenziato il nuovo impianto digitale in HD di messa in onda dei canali tematici presso il Centro di Produzione di Torino per consentire il simulcast dei canali in HD e SD.

Sono stati collegati alla nuova rete di contribuzione HD della controllata Rai Way tutti i Centri di Produzione e tutte le sedi regionali. È stato, infine, progettato ed avviato l'affidamento del nuovo Controllo Centrale di Milano.

Studi televisivi

Nel 2016 è stata avviata la progettazione del Centro di Produzione Nomentano, che comprende la realizzazione degli impianti di luce scenica e audio-video in HD dei 5 studi e delle relative regie, di tutte le sale di post-produzione per il montaggio e la grafica e di una sala apparati centrale che permette di servire in modo flessibile tutto il Centro.

A fine 2016 è stato avviato un progetto per il collegamento in HD degli studi TV1 e TV2 del Centro di Produzione di Roma e per il collegamento in HD degli studi del Centro di Produzione di Torino al nuovo controllo centrale digitale, con conseguente switch-off definitivo della matrice analogica.

Nel 2016 è proseguito il piano di passaggio in HD di tutti gli studi televisivi e dei mezzi di ripresa con importanti acquisizioni di mezzi tecnici audio, video e ottiche in alta definizione, nonché si è proceduto alla sostituzione di quadri elettrici e cavi per l'alimentazione del parco lampade, luci sceniche e corpi illuminanti con ampia adozione della tecnologia a LED che consentiranno di raggiungere nel reparto luci sceniche la quota complessiva di rinnovo dell'80%.

Riprese esterne

L'adeguamento in HD della flotta di mezzi di produzione per le riprese esterne, iniziato nel 2014, è proseguito anche nel corso del 2016, comprendendo:

- gli interventi di adeguamento su sei automezzi medi attrezzati a regie e l'upgrade in HD di due mezzi satellitari;
- la realizzazione di due regie HD in flight case e in progress due gruppi elettrogeni per esterne da 650 KVA;
- l'avvio di progetti per la realizzazione di otto mezzi leggeri satellitari monocamera (KA-SAT), otto gruppi elettrogeni per esterne da 135 KVA e otto per esterne da 40 KVA;

- il potenziamento e il rinnovo dei sistemi di ripresa in movimento. In particolare è stato effettuato l'upgrade in HD del sistema di ripresa in movimento montato sui mezzi di trasporto moto, elicotteri e aerei e sono stati progettati e acquisiti i nuovi ponti radio con tecnologia digitale per contribuzione delle riprese esterne in HD.

Per quanto riguarda la produzione presso le sedi delle Istituzioni, di rilievo l'intervento di rinnovo di regia ed impianti di ripresa e post-produzione del Palazzo del Quirinale della Presidenza della Repubblica e di Borgo Sant'Angelo (Rai Vaticano), digitalizzando anche i collegamenti tra i palazzi istituzionali ed il Centro di Produzione di Roma.

Sono stati infine realizzati interventi per l'upgrade da analogico ad HD degli impianti presso gli stadi di San Siro (Milano) e Olimpico (Roma).

Post-produzione

Nel 2016, per il pieno supporto dei nuovi formati HD, si è proceduto al rinnovo hardware e software di circa 60 sale di montaggio e 35 postazioni di grafica, portando la percentuale di rinnovo a circa il 70%. È proseguita l'acquisizione di sistemi di post-produzione necessari per la realizzazione negli stabilimenti produttivi interni di fiction.

Information and Communication Technology

La roadmap per la transizione al modello *Digital Media Company* ha comportato un considerevole impegno per l'innovazione delle piattaforme IT; il relativo piano di azione, strutturato in allineamento con la valutazione delle opportunità strategiche e degli impatti organizzativi ed economici, ha richiesto un importante governo in termini di integration architecture e change management.

L'insieme dei progetti aziendali sul core business delinea prospettive di cambiamento di portata considerevole nel lungo periodo e consente alla componente ICT di essere abilitante rispetto alle linee di indirizzo strategico dell'Azienda. Il cambiamento prevede:

- **trasformazione in Digital Media Company:**
 - la disponibilità del nuovo sistema di Gestione Diritti consente la governance del Portafoglio Diritti del Gruppo; la definizione di modelli e strumenti efficaci per descrivere i diritti nella loro totalità e gestirli nella loro complessità risponde alle crescenti aspettative di sfruttamento dei contenuti sulle diverse piattaforme;
 - l'obiettivo di monitorare il flusso di informazioni esistente all'interno dei principali social network, relativo ad argomenti di interesse per l'Azienda, si è concretizzato con l'avvio della prima fase di

- una iniziativa di Social CRM, incentrata su una soluzione di social management;
- nell'ottica di incrementare la base informativa a supporto delle decisioni, sono stati dedicati significativi investimenti all'evoluzione delle piattaforme di Business Intelligence e Big Data, per rendere disponibili strumenti per la comprensione delle dinamiche del business aziendale e del mercato di riferimento;
- al fine di realizzare un processo strutturato di gestione e valorizzazione del patrimonio audiovisivo dell'Azienda, è proseguita l'integrazione dei sistemi di multimedia asset management;
- lo sfruttamento di nuovi modelli di business che necessitano di rendere disponibili contenuti e metadati su piattaforme diversificate di accesso/distribuzione ha richiesto l'evoluzione della rete virtuale dedicata alla veicolazione dei file digitalizzati (Rete IP File Based); su tale contesto gli investimenti più rilevanti sono stati orientati al consolidamento dell'infrastruttura di trasmissione dei contenuti;
- **disponibilità di piattaforme digitali lungo tutta la catena del valore:**
 - l'agenda *Full Digital* inerente ai processi gestionali ha comportato interventi evolutivi nell'ambito degli approvvigionamenti, della gestione della documentazione contabile, della comunicazione con la Pubblica Amministrazione e interna all'Azienda, quest'ultima attraverso il Digital Workspace RaiPlace 2.0 e la disponibilità di strumenti integrati per l'accesso e la condivisione di informazioni;
 - nel sistema Palinsesti si è operato per integrare la pianificazione della messa in onda del palinsesto lineare (modulo Scheduler) con il sistema T-Cube di gestione digitale dei contenuti; i prossimi passi sono orientati al rilascio di questo risultato e all'estensione del modello alla programmazione non lineare;
 - progettazione di una nuova piattaforma digitale per le agenzie giornalistiche, integrando gli strumenti redazionali e quelli di elaborazione dei contenuti;
- **cambiamento dei modelli organizzativi e produttivi:**
 - nel contesto della pianificazione economica è stata realizzata un'evoluzione del Sistema Integrato di Pianificazione (SIP) orientata al governo e monitoraggio delle commesse editoriali; questo tassello, attualmente in fase di collaudo, consentirà di migliorare la capacità di pianificazione e controllo degli eventi economici primari (programmi), elementi indispensabili per attuare interventi reattivi a fronte dei cambiamenti del business e delle pressioni competitive del mercato esterno;
 - a supporto del processo produttivo, è stata completata la definizione dei requisiti del nuovo strumento *Primsys* per la pianificazione delle risorse di produzione in scenari temporali di natura strategica e operativa; quest'ultimo aspetto si è concretizzato con la disponibilità del modulo per la schedulazione dell'impegno delle risorse;
 - nell'ambito canone, i sistemi sono stati allineati al nuovo modello di riscossione dello stesso;
- **disponibilità di un layer 'Data Center IT':**
 - disegno del nuovo assetto dei Data Center Rai in ottica di *business continuity* e *disaster recovery*, in coerenza con la logica di realizzare un layer di piattaforme tecnologiche in grado di rispondere alle esigenze della *Digital Media Company* in termini di gestione strategica delle informazioni e dei contenuti; la relativa operatività è prevista nel 2018.

Ricerca e Sviluppo

La sperimentazione e l'implementazione di nuove piattaforme tecnologiche sono al centro delle strategie di ricerca e sviluppo di Rai, come premessa essenziale per un'evoluzione del prodotto coerente con la trasformazione in *Digital Media Company*.

La possibilità di distribuire i contenuti su media e dispositivi diversi, la capillare introduzione della banda larga e la disponibilità di schermi televisivi più grandi, a maggiore definizione (HD e Ultra-HD 4K) e con una migliore qualità di visione (HDR), sono d'altro canto i driver che guidano l'attuale evoluzione tecnologica del sistema radiotelevisivo. In questo ambito acquistano sempre maggiore valenza anche le dinamiche di valorizzazione del prodotto unite ad una più intensa interazione con gli utenti.

Nel corso del 2016 i principali temi di ricerca e sviluppo hanno riguardato l'evoluzione dei sistemi di produzione e codifica audio/video, lo studio di nuovi servizi multi-piattaforma e l'evoluzione delle reti di distribuzione sia fisse che mobili.

La transizione verso il formato **Full HD** – e in prospettiva verso formati ancora più evoluti – in un contesto di riduzione delle risorse frequenziali e di ri-pianificazione della tv digitale terrestre entro il 2020/2022 – ha comportato lo studio e la valutazione della qualità video con le tecniche di codifica disponibili (Mpeg-2, Mpeg-4, Hvc), al fine di contribuire alla definizione delle strategie aziendali per la gestione dei Multiplex digitali.

Dal lato produttivo, sono state studiate nuove tecnologie e apparati adatti al trattamento dei

segnali televisivi ad altissima qualità lungo tutta la filiera di produzione e distribuzione, con particolare attenzione alle problematiche di standardizzazione dei nuovi formati, anche nell'ottica di una transizione verso la tecnologia IP.

Rai ha proseguito lo studio e la sperimentazione della tecnologia **HDR (High Dynamic Range)** che permette di generare e trasmettere immagini ad alto contrasto dinamico, considerata un elemento fondamentale dei nuovi formati televisivi, sia UHD che HD. Il lavoro si è concentrato sul contributo alla definizione della nuova specifica per la trasmissione UHD in ambito DVB, effettuando prove soggettive e realizzando sequenze di test. È anche stata avviata un'iniziativa per l'impiego della tecnologia HDR e del formato UHD. I primi risultati tangibili sono stati la trasmissione in UHD sulla piattaforma Tivù Sat di alcune delle produzioni di punta della Rai, tra cui le partite della fase finale di Euro 2016 e la fiction *I Medici*. Inoltre, la ripresa con tecnologia HDR è stata sperimentata nella produzione dei documentari di Alberto Angela *Una notte a Firenze* e *Una notte a San Pietro*.

Il progetto di **digitalizzazione della Teca Master**, in piena fase attuativa, ha come obiettivo quello di trasformare il vecchio archivio analogico in un moderno archivio di file master digitali, automatizzando, dove possibile, tutte le operazioni di riversamento dai supporti esistenti. È operativo l'allestimento delle linee di riversamento dei nastri Betacam/IMX e parallelamente si sta procedendo alla realizzazione delle linee di riversamento della pellicola.

Relativamente al progetto della **rete DAB+**, il nuovo servizio di radiofonia digitale che affiancherà l'attuale diffusione in modulazione di frequenza FM, sono state elaborate e verificate sul campo soluzioni tecniche per la copertura e la continuità del servizio DAB anche all'interno delle gallerie autostradali. È stato realizzato un dimostratore che realizza la trasmissione parallela di tutti i notiziari regionali con commutazione automatica del ricevitore sul programma Radio 1 nazionale (mantenendo i requisiti di capacità trasmissiva a livelli accettabili in rete SFN). Inoltre, in collaborazione con altri membri EBU, è in corso lo sviluppo di nuovi servizi **Hybrid Radio** che consentono la personalizzazione dei contenuti e del palinsesto agli utenti dotati di ricevitori connessi.

Nel corso del 2016 è proseguito lo sviluppo di applicazioni interattive e servizi on-demand orientati all'arricchimento dell'offerta Rai sulle **Smart tv**. Sono state realizzate in questo contesto una serie di applicazioni collegate a Euro 2016 e alle Olimpiadi e Paralimpiadi di Rio 2016. Queste applicazioni hanno arricchito la

messa in onda degli avvenimenti con servizi che hanno permesso di rivedere subito sul televisore i frame più importanti, di consultare statistiche aggiornate in tempo reale, di rivedere, in qualsiasi momento, le registrazioni (integrali o di sintesi) delle partite e degli eventi olimpici già avvenuti, il tutto corredato da interviste e video esclusivi. Inoltre, a fine anno, è stata rilasciata la nuova versione dell'applicazione RaiPlay per televisori Smart tv che realizza un ponte tra il mondo televisivo lineare e contenuti on-demand. Attraverso una modifica dell'applicazione Telecomando, è stato contestualmente attivato un accesso diretto all'applicazione RaiPlay da tutti i canali Rai con contenuti dedicati e specifici per ogni canale.

Tra le altre iniziative si segnala il completamento della **SuperEPG tivùon**, lanciata ufficialmente nel mese di luglio 2016, e la definizione, nell'ambito di HD Forum Italia, della nuova specifica italiana HD-Book per i ricevitori che segna il passaggio della piattaforma interattiva dal sistema MHP al nuovo standard europeo HbbTV. Inoltre sono proseguite le attività relative allo studio e allo sviluppo di servizi a supporto dell'accessibilità dei prodotti Rai, nell'ottica di una crescente inclusione sociale e lavorativa dei disabili.

Nel 2016 è stata anche avviata un'attività finalizzata a realizzare una piattaforma di produzione di Data Journalism, attraverso l'integrazione di componenti e sistemi di analisi automatica delle news sviluppati dal Centro Ricerche Innovazione Tecnologica della Rai.

Nel contesto dei piani della Comunità Europea che prevedono il rilascio entro il 2020/2022 delle frequenze della banda 700MHz attualmente utilizzate per la diffusione televisiva, sono proseguiti gli studi nel campo dell'evoluzione delle **reti distributive terrestri**, in particolare con l'introduzione della modalità broadcast nelle tecnologie mobili di prossima generazione, attività quest'ultima svolta in collaborazione con l'Università tedesca di Braunschweig nella Bassa Sassonia. Inoltre, è proseguita la collaborazione con il Politecnico di Torino per uno studio comparativo tra le reti cellulari e le reti broadcast per la diffusione in tecnologia 5G-Broadcast, i cui risultati preliminari sono stati presentati durante la Conferenza Mondiale sulla Telefonia Mobile di Barcellona.

Con riferimento alla **messa in sicurezza** dei servizi attualmente forniti da Rai, sono state affrontate alcune problematiche relative alla diffusione del segnale DTT quali la corretta sincronizzazione dei trasmettitori di una rete DTT isofrequenza, un aspetto cruciale da cui dipendono la continuità e la qualità del servizio fornito all'utente. È stata condotta l'analisi sull'effettiva robustezza del sistema

GPS attualmente utilizzato analizzando possibili sistemi alternativi attraverso una sperimentazione in collaborazione con l'Istituto Nazionale di Ricerca Metrologica - INRIM e il consorzio Antares. Inoltre il Centro Ricerche, su invito del MiSE, ha partecipato a due campagne di test mirate a valutare i criteri di protezione da interferenza da adottare nell'ottica della prevista condivisione con servizi LTE di alcune bande di frequenza tradizionalmente utilizzate dalle radiocamere e dai ponti radio della controllata Rai Way.

Nel campo della **partecipazione a progetti finanziati**, è stata preparata la proposta per il progetto H2020 *MULTIDRONE*, che è stato approvato e ha preso avvio da inizio 2017, che prevede lo studio di un sistema di gestione coordinata di flotte di droni per le riprese televisive di eventi speciali. È iniziato il progetto *ESA SCORSESE* per lo studio e lo sviluppo di un'infrastruttura che consenta lo sfruttamento dei satelliti normalmente utilizzati per la diffusione dei segnali televisivi 'lineari' anche per l'alimentazione dei nodi delle reti a larga banda impiegate per l'invio di servizi multimediali e Video-on-Demand verso dispositivi 'connessi' (PC, tablet, smartphone). Sono stati infine conclusi i progetti *BRIDGET del Settimo Programma Quadro EU*, nel cui ambito è stato validato un insieme di tecnologie che abilitano alla creazione di collegamenti tra programmi televisivi e oggetti multimediali e *ESA HEVC for 4K satellite distribution* che si occupa della distribuzione satellitare di contenuti Ultra HD.

Nel corso del 2016 sono stati stipulati accordi con Università, Centri di ricerca, Associazioni di categorie di settore in particolare con l'obiettivo di avviare iniziative sperimentali finalizzate al miglioramento della qualità tecnica della programmazione radiotelevisiva della Rai nei confronti dell'utente.

Pianificazione frequenze e gestione dello spettro

L'attività si è focalizzata in particolare sulle seguenti direttrici:

a. Aumento dell'offerta in Alta Definizione

Sono state completate le attività che hanno consentito la riconfigurazione dei programmi contenuti nei MUX DTT Rai per conseguire l'aumento dell'offerta in HD: un canale durante le Olimpiadi di Rio e due ulteriori canali dallo scorso settembre.

L'attuale perimetro dell'offerta Rai attraverso la piattaforma DTT consente la diffusione dei seguenti canali:

- 13 canali SD (oltre 1 di un editore terzo);
- 6 canali HD (di cui 2 diffusi solo in alcuni città);
- 6 canali radiofonici;
- servizio di Televideo.

b. Consolidamento e difesa del servizio televisivo digitale terrestre (DTT) del Mux 1

Sono state svolte attività per minimizzare l'impatto interferenziale sulle reti Rai, in particolare sulla ricezione del Mux 1, generato dall'applicazione di disposizioni normative recenti (con particolare riferimento al decreto interministeriale c.d. di "rottamazione frequenze") volte a liberare le frequenze potenzialmente interferenti con l'estero, ma usate dall'emittenza locale, con riassegnazione alla stessa di risorsa alternativa.

Numerose e di entità rilevante sono state, infatti, le situazioni che hanno comportato interferenze a danno dell'utente finale a seguito dell'assegnazione di nuove frequenze agli operatori in ambito locale. L'attività è stata rivolta ad un costante monitoraggio della situazione, anche per il tramite della controllata Rai Way, ed accompagnata ad un intenso dialogo con il Ministero dello Sviluppo Economico – Comunicazioni, anche nelle sue articolazioni territoriali, al fine di risolvere nel minore tempo possibile i disservizi sulla rete. L'interazione continuativa con le direzioni tecniche del Ministero – nonché di AGCOM per talune fattispecie – è parte essenziale per la difesa della qualità tecnica del servizio del Mux 1 DTT che, per la sua peculiare configurazione regionale, richiede specifica protezione nel mutevole quadro di utilizzazione delle risorse frequenziali da parte delle emittenti locali operanti in aree adiacenti. Ulteriormente, a seguito di analisi interferenziali su base simulativa, è stata avviata la migrazione progressiva degli impianti Mux 1 in coerenza con le indicazioni del MiSE-Comunicazioni (es. liberazione del ch 25 UHF; ch 6 VHF in Campania).

c. Avvio del tavolo tecnico Rai-AGCOM-MiSE per la liberazione della banda 700 MHz e ipotesi di avvio del servizio in DVB-T2

A livello europeo, è stato fissato al 2022 il termine massimo per il rilascio della banda 700 MHz da parte dei servizi televisivi a favore dei servizi mobili. Per consentire il mantenimento dell'attuale numero di canali, sarà necessaria una migrazione al nuovo standard di diffusione DVB-T2 che consentirà di trasmettere gli stessi contenuti utilizzando meno banda.

Il conseguente indispensabile rinnovo dei televisori da parte dell'utenza ha già portato, in Italia, all'emanazione di una Legge che impone la vendita di televisori con ricevitori DVB-T2 (con codifica HEVC, a partire dal 1° gennaio 2017).

In questo contesto, è iniziato un approfondimento con le richiamate Istituzioni per consentire alla Rai di avviare, nelle principali città Italiane, un servizio in DVB-T2 che possa diffondere programmi in simulcast (già trasmessi in DVB-T1) sia in HD sia in

HD-HDR: tecnica quest'ultima che consente un notevole incremento della gamma dinamica delle immagini televisive, migliorando la luminosità massima (incremento dell'intensità da 3 a 10 volte), il dettaglio alle basse luci, la naturalezza e la saturazione dei colori.

d. Potenziamiento della rete radiofonica in FM

Il servizio radiofonico in Modulazione di Frequenza continua ad essere un obiettivo industriale qualificante per Rai e tale modalità continuerà ad avere un ruolo preminente ancora per molti anni nell'ascolto dei programmi radiofonici.

Ancora oggi però il servizio Rai in MF risente di una complessa situazione interferenziale in continua evoluzione. In questo contesto, continuano le attività di recupero delle aree di servizio degradate da interferenze, operando essenzialmente lungo la direttrice della 'compatibilizzazione' radioelettrica con l'emittenza privata.

Particolare attenzione è stata posta al miglioramento della copertura del servizio radio in corrispondenza di percorsi stradali ad alta intensità di percorrenza, per favorire la ricevibilità dei programmi da parte dell'utenza mobile.

Attività satellitare

Nel corso del 2016, in attuazione dei piani strategici aziendali e nel contesto di una visione integrata dello sviluppo delle reti e delle piattaforme nella transizione verso la *Media Company*, Rai ha progressivamente attuato il piano di distribuzione satellitare dell'offerta in alta definizione (Piano Full HD Sat). A tale scopo è stato necessario l'ampliamento della capacità diffusiva via satellite a quattro transponder e la loro riorganizzazione per un più efficace sfruttamento delle risorse. La ristrutturazione dell'offerta (rilasciata agli utenti il 5 gennaio 2017) ha comportato modifiche nei parametri trasmissivi (2 transponder DVB-S per i canali SD e 2 transponder DVB-S2 per i canali HD) e una nuova ripartizione dei canali fra i transponder.

È stata, inoltre, avviata la diffusione sulla piattaforma Tivù Sat in simulcast HD di tutta l'offerta Rai e a gennaio 2016 Rai 4 HD è stato reso disponibile anche agli abbonati Sky (LCN 104 su Sky).

Sviluppo della qualità tecnica

Il continuo miglioramento della qualità tecnica dei prodotti e dei servizi offerti dalla Rai è un elemento distintivo della natura di Concessionaria del Servizio Pubblico. Anche nel 2016, le attività di monitoraggio in questo ambito sono proseguite lungo tutta la filiera produttiva e distributiva, sia dal punto vista oggettivo che di percezione dell'utente finale.

Le attività principali hanno riguardato l'analisi dei dati disponibili dal sistema di rilevamento sul territorio dei segnali diffusi (EVA – *Signal Quality Evaluator*), il benchmarking tecnologico della qualità, il coordinamento della gestione dei disservizi (finalizzato all'attivazione delle opportune contromisure infrastrutturali) nonché il coordinamento delle norme di esercizio e la correlata valutazione comparativa.

Il sistema EVA è lo strumento utilizzato per il controllo della qualità tecnica dei segnali radiotelevisivi e per la gestione degli interventi sistemistici correttivi e le iniziative interstrutturali che garantisce una veloce ed efficace comunicazione dei disservizi tecnici. In questo ambito, sono stati avviati interventi operativi anche per lo sviluppo della radio digitale, grazie all'acquisto di sonde specifiche per la ricezione e la misura dello standard DAB+ che saranno installate presso i siti delle sedi regionali.

Sono proseguite, inoltre, le attività per il miglioramento della qualità tecnica nell'ambito della fiction, che si affianca ad altre analoghe iniziative per assicurare all'utenza i più alti standard qualitativi tecnici (dall'HD all'UHD), e le attività di monitoraggio e valutazione della qualità tecnica misurabile strumentalmente, anche in collaborazione con Rai Way (es. Radio, Fiction, Sport).

È stato poi ulteriormente aggiornato il sistema informatico (CQS) dedicato ai disservizi rilevati sulla rete di distribuzione dei segnali radiofonici e televisivi di Rai o segnalati dalla controllata Rai Way e sono state identificate iniziative puntuali e strutturali di miglioramento della rete distributiva allo scopo di aumentare la qualità tecnica del segnale e l'affidabilità complessiva della rete di distribuzione.

In questa prospettiva, è stato avviato il progetto per l'introduzione di strumenti di analisi statistica (supportato da una applicazione di *data mining*) per analizzare le tendenze dei valori misurati e operare aggregazioni su base geografica e temporale. Il sistema sarà completato con una serie di indicatori che offriranno una visualizzazione delle anomalie riscontrate su 'cruscotti' personalizzati, in modo parametrico e multidimensionale. Sarà inoltre dato avvio anche alla sperimentazione di sonde mobili, che potranno interconnettersi con un sistema centrale attraverso Internet, utilizzando le tecnologie wireless disponibili (WiFi, rete 3G, rete 4G).

In collaborazione con l'Università La Sapienza di Roma – Facoltà di Ingegneria, è stato realizzato un sistema in grado di effettuare la misurazione oggettiva 'Full Reference' della qualità di un segnale video HD e/o UHD, mediante la definizione di un indice QI (Quality Impairment)

per la determinazione del degrado del contenuto video end-to-end (dal punto di trasmissione al punto di ricezione utente). Il QI è stato definito utilizzando sia metriche riconosciute a livello internazionale, sia realizzate ad hoc per le esigenze Rai. Sono stati calcolati gli indici QI relativi alle prime trasmissioni Rai in UHD.

In collaborazione con l'Università di Parma – Facoltà di Ingegneria, è stato infine avviato uno studio di fattibilità per il miglioramento della percezione della qualità audio riprodotta dai televisori a schermo piatto, realizzando tre sistemi specifici relativi ai tre modelli di apparecchi televisivi da salotto (schermo 37" - 47") più venduti in Italia, per poterne migliorare soprattutto l'intelligibilità del parlato.

Da ultimo, nel corso del 2016 è stato realizzato un sistema di misura sperimentale in grado di valutare la qualità di ricezione – in ottica utente – del servizio radiofonico ricevibile da rete IP mobile (3G/4G). Tale strumento è in grado di rilevare, in maniera georeferenziata, la presenza e la qualità del segnale audio decodificato da uno smartphone (connesso alla rete ed utilizzando la APP RadioRai) mediante metriche che simulano la percezione utente.

Attività trasmissiva

Rai Way gestisce oltre 2.300 siti dotati di infrastrutture e impianti per la trasmissione e la diffusione dei segnali radiotelevisivi in Italia, dispone di 23 sedi operative distribuite sul territorio nazionale e si avvale di un organico altamente specializzato, composto da oltre 600 risorse. Gli asset tecnologici e il know-how specialistico sono le risorse chiave non solo per l'attuale offerta di servizi, ma anche per lo sviluppo di nuove attività.

I servizi forniti da Rai Way sono sintetizzabili nelle seguenti tipologie di attività:

- **Servizi di diffusione**, intesi come servizi di trasporto terrestre e satellitare dei segnali televisivi e radiofonici tramite le reti di diffusione presso gli utenti finali all'interno di un'area geografica.
- **Servizi di trasmissione** di segnali radiotelevisivi attraverso la rete di collegamento (ponti radio, satelliti, fibra ottica) e, in particolare, la prestazione di servizi di contribuzione, intesi come servizi di trasporto unidirezionale:
 - tra siti prestabiliti e/o fonia/dati tramite circuiti analogici o digitali;
 - del segnale a radiofrequenza dal satellite all'interno di un'area geografica di determinata ampiezza, e servizi connessi.
- **Servizi di Tower Rental**, intesi come:
 - ospitalità (hosting), ovvero servizi di alloggiamento di impianti di trasmissione nei punti di diffusione (postazioni) dei segnali radio-televisivi, di telefonia e di telecomunicazione;
 - servizi di gestione e manutenzione degli impianti di trasmissione ospitati nelle postazioni;
 - servizi complementari e connessi.
- **Servizi di rete o network services**, che includono a loro volta una vasta gamma di servizi eterogenei che la società può fornire in relazione alle reti di comunicazione elettronica e di telecomunicazioni in generale (attività di progettazione, realizzazione, installazione, manutenzione e gestione, servizi di consulenza, monitoraggio, radio protezione etc.).

La tipologia di clientela che si rivolge a Rai Way per usufruire dei richiamati servizi può essere convenzionalmente ricondotta nelle categorie dei broadcasters (emittenti radiotelevisive nazionali e locali, tra le quali rientra anche Rai), operatori TLC (prevalentemente operatori di telefonia mobile) e P.A. e Corporate (categoria residuale in cui rientrano pubbliche amministrazioni, enti e persone giuridiche), operatori FWAP (Fixed Wireless Access Provider).

Rai Way è un operatore leader nel mercato italiano delle infrastrutture di trasmissione radiotelevisiva. Nel mercato dell'emittenza

televisiva le principali piattaforme di trasmissione sono costituite da:

- DTT (Digital Terrestrial Television, sia in chiaro, sia pay tv);
- DTH (satellitare);
- IPTV (internet);
- TV via cavo.

Rispetto ad altri Paesi dell'Europa occidentale, l'Italia è caratterizzata da una diffusione di gran lunga maggiore della piattaforma DTT. Negli altri Paesi, la minore diffusione della piattaforma DTT è correlata alla più ampia e competitiva presenza della piattaforma satellitare (es. Regno Unito e Germania), cavo (es. Germania) e IPTV (es. Francia).

Il solido posizionamento della DTT nello scenario dell'emittenza televisiva italiana è ulteriormente sostenuto dall'assenza della tv via cavo (i soggetti in grado di erogare servizi televisivi via cavo rappresentano normalmente, a livello europeo, i concorrenti più forti sul mercato sia della televisione sia della banda larga) e, di fatto, anche della IPTV, la cui scarsa diffusione è dovuta, tra l'altro, alla presenza limitata di reti a banda larga veloci in grado di supportare i relativi servizi.

Per quanto riguarda il mercato italiano radiofonico, i programmi sono trasmessi nel formato analogico e digitale (DAB - Digital Audio Broadcasting) e non è prevista una scadenza per lo spegnimento del segnale analogico, in linea con molti altri Paesi europei.

Numerose le attività svolte nel 2016 sia a beneficio del Gruppo Rai che nella fornitura di servizi a operatori terzi.

Il Contratto di Servizio sottoscritto da Rai e Rai Way nel 2014 – oltre ai servizi base di diffusione e trasmissione – prevede e disciplina l'eventualità che, al manifestarsi di nuove esigenze del cliente, le parti possano negoziare la fornitura di servizi addizionali ovvero di servizi finalizzati allo sviluppo di nuove reti di comunicazione elettronica e di telecomunicazioni o, ancora, di nuove tecnologie e standard trasmissivi.

In questo contesto, tra i servizi di maggior rilievo svolti nel 2016, si segnalano i servizi di trasporto per la contribuzione dei segnali delle Olimpiadi e Paralimpiadi estive di Rio de Janeiro e dei Campionati Europei di Calcio di Francia, per i quali Rai Way ha fornito soluzioni tecnologiche sfruttando reti in fibra ottica e il supporto tecnico specialistico in loco, garantendo sempre un altissimo livello di affidabilità.

È stata completata la nuova rete in fibra ottica basata su tecnologia di codifica JPEG2000 e trasporto IP/MPLS, integrata all'attuale rete di contribuzione televisiva terrestre in esercizio; tale

servizio si inquadra nel progetto di evoluzione delle reti di trasmissione volto a soddisfare le nuove esigenze della Rai, conseguenti al processo di digitalizzazione degli impianti di produzione, ed alla necessità di trasportare contenuti prodotti in alta definizione (news, sport, fiction etc.).

Si segnala, nell'ambito del processo di miglioramento della qualità dell'offerta Rai, anche l'avvio del servizio di diffusione satellitare dei canali HD, con la riconfigurazione dei quattro transponder del satellite Eutelsat Hot Bird 13°Est. Relativamente al consolidamento dei servizi offerti dal Gruppo Rai, Rai Way ha realizzato ed avviato il servizio di distribuzione dei segnali televisivi in Australia, Nord e Sud America, attraverso fibra ottica e satellite.

Per quanto riguarda le attività svolte a favore di clientela terza, nel corso del 2016 Rai Way ha continuato a promuovere nei confronti degli operatori radiomobili una linea commerciale finalizzata a incentivare lo sviluppo delle reti di nuova generazione e a consolidare il rapporto della Società con il singolo operatore. A tal fine, sono state proposte tariffe incentivanti a favore dello sviluppo delle reti e delle infrastrutture di telecomunicazione presso siti nella disponibilità di Rai Way, anche a fronte dell'impegno da parte del cliente a non dismettere per un periodo determinato un numero di postazioni individuate nel contratto.

Nel 2016 è stato inoltre rinnovato l'accordo per l'erogazione di servizi di tower rental con EOLO SpA e si è registrato un incremento significativo delle richieste di ospitalità e di attivazioni da parte della clientela FAWP.

Nell'ambito delle attività del tower rental per clienti broadcast sono proseguite le attività commerciali con l'attivazione di ulteriori postazioni con i principali operatori.

Per quanto riguarda la clientela broadcast radiofonica, Rai Way ha dato inizio ad una riapertura verso il mercato radiofonico. È stato sottoscritto un accordo quadro con un network radiofonico nazionale ed altri accordi specifici sono stati siglati con emittenti locali. Sono stati avviati incontri con altri operatori radiofonici nazionali propedeutici alla sottoscrizione di nuovi accordi.

Inoltre, a seguito dell'assegnazione di frequenze agli operatori locali attraverso il *Beauty Contest* del MiSe, Rai Way ha concluso accordi con operatori locali per l'erogazione di servizi di diffusione su base regionale.

Con riferimento all'introduzione di servizi innovativi, il 2016 ha segnato per Rai Way l'avvio di iniziative nel mondo dell'IoT (*Internet of Things*) e più in particolare delle *Smart City*.

Gli ottimi risultati conseguiti con sperimentazioni in varie realtà italiane, tra le quali ad esempio il Comune di Ormea in Piemonte, sostengono le prospettive aziendali e le intenzioni di procedere rapidamente verso un ruolo centrale nello sviluppo di reti per l'IoT, adottando un modello di tipo federativo, ovvero integrando la propria rete anche con quelle di soggetti terzi disponibili alla condivisione.

Le sperimentazioni che Rai Way ha realizzato, utilizzando la tecnologia LoRa particolarmente performante nella realizzazione di reti di tipo LPWAN (*Low Power Wide Area Network*), hanno consentito di valutare positivamente l'adeguatezza delle infrastrutture Rai Way nello sviluppo dei servizi IoT non solo su scala cittadina o regionale ma anche nazionale.

Costante l'impegno nell'attività di ricerca e sviluppo, anche in collaborazione con il Centro Ricerche e Innovazione Tecnologica di Rai, orientata principalmente alla sperimentazione di nuovi servizi digitali applicati al mondo della trasmissione e diffusione di programmi radiofonici e televisivi.

Le principali iniziative hanno riguardato:

- **rete SFN**: è stato attivato uno stage in collaborazione con il Politecnico di Milano per valutare gli effetti dell'interferenza isocanale dovuta a sorgenti provenienti da altre direzioni rispetto a quella di riferimento, elaborando i dati raccolti con continuità da postazioni equipaggiate in modo specifico;
- **registrazioni di spettro**: nell'ambito della conclusione del progetto Europeo DEMETRA è stata installata presso Rai Way una postazione per la ricezione di un segnale di tempo trasmesso attraverso un satellite geostazionario dall'INRIM e coordinato con postazioni collocate in Spagna e Germania. I risultati comparati con il sistema GPS su di un periodo di tempo relativamente breve hanno dato risultati soddisfacenti contenendo lo scarto entro +/- 100 nanosecondi. È in fase di valutazione la prosecuzione dei test attraverso un accordo di collaborazione con INRIM e altri operatori di rete.

Comunicazione, relazioni esterne, istituzionali e internazionali

Oltre alla promozione dei principali prodotti dei canali e delle testate, i progetti di comunicazione di Rai hanno avuto come linea guida la necessità di valorizzare il ruolo di Servizio Pubblico della Concessionaria.

In particolare:

- sono state avviate una serie di azioni volte a rafforzare il ruolo della Rai come player europeo e internazionale e rilanciare la propria missione nel nuovo contesto globale. In questo quadro si inserisce il forte impegno nelle grandi associazioni di categoria europee ed extra-europee (EBU, COPEAM, CIRCOM, CMCA, ABU, ASBU, CRI-Comunità radiotelevisiva italoфона) per rilanciare una politica di cooperazione multilaterale – anche attraverso la partecipazione a progetti strategici – per migliorare il posizionamento internazionale di Rai. In tale contesto sono state organizzate iniziative di formazione, scambio di news e di condivisione di know how;
- nel quadro delle attività di promozione della lingua e della cultura italiana nel mondo, sono state attivate positive collaborazioni per l'utilizzo di contenuti Rai come supporti per l'insegnamento e l'apprendimento dell'italiano ed è stata implementata, attraverso la CRI, la rete di emittenti che nel mondo trasmettono in lingua italiana;
- nell'ambito delle coproduzioni internazionali e dei progetti speciali, si segnala la partecipazione a iniziative di grande impatto, quali l'*Eurovision Song Contest* (in entrambe le sue declinazioni di Senior e Junior), diventato un appuntamento atteso e seguito anche in Italia, e a *Generation What?*, progetto europeo finalizzato a delineare il ritratto dei cd *millennials* (giovani dai 16 ai 34 anni), promosso dai principali broadcaster europei di Servizio Pubblico, coordinati dall'EBU;
- è proseguita l'attività di rappresentanza verso le Istituzioni europee e sono stati presidiati, attraverso un costante monitoraggio, i principali dossier politico-legislativi europei di interesse aziendale (Direttiva AVMS, Spettro delle frequenze, pacchetto Telecom, 5G, Copyright, Net Neutrality, data protection ecc.) nel quadro della "Strategia per il mercato unico digitale" lanciata dalla Commissione Europea;
- sono stati inoltre definiti accordi internazionali/memorandum of understanding con partner esteri (ad es. Cina, Mongolia) finalizzati ad individuare iniziative di cooperazione nel settore radiotelevisivo quali collaborazioni nei settori radio, cinema, televisione, editoria, internet, attività di formazione e coproduzioni di programmi;
- per quanto concerne le audiodescrizioni, nel 2106 il Segretariato Sociale ha audiodescritto

960 ore rispetto alle 660 ore del 2015, frutto di una sempre maggiore attenzione al tema e in linea con le direttrici di sviluppo indicate dal vigente Contratto di Servizio;

- è stato realizzato internamente un documentario di circa 30 minuti dal titolo *Come ti chiami? 7 storie sull'autismo*, avvalendosi della collaborazione del MIUR, dell'ANGSA (Associazione Genitori Soggetti Autistici) e della FIA (Federazione Italiana Autismo), con lo scopo di dare voce ai ragazzi affetti da tale disturbo e con l'obiettivo di diffondere le buone pratiche di inclusione che vengono seguite in molte scuole pubbliche del nostro Paese;
- è stato realizzato *Non solo Sport*, un progetto di comunicazione per le Paralimpiadi di Rio 2016 in virtù di un accordo di Media Partnership sottoscritto con il Comitato Italiano Paralimpico. Rai ha realizzato una serie di iniziative per dare risalto alle attività sociali che il CIP ha realizzato a Rio contestualmente allo svolgimento dei giochi. Il CIP, infatti, in accordo con l'arcidiocesi di Rio, ha sostenuto alcuni progetti inseriti nel più ampio programma di sviluppo sociale "Rio se move", promosso da organizzazioni cattoliche brasiliane. In quest'occasione, Rai è stata al fianco del CIP per la realizzazione di un video backstage delle attività sociali e sportive che si sono svolte all'interno di Casa Italia e non solo, testimoniando il valore della diversità;
- venerdì 2 dicembre 2016 presso il Centro Italiano di Studi Superiori per la Formazione e l'Aggiornamento in Giornalismo Radiotelevisivo di Perugia si è svolta la premiazione del Concorso Qualit@Digitale indetto dalla Rai. Il concorso, riservato a installatori iscritti negli albi di competenza che avessero inviato segnalazioni e suggerimenti sulla qualità tecnica del servizio Rai utili al suo miglioramento, nasce con l'obiettivo di promuovere la Cultura della Qualità tra i professionisti coinvolti nella realizzazione degli impianti per la distribuzione dei segnali radiotelevisivi. In occasione della cerimonia di premiazione, in un contesto così drammatico per il Centro Italia colpito dal terremoto, Rai ha istituito un premio speciale per offrire un ulteriore contributo per sostenere concretamente l'attività dei professionisti che operano nei territori coinvolti dal sisma.

Nel rispetto di recenti disposizioni normative, con l'obiettivo di rendere maggiormente accessibili le principali informazioni che riguardano l'Azienda e di rafforzare anche per tale via un nuovo rapporto con la collettività e tutti gli stakeholder, è stata creata una specifica area dedicata alla Trasparenza.

Il quadro normativo e regolamentare

Il 2016 è stato caratterizzato dagli interventi legislativi di disciplina del settore radiotelevisivo di seguito illustrati.

Proroga del termine della Concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale

Il nuovo Codice dei contratti pubblici (Decreto Legislativo del 18 aprile 2016, n. 50, su cui v. *infra*) è intervenuto sul tema dell'affidamento della concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale prevedendo, all'articolo 216, comma 24, che *"al fine di consentire lo svolgimento, con la più ampia partecipazione, della consultazione pubblica di cui all'articolo 5, comma 5, della Legge 28 dicembre 2015, n. 220 (Legge di riforma Rai), e nelle more dell'aggiornamento della disciplina in materia di affidamento del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale"*, il termine della concessione previsto dall'articolo 49, comma 1 del Decreto Legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (*Testo Unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*, di seguito TUSMAR) fosse prorogato dal 6 maggio 2016 al 31 ottobre 2016.

Legge 26 ottobre 2016, n. 198, recante "Istituzione del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione e deleghe al Governo per la ridefinizione della disciplina del sostegno pubblico per il settore dell'editoria e dell'emittenza radiofonica e televisiva locale, della disciplina di profili pensionistici dei giornalisti e della composizione e delle competenze del Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti. Procedura per l'affidamento in concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale"

L'art. 9 ha previsto, tra l'altro, la modifica dell'art. 49 del TUSMAR prescrivendo una nuova procedura per l'affidamento in concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, di durata decennale e preceduto da una consultazione pubblica sugli obblighi del servizio medesimo. Il medesimo art. 9, introducendo il nuovo comma 1-sexies all'art. 49 TUSMAR ha stabilito che *"Sino alla data di entrata in vigore del decreto che dispone il nuovo affidamento del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, e comunque per un periodo non superiore a novanta giorni dalla data di scadenza del rapporto concessorio, continuano a trovare applicazione, ad ogni effetto, la concessione e la relativa convenzione già in atto"*. Detto articolo ha inoltre previsto che agli Amministratori, al personale dipendente, ai collaboratori e ai consulenti del soggetto affidatario della concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, la cui prestazione professionale non sia stabilita da tariffe regolamentate, si applichi il limite retributivo, pari a Euro 240.000, fissato dall'art. 13 del

D. L. 66/2014 (convertito con L. 89/2014), precisando che, ai fini del rispetto di tale limite, non si applichino le esclusioni previste dall'art. 23-bis del D. L. 201/2011 (L. 214/2011) relative alle società emittenti strumenti finanziari quotati nei mercati regolamentati e alle loro controllate. Rai ha proceduto all'implementazione della predetta normativa – effettiva dal 15 novembre 2016 – prevedendo, relativamente ai rapporti in essere con riferimento al personale dipendente e ai collaboratori e consulenti con contratti di natura non artistica, l'applicazione della stessa a partire dalle competenze del mese di dicembre 2016. Il Consiglio di Amministrazione, all'esito delle opportune valutazioni, nella seduta del 9 novembre 2016 ha anche deliberato di richiedere all'Azionista Ministero dell'Economia e delle Finanze e al Ministero dello Sviluppo Economico un'interpretazione puntuale della norma, attraverso la formulazione di uno specifico quesito.

Decreto Legge del 30 dicembre 2016, n. 244, recante "Proroga e definizione di termini" (c.d. "mille-proroghe")

L'art. 6, comma 3, del Decreto, attraverso un intervento sul novellato art. 49, comma 1-sexies del TUSMAR ha previsto che, nelle more dell'affidamento del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale (secondo le nuove procedure introdotte dall'art. 9 della L. 198/2016, nel quadro degli interventi già introdotti dalla L. 220/2015), e comunque per un periodo non superiore a centottanta giorni dal 31 ottobre 2016 (e cioè fino al 29 aprile 2017), continuano a trovare applicazione, ad ogni effetto, la concessione e la convenzione in atto, così prorogando, per il caso in cui non si addivenga prima al nuovo affidamento con Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, la vigenza dell'attuale concessione a Rai del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale.

Attuazione della Legge 28 dicembre 2015, n. 220 (Riforma della Rai e del Servizio Pubblico radiotelevisivo)

a) Consultazione pubblica CAMBIERAI e rinnovo del Contratto di Servizio

La Legge 28 dicembre 2015, n. 220 ha previsto lo svolgimento di una consultazione pubblica sugli obblighi del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale in vista dell'affidamento della concessione del servizio medesimo. Tale consultazione è terminata il 30 giugno scorso ed è stata presentata alla Camera dei Deputati il 27 luglio 2016.

Con riferimento al rinnovo del Contratto di Servizio tra Ministero dello Sviluppo Economico (di seguito MISE) e Rai, la medesima Legge ha stabilito che, in sede di prima applicazione, lo schema del nuovo contratto dovrà essere trasmesso dal Dicastero alla

Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, per il prescritto parere, entro sei mesi dall'affidamento della concessione; a regime, almeno sei mesi prima della scadenza del contratto vigente.

La stipula del Contratto nazionale di Servizio – di durata quinquennale e non più triennale – dovrà avvenire previa delibera del Consiglio dei Ministri recante gli indirizzi per l'emanazione delle linee guida (assunte d'intesa tra l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e il MISE) sul contenuto degli ulteriori obblighi del Servizio Pubblico generale radiotelevisivo.

b) Elenco degli ospiti partecipanti alle trasmissioni

La Società ha inoltre emanato indicazioni operative in ottemperanza al nuovo comma 12-ter dell'art. 49 TUSMAR, introdotto dalla Legge 220/2015, che ha previsto in capo al Consiglio di Amministrazione l'obbligo di riferire semestralmente alla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, prima dell'approvazione del bilancio, sulle attività svolte dalla Rai, consegnando l'elenco completo dei nominativi degli ospiti partecipanti alle trasmissioni.

Copertura del costo di fornitura del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale e determinazione della misura dei canoni di abbonamento alle radiodiffusioni – Decreto del Ministro dello Sviluppo Economico del 13 maggio 2016, n. 94, "Regolamento recante attuazione dell'articolo 1, comma 154, della Legge 28 dicembre 2015, n. 208 – (Canone Rai in bolletta)" – Provvedimenti dell'Agenzia delle Entrate – D. L. 17 ottobre 2016, n. 189 (Interventi urgenti in favore delle popolazioni colpite dagli eventi sismici del 2016) – Legge di Bilancio per il 2017

Com'è noto, la Legge 28 dicembre 2015, n. 208 (Legge di stabilità 2016) ha fissato in Euro 100,00 per il 2016 la misura del canone di abbonamento alle radioaudizioni per uso privato (art. 1, comma 152) e ha introdotto una nuova presunzione di detenzione di un apparecchio atto o adattabile alla ricezione delle radioaudizioni, che opera in caso di esistenza di un'utenza per la fornitura di energia elettrica nel luogo in cui un soggetto ha la sua residenza anagrafica.

Allo scopo di superare dette presunzioni (con conseguente non addebitabilità del canone), a decorrere dall'anno 2016 è ammessa esclusivamente una dichiarazione ai sensi dell'articolo 47 del Decreto del Presidente della Repubblica del 28 dicembre 2000, n. 445, da presentarsi all'Agenzia delle Entrate con le modalità definite con provvedimento del Direttore della stessa (adottato il 24 marzo 2016 e recante "Definizione delle modalità e dei termini di presentazione della dichiarazione sostitutiva relativa al canone di abbonamento alla televisione per uso

privato ai sensi dell'articolo 1, comma 153, lettera a), della Legge 28 dicembre 2015, n. 208, e approvazione del relativo modello", successivamente modificato con provvedimento del 21 aprile 2016). In attuazione dell'art. 1, comma 154 della Legge di Stabilità – che ha delegato ad un Decreto del Ministro dello Sviluppo Economico la determinazione, tra l'altro, dei termini e delle modalità per il riversamento all'Erario, da parte delle imprese elettriche, degli importi (suddivisi in dieci rate mensili) riscossi a titolo di canone e addebitati nelle fatture emesse dalle aziende erogatrici, nonché le misure tecniche attuative – il decreto del Ministro dello Sviluppo Economico del 13 maggio 2016, n. 94, "Regolamento recante attuazione dell'articolo 1, comma 154, della Legge 28 dicembre 2015, n. 208 – (Canone Rai in bolletta)" ha delineato gli snodi procedurali e temporali connessi alle nuove modalità di pagamento dell'imposta, occupandosi tra l'altro:

- dell'allineamento delle banche dati fra i "soggetti rilevanti" nel meccanismo di riscossione (Acquirente Unico SpA, Agenzia delle Entrate, imprese elettriche);
- dell'addebito del canone nelle fatture emesse dall'impresa elettrica e del successivo riversamento all'Erario dei canoni incassati da parte dei fornitori di energia (entro il giorno 20 del mese successivo a quello di incasso e, comunque, entro il 20 dicembre di ciascun anno con riferimento all'intero canone riscosso);
- delle modalità di comunicazione, da parte di Acquirente Unico SpA e delle imprese elettriche e nei confronti dell'Agenzia delle Entrate, dei dati utili ai fini del controllo;
- delle dichiarazioni, dei reclami e dei rimborsi delle somme non dovute, da effettuarsi con le modalità definite con provvedimento del Direttore dell'Agenzia delle Entrate (emanato il 2 agosto 2016 e recante "Definizione delle modalità di presentazione dell'istanza di rimborso del canone di abbonamento alla televisione per uso privato, pagato a seguito di addebito nelle fatture emesse dalle imprese elettriche ma non dovuto, e approvazione del relativo modello");
- dei profili di privacy e degli adempimenti in capo alle imprese elettriche.

L'art. 1, comma 40 della Legge 11 dicembre 2016, n. 232 (Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2017 e bilancio pluriennale per il triennio 2017-2019) ha successivamente previsto, per l'anno 2017, la riduzione a Euro 90,00 della misura del canone di abbonamento alla televisione per uso privato.

L'art. 14 (Proroga di termini relativi a interventi emergenziali), comma 2 del Decreto Legge del 30 dicembre 2016, n. 244 (c.d. "mille-proroghe") ha disposto, con riferimento ai Comuni individuati ai sensi del D. L. 17 ottobre 2016, n. 189 (Interventi urgenti in favore delle popolazioni colpite dagli eventi sismici del 2016) convertito, con modificazioni, dalla Legge 15 dicembre 2016, n. 229 e limitatamente ai soggetti danneggiati che dichiarino l'inagibilità del fabbricato,

casa di abitazione, studio professionale o azienda, l'ulteriore proroga di sei mesi della sospensione temporanea dei termini di pagamento delle fatture (relative, tra gli altri, ai settori dell'energia elettrica e della radiotelevisione pubblica), già disposta dall'art. 48, comma 2 del predetto D. L. 189/2016.

Decreto Legislativo 18 aprile 2016, n. 50, recante "Attuazione delle direttive 2014/23/UE, 2014/24/UE e 2014/25/UE sull'aggiudicazione dei contratti di concessione, sugli appalti pubblici e sulle procedure d'appalto degli enti erogatori nei settori dell'acqua, dell'energia, dei trasporti e dei servizi postali, nonché per il riordino della disciplina vigente in materia di contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture"

Il 19 aprile 2016 è entrato in vigore il nuovo Codice dei contratti pubblici che, attuando la Legge delega n. 11 del 28 gennaio 2016, ha tra l'altro abrogato il previgente Codice (di cui al Decreto Legislativo 12 aprile 2006, n. 163).

Rai sta adeguando le proprie procedure interne alle normative di riferimento per l'affidamento dei contratti pubblici, sia nel settore c.d. ordinario, sia nei settori che sono – per espressa previsione legislativa – esclusi dall'applicazione del Codice dei contratti pubblici, in particolare – con riferimento a questi ultimi – procedendo con la previsione di nuovi criteri e procedure di affidamento dei contratti di cui all'art. 49-ter TUSMAR.

Infatti, l'art. 49-ter, comma 1, del TUSMAR, introdotto dalle Legge di riforma della Rai, prevede che i contratti conclusi dalla Rai e dalle società da essa interamente partecipate aventi per oggetto l'acquisto, lo sviluppo, la produzione o la coproduzione e la commercializzazione di programmi radiotelevisivi e di opere audiovisive e le relative acquisizioni di tempo di trasmissione siano esclusi, ai sensi dell'art. 19 del D. Lgs. 12 aprile 2006, n. 163 (ora art. 17 del nuovo Codice), dall'applicazione della disciplina dettata dal codice dei contratti pubblici e che essi non siano soggetti all'obbligo procedurale dell'invito ad almeno cinque concorrenti previsto dall'art. 27, comma 1, secondo periodo del citato decreto n. 163 (procedura non più prevista dall'attuale Codice), fermo comunque restando il rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità (ai sensi dell'attuale art. 4).

Il successivo comma 2 dell'art. 49-ter TUSMAR stabilisce poi che i contratti conclusi dalla Rai e dalle società da essa interamente partecipate aventi ad oggetto lavori, servizi e forniture collegati, connessi o funzionali ai contratti individuati al periodo precedente, di importo inferiore alle soglie di rilevanza comunitaria, non siano soggetti agli obblighi procedurali per essi previsti dal codice dei contratti pubblici, fermo restando l'obbligo di affidamento nel rispetto dei sopra citati principi di matrice comunitaria.

Il D. Lgs. n. 50/2016 ha armonizzato le previsioni legislative con norme di coordinamento. Infatti, l'art. 216, al comma 24 stabilisce altresì espressamente che "All'articolo 49-ter del Decreto Legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e successive modificazioni, il rinvio agli articoli 19 e 27, comma 1, e alla disciplina del Codice dei contratti pubblici di cui al Decreto Legislativo 12 aprile 2006, n. 163, si intende riferito, rispettivamente, agli articoli 17 (n.d.r.: relativo agli appalti ed alle concessioni esclusi dall'applicazione del Codice e in buona parte coincidenti con i contratti di cui all'art. 19 del previgente D. Lgs. n. 163/2006), 4 (n.d.r.: che impone il rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, proporzionalità, pubblicità, tutela dell'ambiente ed efficienza energetica nell'affidamento dei contratti esclusi) e alla disciplina del presente codice".

Nelle more dell'adeguamento delle procedure aziendali, Rai continua ad applicare le vigenti Istruzioni Interne per l'affidamento dei contratti pubblici approvate dal Consiglio di Amministrazione nel novembre 2014, in quanto comunque compatibili con l'attuale quadro normativo.

Provvedimenti attuativi della Legge 124/2015 "Deleghe al Governo in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche" (c.d. Legge Madia)

a) Decreto Legislativo 25 maggio 2016, n. 97, recante "Revisione e semplificazione delle disposizioni in materia di prevenzione della corruzione, pubblicità e trasparenza, correttivo della Legge 6 novembre 2012, n. 190 e del Decreto Legislativo 14 marzo 2013, n. 33, ai sensi dell'articolo 7 della Legge 7 agosto 2015, n. 124, in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche"

Il Decreto Legislativo in oggetto, adottato in attuazione della delega contenuta nell'art. 7 della Legge 124/2015, provvede alla revisione e alla semplificazione delle disposizioni in materia di prevenzione della corruzione, pubblicità e trasparenza.

L'art. 3 del predetto Decreto, in particolare, ha inserito, dopo l'art. 2 del D. Lgs. n. 33 del 2013, il nuovo articolo 2-bis (*Ambito soggettivo di applicazione*), il cui comma 2 stabilisce che la medesima disciplina prevista per le pubbliche amministrazioni si applichi anche, in quanto compatibile, alle società in controllo pubblico come definite dal D. Lgs. 19 agosto 2016, n. 175, recante "Testo unico in materia di società a partecipazione pubblica" (come si dirà in vigore dal 23 settembre 2016 e su cui v. il paragrafo successivo), escludendo comunque le società quotate, come anch'esse definite dal medesimo Testo Unico, tra cui, in quanto emittente strumenti

finanziari quotati, Rai e le società dalla stessa controllate.

Per quanto riguarda l'attività di pubblico interesse svolta da Rai in quanto società concessionaria del Servizio Pubblico radiotelevisivo, gli obblighi di trasparenza previsti dal D. Lgs. n. 97/2016 per le società in partecipazione pubblica che gestiscono pubblici servizi sono specificatamente disciplinati all'interno della Legge di riforma (n. 220/2015). Inoltre, l'art. 41 del Decreto Legislativo ha modificato l'articolo 1 della Legge n. 190 del 2012 con l'inserimento del comma 2-bis, ai sensi del quale il Piano nazionale anticorruzione rappresenta l'atto di indirizzo, oltre che per le P.P.A.A. (ai fini dell'adozione dei propri piani triennali di prevenzione della corruzione), per gli altri soggetti di cui al sopra illustrato art. 2-bis, comma 2, del D. Lgs. n. 33/2013, ai fini dell'adozione di misure di prevenzione della corruzione integrative di quelle adottate ai sensi del Decreto Legislativo 8 giugno 2001, n. 231.

b) Decreto Legislativo 19 agosto 2016, n. 175, recante "Testo unico in materia di società a partecipazione pubblica"

Il Decreto Legislativo in oggetto, in vigore dal 23 settembre 2016, provvede al riordino – in attuazione della delega prevista dall'art. 18 della Legge 124/2015, "Deleghe al Governo in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche" (c.d. Legge Madia) – della disciplina delle partecipazioni societarie delle amministrazioni pubbliche.

Le disposizioni normative in argomento non trovano applicazione per le società quotate, tra cui rientrano le società a partecipazione pubblica che hanno emesso, alla data del 31 dicembre 2015, strumenti finanziari, diversi dalle azioni, quotati in mercati regolamentati (come Rai) e le società partecipate dalle stesse (come le società del Gruppo Rai) (art. 1, comma 5). L'art. 1, comma 4 del Decreto fa poi salve le specifiche disposizioni, contenute in leggi o regolamenti governativi o ministeriali, che disciplinano società a partecipazione pubblica di diritto singolare costituite per l'esercizio della gestione di servizi di interesse generale o di interesse economico generale o per il perseguimento di una specifica missione di pubblico interesse.

Si applicano, poiché espressamente previsto, alle società quotate, fermo restando quanto previsto dal citato art. 1, comma 4, le previsioni di cui agli artt. 8 (in materia di acquisto, da parte di pubbliche amministrazioni, di partecipazioni in società già costituite e quotate, unicamente nei casi in cui l'operazione comporti l'acquisto della qualità di socio) e l'art. 9 (in materia di gestione delle partecipazioni pubbliche, esercizio dei diritti del socio pubblico, patti parasociali, decorrenza dell'efficacia degli atti di nomina e di revoca degli organi sociali da parte del socio pubblico) del decreto.

Nuova disciplina sugli abusi di mercato (Regolamento UE n. 596/2014 e relativi Regolamenti di esecuzione. Direttiva n. 57/2014)

Il Regolamento n. 596/2014 sugli abusi di mercato, applicabile agli strumenti finanziari ammessi alla negoziazione su un mercato regolamentato di uno Stato membro (e, pertanto, anche al prestito obbligazionario emesso da Rai) e i relativi Regolamenti di esecuzione, unitamente alla Direttiva n. 57/2014 sulle sanzioni penali applicabili in materia di abusi di mercato hanno sostituito, nel corso del 2016, le disposizioni della Direttiva n. 6/2003 (c.d. "Direttiva abusi di mercato") e le correlate direttive attuative.

Nel mese di febbraio 2017 il Consiglio di amministrazione della Società ha proceduto all'approvazione del "Regolamento per la gestione delle informazioni privilegiate e delle operazioni di internal dealing, la tenuta del registro insiders e dell'elenco delle persone che esercitano funzioni di amministrazione, di controllo o di direzione e delle persone a loro strettamente associate", adottato in esecuzione del descritto quadro normativo. In particolare, è in corso l'aggiornamento del Registro delle persone aventi accesso alle informazioni privilegiate e del relativo Regolamento.

Decreto Legislativo 17 luglio 2016, n. 135, recante "Attuazione della direttiva 2014/56/UE che modifica la Direttiva 2006/43/CE concernente la revisione legale dei conti annuali e dei conti consolidati" - Revisione legale dei conti

Il Decreto Legislativo 17 luglio 2016, n. 135, recante "Attuazione della Direttiva 2014/56/UE che modifica la Direttiva 2006/43/CE concernente la revisione legale dei conti annuali e dei conti consolidati" ha modificato in più punti il Testo Unico sulla revisione legale dei conti (D. Lgs. 27 gennaio 2010, n. 39) ed in particolare il relativo Capo V dedicato alle disposizioni speciali riguardanti, tra l'altro, gli Enti di Interesse Pubblico, nel cui novero sono ricomprese le società italiane emittenti valori mobiliari ammessi alla negoziazione su mercati regolamentati italiani e dell'Unione Europea, come Rai (si veda il successivo paragrafo in merito all'affidamento dell'incarico di revisione legale).

Decreto del Ministro dell'Economia e delle Finanze, di concerto con il Ministro dello Sviluppo Economico del 19 luglio 2016, recante "Individuazione dei media specializzati ai fini della pubblicità di giochi con vincite in denaro"

Il Decreto rappresenta una misura attuativa della Legge di Stabilità 2016 e, in particolare, del relativo art. 1, comma 939 che, nel vietare la pubblicità di giochi con vincite in denaro nelle trasmissioni radiofoniche e televisive generaliste dalle ore 7:00 alle ore 22:00 di ogni giorno ha previsto, tra l'altro,

l'esclusione dal divieto dei media specializzati individuati con Decreto del Ministro dell'Economia e delle Finanze, di concerto con il Ministro dello Sviluppo Economico.

L'art. 2 del Decreto reca la definizione di "media specializzati", cui non possono in alcun caso essere ricondotti i canali televisivi o radiofonici, diffusi mediante qualsiasi rete di comunicazione elettronica, indirizzati in via esclusiva o prevalente ad un pubblico di minori.

Dal gennaio 2016, Rai ha sospeso la pianificazione di pubblicità tabellare dei giochi con vincita in denaro tra le ore 7:00 e le 22:00.

Piano Nazionale Anticorruzione 2016

Con delibera n. 831 del 3 agosto 2016 l'Autorità Nazionale Anticorruzione ha definitivamente approvato il Piano Nazionale Anticorruzione 2016, che costituisce il primo PNA adottato dall'ANAC a seguito della riforma del D. L. 90/2014.

Legge 12 agosto 2016, n. 170, recante delega al Governo per il recepimento delle Direttive europee e l'attuazione di altri atti dell'Unione Europea (Legge di delegazione europea 2015)

L'articolo 20 della Legge ha delegato il Governo all'attuazione della Direttiva 2014/26/UE sulla gestione collettiva dei diritti d'autore e dei diritti connessi e sulla concessione di licenze multi-territoriali per i diritti su opere musicali per l'uso online nel mercato interno, dettando specifici principi e criteri direttivi con particolare riferimento all'ordinamento e al funzionamento della Società italiana degli autori ed editori (SIAE) e degli altri organismi di gestione collettiva dei diritti, volti al miglioramento degli standard di governance e di trasparenza, efficienza e rappresentatività, attraverso una puntuale disciplina degli obblighi informativi e dei meccanismi di controllo di quanto amministrato per conto dei titolari dei diritti.

Con riguardo agli utilizzatori, i citati principi prevedono che essi siano obbligati a presentare alla SIAE e agli altri organismi di gestione collettiva, nel rispetto delle tempistiche richieste, rapporti periodici di utilizzo accurati, predisposti sulla base di un modello tipizzato, nonché ogni informazione necessaria relativa alle utilizzazioni oggetto delle licenze o dei contratti; in caso di violazione di tale obbligo, dovranno essere previste sanzioni amministrative, fermo restando il diritto alle azioni civili.

Inclusione di Rai nell'elenco ISTAT

Nella G.U. del 30 settembre 2016 è stato pubblicato l'elenco delle amministrazioni pubbliche inserite nel conto economico consolidato, individuate ai sensi dell'articolo 1, comma 3, della Legge 31 dicembre 2009, n. 196 (*Legge di contabilità e di finanza pubblica*) e s.m.i. che concorrono al perseguimento degli obiettivi di finanza pubblica e ne condividono le conseguenti responsabilità,

essendo soggette all'applicazione delle disposizioni in materia di finanza pubblica.

Rai, per la prima volta è stata inclusa in detto Elenco, nella sezione "Amministrazioni centrali - Enti produttori di servizi assistenziali, ricreativi e culturali".

Con nota del 15 dicembre 2016 il Dipartimento della Ragioneria Generale dello Stato del Ministero dell'Economia e delle Finanze ha comunicato a Rai la condivisione del criterio adottato dall'organo gestorio della Società nella seduta del 19 ottobre 2016 e relativo all'individuazione della tempistica di riferimento (a partire dal 1° gennaio 2017) per l'applicazione del complesso delle disposizioni normative previste dalla legislazione vigente a carico dei soggetti inclusi nell'elenco redatto dall'ISTAT.

Successivamente, l'art. 6, comma 4 del Decreto Legge del 30 dicembre 2016, n. 244, recante "*Proroga e definizione di termini*" (c.d. "mille-proroghe") ha differito al 1° gennaio 2018 la produzione degli effetti nei confronti di Rai delle norme finalizzate al contenimento di spesa in materia di gestione, organizzazione, contabilità, finanza, investimenti e disinvestimenti, previste dalla legislazione vigente a carico dei soggetti inclusi nell'elenco redatto dall'ISTAT, precisando che restano ferme le prescrizioni di cui all'articolo 49, commi 1-ter e 1-quater TUSMAR, in materia di limiti massimi retributivi.

Legge 14 novembre 2016, n. 220 – Disciplina del cinema e dell'audiovisivo

Il provvedimento – il cui termine di raffronto è costituito, principalmente, dal Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 28 (*Riforma della disciplina in materia di attività cinematografiche, a norma dell'articolo 10 della Legge 6 luglio 2002, n. 137*), abrogato a decorrere dal 1° gennaio 2017 – nel definire i principi fondamentali dell'intervento pubblico a sostegno del cinema e dell'audiovisivo, attività di rilevante interesse generale, disciplina i compiti dello Stato e delle Regioni ed è volto a riformare e razionalizzare, anche attraverso deleghe al Governo, la normativa in diverse materie, tra cui quella della promozione delle opere europee da parte dei fornitori di servizi di media audiovisivi. L'art. 5 della Legge delinea i requisiti di attribuzione della nazionalità italiana alle opere cinematografiche e audiovisive, parametro fondamentale cui è ancorata la possibilità di ottenere i contributi previsti, in particolare, dal Capo III (artt. 12-27) della Legge, dedicato alle diverse misure di finanziamento e fiscalità a sostegno del settore cinematografico e audiovisivo (tra cui crediti d'imposta e contributi automatici e selettivi). L'art. 13 ha istituito, a decorrere dall'anno 2017, il Fondo per lo sviluppo degli investimenti nel cinema e nell'audiovisivo, alimentato attraverso una percentuale delle entrate derivanti dal versamento, nell'anno precedente, delle imposte IRES e IVA da parte dei soggetti che operano nei settori rilevanti.

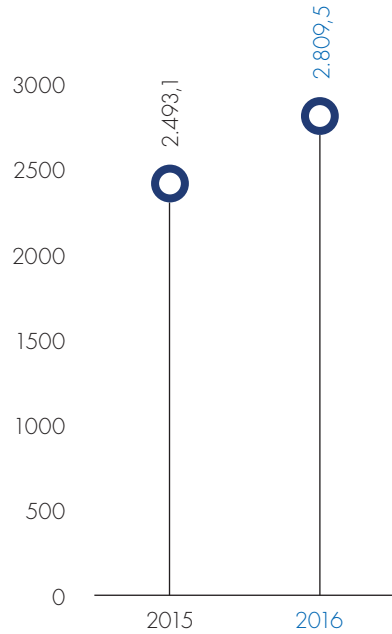
Sintesi economico-patrimoniale e finanziaria del Gruppo Rai

Highlights	110
Prospetti riclassificati	112
Analisi dei risultati consolidati	113
Conto economico	113
Struttura patrimoniale	121

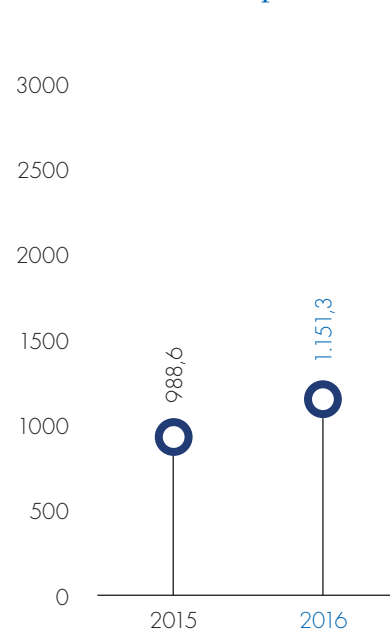
Highlights

(in milioni di Euro)

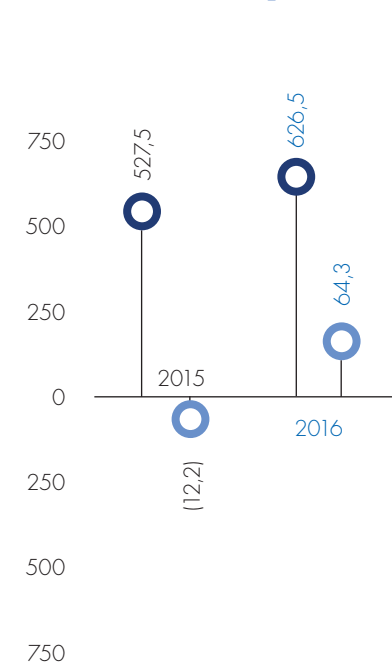
Ricavi



Costi esterni complessivi

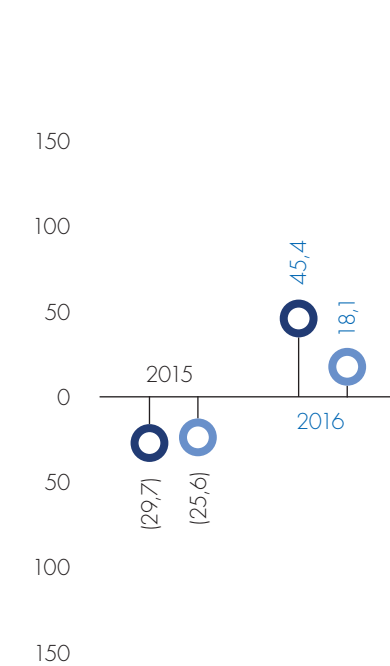


MOL - Risultato operativo

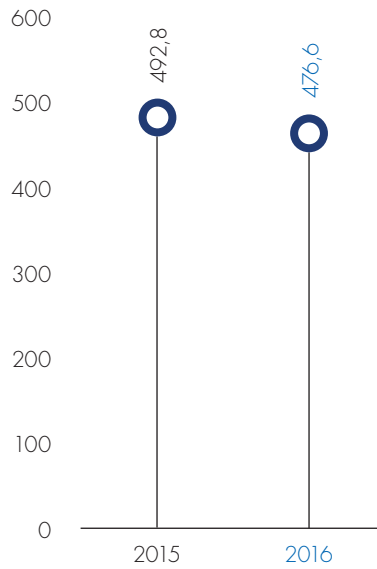


Risultato ante imposte

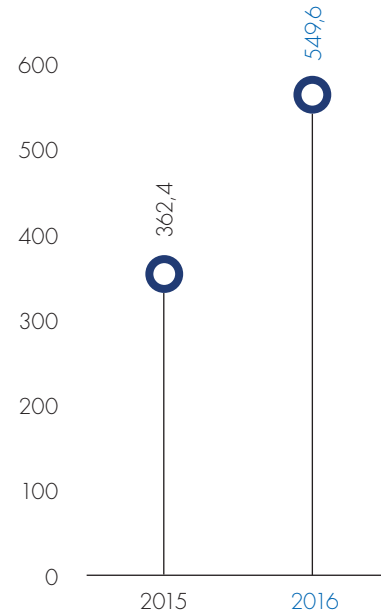
Risultato dell'esercizio



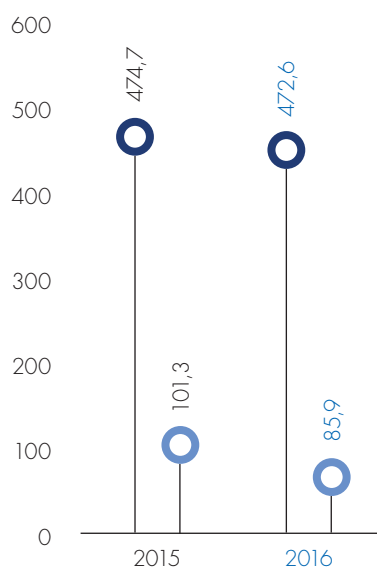
Capitale proprio



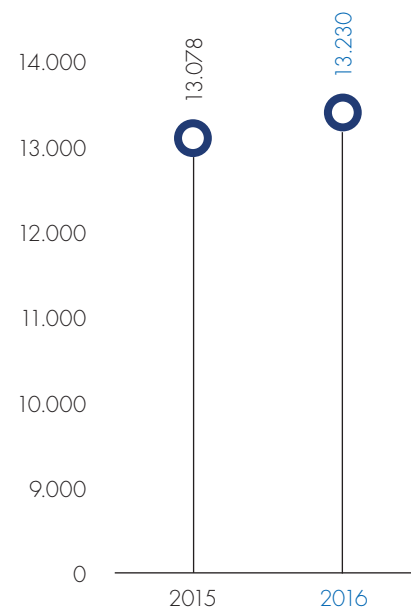
Indebitamento finanziario netto



Investimenti in programmi e tecnici



Personale al 31 dicembre (in unità)*



* Include personale a tempo determinato per 810 unità nel 2015 e 741 unità nel 2016

Prospetti riclassificati

Conto Economico consolidato

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Ricavi	2.809,5	2.493,1	316,4
Costi esterni per beni e servizi	(1.011,7)	(988,6)	(23,1)
Grandi eventi sportivi	(139,6)	0,0	(139,6)
Costi esterni complessivi	(1.151,3)	(988,6)	(162,7)
Costo del personale	(1.031,7)	(977,0)	(54,7)
Margine operativo lordo	626,5	527,5	99,0
Ammortamenti e svalutazioni	(543,4)	(537,5)	(5,9)
Accantonamenti	(18,8)	(2,2)	(16,6)
Risultato operativo	64,3	(12,2)	76,5
Proventi (Oneri) finanziari netti	(18,2)	(19,4)	1,2
Risultato delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto	(0,7)	1,9	(2,6)
Risultato ante imposte	45,4	(29,7)	75,1
Imposte sul reddito	(27,3)	4,1	(31,4)
Risultato dell'esercizio	18,1	(25,6)	43,7
di cui quota di Terzi	14,6	13,7	0,9
Altre componenti del risultato complessivo	(20,6)	30,3	(50,9)
Risultato complessivo dell'esercizio	(2,5)	4,7	(7,2)
di cui quota di Terzi	14,4	13,7	0,7

Struttura Patrimoniale consolidata

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Immobilizzazioni	2.047,1	2.031,9	15,2
Capitale circolante netto	(237,4)	(412,4)	175,0
Fondi rischi e oneri	(228,5)	(195,5)	(33,0)
Benefici ai dipendenti	(555,0)	(568,8)	13,8
Capitale investito netto	1.026,2	855,2	171,0
Capitale proprio	476,6	492,8	(16,2)
Indebitamento (disponibilità) finanziario netto	549,6	362,4	187,2
	1.026,2	855,2	171,0

Analisi dei risultati consolidati

Il bilancio consolidato dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 presenta un utile netto di 18,1 milioni di Euro, in consistente miglioramento rispetto alla perdita di 25,6 milioni di Euro registrata nel precedente esercizio ed evidenzia una gestione caratterizzata da risultati economico-finanziari estremamente positivi, così come positivo è l'andamento dei principali indicatori di performance operativi.

In particolare, l'esercizio 2016 ha potuto beneficiare di maggiori risorse per 272,2 milioni di Euro derivanti dal notevole successo del nuovo sistema di riscossione dei canoni ordinari che ha portato ad un significativo aumento del numero degli abbonati.

Notevoli anche i risultati relativi all'andamento della pubblicità, per la prima volta in crescita negli ultimi sei anni, e degli altri ricavi che contribuiscono all'aumento dei ricavi complessivi per 44,2 milioni di Euro.

Tenendo anche conto dei risparmi conseguenti ad iniziative di ottimizzazione di costi esterni, per un valore di circa 26 milioni di Euro, le maggiori risorse del 2016 sono ammontate complessivamente a circa 342 milioni di Euro.

Le maggiori risorse a disposizione hanno consentito, oltre all'integrale copertura dell'onere per i Grandi Eventi Sportivi (Europei di Calcio e Olimpiadi estive pari a 139,6 milioni di Euro), di perseguire due obiettivi paralleli e di eguale importanza:

- il potenziamento dell'offerta e degli investimenti nel digitale (39 milioni di Euro), coerentemente al processo strategico di trasformazione in media company;
- il rafforzamento della struttura patrimoniale e finanziaria del Gruppo per 163 milioni di Euro.

Di seguito sono esposte alcune informazioni sintetiche sulle principali voci del Conto economico e della struttura patrimoniale, con

le motivazioni degli scostamenti più significativi rispetto ai dati dell'esercizio precedente.

Conto economico

Ricavi

Sono composti dai canoni, dagli introiti pubblicitari e dagli altri ricavi di natura commerciale.

Ammontano nel complesso a 2.809,5 milioni di Euro, con un incremento di 316,4 milioni di Euro (+12,7%) di seguito illustrato.

Ricavi da canone

I ricavi da canone ordinari e speciali di competenza del periodo, nonché quelli di competenza di esercizi precedenti riscossi in via coattiva tramite iscrizione a ruolo, ammontano a 1.909,7 milioni di Euro, con una crescita rispetto al 2015 di 272,2 milioni di Euro (+16,6%).

Tale incremento è sostanzialmente attribuibile ai canoni da utenze private (c.d. canoni ordinari), in aumento di 255,3 milioni di Euro rispetto al precedente esercizio (+16,6%), che beneficiano della nuova modalità di riscossione mediante addebito sulla bolletta elettrica che ha determinato come detto un significativo aumento del numero degli abbonati, consentendo di compensare l'effetto negativo derivante dalla riduzione del canone unitario a 100 Euro (113,5 Euro nel 2015).

Tenuto conto delle previsioni della Legge 190/2014 relativa alla riduzione delle somme da riversare a Rai del 5%, della Legge di Stabilità 2016 che riserva alla Rai il 67% dell'extra-gettito, nonché della tassa di concessione governativa e dell'IVA, si evidenzia che, in base alle risultanze dell'esercizio, il canone unitario medio

Ricavi esterni

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Canoni	1.909,7	1.637,5	272,2
Pubblicità	698,2	658,8	39,4
Altri ricavi	201,6	196,8	4,8
Totale	2.809,5	2.493,1	316,4

Incidenza percentuale dei ricavi

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015
Canoni	68,0%	65,7%
Pubblicità	24,8%	26,4%
Altri ricavi	7,2%	7,9%
Totale	100,0%	100%

effettivamente di competenza della Rai si riduce da 100 Euro a 82,77 Euro.

I ricavi da canone relativi alle utenze commerciali (c.d. canoni speciali) sono sostanzialmente stabili e ammontano a 77,8 milioni di Euro.

Pubblicità

Il mercato pubblicitario nel 2016, in un contesto macro-economico caratterizzato da una moderata espansione, presenta un andamento positivo, con una crescita dell'1,7% (dati Nielsen). Tale crescita è sostenuta soprattutto dal mezzo Tv (+5,4%), che conferma la leadership con il 60% del mercato. Per gli altri media in cui Rai è presente si segnala la crescita della radio (+2,3%) e la contrazione di internet (-2,3%).

In questo contesto gli introiti pubblicitari del Gruppo Rai, dettagliati nella tabella dedicata, ammontano a 698,2 milioni di Euro e presentano una performance superiore rispetto al mercato, con una crescita di 39,4 milioni di Euro rispetto

al 2015 (+6,0%). Per effetto del suddetto andamento, la quota di Rai nel mercato televisivo cresce di 0,2 punti percentuali rispetto al 2015, raggiungendo il 20,8%.

Questo risultato è stato conseguito grazie all'aumento del prezzo medio dell'inserito e nonostante sia stata interrotta a partire dal mese di maggio la raccolta pubblicitaria per tre canali delle Tv specializzate (Rai YoYo, Rai 5, Rai Storia), che nel periodo maggio-dicembre 2015 avevano raccolto un fatturato nell'ordine di 11 milioni di Euro.

Si segnala inoltre il positivo risultato della pubblicità sul web che, pur presentando valori assoluti ancora contenuti, evidenzia una crescita del 19,7% in un contesto di mercato in contrazione e beneficiando dell'avvio di "Rai Play" avvenuto alla fine di agosto.

Altri ricavi

Ammontano a 201,6 milioni di Euro, con un incremento rispetto al 2015 di 4,8 milioni di Euro (+2,4%), come evidenziato nella sottostante tabella.

Pubblicità

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Pubblicità televisiva su canali generalisti:			
- tabellare	458,8	432,1	26,7
- promozioni, sponsorizzazioni e altre iniziative	132,6	117,9	14,7
	591,4	550,0	41,4
Pubblicità televisiva su canali specializzati	65,8	68,2	(2,4)
Pubblicità radiofonica	29,9	27,8	2,1
Pubblicità cinema	3,8	5,6	(1,8)
Pubblicità su web	8,5	7,1	1,4
Altra pubblicità	0,7	1,8	(1,1)
Quote spettanti a terzi	(1,5)	(1,2)	(0,3)
Sopravvenienze	(0,4)	(0,5)	0,1
Totale	698,2	658,8	39,4

Altri ricavi

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Servizi speciali da convenzioni e a fini istituzionali	53,9	66,4	(12,5)
Commercializzazione diritti, canali ed edizioni musicali	81,2	72,1	9,1
Distribuzione cinematografica	29,3	37,7	(8,4)
Diffusione segnale	38,2	38,4	(0,2)
Contributi in conto esercizio	9,1	8,0	1,1
Altro	19,0	15,8	3,2
Quote competenza terzi	(29,1)	(41,6)	12,5
Totale	201,6	196,8	4,8

L'incremento della voce è determinato principalmente dalla crescita della Commercializzazione diritti, canali ed edizioni musicali (+9,1 milioni di Euro) per lo sviluppo del business relativo allo sfruttamento dei diritti *Video On Demand* (VOD) e *Subscription Video On Demand* (SVOD) di opere cinematografiche e dei diritti di ripresa di partite delle squadre di calcio.

Contribuisce altresì all'incremento dei ricavi la crescita dei proventi derivanti dalla commercializzazione dei canali Rai all'estero, peraltro parzialmente compensata dai maggiori costi connessi alla distribuzione del segnale, conseguente all'adozione di un diverso modello di distribuzione del canale Rai Italia in America e in Australia.

Le riduzioni rispetto al 2015 sono principalmente relative a:

- Servizi speciali da convenzione e a fini istituzionali (-12,5 milioni di Euro), per i

minori rimborsi nell'ambito della convenzione per la gestione dei canoni, in seguito alle diverse modalità di riscossione del canone e per il venir meno degli introiti connessi alla convenzione per Expo 2015;

- Distribuzione cinematografica e home video (-8,4 milioni di Euro), per minori proventi da distribuzione cinematografica, nel 2015 influenzati da risultati di box office particolarmente positivi.

Costi operativi

Sono costituiti dai Costi esterni complessivi e dal Costo del personale, vale a dire i costi sia interni che esterni attinenti l'ordinaria attività dell'impresa.

Ammontano complessivamente a 2.183,0 milioni di Euro, con un incremento rispetto al 2015 di 217,4 milioni di Euro (+11,1%), dovuto per 139,6 milioni di Euro ai costi connessi ai Grandi eventi sportivi.

Costi operativi

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Costi esterni per beni e servizi	1.011,7	988,6	23,1
Grandi eventi sportivi	139,6	0,0	139,6
Costi esterni complessivi	1.151,3	988,6	162,7
Costo del personale	1.031,7	977,0	54,7
Totale	2.183,0	1.965,6	217,4

Costi esterni per beni e servizi

Ammontano a 1.011,7 milioni di Euro e includono gli acquisti di beni e servizi necessari alla realizzazione di programmi ad utilità immediata (acquisti di beni di consumo, servizi esterni, collaborazioni artistiche ecc.), i diritti di ripresa di eventi sportivi, i diritti d'autore, i costi di funzionamento e altri costi correlati alla gestione (imposte indirette e tasse, contributi da corrispondere alle Autorità di Controllo, oneri di bonifica ambientale di immobili aziendali ecc.).

La voce, dettagliata nella tabella di riferimento, presenta un incremento di 23,1 milioni di Euro (+2,3%).

I principali incrementi rispetto al precedente esercizio sono connessi a:

- potenziamento dell'offerta per complessivi 24 milioni di Euro, in particolare per la crescita

dei Servizi per l'acquisizione dei programmi (+13,6 milioni di Euro)

- rafforzamento patrimoniale per l'accantonamento di oneri di bonifica ambientale di immobili aziendali (14,2 milioni di Euro).

Tra le voci in diminuzione si evidenziano la voce Altri servizi esterni (-12,1 milioni di Euro) determinata dalla significativa riduzione delle spese generali e di esercizio e minori costi per Diritti sportivi (-20,0 milioni di Euro), da ricondurre alla diversa stagionalità e distribuzione temporale degli eventi.

Il contributo dovuto allo Stato per i diritti d'uso per le frequenze digitali, introdotto dal D.M. 4 agosto 2016, ammonta nell'esercizio a 9,8 milioni di Euro; nel precedente esercizio tale onere era stato appostato, in attesa della norma che ne determinasse l'importo, alla voce Accantonamenti.

Costi esterni per beni e servizi

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Acquisti di materiali	13,7	16,4	(2,7)
Costi per servizi			
Prestazioni di lavoro autonomo	134,6	132,1	2,5
Servizi per acquisizione e produzione programmi	209,2	195,6	13,6
Viaggi di servizio e costi accessori del personale	38,2	38,1	0,1
Manutenzioni, riparazioni, trasporti e assimilati	44,6	44,7	(0,1)
Servizi di documentazione e assistenza sistemi informativi	50,0	46,5	3,5
Accantonamento per bonifica e ristrutturazione immobili	14,2	0,0	14,2
Altri servizi esterni (telefonata, servizi di erogazione, pulizia, postali, assicurazioni ecc.)	145,6	157,7	(12,1)
Affitti passivi e noleggi	93,0	88,6	4,4
Diritti sportivi	112,0	132,0	(20,0)
Altri diritti di ripresa	15,9	14,2	1,7
Diritti di utilizzazione	111,1	106,5	4,6
Recuperi di spesa	(14,5)	(17,8)	3,3
Sopravvenienze	(14,5)	(14,5)	0,0
	939,4	923,7	15,7
Altri costi			
Diritti d'uso frequenze digitali TV (*)	9,8	0,0	9,8
Premi e vincite	12,4	11,4	1,0
Contributo alle Autorità di Controllo	5,5	5,8	(0,3)
TASI/IMU	10,6	10,6	0,0
Altre imposte indirette, tasse e altri tributi	11,1	11,0	0,1
Quotidiani, periodici, libri e pubblicazioni	1,7	1,7	0,0
Quote e contributi associativi	3,7	3,7	0,0
Altri	4,4	4,0	0,4
Sopravvenienze	(0,6)	0,3	(0,9)
	58,6	48,5	10,1
Totale	1.011,7	988,6	23,1

(*) Nel 2015 allocato alla voce Accantonamenti

Costo del personale

Il costo del personale, come evidenziato nel prospetto seguente, è pari a 1.031,7 milioni di Euro con un incremento di 54,7 milioni di Euro rispetto al 2015 (+5,6%). Tale crescita è significativamente ascrivibile a poste straordinarie tra le quali la più significativa è relativa alle incentivazioni all'esodo.

La crescita del costo del personale, al netto delle componenti straordinarie, si riduce significativamente ed è per la gran parte imputabile alle dinamiche fisiologiche di crescita del costo del lavoro derivanti dagli automatismi contrattuali legati all'anzianità, alla stabilizzazione del personale a tempo determinato e alle politiche gestionali.

Il **personale in servizio** al 31 dicembre 2016 è composto da 12.489 unità di personale in organico e da 741 unità di personale a tempo determinato. La crescita di 221 unità del personale in organico rispetto al 2015 è determinata dall'uscita di 252 unità (di cui 67 incentivazioni) e dall'assunzione di 473 unità (di cui 404 per stabilizzazione di personale a tempo determinato e per reintegro e 69 per ingressi finalizzati alla ricostituzione della forza

lavoro dovuta a turn-over e all'acquisizione, coerente con il processo di trasformazione in media company, di professionalità specifiche non presenti in azienda).

Pertanto, il personale complessivo, al netto di stabilizzazioni e reintegri, si riduce di 183 unità.

Il **numero medio dei dipendenti** in servizio nel periodo, comprensivo del personale a tempo determinato, è pari a 13.010 unità con un incremento di 93 unità rispetto al 2015, determinato dalla crescita del personale a tempo indeterminato di 275 unità e da una diminuzione di quello a tempo determinato di 182 unità.

Margine Operativo Lordo

Il consistente incremento dei proventi da canone, oltre – come sopra illustrato – a finanziare il potenziamento dell'offerta e il rafforzamento patrimoniale, nonché l'integrale copertura dei costi dei Grandi Eventi Sportivi, ha determinato l'incremento di 99,0 milioni di Euro del Margine Operativo Lordo, che presenta un saldo positivo di 626,5 milioni di Euro (527,5 milioni di Euro nel precedente esercizio).

Costo del personale

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Costo ordinario organico	998,3	973,0	25,3
Costo incentivazioni all'esodo	28,4	8,1	20,3
Capitalizzazioni costo del personale	(17,1)	(22,0)	4,9
Altri costi e accantonamenti connessi ai rapporti di lavoro	22,1	17,9	4,2
Totale	1.031,7	977,0	54,7

Ammortamenti e svalutazioni

La voce, che si riferisce ad ammortamenti di programmi e di immobilizzazioni tecniche oltre alle svalutazioni di attività il cui valore

è evidenziato nel sottostante prospetto, presenta un saldo pari a 543,4 milioni di Euro, sostanzialmente in linea rispetto al dato dell'esercizio 2015 (537,5 milioni di Euro, +1,1%).

Ammortamenti e svalutazioni

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Ammortamenti			
Ammortamento programmi			
Fiction	256,4	238,6	17,8
Film	100,1	105,3	(5,2)
Cartoni animati	18,4	19,1	(0,7)
Altri	6,5	8,5	(2,0)
	381,4	371,5	9,9
Altri ammortamenti			
Delle attività materiali			
Fabbricati	18,0	17,6	0,4
Impianti e macchinario	80,2	87,6	(7,4)
Attrezzature industriali e commerciali	2,8	2,7	0,1
Altri beni	5,6	5,6	0,0
	106,6	113,5	(6,9)
Degli investimenti immobiliari	0,3	0,3	0,0
Delle attività immateriali			
Software	6,2	5,7	0,5
Digitale Terrestre	1,1	3,4	(2,3)
Altri diritti	0,3	0,3	0,0
	7,6	9,4	(1,8)
	114,5	123,2	(7,5)
Totale ammortamenti	495,9	494,7	2,4
Svalutazioni (ripristini di valore)			
Delle attività immateriali			
Programmi in ammortamento	32,2	25,3	6,9
Programmi in corso	11,2	9,6	1,6
Altro	0,0	1,4	(1,4)
	43,4	36,3	7,1
Delle altre attività non correnti	1,1	2,4	(1,3)
Dei crediti commerciali e delle altre attività correnti	3,0	4,1	(1,1)
Totale svalutazioni	47,5	42,8	4,7
Totale	543,4	537,5	5,9

Le principali variazioni della voce sono relative a:

- incremento dell'ammortamento programmi di fiction (+17,8 milioni di Euro) in conseguenza sia del maggior valore di investimenti di esercizi precedenti entrati in ammortamento nell'esercizio, sia per una maggiore concentrazione nel primo semestre 2016, rispetto all'analogo periodo dell'esercizio precedente, dei diritti entrati in funzione;
- diminuzione degli ammortamenti in impianti e macchinario (-7,4 milioni di Euro) principalmente per il completamento del processo di ammortamento dei cespiti e per l'allungamento del periodo della vita utile da 7 a 10 anni degli apparati della rete di trasmissione e ponti radio del servizio televisivo in tecnica DVB-T, con un effetto pari a 4,8 milioni di Euro;
- incremento della svalutazione degli investimenti in attivazioni di fiction di produzione risalenti ad esercizi precedenti in relazione alla non ancora intervenuta realizzazione dei progetti originali (+7,5 milioni di Euro).

Accantonamenti

La voce, che rileva gli accantonamenti a fondi per rischi e oneri ed eventuali rilasci non classificabili in voci specifiche del Conto economico, presenta un saldo negativo di 18,8 milioni di Euro (2,2 milioni di Euro nel 2015) determinato da rilasci di quote di fondi

accantonati in precedenti esercizi in relazione al venir meno del connesso rischio per 21,8 milioni di Euro e da accantonamenti per 40,6 milioni di Euro principalmente da riferirsi al contenzioso fiscale, per controversie civili e relative spese legali e ad altri rischi gestionali.

Risultato operativo

Le dinamiche già illustrate in merito all'andamento del Margine Operativo Lordo unitamente a quanto evidenziato alle voci Ammortamenti e svalutazioni e Accantonamenti hanno determinato un Risultato operativo positivo di 64,3 milioni di Euro, in forte miglioramento di 76,5 milioni di Euro rispetto al 31 dicembre 2015 (-12,2 milioni di Euro).

Proventi (oneri) finanziari netti

La voce accoglie gli effetti economici derivanti dalla rilevazione degli interessi attuariali in relazione ai Beneficiari dipendenti oltre a quelli propri della gestione finanziaria, quali interessi attivi/passivi verso banche e obbligazionisti, oltre a oneri/proventi di cambio.

La voce presenta un risultato negativo di 18,2 milioni di Euro (-19,4 milioni di Euro nel 2015) le cui componenti sono dettagliate nella sottostante tabella.

Proventi e oneri finanziari

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Interessi attivi (passivi) netti verso banche e altri finanziatori	(2,9)	(7,5)	4,6
Interessi passivi su prestiti obbligazionari	(6,1)	(3,6)	(2,5)
Interessi su obbligazioni per beneficiari dipendenti	(7,4)	(5,2)	(2,2)
Proventi (oneri) di cambio netti	(1,0)	(0,5)	(0,5)
Proventi (oneri) su Interest Rate Swap	(0,1)	(1,3)	1,2
Sopravvenienze attive (passive) nette finanziarie	0,5	0,6	(0,1)
Altri	(1,2)	(1,9)	0,7
Totale	(18,2)	(19,4)	1,2

Di seguito si evidenziano rispetto al precedente esercizio:

- minori interessi passivi netti per 2,1 milioni di Euro verso banche e obbligazionisti determinati dalla rilevazione per l'intero esercizio degli effetti positivi derivanti dall'estinzione effettuata nel corso del 2015 di finanziamenti *amortising* con istituti di credito e dalla contestuale accensione del prestito obbligazionario a condizioni più favorevoli;
- maggiori oneri per 2,2 milioni di Euro derivanti dalla valutazione attuariale delle obbligazioni per Benefici ai dipendenti (principalmente TFR, Fondo pensionistico integrativo aziendale in *run-off*);
- minori oneri di *Interest Rate Swap* per 1,2 milioni di Euro in relazione alla chiusura nel 2015 di tali strumenti finanziari correlata all'estinzione del finanziamento *amortising* resasi possibile a seguito dell'emissione del prestito obbligazionario sopra citato.

Il costo medio dei finanziamenti, costituiti da linee di credito *uncommitted, stand-by*, a medio-lungo termine e dal prestito obbligazionario 2015 - 2020 diminuisce all'1,6% rispetto al 2,1% del precedente esercizio, in relazione al minor tasso di interesse riconosciuto agli obbligazionisti rispetto al preesistente finanziamento *amortising*.

Risultato delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto

La voce presenta un saldo negativo di 0,7 milioni di Euro (positivo di 1,9 milioni di Euro nel 2015) determinato dalla valutazione con il metodo del

patrimonio netto delle società collegate, come dettagliato nel prospetto a fondo pagina.

Imposte sul reddito

La voce, pari a 27,3 milioni di Euro (valore positivo per 4,1 milioni di Euro nel 2015), è determinata dal saldo tra fiscalità corrente e differita, dettagliato nella tabella dedicata.

Le dinamiche economiche presentatesi hanno determinato risultati imponibili positivi del periodo per tutte le società del Gruppo ad eccezione della Capogruppo. A fronte di tali redditi sono state stanziare complessivamente IRES per 47,0 milioni di Euro e IRAP per 8,9 milioni di Euro.

Le imposte differite passive determinano un effetto economico positivo pari a 2,6 milioni di Euro (21,9 milioni di Euro nel 2015), in relazione al rientro delle differenze temporanee rilevate nei precedenti esercizi. Lo scostamento rispetto al dato dell'esercizio precedente è determinato principalmente dall'adeguamento, rilevato nel 2015, delle passività per imposte differite in precedenza iscritte a seguito della riduzione dell'aliquota IRES dal 27,5% al 24% a decorrere dal periodo d'imposta 2017.

Le imposte differite attive evidenziano un effetto economico positivo pari a 26,9 milioni di Euro (27,5 milioni di Euro nel 2015) determinato principalmente dall'iscrizione a fronte della perdita fiscale della Capogruppo.

Risultato delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Rivalutazioni (Svalutazioni)			
Euronews	(1,5)	1,0	(2,5)
San Marino	(0,1)	0,0	(0,1)
Tivù	0,9	0,9	0,0
Totale	(0,7)	1,9	(2,6)

Imposte sul reddito

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
IRES	(47,0)	(38,3)	(8,7)
IRAP	(8,9)	(7,7)	(1,2)
Imposte differite passive	2,6	21,9	(19,3)
Imposte differite attive	26,9	27,5	(0,6)
Imposte dirette di esercizi precedenti	(0,9)	0,7	(1,6)
Totale	(27,3)	4,1	(31,4)

Struttura Patrimoniale

Immobilizzazioni

Iscrie per un ammontare pari a 2.047,1 milioni di Euro, in crescita di 15,2 milioni di Euro rispetto al 31 dicembre 2015, sono espote nel prospetto dedicato.

Le **Immobilizzazioni materiali**, dettagliate nel prospetto di riferimento, presentano una diminuzione rispetto al 31 dicembre 2015

di 33,3 milioni di Euro, determinata dagli ammortamenti e dalla riduzione degli investimenti tecnici di cui si è sopra riferito.

Le **Immobilizzazioni in programmi**, nel già citato quadro di rafforzamento dell'offerta, espote in dettaglio nella sottostante tabella, presentano un incremento di 46,2 milioni di Euro rispetto al 31 dicembre 2015 perlopiù ascrivibile agli investimenti in fiction prodotta e acquistata.

Immobilizzazioni

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Immobilizzazioni materiali	1.087,4	1.120,7	(33,3)
Immobilizzazioni in programmi	927,9	881,7	46,2
Immobilizzazioni finanziarie	9,3	10,7	(1,4)
Altre	22,5	18,8	3,7
Totale	2.047,1	2.031,9	15,2

Immobilizzazioni materiali

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Terreni	381,8	381,8	0,0
Fabbricati	343,1	355,6	(12,5)
Impianti e macchinario	281,4	304,1	(22,7)
Attrezzature industriali e commerciali	8,5	8,4	0,1
Altri beni	21,8	22,6	(0,8)
Immobilizzazioni in corso e acconti	50,8	48,2	2,6
Totale	1.087,4	1.120,7	(33,3)

Immobilizzazioni in programmi

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Fiction	530,2	493,2	37,0
Film	282,7	267,2	15,5
Cartoni animati	36,3	39,1	(2,8)
Diritti di utilizzazione library	72,5	77,1	(4,6)
Altro	6,2	5,1	1,1
Totale	927,9	881,7	46,2

Le **Immobilizzazioni finanziarie**, composte da partecipazioni societarie e da altre attività finanziarie scadenti oltre i 12 mesi, presentano una riduzione di 1,4 milioni di Euro rispetto al 31 dicembre 2015 determinata in buona parte dalla svalutazione delle partecipazioni in imprese collegate valutate in base al metodo del patrimonio netto.

Nella tabella è esposto il dettaglio della voce.

Le **Altre immobilizzazioni**, dettagliate nel prospetto a fondo pagina, presentano un incremento ri-

spetto al 31 dicembre 2015 di 3,7 milioni di Euro riferito al software.

Gli investimenti del 2016, dettagliati nel prospetto sottostante, ammontano a 558,5 milioni di Euro, in diminuzione di 17,5 milioni di Euro (-3,0%) rispetto al 2015, principalmente determinata da minori investimenti materiali in relazione a slittamenti nelle tempistiche di avanzamento dei progetti.

Immobilizzazioni finanziarie

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Partecipazioni in imprese collegate			
Auditel Srl	0,7	0,7	0,0
Euronews	2,3	3,8	(1,5)
Tivù Srl	3,4	3,2	0,2
San Marino RTV SpA	2,0	2,1	(0,1)
	8,4	9,8	(1,4)
Altre partecipazioni	0,7	0,7	0,0
Altro	0,2	0,2	0,0
Totale	9,3	10,7	(1,4)

Altre immobilizzazioni

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Software	18,0	12,9	5,1
Diritti commerciali con club calcio	4,5	4,8	(0,3)
Digitale terrestre frequenze	0,0	1,1	(1,1)
Totale	22,5	18,8	3,7

Investimenti

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Fiction	331,9	333,8	(1,9)
Film	121,3	118,2	3,1
Altri programmi	19,4	22,7	(3,3)
Totale investimenti in programmi	472,6	474,7	(2,1)
Altri investimenti			
Immobilizzazioni materiali	74,5	92,3	(17,8)
Software	11,4	9,0	2,4
Totale investimenti tecnici	85,9	101,3	(15,4)
Totale investimenti	558,5	576,0	(17,5)

Capitale circolante netto

Le variazioni più significative rispetto al 31 dicembre 2015 riguardano le seguenti voci:

Crediti commerciali in aumento di 200,5 milioni di Euro in relazione ai crediti verso l'Amministrazione Finanziaria per canoni di abbonamento da riscuotere, pari a 228,9 milioni di Euro, il cui incasso è atteso nel corso del primo semestre 2017.

Altri crediti in riduzione di 27,4 milioni di Euro principalmente per effetto degli anticipi, iscritti nel precedente esercizio, per l'acquisizione dei diritti dei Grandi eventi sportivi disputatisi nell'esercizio.

Altri debiti in diminuzione di 33,6 milioni di Euro, principalmente per gli acconti su canoni di abbonamento iscritti nel bilancio 2015 per 52,5 milioni di Euro.

Passività nette per imposte differite in aumento di 12,1 milioni di Euro: causato principalmente dall'effetto combinato della riduzione dei crediti per imposte differite attive a seguito dell'utilizzo

di perdite fiscali pregresse in compensazione con redditi apportati dalle società controllate nel consolidato fiscale e dell'incremento degli stessi a seguito della perdita fiscale stimata della Capogruppo.

Fondi per rischi e oneri

La voce Fondi per rischi e oneri, pari a 228,5 milioni di Euro, presenta un incremento di 33,0 milioni di Euro rispetto al 31 dicembre 2015.

Le principali variazioni riguardano i Fondi per costi competenza maturate (+31,6 milioni di Euro), Bonifica e ristrutturazione immobili (+12,9 milioni di Euro) e il Fondo contenzioso fiscale (10,6 milioni di Euro), per le quali si rimanda a quanto illustrato alle correlate voci di Conto economico.

La voce risente altresì dell'azzeramento del Fondo canone concessione 2014/2015 – Contributo uso frequenze digitali (nel 2015 pari a 35,8 milioni di Euro), che è stato oggetto di utilizzo nell'esercizio per 19,7 milioni di Euro.

Capitale circolante netto

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Rimanenze di magazzino	2,9	2,7	0,2
Crediti commerciali	639,2	438,7	200,5
Altri crediti	229,8	257,2	(27,4)
Debiti commerciali	(686,2)	(666,4)	(19,8)
Altri debiti	(398,9)	(432,5)	33,6
Attività (Passività) per imposte differite	(24,2)	(12,1)	(12,1)
Totale	(237,4)	(412,4)	175,0

Benefici ai dipendenti

La voce Benefici ai dipendenti che comprende principalmente il Trattamento di fine rapporto, il Fondo pensionistico aziendale in run off ed il Fondo preavviso giornalisti, è pari a 555,0 milioni di Euro e presenta una riduzione di 13,8 milioni di Euro rispetto al 31 dicembre 2015.

La variazione della voce è collegata a elementi di valutazione attuariale connessi ad assunzioni finanziarie e demografiche come dettagliatamente esposto alla nota 15.2 "Benefici ai dipendenti" delle Note illustrative al Bilancio Consolidato.

Nella tabella sottostante sono evidenziati il dettaglio degli appostamenti e le relative variazioni rispetto al 31 dicembre 2015.

Posizione finanziaria netta

La posizione finanziaria netta a fine esercizio, determinata secondo lo schema ESMA, è negativa per 549,6 milioni di Euro (in peggioramento rispetto al 2015 di 187,2 milioni di Euro), come dettagliato nella tabella in fondo.

Il flusso di cassa dell'esercizio, negativo per 187,2 milioni di Euro, è determinato da un

Benefici ai dipendenti

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Trattamento di fine rapporto	(283,5)	(289,7)	6,2
Fondo pensionistico integrativo aziendale in run off	(144,3)	(147,5)	3,2
Fondo preavviso giornalisti	(109,2)	(113,7)	4,5
Fondo assistenza FASDIR pensionati	(15,0)	(15,0)	0,0
Premi di anzianità	(2,3)	(2,1)	(0,2)
Indennità di anzianità	(0,6)	(0,7)	0,1
Previdenza	(0,1)	(0,1)	0,0
Totale	(555,0)	(568,8)	13,8

Posizione finanziaria netta

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Liquidità	86,2	146,1	(59,9)
Crediti finanziari correnti			
- attività finanziarie correnti su derivati	1,7	8,4	(6,7)
- titoli immobilizzati - quota corrente	-	2,3	(2,3)
- c/c vincolati	5,5	3,1	2,4
- altri	0,2	0,2	0,0
	7,4	14,0	(6,6)
Indebitamento finanziario corrente			
- verso banche	(200,0)	(35,9)	(164,1)
- verso altri finanziatori	(0,1)	(4,5)	4,4
- verso collegate	(0,1)	(0,1)	0,0
- altri	(0,3)	(0,3)	0,0
	(200,5)	(40,8)	(159,7)
Indebitamento finanziario non corrente			
- verso banche	(95,3)	(135,2)	39,9
- prestito obbligazionario	(346,9)	(346,1)	(0,8)
- verso altri finanziatori	(0,4)	(0,4)	0,0
- passività finanziarie non correnti su derivati	(0,1)	0,0	(0,1)
	(442,7)	(481,7)	39,0
Disponibilità (Indebitamento) finanziario netto	(549,6)	(362,4)	(187,2)

autofinanziamento (composto da risultato complessivo dell'esercizio, ammortamenti, svalutazioni per un importo cumulativo di 540,9 milioni di Euro) inferiore al fabbisogno determinato dalla variazione netta di capitale circolante, fondi per rischi e oneri, benefici per i dipendenti (per un totale pari a 155,9 milioni di Euro), dagli investimenti (558,5 milioni di Euro) e dalla remunerazione del capitale di terzi (13,7 milioni di Euro).

In merito si evidenzia che il fabbisogno di capitale circolante è totalmente ascrivibile al credito verso l'Amministrazione Finanziaria per canoni di abbonamento pari a 228,9 milioni di Euro, conseguente alle tempistiche di liquidazione dei maggiori ricavi dovuti all'Azienda in base alla nuova modalità di riscossione che, applicata per la prima volta nel 2016, non ha determinato maggiori riversamenti nell'esercizio.

Il flusso di cassa, rettificato di tale componente la cui liquidazione è prevista nel corso del primo semestre 2017, è quindi positivo di 42 milioni di Euro, con conseguente miglioramento dell'indebitamento finanziario netto.

La posizione finanziaria media è negativa per circa 390 milioni di Euro (-255 milioni di Euro nel 2015), in incremento di circa 135 milioni di Euro in seguito a quanto sopra illustrato.

L'analisi effettuata in base agli indici di struttura patrimoniale e finanziaria evidenzia che:

- l'indice di copertura del capitale investito netto, determinato dal rapporto tra capitale investito netto (al netto del credito per canoni) e mezzi propri è pari a 1,67 (1,74 al 31 dicembre 2015);
- l'indice di copertura dei debiti finanziari, determinato dal rapporto tra indebitamento finanziario netto (al netto del credito per canoni) e mezzi propri è pari a 0,67 (0,74 al 31 dicembre 2015);
- l'indice di disponibilità, individuato dal rapporto tra attività correnti (rimanenze, attivo

circolante al netto del credito per canoni, disponibilità liquide e crediti finanziari) e passività correnti (passivo del circolante e debiti finanziari), è pari a 0,57 (0,75 al 31 dicembre 2015).

Tutti gli indici rientrano nei limiti di riferimento.

Il finanziamento con la Banca Europea per gli Investimenti (45 milioni di Euro) della Capogruppo prevede il rispetto dei seguenti indici parametrico/patrimoniali a valere sul bilancio consolidato, redatto secondo i Principi "IFRS":

- Indebitamento Finanziario Netto (rettificato al netto dei crediti verso lo Stato per canoni)/ Patrimonio Netto $\leq 1,3$
- Indebitamento Finanziario Netto (rettificato al netto dei crediti verso lo Stato per canoni)/ Margine Operativo Lordo $\leq 1,0$

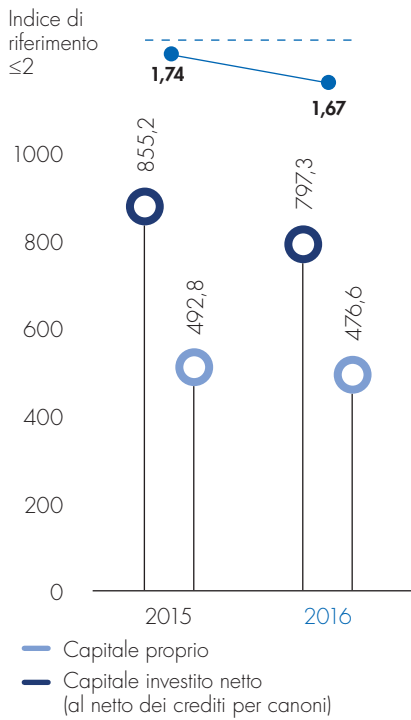
Tali indici risultano ampiamente rispettati, attestandosi rispettivamente a 0,67 e 0,51.

Le linee *committed* in capo a Rai Way prevedono ulteriori indici parametrico/patrimoniali a valere sul bilancio della società, pienamente rispettati.

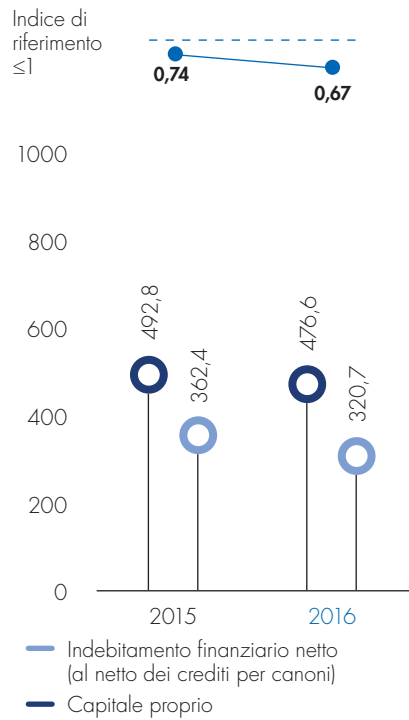
I rischi finanziari ai quali è esposto il Gruppo sono monitorati con opportuni strumenti informatici e statistici. Una policy regola la gestione finanziaria secondo le migliori pratiche, con l'obiettivo di preservare il valore aziendale attraverso un atteggiamento avverso al rischio, perseguito con un monitoraggio attivo dell'esposizione e l'attuazione di opportune strategie di copertura, realizzate centralmente dalla Capogruppo, anche per conto delle società controllate. Tra queste si distingue Rai Way che dispone di una propria autonomia finanziaria, pur con linee di indirizzo assegnate dalla Capogruppo.

Le informazioni di dettaglio sui rischi finanziari sono riportate nella specifica sezione della nota illustrativa al bilancio, alla quale si rimanda

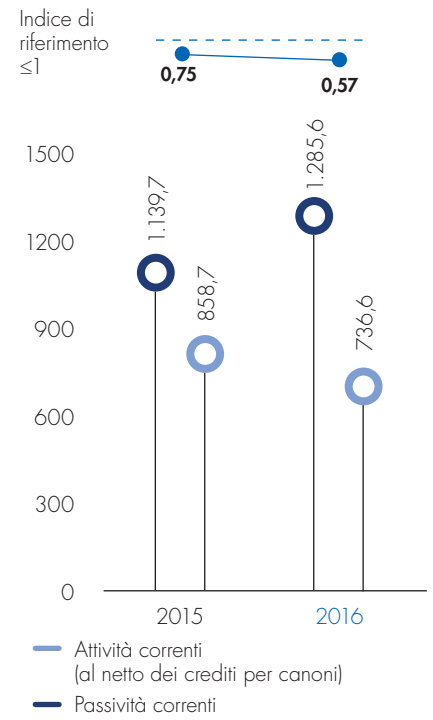
Indice di copertura del capitale investito



Indice di copertura dei debiti finanziari



Indice di disponibilità



Altre informazioni

Fatti occorsi dopo la chiusura
dell'esercizio

128

Prevedibile evoluzione
della gestione

129

Altre informazioni

Fatti occorsi dopo la chiusura dell'esercizio

Rinnovo Concessione

Nella seduta del 10 marzo 2017 il Consiglio dei Ministri ha dato avvio alla procedura di rinnovo della concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, approvando:

- lo schema di decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri concernente l'affidamento a Rai, per una durata decennale, dell'esercizio del predetto Servizio Pubblico (art. 49, comma 1-quinquies TUSMAR);
- l'annesso schema di convenzione (art. 49, comma 1-septies TUSMAR).

Tali atti, unitamente alla relazione del Ministro dello sviluppo economico sugli esiti della consultazione pubblica svolta in merito agli obblighi del Servizio Pubblico, sono stati trasmessi alla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, che dovrà rendere il prescritto parere entro trenta giorni.

Sud Engineering Srl

In data 1 marzo 2017, Rai Way ha finalizzato un accordo pluriennale per l'esercizio e la manutenzione della rete trasmissiva televisiva e radiofonica del Gruppo Norba, primo operatore locale in Italia per ascolti, attivo da 40 anni come leader nel settore della comunicazione multimediale nel Mezzogiorno. Contestualmente alla finalizzazione dell'accordo, la società ha acquisito da Telenorba l'intero capitale della Società Sud Engineering Srl con 30 siti trasmissivi localizzati in Puglia, Basilicata e Molise funzionali alla prevista attività di ospitalità delle postazioni.

Rai Pubblicità

In data 7 febbraio 2017 la Guardia di Finanza – Nucleo di Polizia Tributaria di Torino ha notificato a Rai Pubblicità SpA un decreto di perquisizione e sequestro, emesso in data 30 gennaio 2017 dalla Procura della Repubblica di Torino. Tale decreto è stato emesso nell'ambito di un procedimento penale già avviato nel settembre 2016, quale conseguenza degli atti impositivi emessi dalla Direzione Regionale delle Entrate del Piemonte di cui si è già data menzione nel presente bilancio 2016. Il decreto è stato emesso in relazione ad un'asserita condotta criminosa perpetrata dalla Società "nei periodi di imposta dal 2006 al 2011 attraverso l'emissione di fatture per operazioni soggettivamente inesistenti nei confronti di una società estera"; tale condotta "sarebbe

continuata nei periodi d'imposta successivi, dal 2012 al 2016, attraverso l'utilizzo" di altre società estere.

In merito a quanto sopra, si evidenzia che:

- per il periodo dal 2006 al 2011 i fatti erano già noti alla Procura della Repubblica di Milano che non ha ritenuto di procedere nei confronti di Rai Pubblicità SpA, ma esclusivamente nei confronti di soggetti legati alla predetta società estera per frode fiscale in materia di IVA;
- per il periodo dal 2012 al 2016 le vicende riguardano un'unica società estera (centro media) ancora attiva; le verifiche svolte, con l'assistenza di autorevole società di consulenza, hanno escluso anomalie nel processo di fatturazione da parte di Rai Pubblicità SpA.

Rinnovo linee di credito

Nel mese di gennaio 2017 si è conclusa la procedura di rinnovo delle linee di credito *Revolving Credit Facility*, destinate alla copertura e al back-up dei fabbisogni di cassa del Gruppo (ad esclusione di Rai Way). Il finanziamento è utilizzato per far fronte alle esigenze di liquidità infrannuali derivanti dal versamento in quattro rate trimestrali, da parte del Ministero dell'Economia e delle Finanze, dei canoni versati dagli utenti.

La linea è concessa da un pool di quattro primarie banche per complessivi 270 milioni di Euro, con scadenza a cinque anni, e spread dell'1,17% sull'Euribor, in linea con i tassi di recenti operazioni effettuate da prenditori di primario standing creditizio.

Prevedibile evoluzione della gestione

L'andamento dei principali indicatori macroeconomici in Italia evidenzia, seppure ancora non consolidati, segnali di ripresa, confermati dal progressivo miglioramento della crescita del PIL, sebbene con valori inferiori rispetto all'area Euro.

Sul fronte dei ricavi, tenendo conto della loro struttura e composizione, l'andamento ancora moderatamente espansivo dell'attività economica si riflette solo sulla componente pubblicitaria – che peraltro non beneficerà della presenza in palinsesto di Grandi Eventi Sportivi – e di sfruttamento commerciale dell'offerta del Gruppo.

Per quanto riguarda le risorse derivanti dai canoni di abbonamento, la principale fonte di finanziamento di Rai, il 2017 registrerà, in forza del vigente quadro normativo, risorse inferiori a quelle dello scorso esercizio, per un importo prossimo ai 150 milioni di Euro; l'ammontare dei ricavi da canoni tornerebbe pertanto sul livello registrato nel 2013.

In tale contesto, le proiezioni economico finanziarie per l'esercizio in corso presentano un risultato in sostanziale pareggio per effetto di una serie di interventi selezionati cercando di minimizzare l'impatto su qualità e competitività dell'offerta e senza mettere a rischio il percorso di trasformazione di Rai in *Digital Media Company*. Tale previsione non tiene conto degli effetti, significativi ma allo stato attuale non stimabili con un sufficiente grado di affidabilità, che potrebbero derivare dall'implementazione di normative di recente introduzione connesse all'esercizio del Servizio Pubblico.

Prospetti contabili al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

Prospetti contabili al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata

(in milioni di Euro)	Nota	Esercizio chiuso al	
		31 dicembre 2016	31 dicembre 2015
Attività materiali	12.1	1.082,5	1.115,5
Investimenti immobiliari	12.2	4,9	5,2
Attività immateriali	12.3	950,4	900,5
Partecipazioni	12.4	9,1	10,5
Attività finanziarie non correnti	12.5	0,2	0,2
Altre attività non correnti	12.7	17,7	20,2
Totale attività non correnti		2.064,8	2.052,1
Rimanenze	13.1	2,9	2,7
Crediti commerciali	13.2	637,0	436,7
Attività finanziarie correnti	13.3	7,4	14,0
Crediti tributari	13.4	135,6	108,2
Altri crediti e attività correnti	13.5	78,7	130,8
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	13.6	86,2	146,1
Totale attività correnti		947,8	838,5
Totale attività		3.012,6	2.890,6
Capitale sociale		242,5	242,5
Riserve		205,9	500,6
Utili (perdite) portati a nuovo		(28,4)	(306,6)
Totale patrimonio netto di Gruppo		420,0	436,5
Capitale e riserve di terzi		42,2	42,7
Utili (perdite) portati a nuovo di terzi		14,4	13,6
Totale patrimonio netto di terzi		56,6	56,3
Totale patrimonio netto	14	476,6	492,8
Passività finanziarie non correnti	15.1	442,7	481,7
Benefici per i dipendenti	15.2	555,0	568,8
Fondi per rischi ed oneri non correnti	15.3	228,1	194,9
Passività per imposte differite	15.4	24,2	12,1
Altri debiti e passività non correnti	15.5	3,6	6,3
Totale passività non correnti		1.253,6	1.263,8
Debiti commerciali	16.1	686,2	666,4
Fondi per rischi ed oneri correnti		0,4	0,6
Passività finanziarie correnti	16.2	200,5	40,8
Debiti tributari	16.3	85,8	78,5
Altri debiti e passività correnti	16.1	309,5	347,7
Totale passività correnti		1.282,4	1.134,0
Totale passività		2.536,0	2.397,8
Totale patrimonio netto e passività		3.012,6	2.890,6

Prospetto di Conto economico consolidato

(in milioni di Euro)	Nota	Esercizio chiuso al	
		31 dicembre 2016	31 dicembre 2015
Ricavi da vendite e prestazioni	17.1	2.791,3	2.475,5
Altri ricavi e proventi	17.2	18,2	17,6
Totale ricavi		2.809,5	2.493,1
Costi per acquisto di materiale di consumo	17.3	(13,9)	(16,4)
Costi per servizi	17.3	(1.078,8)	(923,7)
Altri costi	17.3	(58,6)	(48,5)
Costi per il personale	17.4	(1.031,7)	(977,0)
Ammortamenti e svalutazioni	17.5	(543,4)	(537,5)
Accantonamenti	17.6	(18,8)	(2,2)
Totale costi		(2.745,2)	(2.505,3)
Risultato operativo		64,3	(12,2)
Proventi finanziari	17.7	2,6	5,0
Oneri finanziari	17.7	(20,8)	(24,4)
Risultato dalle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto	17.8	(0,7)	1,9
Risultato prima delle imposte		45,4	(29,7)
Imposte sul reddito	17.9	(27,3)	4,1
Risultato netto delle attività operative		18,1	(25,6)
Risultato dell'esercizio - Utile (perdita)		18,1	(25,6)
di cui attribuibile:			
- al Gruppo		3,5	(39,3)
- ai Terzi		14,6	13,7

Prospetti contabili al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

Prospetto di Conto economico complessivo consolidato

(in milioni di Euro)

	Esercizio chiuso al	
	31 dicembre 2016	31 dicembre 2015
Risultato dell'esercizio	18,1	(25,6)
Voci che possono essere riclassificate a conto economico:		
Utile/(perdita) sugli strumenti di copertura di flussi finanziari (<i>cash-flow hedge</i>)	(6,8)	1,2
Conversione di bilanci con valuta funzionale diversa dall'Euro	(0,1)	0,4
Effetto fiscale	2,2	-
Totale	(4,7)	1,6
Voci che non possono essere riclassificate a conto economico:		
Rideterminazione dei piani a benefici definiti	(16,1)	28,9
Effetto fiscale	0,2	(0,2)
Totale	(15,9)	28,7
Risultato complessivo dell'esercizio	(2,5)	4,7
di cui attribuibile:		
- al Gruppo	(16,9)	(9,0)
- ai Terzi	14,4	13,7

Rendiconto finanziario consolidato

(in milioni di Euro)	Nota	Esercizio chiuso al	
		31 dicembre 2016	31 dicembre 2015
Utile (perdita) prima delle imposte		45,4	(29,7)
Rettifiche per:			
Ammortamenti e svalutazioni	17.5	543,4	537,5
Accantonamenti e (rilasci) di fondi relativi al personale e altri fondi	17.6	109,4	71,9
Oneri (Proventi) finanziari netti	17.7	18,2	19,4
Risultato delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto	12.4	0,7	(1,9)
Altre poste non monetarie		0,1	0,1
Flussi di cassa generati dall'attività operativa prima delle variazioni del capitale circolante netto		717,2	597,3
Variazione delle rimanenze	13.1	(0,2)	(0,1)
Variazione dei crediti commerciali	13.2	(202,9)	32,2
Variazione dei debiti commerciali	16.1	19,8	11,7
Variazione delle altre attività/passività		(19,5)	1,9
Utilizzo dei fondi rischi	15.3	(38,3)	(33,2)
Pagamento benefici ai dipendenti	15.2	(72,1)	(71,6)
Imposte pagate		(6,1)	(6,9)
Flusso di cassa netto generato dall'attività operativa		397,9	531,3
Investimenti in attività materiali e investimenti immobiliari	12.1 - 12.2	(74,5)	(92,3)
Dismissioni di attività materiali e investimenti immobiliari	12.1 - 12.2	0,8	0,4
Investimenti in attività immateriali	12.3	(484,0)	(483,7)
Dismissioni di attività immateriali	12.3	1,7	0,4
Dividendi incassati		0,7	0,5
Interessi incassati		0,1	-
Variazione delle attività finanziarie	12.5 - 13.3	(0,2)	(2,8)
Flusso di cassa netto generato dall'attività di investimento		(555,4)	(577,5)
Accensione di finanziamenti a lungo termine	15.1	-	389,8
Rimborsi di finanziamenti a lungo termine	15.1	(35,2)	(295,1)
(Decremento)/incremento di finanziamenti a breve ed altri finanziamenti	16.2	154,7	(8,9)
Interessi pagati		(8,2)	(10,1)
Dividendi distribuiti		(13,7)	(11,7)
Flusso di cassa netto generato dall'attività finanziaria		97,6	64,0
Variazione disponibilità liquide e mezzi equivalenti		(59,9)	17,8
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti all'inizio dell'esercizio	13.6	146,1	128,3
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti alla fine dell'esercizio	13.6	86,2	146,1

Prospetti contabili al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

Prospetto delle variazioni di patrimonio netto consolidato

(in milioni di Euro)	Capitale sociale	Riserva legale	Altre riserve	Utili (perdite) portati a nuovo	Patrimonio netto di Gruppo	Patrimonio netto di pertinenza di terzi	Totale patrimonio netto
Saldi al 1 gennaio 2015	242,5	9,2	416,6	(222,8)	445,5	54,3	499,8
Destinazione del risultato	-	2,4	70,8	(73,2)	-	-	-
Distribuzione dividendi	-	-	-	-	-	(11,7)	(11,7)
Operazioni con gli azionisti	-	-	-	-	-	(11,7)	(11,7)
Risultato dell'esercizio	-	-	-	(39,3)	(39,3)	13,7	(25,6)
Componenti di conto economico complessivo	-	-	1,6	28,7	30,3	-	30,3
Risultato complessivo dell'esercizio	-	-	1,6	(10,6)	(9,0)	13,7	4,7
Saldi al 31 dicembre 2015	242,5	11,6	489,0	(306,6)	436,5	56,3	492,8
Saldi al 1 gennaio 2016	242,5	11,6	489,0	(306,6)	436,5	56,3	492,8
Destinazione del risultato	-	-	(290,6)	290,6	-	-	-
Distribuzione dividendi	-	-	-	-	-	(13,7)	(13,7)
Altri movimenti ⁽¹⁾	-	-	0,6	(0,2)	0,4	(0,4)	-
Operazioni con gli azionisti	-	-	0,6	(0,2)	0,4	(14,1)	(13,7)
Risultato dell'esercizio	-	-	-	3,5	3,5	14,6	18,1
Componenti di conto economico complessivo	-	-	(4,7)	(15,7)	(20,4)	(0,2)	(20,6)
Risultato complessivo dell'esercizio	-	-	(4,7)	(12,2)	(16,9)	14,4	(2,5)
Saldi al 31 dicembre 2016	242,5	11,6	194,3	(28,4)	420,0	56,6	476,6

⁽¹⁾ Effetto determinato dalla differenza tra valore dell'opzione inclusa nell'IPO di Rai Way (Bonus share) stimato all'insorgenza del diritto e valore effettivo alla scadenza.

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

1) Informazioni generali

Rai Radiotelevisione italiana SpA (di seguito "Rai", la "Società" o la "Capogruppo") è una società per azioni costituita e domiciliata in Italia, con sede legale a Roma in Viale Mazzini 14, e organizzata secondo l'ordinamento giuridico della Repubblica Italiana.

Il bilancio consolidato al 31 dicembre 2016 (di seguito "Bilancio Consolidato"), come di seguito descritto, è redatto in accordo con gli *International Financial Reporting Standards* ("IFRS").

La Società e le sue controllate (congiuntamente il "Gruppo") operano in Italia, nel ruolo di Servizio Pubblico generale radiotelevisivo. La Capogruppo, in forza di apposite fonti normative, nazionali e comunitarie, è tenuta ad adempiere a precise obbligazioni in tema di qualità e quantità della programmazione, ulteriormente dettagliate nel Contratto di Servizio stipulato con il Ministero dello Sviluppo Economico (di seguito anche il "Contratto").

Il Contratto di Servizio attualmente vigente è quello riferito al triennio 2010-2012 tutt'ora in vigore per effetto di quanto previsto all'articolo 36 del medesimo Contratto.

Il Contratto prevede per Rai prescrizioni rispetto ai livelli di servizio e vincoli nello svolgimento della propria attività editoriale, nel tempo crescenti. Il Contratto di Servizio stabilisce una connessione evidente tra la Rai, gli individui e la collettività, rispondendo a bisogni rilevanti per la crescita dell'individuo e per la creazione di una coscienza sociale. Tra i temi editoriali sono degni di menzione l'attenzione alla formazione e al lavoro, all'informazione e all'approfondimento, ai temi sociali e culturali, a bambini e adolescenti, alla figura femminile, allo sport e all'intrattenimento, alle minoranze linguistiche e alla promozione all'estero del Paese per gli stranieri così come per le tante comunità di italiani che vi risiedono.

La Legge n. 89/2014 ha precisato che Rai debba garantire l'informazione pubblica a livello nazionale e quella a livello regionale attraverso la presenza in ciascuna regione e provincia autonoma di proprie redazioni e strutture adeguate alle specifiche produzioni. Il nuovo comma 3-bis dell'art. 17 della legge n. 112/2004 prevede inoltre che le sedi di Bolzano, di Trento, della Valle d'Aosta e del Friuli-Venezia Giulia mantengano la loro autonomia finanziaria e contabile e che fungano anche da centro di produzione decentrato per le esigenze di promozione delle culture e degli strumenti linguistici locali e che le altre sedi regionali e provinciali la mantengano fino alla definizione di un nuovo assetto territoriale da parte di Rai.

La Legge 28 dicembre 2015, n. 220, recante "Riforma della Rai e del Servizio Pubblico Radiotelevisivo" ha previsto che il rinnovo del contratto nazionale di servizio tra il Ministero dello Sviluppo Economico e Rai venga stipulato, con cadenza quinquennale e non più triennale, nel quadro della concessione che riconosce a Rai il ruolo di gestore del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale.

In data 19 aprile 2016 è entrato in vigore il nuovo Codice dei contratti pubblici (D. Lgs. 18 aprile 2016, n. 50). Tale Decreto, all'articolo 216, comma 24, prevede che "al fine di consentire lo svolgimento, con la più ampia partecipazione, della consultazione pubblica di cui all'articolo 5, comma 5, della legge 18 dicembre 2015, n. 220 (Legge di riforma Rai), e nelle more dell'aggiornamento della disciplina in materia di affidamento del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale", il termine della concessione sia prorogato dal 6 maggio 2016 al 31 ottobre 2016.

La Legge 26 ottobre 2016, n. 198, recante "Istituzione del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione e deleghe al Governo per la ridefinizione della disciplina del sostegno pubblico per il settore dell'editoria e dell'emittenza radiofonica e televisiva locale, della disciplina di profili pensionistici dei giornalisti e della composizione e delle competenze del Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti. Procedura per l'affidamento in concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale", ha stabilito la nuova procedura per l'affidamento in concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale. Tale concessione, di durata decennale, è preceduta da una consultazione pubblica sugli obblighi del servizio medesimo ai sensi del sopra citato articolo 5, comma 5, della Legge 18 dicembre 2015, n. 220 (Legge di riforma Rai).

Il Decreto Legge del 30 dicembre 2016 n. 244, recante "Proroga e definizione di termini" (c.d. "milleproroghe"), all'art. 6, comma 3 ha previsto che, nelle more dell'affidamento del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale (secondo le nuove procedure introdotte dall'art. 9 della L. 198/2016, nel quadro degli interventi già introdotti dalla L. 220/2015), e comunque per un periodo non superiore a centottanta giorni dal 31 ottobre 2016 (e cioè fino al 29 aprile 2017), continuino a trovare applicazione, ad ogni effetto, la concessione e la convenzione in atto, così prorogando, per il caso in cui non si addivenga prima al nuovo affidamento con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, la vigenza dell'attuale concessione a Rai del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale.

Il capitale della Società è detenuto rispettivamente da:

- Ministero dell'Economia e delle Finanze (99,5583%)
- SIAE Società Italiana Autori Editori (0,4417%)

Il Bilancio consolidato è sottoposto a revisione legale da parte della società PricewaterhouseCoopers SpA (di seguito la "Società di Revisione") alla quale l'Assemblea Generale Ordinaria degli Azionisti Rai, su proposta motivata del Collegio Sindacale, nell'adunanza del 10 marzo 2016 ha affidato l'incarico per gli esercizi fino al 2023, in considerazione dell'acquisizione da parte di Rai dello status di Ente di Interesse Pubblico.

2) Criteri di redazione

La Società, in relazione a quanto previsto dal Decreto Legislativo 28 febbraio 2005, n. 38, applica per la redazione del proprio Bilancio Consolidato gli *International Financial Reporting Standards* (nel seguito "IFRS" o "principi contabili internazionali") emanati dall'*International Accounting Standards Board* (di seguito IASB) e adottati dalla Commissione Europea secondo la procedura di cui all'art. 6 del Regolamento (CE) n. 1606/2002 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 19 luglio 2002. Per IFRS si intendono anche tutti i principi contabili internazionali ("IAS") e tutte le interpretazioni dell'*International Financial Reporting Standard Interpretations Committee* ("IFRIC"), precedentemente denominate "*Standard Interpretations Committee*" (SIC). Per la redazione del presente Bilancio Consolidato il Gruppo ha fornito una informativa completa, applicando gli IFRS in modo coerente ai periodi esposti nel presente Bilancio Consolidato.

La struttura del Bilancio Consolidato scelta dal Gruppo prevede che:

- le voci della Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata siano classificate in correnti e non correnti;
- le voci del Conto economico consolidato siano classificate per natura;
- il prospetto di Conto economico consolidato complessivo sia presentato in forma separata rispetto al Conto economico e indichi il risultato economico integrato dei proventi e oneri che per espressa disposizione degli IFRS sono rilevati direttamente a patrimonio netto;
- il Rendiconto finanziario consolidato sia predisposto secondo il "metodo indiretto", rettificando il risultato (utile/perdita prima delle imposte) dell'esercizio delle componenti di natura non monetaria; e
- il Prospetto delle variazioni del patrimonio netto consolidato presenti i proventi (oneri) complessivi dell'esercizio, le operazioni con gli azionisti e le altre variazioni del patrimonio netto.

Questa impostazione riflette al meglio gli elementi che hanno determinato il risultato economico del Gruppo oltre la sua struttura finanziaria e patrimoniale.

Il Bilancio Consolidato è stato redatto applicando il metodo del costo storico, tenuto conto ove appropriato delle rettifiche di valore, con l'eccezione delle voci di bilancio che secondo gli IFRS devono essere rilevate al *fair value*, come indicato nei criteri di valutazione e fatti salvi i casi in cui le disposizioni IFRS consentano un differente criterio di valutazione.

Il Bilancio Consolidato è stato redatto nel presupposto della continuità aziendale, in quanto non si ritiene sussistano indicatori di carattere finanziario, gestionale o di altro genere che possano segnalare criticità circa la capacità del Gruppo di far fronte alle proprie obbligazioni nel prevedibile futuro e in particolare nei prossimi 12 mesi.

La descrizione delle modalità attraverso le quali il Gruppo gestisce i rischi finanziari è contenuta nella successiva nota n. 8 relativa alla "Gestione dei rischi finanziari".

I valori delle voci di bilancio e delle relative note illustrative, tenuto conto della loro rilevanza, sono espressi in milioni di Euro, salvo quando diversamente indicato.

3) Principi di consolidamento

Il Bilancio Consolidato è stato predisposto utilizzando i bilanci d'esercizio della Società e delle società controllate redatti in accordo agli IFRS. Si segnala, inoltre, che tutte le società del Gruppo chiudono il proprio esercizio al 31 dicembre.

Le società incluse nell'area di consolidamento al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015 sono dettagliate nella nota n. 21 "Appendice", parte integrante del Bilancio Consolidato.

Imprese controllate

Un investitore controlla un'impresa partecipata quando è esposto, o ha diritto a partecipare, alla variabilità dei relativi ritorni economici ed è in grado di esercitare il proprio potere decisionale sulle attività rilevanti della partecipata in modo da influenzare tali ritorni. L'esistenza del controllo è verificata ogni volta che fatti e circostanze indicano una variazione in uno o più degli elementi qualificanti il controllo.

Le attività e le passività, gli oneri e i proventi delle imprese controllate sono assunti integralmente nel bilancio consolidato a partire dalla data in cui la Capogruppo ne assume il controllo diretto o indiretto (ossia per il tramite di una o più altre controllate) e fino alla data in cui tale controllo cessa di esistere. Il valore contabile delle partecipazioni è eliminato a fronte della corrispondente frazione di patrimonio netto. Le quote del patrimonio netto e del risultato complessivo di competenza delle interessenze di terzi sono iscritte in apposite voci del patrimonio netto e del Conto economico complessivo.

In presenza di quote di partecipazione acquisite successivamente all'assunzione del controllo (acquisto di interessenze di terzi), l'eventuale differenza positiva tra il costo di acquisto e la corrispondente frazione di patrimonio netto acquisita è rilevata nel patrimonio netto di competenza del Gruppo; analogamente, sono rilevati a patrimonio netto gli effetti derivanti dalla cessione di quote di minoranza senza perdita del controllo.

Differentemente, la cessione di quote che comporta la perdita del controllo determina la rilevazione a Conto economico:

- dell'eventuale plusvalenza/minusvalenza calcolata come differenza tra il corrispettivo ricevuto e la corrispondente frazione di patrimonio netto consolidato ceduta;
- dell'effetto della rimisurazione dell'eventuale partecipazione residua mantenuta per allinearla al relativo *fair value* (valore equo);
- degli eventuali valori rilevati nelle altre componenti del risultato complessivo relativi alla ex controllata per i quali sia previsto il rigiro a conto economico, ovvero in caso non sia previsto il rigiro a Conto economico a utili (perdite) portati a nuovo.

Il valore dell'eventuale partecipazione mantenuta, allineato al relativo *fair value* alla data di perdita del controllo, rappresenta il nuovo valore di iscrizione della partecipazione, che costituisce altresì il valore di riferimento per la successiva valutazione della partecipazione secondo i criteri di valutazione applicabili.

Le imprese consolidate sono indicate nella nota n. 21 "Appendice", che è parte integrante delle presenti note illustrative. Nello stesso allegato è riportata anche l'eventuale variazione dell'area di consolidamento verificatasi nel periodo.

Aggregazioni aziendali (*business combination*)

Le operazioni di aggregazione aziendale (*business combination*) sono rilevate in accordo con l'IFRS 3 "Aggregazioni aziendali", applicando il cosiddetto *acquisition method*. Il corrispettivo dell'aggregazione è determinato alla data di assunzione del controllo ed è pari al *fair value* (valore equo) delle attività trasferite, delle passività sostenute, nonché degli eventuali strumenti di capitale emessi dall'acquirente. L'eventuale corrispettivo potenziale è rilevato al *fair value* alla data di acquisizione. Le variazioni successive del *fair value* (valore equo) del corrispettivo potenziale, ossia il cui ammontare e la cui erogazione sono dipendenti da eventi futuri, classificato come strumento finanziario ai sensi dello IAS 39 "Strumenti finanziari: rilevazione e valutazione", sono rilevate a Conto economico o patrimonio netto nell'ambito delle altre componenti del risultato complessivo. I corrispettivi potenziali che non rientrano nell'ambito di applicazione dello IAS 39 sono valutati in base allo specifico IFRS/IAS di riferimento. I corrispettivi potenziali che sono classificati come strumento di capitale non sono rimisurati, e, conseguentemente il regolamento è contabilizzato nell'ambito del patrimonio netto. I costi direttamente attribuibili all'operazione sono rilevati a conto economico consolidato, quando sostenuti.

Alla data di acquisizione del controllo, il patrimonio netto delle imprese partecipate è determinato attribuendo ai singoli elementi identificabili dell'attivo e del passivo patrimoniale (ivi comprese le passività potenziali) il loro *fair value* alla data di acquisizione, fatti salvi i casi in cui l'IFRS 3 disponga diversamente.

L'eventuale differenza residua rispetto al costo di acquisto, se positiva, è iscritta alla voce dell'attivo Attività immateriali come avviamento (di seguito anche "goodwill"); se negativa, è rilevata a Conto economico come provento del periodo.

Nel caso di assunzione non totalitaria del controllo, la quota di patrimonio netto delle interessenze di terzi è determinata sulla base della quota di loro pertinenza dei valori correnti attribuiti alle attività e passività alla data di assunzione del controllo, escluso l'eventuale goodwill a essi attribuibile (c.d. *partial goodwill method*); in alternativa, è rilevato l'intero ammontare del goodwill generato dall'acquisizione considerando, pertanto, anche la quota attribuibile alle interessenze di terzi (c.d. *full goodwill method*); in quest'ultimo caso le interessenze di terzi sono espresse al loro *fair value*. La scelta delle modalità di determinazione del goodwill (*partial goodwill method* o *full goodwill method*) è operata in maniera selettiva per ciascuna operazione di *business combination*.

Nel caso di assunzione del controllo in fasi successive, il costo di acquisto è determinato sommando il *fair value* della partecipazione precedentemente detenuta nell'acquisita e l'ammontare corrisposto per l'ulteriore quota. L'eventuale differenza tra il *fair value* della partecipazione precedentemente detenuta e il relativo valore di iscrizione è imputata a Conto economico. In sede di assunzione del controllo, eventuali ammontari precedentemente rilevati nelle altre componenti dell'utile complessivo sono imputati a Conto economico ovvero in un'altra posta del patrimonio netto, nel caso in cui non ne sia prevista la riclassifica a Conto economico.

Quando la determinazione dei valori delle attività e passività dell'acquisita è operata in via provvisoria, essa deve essere conclusa entro un periodo massimo di 12 mesi dalla data di acquisizione, tenendo conto delle sole informazioni relative a fatti e circostanze esistenti alla data di acquisizione. Nell'esercizio in cui la summenzionata determinazione è conclusa, i valori provvisoriamente rilevati sono rettificati con effetto retrospettivo.

Interessenze in accordi a controllo congiunto

Il controllo congiunto esiste unicamente quando, su base contrattuale, per le decisioni relative alle attività rilevanti dell'accordo è richiesto il consenso unanime di tutte le parti che condividono il controllo. Gli accordi a controllo congiunto possono essere distinti in due tipologie:

- le *joint venture*, ossia gli accordi a controllo congiunto nei quali le parti che detengono il controllo congiunto vantano diritti sulle attività nette dell'accordo; e
- le *joint operation*, ossia gli accordi a controllo congiunto nei quali le parti hanno diritti sulle attività e obbligazioni per le passività relative all'accordo.

Le partecipazioni in *joint venture* sono valutate con il metodo del patrimonio netto, come descritto alla nota n. 4 "Criteri di valutazione", mentre le *joint operation* sono contabilizzate rilevandone, linea per linea nel bilancio consolidato, la quota di attività/passività e di ricavi/costi sulla base degli effettivi diritti e obbligazioni rivenienti dagli accordi contrattuali.

Partecipazioni in imprese collegate

Una collegata è un'impresa su cui il Gruppo esercita un'influenza notevole, intesa come il potere di partecipare alla determinazione delle scelte finanziarie e gestionali della partecipata senza averne il controllo o il controllo congiunto. Le partecipazioni in imprese collegate sono valutate con il metodo del patrimonio netto come indicato alla nota n. 4 "Criteri di valutazione".

Operazioni infragruppo

Gli utili derivanti da operazioni tra le imprese consolidate sono eliminati così come sono eliminati i crediti, i debiti, i proventi e gli oneri, le garanzie, gli impegni e i rischi tra imprese consolidate. Gli utili non realizzati con società valutate secondo il metodo del patrimonio netto sono eliminati per la quota di competenza del Gruppo. In entrambi i casi, le perdite infragruppo non sono eliminate quando rappresentano un effettivo minor valore del bene ceduto.

Conversione dei bilanci in valuta diversa dall'Euro

I bilanci delle imprese operanti in aree diverse dall'Euro, che rappresenta la valuta di presentazione del Gruppo, nonché la valuta funzionale della Capogruppo e delle sue controllate a eccezione di Rai Corporation in liquidazione (di seguito "Rai Corporation"), sono convertiti in Euro applicando alle voci dell'attivo e del passivo patrimoniale i cambi correnti alla data di chiusura dell'esercizio, alle voci del patrimonio netto i cambi storici e alle voci del Conto economico i cambi medi dell'esercizio.

Le differenze cambio da conversione dei bilanci delle imprese operanti in aree diverse dall'Euro, derivanti dall'applicazione di cambi diversi per le attività e le passività, per il patrimonio netto e per il Conto economico, sono rilevate nella voce di patrimonio netto Altre riserve come riserva per differenze cambio da conversione per la parte di competenza del Gruppo e, se del caso, alla voce Patrimonio netto di terzi per la parte di competenza di terzi. La riserva per differenze di cambio è rilevata a Conto economico quando la partecipata cessa di essere qualificata come impresa controllata. In tali circostanze, la rilevazione a Conto economico della riserva è effettuata nelle voci Proventi finanziari ovvero Oneri finanziari. All'atto della dismissione parziale, senza perdita del controllo, la quota delle differenze di cambio afferente la frazione di partecipazione dismessa è attribuita al patrimonio netto delle interessenze di terzi. Qualora il controllo della partecipata venisse meno e la partecipata si qualificasse come *joint venture* o collegata, la riserva da conversione è incorporata nella valutazione col metodo del patrimonio netto.

I bilanci utilizzati per la conversione di Rai Corporation sono quelli espressi nella valuta di presentazione Dollaro USA (USD).

4) Criteri di valutazione

Di seguito sono brevemente descritti i principi contabili e i criteri di valutazione più significativi utilizzati per la redazione del Bilancio Consolidato.

Attività correnti

Rimanenze. Le rimanenze finali di materiali tecnici sono valutate al costo di acquisto, determinato con il metodo del costo medio ponderato, rettificato in relazione all'andamento del mercato ed alle presumibili mancate utilizzazioni legate a fenomeni di obsolescenza e lento rigiro. Le rimanenze finali di merci (editoria periodica e libreria e home video) destinate alla rivendita sono valutate al costo di acquisto, determinato con il metodo del costo medio ponderato, ovvero al valore di presumibile realizzo desumibile dall'andamento del mercato, se minore.

I lavori in corso su ordinazione, tipicamente relativi all'adeguamento della rete di trasmissione e diffusione, sono valutati sulla base dei costi sostenuti in relazione allo stato di avanzamento dei lavori, determinato utilizzando il metodo del costo sostenuto (*cost to cost*).

Crediti commerciali - Altri crediti e attività correnti - Attività finanziarie correnti. I crediti commerciali, gli altri crediti e attività correnti e le attività finanziarie correnti sono inizialmente iscritti al *fair value* (valore equo) rettificato dei costi di transazione direttamente attribuibili e successivamente valutati col criterio del costo ammortizzato in base al metodo del tasso di interesse effettivo (ossia del tasso che rende uguali, al momento della rilevazione iniziale, il valore attuale dei flussi di cassa attesi e il valore di iscrizione), opportunamente rettificato per tenere conto di eventuali svalutazioni, mediante l'iscrizione di un fondo svalutazione crediti. I crediti verso clienti e le altre attività finanziarie sono inclusi nell'attivo corrente, a eccezione di quelli con scadenza contrattuale superiore ai dodici mesi rispetto alla data di bilancio, che sono classificati nell'attivo non corrente.

Riduzione di valore di attività finanziarie. A ciascuna data di riferimento del bilancio, tutte le attività finanziarie, diverse da quelle valutate al *fair value* (valore equo) con contropartita a Conto economico, sono analizzate al fine di verificare se esiste un'obiettiva evidenza che un'attività o un gruppo di attività finanziarie abbia subito una perdita di valore. Una perdita di valore è rilevata solo nel caso in cui tale evidenza esista come conseguenza di uno o più eventi accaduti dopo la sua rilevazione iniziale, che hanno un impatto sui flussi di cassa futuri attesi dell'attività.

L'evidenza obiettiva di una perdita di valore include indicatori osservabili quali, ad esempio:

- la significativa difficoltà finanziaria dell'emittente o del debitore;
- una violazione del contratto, come un inadempimento o mancato pagamento degli interessi o del capitale;
- l'evidenza che il debitore possa entrare in una procedura concorsuale o in un'altra forma di riorganizzazione finanziaria;
- una diminuzione sensibile dei flussi di cassa futuri stimati.

Le perdite che si prevede derivino a seguito di eventi futuri non sono rilevate.

Per le attività finanziarie contabilizzate col criterio del costo ammortizzato, quando una perdita di valore è stata identificata, il suo valore viene misurato come differenza tra il valore contabile dell'attività e il valore attuale dei flussi di cassa futuri attesi, scontati sulla base del tasso di interesse effettivo originario. Questo valore è rilevato a Conto economico consolidato.

Se l'importo di una perdita di valore di una attività rilevata in passato diminuisce e la diminuzione può essere obiettivamente collegata a un evento verificatosi successivamente alla rilevazione della perdita di valore, essa è riaccreditata a Conto economico consolidato.

Eliminazione contabile delle attività e passività finanziarie. Le attività finanziarie sono eliminate contabilmente quando è soddisfatta una delle seguenti condizioni:

- il diritto contrattuale a ricevere i flussi di cassa dall'attività è scaduto;
- il Gruppo ha sostanzialmente trasferito tutti i rischi e benefici connessi all'attività, cedendo i suoi diritti a ricevere flussi di cassa dall'attività oppure assumendo un'obbligazione contrattuale a riversare i flussi di cassa ricevuti a uno o più eventuali beneficiari in virtù di un contratto che rispetta i requisiti previsti dallo IAS 39 (c.d. "pass through test");
- il Gruppo non ha né trasferito né mantenuto sostanzialmente tutti i rischi e benefici connessi all'attività finanziaria ma ne ha ceduto il controllo.

Nel caso di operazioni di *factoring* che non prevedono sostanzialmente il trasferimento, in capo al *factor*, dei rischi e dei benefici connessi ai crediti ceduti (pertanto il Gruppo rimane esposto al rischio di insolvenza e/o ritardato pagamento – c.d. cessioni pro-solvendo) l'operazione viene assimilata all'accensione di un finanziamento garantito dal credito oggetto di cessione. In tale circostanza, il credito ceduto rimane rappresentato nella situazione patrimoniale e finanziaria consolidata del Gruppo fino al momento dell'incasso da parte del *factor* e, in contropartita dell'eventuale anticipazione ottenuta dal *factor*, viene iscritto un debito di natura finanziaria. Il costo finanziario per le operazioni di *factoring* è rappresentato da interessi sugli ammontari anticipati imputati a conto economico nel rispetto del principio della competenza, che vengono classificati fra gli oneri finanziari. Le commissioni che maturano su cessioni sono incluse fra gli oneri finanziari.

Le passività finanziarie sono eliminate contabilmente quando sono estinte, ossia quando l'obbligazione contrattuale è adempiuta, cancellata o prescritta.

Compensazione di attività e passività finanziarie. Il Gruppo compensa attività e passività finanziarie se e solo se:

- esiste un diritto legalmente esercitabile di compensare i valori rilevati in bilancio; e
- vi è l'intenzione o di compensare su base netta o di realizzare l'attività e regolare la passività simultaneamente.

Disponibilità liquide e mezzi equivalenti. Le disponibilità liquide e mezzi equivalenti comprendono la cassa, i depositi a vista nonché le attività finanziarie con scadenza all'origine uguale o inferiore ai tre mesi, prontamente convertibili in cassa e sottoposte a un irrilevante rischio di variazione di valore. Gli elementi inclusi nelle disponibilità liquide e mezzi equivalenti sono valutati al *fair value*.

Le operazioni di incasso sono registrate per data di operazione bancaria; per le operazioni di pagamento si tiene altresì conto della data di disposizione.

Attività non correnti

Attività materiali. Le attività materiali sono rilevate secondo il criterio del costo e iscritte al prezzo di acquisto o al costo di produzione comprensivo degli oneri accessori di diretta imputazione necessari a rendere le attività pronte all'uso. In presenza di obbligazioni attuali per lo smantellamento, la rimozione delle attività e il ripristino dei siti, il valore di iscrizione include i costi stimati (attualizzati) da sostenere al momento dell'abbandono delle strutture, rilevati in contropartita a uno specifico fondo (il trattamento contabile delle revisioni di stima di questi costi, del trascorrere del tempo e del tasso di attualizzazione è indicato alla nota n. 15.3 "Fondi per rischi e oneri non correnti"). Non è ammesso effettuare rivalutazioni delle attività materiali, neanche in applicazione di leggi specifiche.

I costi per migliorie, ammodernamento e trasformazione aventi natura incrementativa delle attività materiali sono rilevati all'attivo patrimoniale quando è probabile che incrementino i benefici economici futuri attesi dall'utilizzo o dalla vendita del bene.

Le attività materiali sono ammortizzate sistematicamente a quote costanti lungo la loro vita utile economico tecnica, intesa come la stima del periodo in cui l'attività sarà utilizzata dall'impresa. Periodo che decorre dal mese in cui inizia o avrebbe potuto iniziare l'utilizzazione del bene. Quando l'attività materiale è costituita da più componenti significative aventi vite utili differenti, l'ammortamento è effettuato per ciascuna componente. Il valore da ammortizzare è rappresentato dal valore di iscrizione ridotto del presumibile valore netto di cessione al termine della sua vita utile. Non sono oggetto di ammortamento i terreni, anche se acquistati congiuntamente a un fabbricato, le opere d'arte, nonché le attività materiali destinate alla vendita. Eventuali modifiche

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

al piano di ammortamento, derivanti dalla revisione della vita utile dell'attività materiale, del valore residuo ovvero delle modalità di ottenimento dei benefici economici dell'attività, sono rilevate prospetticamente.

La vita utile stimata delle principali attività materiali è la seguente:

	Vita utile in anni	
	Min	Max
Fabbricati	10	50
Impianti e macchinario	2	12
Attrezzature industriali e commerciali	5	7
Altri beni	4	9

Le spese di manutenzione e riparazione ordinarie sono rilevate a Conto economico consolidato nell'esercizio in cui sono sostenute.

Attività immateriali. Le attività immateriali riguardano le attività identificabili prive di consistenza fisica, controllate dal Gruppo e in grado di produrre benefici economici futuri, nonché l'avviamento quando acquisito a titolo oneroso. L'identificabilità è definita con riferimento alla possibilità di distinguere l'attività immateriale acquisita dall'avviamento. Questo requisito normalmente è soddisfatto quando:

- l'attività immateriale è riconducibile a un diritto legale o contrattuale; oppure
- l'attività è separabile, ossia può essere ceduta, trasferita, data in affitto o scambiata autonomamente oppure come parte integrante di altre attività.

Il controllo del Gruppo consiste nel diritto di usufruire dei benefici economici futuri derivanti dall'attività e nella possibilità di limitarne l'accesso ad altri.

Le attività immateriali sono iscritte al costo di acquisto o di produzione comprensivo degli oneri accessori di diretta imputazione necessari a rendere le attività pronte all'uso. Non è ammesso effettuare rivalutazioni, neanche in applicazione di leggi specifiche.

Le attività immateriali aventi vita utile definita sono ammortizzate sistematicamente lungo la loro vita utile intesa come la stima del periodo in cui le attività saranno utilizzate dal Gruppo e si articolano in:

- a) Programmi - Opere audiovisive: i costi di acquisizione e di produzione di programmi televisivi, di opere audiovisive, cinematografiche e multimediali, formati dai costi esterni direttamente imputabili a ciascuna produzione e dai costi delle risorse interne utilizzate per la loro realizzazione, sono rappresentati secondo i seguenti criteri:
- 1) i costi riferiti a produzioni ad utilità ripetuta e con diritti di utilità di durata contrattuale superiore ai 12 mesi sono capitalizzati fra le attività immateriali e, se tali produzioni risultano pronte all'uso a fine esercizio, sono assoggettati ad ammortamento per quote costanti, a partire dal mese di approntamento o di disponibilità del diritto, con riguardo alla durata della loro presumibile utilità futura. Se invece tali produzioni ad utilità ripetuta non risultano ancora utilizzabili a fine esercizio o con disponibilità dei diritti futura, i relativi costi vengono rinviati come immobilizzazioni in corso e acconti.

La vita utile dei programmi e delle opere audiovisive a utilità ripetuta, tenendo conto delle difficoltà oggettive nell'individuare elementi in grado di garantire una corretta correlazione tra i ricavi da pubblicità e da canone e l'ammortamento dei diritti, alle quali si somma l'indeterminabilità delle multiformi modalità di sfruttamento, è riportata nella seguente tabella:

	Vita utile in anni
Fiction di produzione e cartoni animati	3
Diritti diversi dal free tv relativi a film e prodotti seriali acquisiti da Rai Cinema	3
Diritti di sfruttamento di library di natura calcistica	4
Diritti free tv relativi a film e prodotti seriali acquisiti da Rai Cinema	5
"Full rights", ovvero prodotti per i quali Rai Cinema ha acquisito l'intera filiera dei diritti (cinematografici, televisivi, home video ecc.)	7

I costi riferiti a diritti in concessione per durate inferiori sono ammortizzati con quote corrispondenti al periodo di disponibilità. Nel caso in cui i diritti abbiano esaurito i passaggi disponibili contrattualmente, il valore residuo viene interamente speso.

- 2) I costi riferiti a produzioni televisive destinate ad una fruizione immediata affluiscono a Conto economico in un unico esercizio, che solitamente coincide con quello di utilizzazione o di inizio della concessione. Più precisamente:
- *Informazione giornalistica, intrattenimento leggero, documentari, musica colta, prosa e l'intera produzione radiofonica.* I costi sono rilevati nell'esercizio in cui sono sostenuti, che coincide, di norma, con quello di messa in onda.
 - *Eventi sportivi.* I costi sono rilevati nell'esercizio in cui si svolge la manifestazione.
- b) Le licenze d'uso di software sono ammortizzate in tre anni a partire dal mese in cui sono disponibili all'uso, generalmente coincidente con il mese di entrata in funzione.
- c) I costi inerenti alla realizzazione della rete digitale terrestre sono iscritti al netto delle quote di ammortamento e ammortizzati, a quote costanti, in relazione alla durata prevista di utilizzazione a partire dalla data di disponibilità del servizio, in genere coincidente con la sua attivazione.
- d) I marchi sono ammortizzati in dieci esercizi a partire dal momento in cui sono disponibili all'uso, generalmente corrispondente con l'anno in cui inizia l'utilizzo.

L'avviamento e le altre attività immateriali aventi vita utile indefinita non sono oggetto di ammortamento; la recuperabilità del loro valore di iscrizione è verificata almeno annualmente e comunque quando si verificano eventi che fanno presupporre una riduzione del valore.

Riduzione di valore di attività non finanziarie. A ciascuna data di riferimento del bilancio, le attività non finanziarie sono analizzate per verificare l'esistenza di indicatori di un'eventuale riduzione del loro valore. Quando si verificano eventi che fanno presumere una riduzione del valore delle attività non finanziarie, la loro recuperabilità è verificata confrontando il valore di iscrizione con il relativo valore recuperabile rappresentato dal maggiore tra il *fair value* (valore equo), al netto degli oneri di dismissione, e il valore d'uso. Il valore d'uso è determinato sulla base di assunzioni ragionevoli e dimostrabili rappresentative della migliore stima delle future condizioni economiche che si verificheranno nella residua vita utile del bene, dando rilevanza alle indicazioni provenienti dall'esterno. Quando vengono meno i motivi delle svalutazioni effettuate, il valore delle attività è ripristinato e la rettifica è rilevata a Conto economico come rivalutazione (ripristino di valore). Il ripristino è effettuato al minore tra il valore recuperabile e il valore di iscrizione al lordo delle svalutazioni precedentemente effettuate e ridotto delle quote di ammortamento che sarebbero state stanziate qualora non si fosse proceduto alla svalutazione.

Investimenti immobiliari. Gli investimenti immobiliari comprendono le proprietà immobiliari possedute dal Gruppo al fine di conseguire canoni di locazione e/o per l'apprezzamento del capitale investito e sono contabilizzati applicando le medesime regole illustrate nel paragrafo relativo alle "Attività materiali".

Gli investimenti immobiliari sono eliminati contabilmente o al momento della loro dismissione o svalutati quando nessun beneficio economico futuro è atteso dal loro uso o dismissione. L'eventuale utile o perdita, determinato come differenza tra l'eventuale corrispettivo netto derivante dalla dismissione e il valore netto contabile dei beni eliminati è rilevato nel conto economico complessivo consolidato.

Quando si verificano eventi che fanno presumere una riduzione di valore degli investimenti immobiliari, la loro recuperabilità è verificata confrontando il valore d'iscrizione con il relativo valore recuperabile, rappresentato dal maggiore tra il *fair value* (valore equo), al netto degli oneri di dismissione, e il valore d'uso.

La vita utile è determinata in 33 anni.

Contributi pubblici. I contributi pubblici, inclusi i contributi non monetari valutati al *fair value* (valore equo), sono rilevati quando esiste una ragionevole certezza che saranno ricevuti e che il Gruppo rispetterà tutte le condizioni previste per la loro erogazione.

Il beneficio di un finanziamento pubblico a un tasso di interesse inferiore a quello di mercato è trattato come un contributo pubblico. Il finanziamento è inizialmente rilevato al *fair value* e il contributo pubblico è misurato come differenza tra il valore contabile iniziale e la provvista ricevuta. Il finanziamento è successivamente valutato conformemente alle disposizioni previste per le passività finanziarie.

I contributi pubblici in conto esercizio sono rilevati come componente positiva nel Conto economico consolidato, all'interno della voce Altri ricavi e proventi.

I contributi pubblici ricevuti per l'acquisto, la costruzione o l'acquisizione di attività immobilizzate (materiali o immateriali) sono rilevati a diretta riduzione del relativo costo di acquisto o di produzione ovvero iscritti a provento in relazione alla relativa vita utile in relazione al processo di ammortamento delle attività oggetto di agevolazione.

Attività finanziarie (correnti e non correnti). Le partecipazioni in joint venture e in imprese collegate sono valutate con il metodo del patrimonio netto.

In applicazione del metodo del patrimonio netto, le partecipazioni sono inizialmente iscritte al costo di acquisto, attribuendo l'eventuale differenza tra il costo sostenuto e la quota di interessenza nel *fair value* (valore equo) delle attività nette identificabili della partecipata in modo analogo a quanto previsto dall'IFRS 3 "Aggregazioni aziendali". Successivamente il valore di iscrizione è adeguato per tener conto:

- della quota di pertinenza della partecipante dei risultati economici della partecipata realizzati dopo la data di acquisizione; e
- della quota di pertinenza delle altre componenti di conto economico complessivo della partecipata.

Le variazioni del patrimonio netto di una partecipata, diverse da quelle sopra indicate, sono rilevate a Conto economico consolidato quando rappresentano nella sostanza gli effetti di una cessione di una quota dell'interessenza nella partecipata. I dividendi distribuiti dalla partecipata sono rilevati a riduzione del valore di iscrizione della partecipazione. Ai fini dell'applicazione del metodo del patrimonio netto, si considerano le rettifiche previste per il processo di consolidamento (v. anche nota n. 3 "Principi di consolidamento").

In presenza di obiettive evidenze di perdita di valore, la recuperabilità è verificata confrontando il valore di iscrizione con il relativo valore recuperabile determinato adottando i criteri indicati al punto "Riduzione di valore di attività non finanziarie". Quando vengono meno i motivi delle svalutazioni effettuate, il valore delle partecipazioni è ripristinato nei limiti delle svalutazioni effettuate con imputazione dell'effetto a Conto economico consolidato.

La cessione di quote di partecipazione che comporta la perdita del controllo congiunto o dell'influenza notevole sulla partecipata determina la rilevazione a Conto economico consolidato:

- dell'eventuale plusvalenza/minusvalenza calcolata come differenza tra il corrispettivo ricevuto e la corrispondente frazione del valore di iscrizione della partecipazione ceduta;
- dell'effetto della rivalutazione dell'eventuale partecipazione residua mantenuta per allinearla al relativo *fair value* (valore equo);
- degli eventuali valori rilevati nelle altre componenti di Conto economico complessivo relativi alla partecipata per i quali sia prevista la riclassifica a Conto economico consolidato.

Il valore dell'eventuale partecipazione mantenuta, allineato al relativo *fair value* (valore equo) alla data di perdita del controllo congiunto o dell'influenza notevole, rappresenta il nuovo valore di iscrizione e pertanto il valore di riferimento per la successiva valutazione secondo i criteri di valutazione applicabili.

Dopo che una partecipazione valutata con il metodo del patrimonio netto, o una quota di tale partecipazione, è classificata come destinata alla vendita, in quanto rispetta i criteri previsti per tale classificazione, la partecipazione, o quota di partecipazione, non è più valutata con il metodo del patrimonio netto. Le eventuali quote di tale partecipazione non classificate come destinate alla vendita sono valutate con il metodo del patrimonio netto fino alla conclusione della dismissione della quota di partecipazione classificata come destinata alla vendita. Successivamente alla dismissione, l'eventuale quota residua mantenuta è valutata in base ai criteri di valutazione applicabili.

Le **altre partecipazioni** iscritte tra le attività non correnti sono valutate al *fair value* (valore equo) con imputazione degli effetti nella riserva di patrimonio netto afferente le altre componenti di Conto economico complessivo consolidato; le variazioni del *fair value* (valore equo) rilevate nel patrimonio netto consolidato sono imputate a Conto economico consolidato all'atto della svalutazione o del realizzo. Quando le partecipazioni non sono quotate in un mercato regolamentato e il *fair value* (valore equo) non può essere attendibilmente determinato, le stesse sono valutate al costo rettificato per perdite di valore; le perdite di valore non sono oggetto di ripristino.

La **quota di pertinenza della partecipante di eventuali perdite della partecipata**, eccedente il valore di iscrizione della partecipazione, è rilevata in un apposito fondo nella misura in cui la partecipante è impegnata ad adempiere a obbligazioni legali o implicite della partecipata, o comunque, a coprirne le perdite.

I **crediti e le attività finanziarie detenuti fino alla scadenza** sono iscritti al costo rappresentato dal *fair value* (valore equo) del corrispettivo iniziale, incrementato degli eventuali costi di transazione. Il valore di iscrizione iniziale è successivamente rettificato per tener conto dei rimborsi in quota capitale, delle eventuali svalutazioni e dell'ammortamento della differenza tra il valore di rimborso e il valore di iscrizione iniziale; l'ammortamento è effettuato sulla base del tasso di interesse effettivo (c.d. criterio del costo ammortizzato).

In presenza di obiettive evidenze di perdita di valore, la svalutazione è determinata confrontando il relativo valore di iscrizione con il valore attuale dei flussi di cassa attesi attualizzati al tasso di interesse effettivo definito al momento della rilevazione iniziale. I crediti e le attività finanziarie da mantenersi sino alla scadenza sono esposti al netto del relativo fondo svalutazione.

Passività correnti e non correnti

Passività finanziarie - Debiti commerciali - Altri debiti e passività. I finanziamenti e i debiti commerciali sono iscritti quando il Gruppo diviene parte delle relative clausole contrattuali e sono valutati inizialmente al *fair value* (valore equo) rettificato dei costi di transazione direttamente attribuibili.

Successivamente sono valutati con il criterio del costo ammortizzato, utilizzando il metodo del tasso di interesse effettivo.

Fondi per rischi e oneri. I fondi per rischi e oneri riguardano costi e oneri di natura determinata e di esistenza certa o probabile che alla data di chiusura del bilancio sono indeterminati nell'ammontare e/o nella data di accadimento. Gli accantonamenti a tali fondi sono rilevati quando:

- è probabile l'esistenza di un'obbligazione attuale, legale o implicita, derivante da un evento passato;
- è probabile che l'adempimento dell'obbligazione sia oneroso;
- l'ammontare dell'obbligazione può essere stimato attendibilmente.

Gli accantonamenti sono iscritti al valore rappresentativo della migliore stima dell'ammontare che l'impresa ragionevolmente pagherebbe per estinguere l'obbligazione o per trasferirla a terzi alla data di chiusura del bilancio. Quando l'effetto finanziario del trascorrere del tempo è significativo e le date di pagamento delle obbligazioni sono attendibilmente stimabili, l'accantonamento è determinato attualizzando i flussi di cassa attesi determinati tenendo conto dei rischi associati all'obbligazione; l'incremento del fondo connesso al trascorrere del tempo è rilevato a conto economico consolidato alle voci Proventi finanziari ovvero Oneri finanziari.

I costi che l'impresa prevede di sostenere per attuare programmi di ristrutturazione sono iscritti nell'esercizio in cui viene definito formalmente il programma e si è generata nei soggetti interessati la valida aspettativa che la ristrutturazione avrà luogo.

I fondi sono periodicamente aggiornati per riflettere le variazioni delle stime dei costi, dei tempi di realizzazione e del tasso di attualizzazione; le revisioni di stima sono imputate alla medesima voce di Conto economico che ha precedentemente accolto l'accantonamento. I fondi per rischi ed oneri sono soggetti ad attualizzazione nel caso in cui sia possibile stimare ragionevolmente il momento della manifestazione delle uscite monetarie. Quando la passività è relativa ad attività materiali (es. smantellamento e ripristino siti), le variazioni di stima del fondo sono rilevate in contropartita all'attività a cui si riferiscono nei limiti dei valori di iscrizione; l'eventuale eccedenza è rilevata a Conto economico.

Qualora sia previsto che tutte le spese (o una parte di esse) richieste per estinguere un'obbligazione siano rimborsate da terzi, l'indennizzo, quando virtualmente certo, è rilevato come un'attività distinta.

Per i contratti i cui costi non discrezionali necessari per adempiere alle obbligazioni assunte sono superiori ai benefici economici che si prevede siano ottenibili dal contratto (contratti onerosi), il Gruppo rileva un accantonamento pari al minore tra il costo necessario all'adempimento e qualsiasi risarcimento o sanzione derivante dall'inadempienza del contratto.

L'esistenza di **passività potenziali**, rappresentate da obbligazioni possibili, ma non probabili, derivanti da eventi passati, la cui esistenza sarà confermata solo al verificarsi o meno di uno o più eventi futuri incerti non totalmente sotto il controllo dell'impresa, ovvero il cui ammontare non può essere stimato attendibilmente, non dà luogo alla rilevazione di passività iscritte in bilancio, ma è oggetto di illustrazione in un'apposita nota all'interno del Bilancio Consolidato.

Benefici per i dipendenti. I benefici successivi al rapporto di lavoro, tenendo conto delle loro caratteristiche, sono distinti in piani "a contributi definiti" e "a benefici definiti". Nei piani a contributi definiti, l'obbligazione dell'impresa, limitata al versamento dei contributi allo Stato ovvero a un patrimonio o a un'entità giuridicamente distinta, è determinata sulla base dei contributi dovuti. I costi relativi a tali piani sono rilevati a Conto economico sulla base della contribuzione effettuata nel periodo. Nei piani a benefici definiti, invece, l'obbligazione dell'impresa è determinata, separatamente per ciascun piano, sulla base di ipotesi attuariali stimando (in conformità con il metodo di proiezione unitaria del credito) l'ammontare dei benefici futuri che i dipendenti hanno maturato alla data di riferimento. Più precisamente, il valore attuale dei piani a benefici definiti è calcolato utilizzando un tasso determinato in base ai rendimenti di mercato, alla data di riferimento di bilancio, di titoli obbligazionari di aziende primarie ovvero, in assenza di un mercato attivo in cui queste ultime siano scambiate, di titoli di Stato. La passività è rilevata per competenza durante il periodo di maturazione del diritto. La valutazione della passività è effettuata da attuari indipendenti. Se le attività a servizio del piano eccedono il valore attuale della relativa passività, l'eccedenza è rilevata come attività.

Gli interessi netti (cd. *net interest*) includono la componente di rendimento delle attività al servizio del piano e del costo per interessi da rilevare a conto economico. Il *net interest* è determinato applicando alle passività, al netto delle eventuali attività al servizio del piano, il tasso di sconto definito per le passività; il *net interest* di piani a benefici definiti è rilevato nel Conto economico consolidato tra i Proventi finanziari ovvero Oneri finanziari.

Gli utili e le perdite attuariali derivanti dalla valutazione attuariale dei piani a benefici definiti e il rendimento delle attività a servizio del piano (al netto dei relativi interessi attivi) sono rilevati nell'ambito delle altre componenti del Conto economico complessivo consolidato. Per gli altri benefici a lungo termine, gli utili e le perdite attuariali sono rilevati a Conto economico consolidato. In caso di modifica di un piano a benefici definiti o di introduzione di un nuovo piano, l'eventuale costo previdenziale relativo alle prestazioni di lavoro passate è rilevato a Conto economico consolidato.

Strumenti finanziari derivati. Un derivato è uno strumento finanziario o un altro contratto:

- il cui valore cambia in relazione alle variazioni di un parametro definito *underlying*, quale tasso di interesse, prezzo di un titolo o di una merce, tasso di cambio in valuta estera, indice di prezzi o di tassi, rating di un credito o altra variabile;
- che richiede un investimento netto iniziale pari a zero, o minore di quello che sarebbe richiesto per contratti con una risposta simile ai cambiamenti delle condizioni di mercato;
- che è regolato a una data futura.

Gli strumenti derivati sono classificati come attività o passività finanziarie a seconda del *fair value* (valore equo) positivo o negativo e sono classificati come "detenuti per la negoziazione" e valutati al *fair value* (valore equo) rilevato a Conto economico consolidato, a eccezione di quelli designati come efficaci strumenti di copertura.

I derivati sono designati come strumenti di copertura quando la relazione tra il derivato e l'oggetto della copertura è formalmente documentata e l'efficacia della copertura, verificata periodicamente, è elevata. Quando i derivati coprono il rischio di variazione dei flussi di cassa degli strumenti oggetto di copertura (*cash flow hedge*; es. copertura della variabilità dei flussi di cassa di attività/passività per effetto delle oscillazioni dei tassi di cambio), le variazioni del *fair value* (valore equo) dei derivati considerate efficaci sono inizialmente rilevate nella riserva di patrimonio netto afferente le altre componenti del Conto economico complessivo consolidato e successivamente imputate a Conto economico consolidato coerentemente agli effetti economici prodotti dall'operazione coperta. Le variazioni del *fair value* (valore equo) dei derivati che non soddisfano le condizioni per essere qualificati come di copertura sono rilevate a Conto economico consolidato.

Valutazione del *fair value*

Le valutazioni al *fair value* e la relativa informativa sono effettuate o predisposte applicando l'IFRS 13 "Valutazione del *fair value*". Il *fair value* (valore equo) rappresenta il prezzo che si percepirebbe per la vendita di un'attività ovvero che si pagherebbe per il trasferimento di una passività nell'ambito di una transazione ordinaria posta in essere tra operatori di mercato, alla data di valutazione.

La valutazione al *fair value* (valore equo) si fonda sul presupposto che l'operazione di vendita dell'attività o di trasferimento della passività abbia luogo nel mercato principale, ossia nel mercato in cui avviene il maggior volume e livello di transazioni per l'attività o la passività. In assenza di un mercato principale, si suppone che la transazione abbia luogo nel mercato più vantaggioso al quale il Gruppo ha accesso,

ossia il mercato suscettibile di massimizzare i risultati della transazione di vendita dell'attività o di minimizzare l'ammontare da pagare per trasferire la passività.

Il *fair value* (valore equo) di un'attività o di una passività è determinato considerando le assunzioni che i partecipanti al mercato utilizzerebbero per definire il prezzo dell'attività o della passività, nel presupposto che gli stessi agiscano secondo il loro migliore interesse economico. I partecipanti al mercato, sono acquirenti e venditori indipendenti, informati, in grado di entrare in una transazione per l'attività o la passività e motivati ma non obbligati né indotti ad effettuare la transazione.

Nella valutazione del *fair value* (valore equo) il Gruppo tiene conto delle caratteristiche delle specifiche attività o passività, in particolare, per le attività non finanziarie, della capacità di un operatore di mercato di generare benefici economici impiegando l'attività nel suo massimo e migliore utilizzo o vendendola a un altro operatore di mercato capace di impiegarlo nel suo massimo e miglior utilizzo. La valutazione del *fair value* (valore equo) delle attività e delle passività è effettuata utilizzando tecniche adeguate alle circostanze e per le quali sono disponibili dati sufficienti, massimizzando l'utilizzo di *input* osservabili.

Ricavi e costi

I ricavi sono rilevati nella misura in cui al Gruppo affluiscono i benefici economici e siano determinati in modo attendibile; i ricavi delle prestazioni di servizi sono rilevati al compimento della prestazione, i ricavi delle vendite quando si verifica l'effettivo trasferimento dei rischi e dei benefici tipici della proprietà dei beni ceduti.

Relativamente ai servizi più rilevanti per il Gruppo, il riconoscimento dei ricavi avviene:

- per i proventi da canone, in relazione al versamento effettuato allo Stato, anche mediante addebito in bolletta elettrica, per i canoni ordinari o alla Rai per i canoni speciali, relativamente alla quota di competenza del periodo (sono esclusi gli importi versati in anticipo rispetto al periodo di competenza); sono inoltre inclusi i versamenti effettuati nel periodo relativi a canoni riferiti a esercizi precedenti e i canoni relativi a esenzioni concesse a particolari categorie di abbonati;
- per i proventi pubblicitari, con la diffusione dell'inserzione pubblicitaria.

Gli stanziamenti di ricavi relativi a servizi parzialmente resi sono rilevati per il corrispettivo maturato, sempreché sia possibile determinarne attendibilmente lo stadio di completamento e non sussistano incertezze di rilievo sull'ammontare e sull'esistenza del ricavo e dei relativi costi; diversamente sono rilevati nei limiti dei costi sostenuti recuperabili.

I ricavi sono rilevati per l'ammontare pari al *fair value* (valore equo) del corrispettivo ricevuto o da ricevere, al netto di resi, sconti, abbuoni e premi, nonché delle imposte direttamente connesse.

I costi sono iscritti per competenza quando relativi a servizi e beni acquistati o consumati nell'esercizio o per ripartizione sistematica ovvero quando non si possa identificare l'utilità futura degli stessi.

I canoni relativi a *leasing* operativi sono imputati a Conto economico consolidato lungo la durata del contratto.

I proventi e gli oneri finanziari sono rilevati a Conto economico consolidato nel corso dell'esercizio nel quale sono maturati.

Differenze cambio

I ricavi e i costi relativi a operazioni in moneta diversa da quella funzionale sono iscritti al cambio corrente del giorno in cui viene rilevata l'operazione.

Le attività e passività monetarie in moneta diversa da quella funzionale sono convertite nella moneta funzionale applicando il tasso di cambio corrente alla data di riferimento del bilancio consolidato con imputazione dell'effetto a Conto economico consolidato. Le attività e passività non monetarie espresse in moneta diversa da quella funzionale valutate al costo sono iscritte al cambio di rilevazione iniziale; quando la valutazione è effettuata al *fair value* (valore equo) ovvero al valore recuperabile o di realizzo, è adottato il cambio corrente alla data di determinazione di tale valore.

Dividendi

I dividendi sono rilevati alla data di assunzione della delibera da parte dell'Assemblea che stabilisce il diritto a ricevere il pagamento, salvo quando sia ragionevolmente certa la cessione delle azioni prima dello stacco della cedola.

I dividendi deliberati dall'Assemblea degli Azionisti sono rappresentati come movimento del patrimonio netto consolidato nell'esercizio in cui sono approvati.

Imposte sul reddito

Le imposte correnti, iscritte tra i Debiti tributari al netto degli acconti versati, ovvero nella voce Crediti tributari quando il saldo netto risulti a credito, sono determinate in base alla stima del reddito imponibile e in conformità alla normativa fiscale. In particolare tali debiti e crediti sono calcolati applicando le aliquote fiscali in vigore alla data di riferimento.

Le imposte correnti sono rilevate nel Conto economico consolidato, fatta eccezione per quelle relative a voci imputabili direttamente al patrimonio netto consolidato.

Le imposte sul reddito, differite e anticipate, sono calcolate sulle differenze temporanee tra i valori patrimoniali iscritti in bilancio e i corrispondenti valori riconosciuti ai fini fiscali, applicando l'aliquota fiscale in vigore alla data in cui la differenza temporanea si rivergerà, in base alle aliquote previste alla data di riferimento. Una passività fiscale differita viene rilevata per tutte le differenze temporanee imponibili, fatta eccezione per l'avviamento. Le attività per imposte anticipate sulle differenze temporanee, le perdite fiscali e i crediti d'imposta non utilizzati sono rilevati se e quando il loro recupero è probabile in previsione che per Raispa e per il Gruppo possano realizzarsi imponibili fiscali positivi in futuri periodi d'imposta. Ad ogni chiusura di periodo si procede ad una nuova valutazione sull'iscrivibilità delle imposte anticipate.

Le imposte sul reddito differite e anticipate sono rilevate nel Conto economico consolidato, fatta eccezione per quelle relative a voci imputabili direttamente al patrimonio netto consolidato.

Le imposte sul reddito differite e anticipate, conseguenti all'applicazione di normative riferibili alla medesima autorità fiscale, sono compensate se esiste un diritto legalmente esercitabile di compensare le attività fiscali correnti con le passività fiscali correnti che si genereranno al momento del loro riversamento.

Le attività per imposte anticipate e le passività per imposte differite sono classificate tra le attività e le passività non correnti e sono compensate a livello di singola giurisdizione fiscale, se riferite a imposte compensabili. Il saldo della compensazione, se attivo, è iscritto alla voce "Attività per imposte anticipate", se passivo, alla voce "Passività per imposte differite".

Parti correlate

Per Parti correlate si intendono quelle che condividono con Rai il medesimo soggetto controllante, le società che direttamente o indirettamente la controllano, sono controllate, oppure sono soggette a controllo congiunto dalla Capogruppo e quelle nelle quali la medesima detiene una partecipazione tale da poter esercitare un'influenza notevole. Nella definizione di Parti correlate rientrano, inoltre, le entità che gestiscono piani di benefici successivi alla fine del rapporto di lavoro esclusivi per i dipendenti della Società o del Gruppo (nello specifico indicati alla nota n. 18.4 "Rapporti con Parti correlate"), i dirigenti con responsabilità strategiche, di Rai e di società da questa controllate. I dirigenti con responsabilità strategiche sono coloro che hanno il potere e la responsabilità, diretta o indiretta, della pianificazione, della direzione, del controllo delle attività della Società e comprendono i relativi Amministratori.

Conformemente con quanto disciplinato dallo IAS 24 "Informativa di bilancio sulle operazioni con parti correlate", paragrafo 26, Rai è dispensata dai requisiti informativi di cui al paragrafo 18 (secondo il quale la Società deve indicare la natura del rapporto con la parte correlata, oltre a fornire informazioni su tali operazioni e sui saldi in essere, inclusi gli impegni, necessarie agli utilizzatori del bilancio per comprendere i potenziali effetti di tale rapporto sul bilancio consolidato) nel caso di rapporti con un'altra entità che è una parte correlata perché lo stesso ente governativo ha il controllo sia sull'entità che redige il bilancio sia sull'altra entità.

5) Utilizzo di stime

L'applicazione degli IFRS per la redazione del Bilancio Consolidato comporta l'effettuazione di stime contabili, spesso basate su valutazioni complesse e/o soggettive, fondate su esperienze passate e ipotesi considerate ragionevoli e realistiche in relazione alle informazioni conosciute al momento della stima. L'uso di queste stime si riflette sul valore di iscrizione delle attività e delle passività e sull'informativa relativa alle attività e passività potenziali alla data del bilancio, nonché sull'ammontare dei ricavi e dei costi nel periodo contabile rappresentato. I risultati effettivi possono differire da quelli stimati a causa dell'incertezza che caratterizza le ipotesi e le condizioni sulle quali le stime sono basate. Le stime e le assunzioni sono riviste periodicamente e gli effetti di ogni variazione sono riflessi nel Conto economico consolidato.

Per una migliore comprensione del Bilancio Consolidato, di seguito sono indicate le stime più significative del processo di redazione del Bilancio Consolidato perché comportano un elevato ricorso a giudizi soggettivi, assunzioni e stime relativi a tematiche per loro natura incerte. Le modifiche delle condizioni alla base di giudizi e assunzioni adottati potrebbero avere un impatto rilevante sui risultati successivi.

Svalutazioni

Le attività sono svalutate quando eventi o circostanze manifestatesi successivamente alla loro rilevazione contabile iniziale facciano ritenere che tale valore non sia recuperabile. La decisione se procedere a una svalutazione e la quantificazione della stessa dipendono da valutazioni effettuate sulla base di assunzioni ragionevoli e dimostrabili, rappresentative della migliore stima delle future condizioni economiche che si verificheranno nella residua vita utile dell'attività, dando rilevanza alle indicazioni provenienti dall'esterno.

La svalutazione è determinata confrontando il valore di iscrizione con il relativo valore recuperabile, rappresentato dal maggiore tra il *fair value* (valore equo), al netto degli oneri di dismissione, e il valore d'uso. Quest'ultimo è determinato dall'utilizzo dell'attività al netto degli oneri di dismissione e quantificati alla luce delle informazioni disponibili al momento della stima sulla base di giudizi soggettivi sull'andamento di variabili future (quali ad esempio i prezzi, i costi, i tassi di crescita della domanda).

Recupero delle imposte anticipate

Nel Bilancio Consolidato sono iscritte attività per imposte anticipate, connesse principalmente alla rilevazione di perdite fiscali utilizzabili in successivi periodi d'imposta e a componenti di reddito a deducibilità tributaria differita, per un importo il cui recupero negli esercizi futuri è ritenuto altamente probabile. La recuperabilità delle suddette imposte anticipate è subordinata al conseguimento di utili imponibili futuri sufficientemente capienti o fino alla concorrenza della fiscalità differita passiva. Significativi giudizi del management sono richiesti per determinare l'ammontare delle imposte anticipate che possono essere rilevate in bilancio in base alla tempistica e all'ammontare dei redditi imponibili futuri. Qualora in futuro si dovesse verificare che il Gruppo non fosse in grado di recuperare in tutto o in parte le imposte anticipate iscritte in bilancio, la relativa rettifica verrà imputata al Conto economico consolidato.

Benefici per i dipendenti

Una parte dei dipendenti del Gruppo è iscritta a piani che erogano benefici successivi alla fine del rapporto di lavoro (quali, il Trattamento di Fine Rapporto oltre ai fondi pensionistici integrativi indicati alla nota 15.2 "Benefici per i dipendenti"). La quantificazione dei costi e delle passività associate a tali piani sono basati su stime effettuate da attuari, che utilizzano una combinazione di fattori statistico-attuariali, tra cui dati statistici relativi agli anni passati e previsioni dei costi futuri. Sono inoltre considerati come componenti di stima gli indici di mortalità e di recesso, le ipotesi relative all'evoluzione futura dei tassi di sconto, dei tassi di crescita delle retribuzioni, dei tassi inflazionistici, nonché l'analisi dell'andamento tendenziale dei costi dell'assistenza sanitaria. Accade normalmente che, in occasione della rimisurazione periodica del saldo delle suddette passività, si manifestino delle differenze derivanti, tra l'altro, dalle modifiche delle ipotesi attuariali utilizzate, dalla differenza tra le ipotesi attuariali precedentemente adottate e quelle che si sono effettivamente realizzate e dal differente rendimento delle attività al servizio del piano rispetto a quello considerato nel calcolo del *net interest*. Gli impatti delle rimisurazioni sono rilevati nel prospetto di Conto economico complessivo consolidato per i piani a benefici definiti e a Conto economico consolidato per i piani a contributi definiti.

Contenziosi

Il Gruppo è parte in diversi contenziosi legali relativi a questioni amministrative, civili, tributarie e attinenti al diritto del lavoro. La natura di tali contenziosi rende oggettivamente non prevedibile l'esito finale delle vertenze. Sono stati pertanto costituiti fondi destinati a coprire tutte le passività significative per i casi in

cui i legali (interni al Gruppo e i consulenti terzi di cui si avvalgono) abbiano ritenuto sussistere la probabilità di un esito sfavorevole e sia stato possibile elaborare una stima ragionevole degli oneri derivanti dall'eventuale soccombenza.

Smantellamento e ripristino siti

Il Gruppo ha rilevato delle passività relative agli obblighi di smantellamento delle attività materiali e di ripristino di alcune aree condotte in locazione operativa al termine del periodo di utilizzo delle stesse. La stima dei costi futuri di smantellamento e di ripristino è un processo complesso e richiede l'apprezzamento e il giudizio nella valutazione delle passività da sostenersi a distanza di molti anni, spesso non compiutamente definiti da leggi, regolamenti o clausole contrattuali. La criticità delle stime degli oneri di smantellamento e di ripristino deriva, inoltre, (i) dalla contabilizzazione di tali oneri il cui valore attuale è inizialmente iscritto ad incremento del costo dell'attività a cui sono riferiti, in contropartita al fondo rischi; e (ii) dalla complessità e soggettività del processo valutativo da svolgere in sede di rilevazione iniziale e da aggiornare con periodicità almeno annuale per determinare il tasso di attualizzazione da utilizzare.

Valutazione del *fair value* (valore equo) di strumenti finanziari

Il *fair value* (valore equo) degli strumenti finanziari quotati è determinato osservando i prezzi direttamente rilevabili sul mercato, mentre per gli strumenti finanziari non quotati, utilizzando specifiche tecniche di valutazione che facciano uso del maggior numero possibile di input osservabili sul mercato. Nelle circostanze in cui ciò non fosse possibile, gli input sono stimati dal management tenendo conto delle caratteristiche degli strumenti oggetto di valutazione. Variazioni nelle assunzioni effettuate nella stima dei dati di input potrebbero avere effetti sul *fair value* (valore equo) rilevato in bilancio per tali strumenti.

6) Principi contabili di recente emanazione

Principi contabili omologati dall'Unione Europea ma non ancora applicabili

- Con regolamento n. 2016/1905 emesso dalla Commissione Europea in data 22 settembre 2016 è stato omologato il principio contabile IFRS 15 "*Revenue from Contracts with Customers*" (di seguito IFRS 15), che disciplina la rilevazione dei ricavi derivanti da contratti con i clienti. In particolare, l'IFRS 15 prevede che la rilevazione dei ricavi sia basata sui seguenti cinque passaggi:
 1. identificazione del contratto con il cliente;
 2. identificazione delle *performance obligations* (ossia gli impegni contrattuali a trasferire beni e/o servizi al cliente);
 3. determinazione del prezzo della transazione;
 4. allocazione del prezzo della transazione alle *performance obligations* identificate sulla base del prezzo di vendita stand alone di ciascun bene o servizio; e
 5. rilevazione del ricavo quando la relativa *performance obligation* risulta soddisfatta.

Le disposizioni dell'IFRS 15 sono efficaci a partire dagli esercizi che hanno inizio il, o dopo il, 1° gennaio 2018.

- Con regolamento n. 2016/2067 emesso dalla Commissione Europea in data 22 novembre 2016 è stato omologato il principio contabile IFRS 9 "*Financial Instruments*" (di seguito IFRS 9). In particolare, il nuovo standard riduce il numero delle categorie di attività finanziarie previste dallo IAS 39 e definisce: (i) le modalità di classificazione e valutazione delle attività finanziarie; (ii) le modalità di impairment degli strumenti finanziari; (iii) le modalità di applicazione dell'*hedge accounting* e (iv) la contabilizzazione delle variazioni del merito creditizio nella misurazione a *fair value* delle passività.

Le disposizioni dell'IFRS 9 sono efficaci a partire dagli esercizi che hanno inizio il, o dopo il, 1° gennaio 2018.

Allo stato il Gruppo sta analizzando i principi indicati e valutando se la loro adozione avrà un impatto significativo sul proprio bilancio.

Principi contabili non ancora omologati dall'Unione Europea

- In data 14 gennaio 2016, lo IASB ha emesso l'IFRS 16 "Leasing". Il nuovo standard definisce il nuovo modello di contabilizzazione del leasing eliminando la distinzione tra leasing operativo e finanziario. L'IFRS 16 è efficace a partire dagli esercizi che hanno inizio il, o dopo il, 1° gennaio 2019.
- In data 19 gennaio 2016, lo IASB ha emesso le modifiche allo IAS 12 "Income taxes". La modifica chiarisce la modalità di contabilizzazione di una perdita non realizzata su uno strumento di debito misurato al fair value che dà luogo alla creazione di una differenza temporanea deducibile quando il proprietario dello strumento si aspetta di mantenerlo fino alla scadenza. Tali modifiche sono efficaci dal 1° gennaio 2017.
- In data 29 gennaio 2016, lo IASB ha emesso le modifiche allo IAS 7 "Statement of cash flows": La modifica richiede che in bilancio siano fornite informazioni circa i cambiamenti delle passività finanziarie. L'obiettivo è quello di fornire informative che permettano agli utilizzatori del bilancio di valutare i cambiamenti nelle passività derivanti da attività di finanziamento. Tali modifiche sono efficaci dal 1° gennaio 2017.
- In data 12 aprile 2016 lo IASB ha emesso i chiarimenti all'IFRS 15 "Revenue from Contracts with Customers". Tali chiarimenti, efficaci a partire dal 1° gennaio 2018, riguardano:
 - l'identificazione delle obbligazioni contrattuali correlate al raggiungimento di performance;
 - l'attribuzione del ruolo di *principal* o di *agent*;
 - la determinazione del momento di riconoscimento dei proventi derivanti dalla concessione di una licenza.
- In data 20 giugno 2016 lo IASB ha emesso le modifiche all'IFRS 2: "Classification and Measurement of Share-based Payment Transactions". Le modifiche chiariscono i requisiti e le modalità di rilevazione dei pagamenti basati su azioni. Tali modifiche sono efficaci dal 1° gennaio 2018
- In data 12 settembre 2016 lo IASB ha emesso le modifiche all'IFRS 4 "Applying IFRS 9 Financial Instruments with IFRS 4 Insurance Contracts". Le modifiche rispondono alle criticità derivanti dall'introduzione dell'IFRS 9 in attesa del principio che sostituirà l'attuale IFRS 4. Tali modifiche sono efficaci dal 1° gennaio 2018.
- In data 8 dicembre 2016 lo IASB ha emesso "Ciclo annuale di miglioramenti agli IFRS 2014-2016", contenente modifiche, essenzialmente di natura tecnica e redazionale, di alcuni principi contabili internazionali. Le modifiche indicate nel summenzionato documento sono efficaci a partire dagli esercizi che inizieranno il, o successivamente al, 1° gennaio 2018. Le modifiche contenute nel ciclo di miglioramenti 2014-2016 sono le seguenti:
 - IFRS 1: vengono eliminate l'esenzioni di breve periodo previste ai paragrafi E3-E7, perché sono venuti meno i motivi della loro previsione;
 - IFRS 12: viene chiarito il fine dello standard specificando che i requisiti di informativa, eccetto per quelli previsti dai paragrafi B10-B16, si applicano agli interessi di un'entità elencata al paragrafo 5 che sono classificate come detenute per la vendita, per la distribuzione o come discontinued operation ex IFRS5;
 - IAS 28: viene chiarito che la decisione di misurare al fair value attraverso il Conto economico un investimento in una società controllata o in una joint venture detenuta da una società di venture capital è possibile per ogni investimento in controllate o joint venture sin dalla loro rilevazione iniziale.
- In data 8 dicembre 2016 lo IASB ha emesso l'IFRIC Interpretation 22 "Foreign Currency Transactions and Advance Consideration". L'interpretazione tratta delle operazioni in valuta estera nel caso in cui un'entità riconosca una attività o una passività non monetaria proveniente dal pagamento o dall'incasso di un anticipo prima che l'entità si riconosca il relativo asset, costo o ricavo. Quanto definito non deve essere applicato alle imposte, ai contratti assicurativi o riassicurativi. L'IFRIC è efficace a partire dagli esercizi che hanno inizio il, o dopo il, 1° gennaio 2018.
- In data 8 dicembre 2016 lo IASB ha emesso le modifiche allo IAS 40: "Transfers of Investment Property." Le modifiche chiariscono le modalità per il cambiamento di classificazione da o verso gli Investimenti Immobiliari. Tali modifiche sono efficaci dal 1° gennaio 2018.

Allo stato il Gruppo sta analizzando i principi indicati e valutando se la loro adozione avrà un impatto significativo sul proprio bilancio.

7) Informativa per settore operativo

L'IFRS 8 "Settori operativi", identifica il "Settore operativo" come una componente di una entità: (i) che svolge attività in grado di generare flussi di ricavi e di costi autonomi; (ii) i cui risultati operativi sono rivisti periodicamente al più alto livello decisionale operativo, che per il Gruppo coincide con il Consiglio di Amministrazione della Capogruppo, con lo scopo di assumere decisioni circa l'allocazione delle risorse e valutarne i risultati; e (iii) per il quale sono predisposte informazioni economico-patrimoniali separate. Il Gruppo ha identificato un solo settore operativo e l'informativa gestionale che è predisposta e resa periodicamente disponibile al Consiglio di Amministrazione della Capogruppo per le finalità sopra richiamate, considerano l'attività svolta dal Gruppo come un insieme indistinto; conseguentemente nel Bilancio Consolidato non è presentata alcuna informativa per settore operativo. Le informazioni circa i servizi svolti dal Gruppo, l'area geografica (che per il Gruppo corrisponde pressoché interamente con il territorio dello Stato italiano) in cui esso svolge la propria attività e i principali fruitori degli stessi sono fornite nelle pertinenti note illustrative al presente Bilancio Consolidato, alle quali, pertanto, si rinvia.

8) Gestione dei rischi finanziari

I rischi finanziari ai quali il Gruppo è esposto sono gestiti secondo l'approccio e le procedure definiti all'interno di una specifica policy emanata dalla Capogruppo ed applicata anche alle società controllate, ad eccezione di Rai Way SpA (di seguito "Rai Way") che, in seguito alla quotazione, ha adottato una propria policy, peraltro analoga a quella di Rai. Tali documenti stabiliscono procedure, limiti, strumenti per il monitoraggio e la minimizzazione del rischio finanziario, con l'obiettivo di preservare il valore del Gruppo e dunque delle entità che vi fanno parte.

I principali rischi individuati dal Gruppo sono:

- il rischio di mercato, derivante dall'esposizione alle fluttuazioni dei tassi di interesse e dei rapporti di cambio, connesse alle attività e passività finanziarie rispettivamente possedute/originarie e assunte;
- il rischio di credito, derivante dalla possibilità che una o più controparti possano essere insolventi;
- il rischio di liquidità, derivante dall'incapacità del Gruppo di ottenere le risorse finanziarie necessarie per far fronte agli impegni finanziari di breve termine.

8.1 Rischio di mercato

Il rischio di mercato consiste nella possibilità che variazioni dei tassi di interesse e di cambio possano influire negativamente sul valore delle attività, delle passività o dei flussi di cassa attesi.

Rischio tasso di interesse

Il rischio tasso di interesse è originato dal possibile incremento degli oneri finanziari netti in conseguenza di variazioni sfavorevoli dei tassi di mercato sulle posizioni finanziarie a tasso variabile. Al fine di limitare tale rischio la policy aziendale prevede che i finanziamenti a medio/lungo termine a tasso variabile siano convertiti a tasso fisso per un minimo del 50% tramite l'utilizzo di prodotti derivati, quali *Interest Rate Swaps*.

Al 31 dicembre 2016 la Capogruppo detiene finanziamenti a medio-lungo termine interamente a tasso fisso e pertanto gli effetti della variazione dei tassi ricadono unicamente sulle posizioni a breve termine, di durata e segno variabile in corso d'anno.

Rai Way, nel rispetto della propria policy finanziaria, ha stipulato nel corso dell'esercizio due contratti di *Interest Rate Swap* (IRS) a copertura del 50% della linea di credito amortising. Al 31 dicembre 2016 la quota di tale finanziamento esposta al rischio tasso è di Euro 45 milioni.

Sensitivity analysis

Nella tabella sottostante è esposta la *sensitivity analysis* effettuata sulle posizioni finanziarie non coperte, al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015. In considerazione del livello minimo già raggiunto dai tassi, per il 2016 è stata considerata unicamente l'ipotesi di uno shift parallelo della curva dei tassi di +50 bp, i cui effetti sono di seguito sintetizzati. In particolare, si evidenzia come un rialzo dei tassi avrebbe determinato un modesto incremento degli oneri finanziari sulle posizioni a breve termine di Rai SpA e sulla quota a medio lungo termine di Rai Way non coperta, compensata solo in parte dai maggiori proventi sulle disponibilità liquide.

(In milioni di euro)	Variazione tasso di interesse	Variazione risultato economico Al lordo dell'effetto fiscale
Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	+50 Bp.	(0,6)
	-	-
Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	+50 Bp.	0,1
	-10 Bp.	0,0

Rischio di cambio

Il rischio di cambio del Gruppo è relativo principalmente all'esposizione in dollari statunitensi originata dall'acquisto di diritti sportivi da parte di Rai e di diritti cinematografici e televisivi da parte di Rai Cinema SpA (di seguito "Rai Cinema"). Nel corso del 2016 tali impegni hanno generato pagamenti per circa USD 191 milioni (USD 182 milioni nel 2015). Ulteriori valute di esposizione, con esborsi frazionati e di importo complessivamente modesto sono il Franco svizzero e la Sterlina inglese per complessivi Euro 6 milioni.

La gestione del rischio di cambio è realizzata a far data dalla sottoscrizione dell'impegno commerciale, spesso di durata pluriennale, e ha come obiettivo la salvaguardia del controvalore in Euro degli impegni, così come stimati in sede di ordine (o di budget). La *policy* ne regola la gestione secondo le migliori pratiche internazionali, con l'obiettivo di minimizzare il rischio, perseguito attraverso il monitoraggio attivo dell'esposizione e l'attuazione di strategie di copertura da parte di Rai, anche per conto delle società controllate (ad eccezione di Rai Way, dotata di *policy* e gestione autonoma). Le deleghe per la realizzazione degli interventi di copertura sono attribuite in via gerarchica e progressiva, con una percentuale minima di intervento del 50% dell'importo contrattuale in divisa.

Le strategie di copertura sono attuate attraverso strumenti finanziari derivati – quali acquisti a termine e strutture opzionali – senza assumere carattere di speculazione finanziaria. A tal fine, mediante opportuni sistemi, vengono realizzati test di efficacia a preventivo e a consuntivo, che consentono di individuare, secondo quanto meglio dettagliato nella nota 16.2 "Passività finanziarie correnti", la quota efficace ed inefficace della copertura.

Si riporta di seguito il dettaglio delle attività e passività in valuta differente dall'Euro:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016		Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	
	Valuta USD	Altre valute estere	Valuta USD	Altre valute estere
Crediti commerciali	4,1	1,2	2,3	0,5
Debiti commerciali	(41,4)	(1,5)	(34,1)	(1,3)
Disponibilità liquide	0,7	0,1	0,7	0,1
Altre attività non correnti	0,1	0,1	-	0,1
Altri crediti e attività correnti	0,1	-	-	-
Altri debiti e passività correnti	(0,1)	(0,1)	(0,1)	(0,3)

Sensitivity analysis

Per quanto sopra illustrato l'esposizione al rischio cambio risulta significativa unicamente per il cambio EUR/USD. È stata pertanto realizzata una *sensitivity analysis* al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015 sulle posizioni di credito e di debito non coperte, sui derivati a copertura di impegni a fronte di contratti già sottoscritti e sulle disponibilità in divisa. È stata simulata una variazione simmetrica del 10% del cambio rispetto a quello presente alla data di riferimento, a parità di ogni altra condizione. Tale valutazione evidenzia l'effetto a Conto economico delle disponibilità in divisa e dei crediti/debiti non oggetto di copertura, nonché l'effetto, interamente rilevato nell'apposita riserva di patrimonio netto consolidato, dei derivati a copertura di *cash-flow* su impegni futuri, con efficacia prospettica confermata.

Gli effetti sono indicati nella seguente tabella. In particolare si evidenzia che un deprezzamento dell'Euro al 31 dicembre 2016 avrebbe determinato da un lato effetti economici negativi sull'ammontare delle posizioni non coperte, dall'altro un incremento della Riserva di *cash-flow hedge* conseguente al maggior valore delle coperture. Per contro l'apprezzamento dell'Euro comporterebbe minor oneri economici e un decremento della Riserva di *cash-flow hedge* per effetto del minor valore delle coperture.

(in milioni di Euro)	Cambio Euro/USD	Variazione cambio	Cambio Euro/USD ricalcolato	Variazione c/e (lordo imposte)	Variazione Riserva <i>cash-flow hedge</i>
Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	1,0541	-10%	0,9487	(1,2)	1,2
		+10%	1,1595	1,0	(1,0)
Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	1,0887	-10%	0,9798	(0,4)	3,8
		+10%	1,1976	0,4	(3,7)

8.2 Rischio di credito

L'esposizione teorica al rischio di credito per il Gruppo è riferita principalmente al valore contabile delle attività finanziarie e dei crediti commerciali iscritti in bilancio.

Per quanto riguarda il rischio di controparte, per la gestione del credito commerciale sono adottate procedure. L'analisi viene svolta periodicamente sulla situazione delle partite scadute e può portare all'eventuale costituzione in mora dei soggetti interessati dall'emersione di problemi di solvibilità. Gli elenchi delle partite scadute oggetto di analisi vengono ordinati per importo e per cliente, aggiornati alla data di analisi ed evidenziano le situazioni che richiedono maggiore attenzione.

Le strutture aziendali delle singole società preposte al recupero del credito promuovono azioni di sollecito in via bonaria nei confronti delle controparti che risultano debentrici di importi relativi a partite scadute. Qualora tali attività non conducano all'incasso delle somme, dopo aver proceduto alla formale costituzione in mora dei soggetti debitori, le strutture avviano di concerto con le rispettive funzioni legali le opportune azioni volte al recupero del credito (diffida, decreto ingiuntivo ecc.). Gli accantonamenti al fondo svalutazione crediti sono effettuati in maniera specifica sulle posizioni creditorie che presentano elementi di rischio peculiari. Sulle posizioni creditorie che non presentano tali caratteristiche, sono invece effettuate le valutazioni, per il segmento di clientela di appartenenza, per eventuali accantonamenti sulla base dell'inesigibilità media.

Di seguito è riportata l'analisi dei crediti per scadenza (al lordo del fondo svalutazione):

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Fatture da emettere	335,5	115,1
A scadere	198,0	213,3
Scaduti da 0-90 giorni	63,4	68,3
Scaduti da 91-180 giorni	8,9	5,8
Scaduti da oltre 180 giorni	78,2	84,0
Fatture emesse	348,6	371,3
Totale crediti commerciali	684,1	486,4

Il rischio di credito sugli impieghi di liquidità è limitato in quanto la policy aziendale prevede, per i periodi di eccedenze di cassa, l'utilizzo di strumenti finanziari a basso rischio e con controparti di rating elevato. Nel corso dell'esercizio 2016 e dell'esercizio 2015 sono stati utilizzati unicamente depositi vincolati o a vista con controparti bancarie con rating *Investment grade*.

8.3 Rischio di liquidità

In forza di un contratto di tesoreria centralizzata, la gestione finanziaria del Gruppo, con la sola esclusione della controllata Rai Way, dotata di risorse finanziarie autonome, è affidata a Rai attraverso un sistema di *cash-pooling* che prevede il trasferimento giornaliero dei saldi bancari delle consociate sui conti correnti della Controllante, la quale concede le linee di credito *intercompany* necessarie per l'attività delle società.

La struttura finanziaria del Gruppo è costituita, per quanto riguarda il medio/lungo termine, da un prestito obbligazionario con scadenza nel maggio 2020 e da un finanziamento *amortising* con scadenza finale 2021, concesso dalla Banca Europea degli Investimenti a valere sul progetto di implementazione del digitale terrestre per complessivi Euro 395 milioni, ambedue a favore di Rai, oltre ad un prestito in pool di Euro 90 milioni, a favore di Rai Way, con scadenza 2019 (per maggiori dettagli si rimanda alla nota n. 15.1 "Passività finanziarie non correnti e quote correnti di passività finanziarie non correnti").

In considerazione della significativa oscillazione dell'indebitamento infrannuale, correlata alla liquidazione in quattro rate trimestrali da parte del Ministero dell'Economia e delle Finanze dei canoni, la Capogruppo ha inoltre in essere linee bancarie *uncommitted* per circa Euro 370 milioni e, dal mese di gennaio 2017, una linea revolving a cinque anni con un pool di banche per complessivi Euro 270 milioni. Rai Way è inoltre dotata di una propria linea revolving di Euro 50 milioni, non utilizzata al 31 dicembre 2016, con scadenza nel 2019.

La situazione di cassa è costantemente monitorata tramite un processo di previsione finanziaria che consente di evidenziare con largo anticipo eventuali criticità finanziarie per mettere in atto le opportune azioni.

Le seguenti tabelle includono l'analisi per scadenze delle passività finanziarie al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015. I saldi presentati sono quelli contrattuali non attualizzati. Per i contratti IRS di Rai Way presenti al 31 dicembre 2016, i flussi rappresentano il differenziale di interesse stimato nei diversi periodi. Le varie fasce di scadenza sono determinate sulla base del periodo intercorrente tra la data di riferimento del bilancio e la scadenza delle obbligazioni.

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016				Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015			
	< 1 anno	1-5 anni	>5 anni	Totale	< 1 anno	1-5 anni	>5 anni	Totale
Debiti commerciali e altre passività:								
Debiti commerciali	686,2	-	-	686,2	666,4	-	-	666,4
Altri debiti e passività	309,5	3,3	0,3	313,1	347,7	6,3	-	354,0
Passività finanziarie a medio/lungo termine:								
Finanziamenti a medio/lungo termine	41,9	97,9	0,1	139,9	37,5	134,7	5,3	177,5
Obbligazioni	5,3	365,8	-	371,1	5,3	371,0	-	376,3
Passività finanziarie a breve termine:								
Debiti verso Banche	160,1	-	-	160,1	1,0	-	-	1,0
Factor e altri finanziatori	-	-	-	-	4,4	-	-	4,4
Verso collegate	0,1	-	-	0,1	0,1	-	-	0,1
Strumenti finanziari derivati:								
Derivati su tassi - flussi di cassa non attualizzati	0,1	-	-	0,1	-	-	-	-

9) Gestione del rischio di capitale

Gli obiettivi del Gruppo nella gestione del capitale sono ispirati alla salvaguardia della capacità di continuare a garantire un'ottimale solidità patrimoniale anche attraverso il costante miglioramento dell'efficienza operativa e finanziaria. Il Gruppo persegue l'obiettivo di mantenere un adeguato livello di capitalizzazione che permetta di realizzare un ritorno economico e l'accessibilità a fonti esterne di finanziamento. Il Gruppo monitora costantemente l'evoluzione del livello di indebitamento in rapporto al patrimonio netto. Nello specifico il rapporto tra mezzi propri e il totale delle passività comprensive del patrimonio netto è evidenziato nella sottostante tabella:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Patrimonio netto	476,6	492,8
Totale passivo e patrimonio netto	3.012,6	2.890,6
Indice	15,8%	17,0%

Nella nota 21.2 "Appendice" è riportata la posizione finanziaria netta del Gruppo per i periodi oggetto di analisi.

10) Valutazione del fair value (valore equo)

Di seguito sono riportati i valori al *fair value* (valore equo) degli strumenti finanziari classificati sulla base di una gerarchia di livelli che rifletta la significatività degli input utilizzati nella determinazione del *fair value* (IFRS 13 "Valutazione del *fair value*").

- Livello 1: Prezzo quotato (mercato attivo): i dati utilizzati nelle valutazioni sono rappresentati da prezzi quotati su mercati in cui sono scambiati attività e passività identiche a quelle oggetto di valutazione;
- Livello 2: Utilizzo di parametri osservabili sul mercato (ad esempio, per i derivati, i tassi di cambio rilevati dalla Banca d'Italia, curve dei tassi di mercato, volatilità fornita da Reuters, *credit spread* calcolati sulla base dei *Credit default swap* ecc.) diversi dai prezzi quotati del livello 1;
- Livello 3: Utilizzo di parametri non osservabili sul mercato (assunzioni interne, ad esempio, flussi finanziari, spread rettificati per il rischio ecc.).

Gli strumenti finanziari a *fair value* (valore equo) a bilancio sono costituiti dai derivati finanziari di copertura, valutati attraverso un modello finanziario che utilizza le più diffuse e accettate formule di mercato (valore attuale netto per le operazioni di acquisto valuta a termine e applicazione della formula di Black&Scholes per le opzioni), oltre ai seguenti dati di input forniti dal provider Reuters: tassi di cambio spot BCE, curve tassi Euribor e IRS, volatilità e spread creditizi delle diverse controparti bancarie e, per Rai, dei titoli emessi dallo Stato italiano. Il *fair value* (valore equo) degli strumenti derivati rappresenta la posizione netta tra valori attivi e valori passivi relativi alle coperture attivate su flussi monetari denominati in USD che si manifesteranno successivamente alla data di riferimento del bilancio. Per maggiori informazioni in merito agli strumenti derivati attivi e passivi si rimanda alle note n. 13.3 "Attività finanziarie correnti" e n. 16.2 "Passività finanziarie correnti".

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016		
	Livello 1	Livello 2	Livello 3
Derivati su tassi di cambio	-	1,7	-
Derivati su tassi d'interesse	-	(0,1)	-
(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015		
	Livello 1	Livello 2	Livello 3
Derivati su tassi di cambio	-	8,4	-
Derivati su tassi d'interesse	-	-	-

11) Riconciliazione tra classi di attività e passività finanziarie e le tipologie di attività e passività finanziarie

A completamento dell'informativa sui rischi finanziari, si riporta di seguito una riconciliazione tra classi di attività e passività finanziarie e le tipologie di attività e passività finanziarie identificate sulla base dei requisiti dell'IFRS 7:

Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 (in milioni di Euro)	Crediti e finanziamenti	Attività finanziarie disponibili alla vendita	Attività e passività finanziarie al fair value con contropartita conto economico	Strumenti finanziari di copertura	Totale attività e passività finanziarie	Note (**)
Attività						
Crediti commerciali (*)	639,2	-	-	-	639,2	12.7/13.2
Attività finanziarie correnti	5,7	-	1,0	0,7	7,4	13.3
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	86,2	-	-	-	86,2	13.6
Attività finanziarie non correnti	0,2	-	-	-	0,2	12.5
Totale attività finanziarie	731,3	-	1,0	0,7	733,0	
Passività						
Debiti commerciali	(686,2)	-	-	-	(686,2)	16.1
Passività finanziarie correnti	(160,5)	-	-	-	(160,5)	16.2
Quota corrente di finanziamenti a m/l termine	(40,0)	-	-	-	(40,0)	15.1/16.2
Passività finanziarie non correnti	(442,6)	-	-	(0,1)	(442,7)	15.1
Totale passività finanziarie	(1.329,3)	-	-	(0,1)	(1.329,4)	

(*) La voce comprende il valore dei crediti commerciali allocati tra le Altre attività non correnti.

(**) I numeri sotto riportati indicano i paragrafi all'interno delle note illustrative in cui sono dettagliate le attività e le passività sopra esposte.

Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015 (in milioni di Euro)	Crediti e finanziamenti	Attività finanziarie disponibili alla vendita	Attività e passività finanziarie al fair value con contropartita conto economico	Strumenti finanziari di copertura	Totale attività e passività finanziarie	Note (**)
Attività						
Crediti commerciali (*)	438,7	-	-	-	438,7	12.7/13.2
Attività finanziarie correnti	5,5	-	5,8	2,7	14,0	13.3
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	146,1	-	-	-	146,1	13.6
Attività finanziarie non correnti	0,2	-	-	-	0,2	12.5
Totale attività finanziarie	590,5	-	5,8	2,7	599,0	
Passività						
Debiti commerciali	(666,4)	-	-	-	(666,4)	16.1
Passività finanziarie correnti	(5,8)	-	-	-	(5,8)	16.2
Quota corrente di finanziamenti a m/l termine	(35,0)	-	-	-	(35,0)	15.1/16.2
Passività finanziarie non correnti	(481,7)	-	-	-	(481,7)	15.1
Totale passività finanziarie	(1.188,9)	-	-	-	(1.188,9)	

(*) La voce comprende il valore dei crediti commerciali allocati tra le Altre attività non correnti.

(**) I numeri sotto riportati indicano i paragrafi all'interno delle note illustrative in cui sono dettagliate le attività e le passività sopra esposte.

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

12) Attività non correnti

12.1 Attività materiali

Le attività materiali, pari ad Euro 1.082,5 milioni (Euro 1.115,5 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Terreni	Fabbricati	Impianti e macchinari	Attrezzature industriali e commerciali	Altri beni	Immobilizzazioni in corso e acconti	Totale
Costo storico	381,8	575,2	2.056,9	92,2	119,1	48,2	3.273,4
Svalutazioni	-	-	(1,3)	-	-	-	(1,3)
Fondo ammortamento	-	(224,8)	(1.751,5)	(83,8)	(96,5)	-	(2.156,6)
Saldo al 31 dicembre 2015	381,8	350,4	304,1	8,4	22,6	48,2	1.115,5
Incrementi e capitalizzazioni	-	3,1	31,0	2,5	3,4	34,5	74,5
Dismissioni [1]	-	-	(0,1)	-	(0,6)	(0,2)	(0,9)
Riclassifiche	-	2,7	26,6	0,4	2,0	(31,7)	-
Svalutazioni	-	-	-	-	-	-	-
Ammortamenti	-	(18,0)	(80,2)	(2,8)	(5,6)	-	(106,6)
Saldo al 31 dicembre 2016	381,8	338,2	281,4	8,5	21,8	50,8	1.082,5
<i>così articolato: [2]</i>							
Costo storico	381,8	580,6	2.101,2	94,4	116,7	50,8	3.325,5
Svalutazioni	-	-	(0,8)	-	-	-	(0,8)
Fondo ammortamento	-	(242,4)	(1.819,0)	(85,9)	(94,9)	-	(2.242,2)
[1] di cui:							
Costo	-	(0,4)	(13,3)	(0,7)	(7,8)	(0,2)	(22,4)
Rivalutazioni	-	-	-	-	-	-	-
Svalutazioni	-	-	-	-	-	-	-
Ammortamenti	-	0,4	13,2	0,7	7,2	0,0	21,5
	-	-	(0,1)	-	(0,6)	(0,2)	(0,9)
[2] al netto dell'utilizzo del fondo svalutazione per:	-	-	0,5	-	-	-	0,5

Gli investimenti, pari ad Euro 74,5 milioni (Euro 92,3 milioni nell'esercizio 2015) rientrano nell'ambito delle iniziative di ammodernamento e sviluppo tecnologico poste in essere dal Gruppo.

Le svalutazioni riguardano impianti e macchinari e sono volte all'adeguamento del valore dell'asset in presenza di fenomeni di obsolescenza tecnologica.

L'ammontare degli impegni contrattuali in essere per l'acquisto di immobili, impianti e macchinari è indicato alla nota n. 18.2 "Impegni".

12.2 Investimenti immobiliari

Gli investimenti immobiliari ammontano ad Euro 4,9 milioni (Euro 5,2 milioni al 31 dicembre 2015) e riguardano alcuni immobili, di proprietà di Rai Pubblicità SpA (di seguito "Rai Pubblicità"), concessi in locazione a terzi, per i quali è percepito un canone periodico pari complessivamente a Euro 1,9 milioni nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016, invariato rispetto all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2015. Gli investimenti immobiliari si analizzano come di seguito indicato:

(in milioni di Euro)	Fabbricati
Costo storico	12,9
Fondo ammortamento	(7,7)
Saldo al 31 dicembre 2015	5,2
Ammortamenti	(0,3)
Saldo al 31 dicembre 2016	4,9
<i>così articolato:</i>	
Costo storico	12,9
Fondo ammortamento	(8,0)

Nel corso dell'esercizio 2016 non sono stati effettuati investimenti e dismissioni, la variazione del periodo pertanto si riferisce esclusivamente alla quota di ammortamento.

In base all'ultimo parere estimativo, il valore di mercato al 31 dicembre 2016 degli Investimenti immobiliari ammonta a un valore compreso in un range tra Euro 41,8 milioni e Euro 46,1 milioni.

12.3 Attività immateriali

Le attività immateriali, pari ad Euro 950,4 milioni (Euro 900,5 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Programmi	Software	Digitale terrestre	Marchi	Altri diritti	Immobilizzazioni in corso e acconti	Totale
Costo	1.459,0	12,7	40,5	0,1	1,0	298,8	1.812,1
Svalutazioni	(33,6)	-	-	-	-	(22,9)	(56,5)
Ammortamenti	(809,0)	(5,7)	(39,4)	(0,1)	(0,9)	-	(855,1)
Saldo al 31 dicembre 2015	616,4	7,0	1,1	-	0,1	275,9	900,5
Incrementi e capitalizzazioni	322,7	3,8	-	-	-	157,5	484,0
Dismissioni e radiazioni [1]	-	-	-	-	-	(1,7)	(1,7)
Riclassifiche	143,4	4,5	-	-	0,5	(148,4)	-
Svalutazioni	(32,2)	-	-	-	-	(11,2)	(43,4)
Ammortamenti [2]	(381,4)	(6,2)	(1,1)	-	(0,3)	-	(389,0)
Saldo al 31 dicembre 2016	668,9	9,1	-	-	0,3	272,1	950,4
<i>così articolato: [3]</i>							
Costo	1.380,2	15,3	-	0,1	1,5	295,3	1.692,4
Rivalutazioni	-	-	-	-	-	-	-
Svalutazioni	(44,0)	-	-	-	-	(23,2)	(67,2)
Ammortamenti	(667,3)	(6,2)	-	(0,1)	(1,2)	-	(674,8)
[1] di cui:							
Costo	-	-	-	-	-	(12,6)	(12,6)
Rivalutazioni	-	-	-	-	-	-	-
Svalutazioni	-	-	-	-	-	10,9	10,9
Ammortamenti	-	-	-	-	-	-	-
Totale Dismissioni	-	-	-	-	-	(1,7)	(1,7)
[2] al netto dell'utilizzo del fondo svalutazione per:	21,8	-	-	-	-	-	21,8
[3] valori al netto dei cespiti totalmente ammortizzati a fine esercizio pari a:	544,9	5,7	40,5	-	-	-	591,1

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

Gli investimenti, pari ad Euro 484,0 milioni (Euro 483,7 milioni al 31 dicembre 2015) sono riferiti principalmente a programmi del genere fiction per Euro 331,9 milioni e film per Euro 121,3 milioni.

L'ammontare delle immobilizzazioni in corso e acconti si riferisce a programmi per Euro 259,0 milioni, a software per Euro 8,9 milioni e ad altri diritti per Euro 4,2 milioni.

Le svalutazioni iscritte nell'esercizio ammontano ad Euro 43,4 milioni e sono state apportate al fine di adeguare gli asset al loro valore recuperabile stimato.

L'ammontare degli impegni contrattuali in essere per l'acquisto di attività immateriali è indicato alla nota n. 18.2 "Impegni".

12.4 Partecipazioni

Le partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto e le altre partecipazioni, rispettivamente pari ad Euro 8,4 milioni (Euro 9,8 milioni al 31 dicembre 2015) e ad Euro 0,7 milioni (Euro 0,7 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Joint venture	5,4	5,3
Imprese collegate	3,0	4,5
Totale partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto	8,4	9,8
Altre partecipazioni	0,7	0,7
Totale partecipazioni	9,1	10,5

Di seguito è riportata la movimentazione delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	Nuove iscrizioni	Adeguamento da valutazione al patrimonio netto	Decremento per dividendi	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016
Joint venture:					
San Marino RTV SpA	2,1	-	(0,1)	-	2,0
Tivù Srl	3,2	-	0,9	(0,7)	3,4
Imprese collegate:					
Audiradio Srl	-	-	-	-	-
Auditel Srl	0,7	-	-	-	0,7
Euronews SA	3,8	-	(1,5)	-	2,3
Tavolo Editori Radio Srl	-	-	-	-	-
Totale partecipazioni in joint venture e imprese collegate	9,8	-	(0,7)	(0,7)	8,4

Le partecipazioni in *joint venture* riguardano:

- *San Marino Rtv SpA* (50% Rai): la società, costituita nel 1991 con quote paritetiche Rai ed E.R.A.S. ("Ente di Radiodiffusione Sammarinese"), in base alla L. 9 aprile 1990 n. 99 di ratifica del trattato di collaborazione fra la Repubblica Italiana e la Repubblica di San Marino in materia radiotelevisiva, ha un capitale sociale pari a Euro 0,5 milioni composto da n. 1.000 azioni del valore nominale di Euro 516,46 cadauna. In relazione al risultato negativo conseguito dalla società nel 2016, la partecipazione è stata svalutata per adeguarla al valore di Euro 2,0 milioni corrispondente alla quota di spettanza Rai sul patrimonio netto della società.
- *Tivù Srl* (48,16% Rai): il capitale sociale pari a Euro 1 milione è sottoscritto da Rai e da R.T.I. – Reti Televisive Italiane SpA – con quote paritetiche del 48,16%, da TI Media – Telecom Italia Media SpA – con quota del 3,5% e da due associazioni – FRT e Aeranti Corallo – con quota dello 0,09% ciascuna. Nel corso del 2016 è stata deliberata la distribuzione di un dividendo di Euro 1,5 milioni a valere sul risultato 2015. L'importo di spettanza Rai, pari a Euro 0,7 milioni, è stato contabilizzato in riduzione del

valore d'iscrizione della partecipazione. In relazione al risultato positivo conseguito dalla società nel 2016 pari a Euro 1,9 milioni, la partecipazione è stata rivalutata per la quota di spettanza Rai pari a Euro 0,9 milioni. La partecipazione risulta iscritta per un valore di Euro 3,4 milioni corrispondente alla quota di spettanza Rai sul patrimonio netto della società.

Le partecipazioni in imprese collegate riguardano:

- *Audiradio Srl in liquidazione* (27% Rai): il capitale sociale ammonta a Euro 0,3 milioni ed è composto da n. 258.000 quote del valore nominale di 1 Euro cadauna. Il valore lordo della partecipazione pari a Euro 1,4 milioni è completamente svalutato in base al bilancio predisposto alla data del 31 dicembre 2015, ultimo disponibile, che evidenzia un patrimonio netto negativo di importo non significativo in milioni di Euro. La quota parte del deficit patrimoniale è accantonata in un apposito fondo per oneri e rischi.
- *Auditel Srl* (33% Rai): il capitale sociale, pari a Euro 0,3 milioni, è composto da n. 300.000 quote del valore nominale di 1 Euro cadauna. La partecipazione risulta iscritta per un valore di Euro 0,7 milioni corrispondente alla percentuale di spettanza Rai sul patrimonio netto della società risultante dal bilancio al 31 dicembre 2015, ultimo disponibile.
- *Euronews - Société Anonyme* (9,66% Rai): il capitale sociale, pari a Euro 8,6 milioni è composto da n. 572.034 azioni del valore nominale di Euro 15 cadauna. Al 31 dicembre 2016 la partecipazione è stata svalutata per un ammontare pari a Euro 1,5 milioni al fine di adeguarla alla percentuale di spettanza Rai sul valore del patrimonio netto della società.
- *Tavolo Editori Radio Srl* (15,8% Rai): la società è stata costituita in data 1° aprile 2016 con un capitale sociale di Euro 0,1 milioni ripartito tra Editori nazionali (70%) di cui Rai 15,8% e locali (30%). La quota di pertinenza Rai ha un valore non significativo in milioni di Euro. L'obiettivo prioritario della società è progettare e realizzare un sistema di ricerche proprietario, finalizzato a misurare l'ascolto del mezzo radio e delle emittenti radiofoniche su tutte le piattaforme trasmissive, in attuazione delle linee guida formulate in materia da Agcom e in dialogo con le rappresentanze degli investitori pubblicitari, nella prospettiva di un nuovo Joint Industry Committee della Radiofonia italiana. La società ha avuto nel corso dell'esercizio 2016 un'operatività limitata correlata alla fase di avvio societario.

Di seguito è riportata la movimentazione delle altre partecipazioni:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Almaviva	0,3	0,3
Istituto Enciclopedia Treccani	0,5	0,5
Altre [1]	0,1	0,1
Valore lordo	0,9	0,9
Fondo svalutazione altre partecipazioni	(0,2)	(0,2)
Totale partecipazioni	0,7	0,7

[1] Banca di Credito Cooperativo di Roma S.c.p.a e International Multimedia University Umbria Srl.

Le partecipazioni in altre imprese riguardano:

- *Almaviva – The Italian Innovation Company SpA* (0,83% Rai): il valore della partecipazione, pari a Euro 0,3 milioni, è invariato rispetto all'esercizio precedente. Il capitale sociale pari a Euro 154,9 milioni è rappresentato da n. 107.567.301 azioni ordinarie e da n. 47.331.761 azioni speciali entrambe del valore nominale di Euro 1,00 cadauna.
- *Istituto Enciclopedia Treccani SpA* (0,81% Rai): la partecipazione, iscritta per un valore lordo di Euro 0,5 milioni, svalutata per Euro 0,1 milioni, in conseguenza delle perdite subite dalla società. Il capitale sociale è rappresentato da n. 44.491.545 azioni del valore nominale di Euro 1,00 cadauna.
- *Banca di Credito Cooperativo di Roma S.c.p.a.* (società a capitale variabile; percentuale detenuta da Rai non significativa): risulta iscritta per un valore di Euro 1 migliaia equivalente a quanto versato in data 16 gennaio 2009 per l'acquisizione di n. 100 azioni.
- *International Multimedia University Umbria Srl* (1,533% Rai): il valore della partecipazione è stato totalmente svalutato poiché non esiste più la certezza del recupero delle quote versate.

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

12.5 Attività finanziarie non correnti

Le attività finanziarie non correnti, pari a Euro 0,2 milioni (Euro 0,2 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Crediti verso il personale	0,1	-
Altre attività finanziarie non correnti	0,1	0,2
Totale attività finanziarie non correnti	0,2	0,2

Le attività finanziarie non correnti sono esposte al netto del fondo svalutazione di Euro 0,2 milioni (Euro 0,4 milioni al 31 dicembre 2015).

La scadenza delle attività finanziarie, correnti e non correnti, si analizza come di seguito indicato:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016			
	Entro 12 mesi	Tra 1 e 5 anni	Oltre 5 anni	Totale
Crediti finanziari verso il personale	0,1	0,1	-	0,2
Strumenti finanziari derivati	1,7	-	-	1,7
Depositi bancari vincolati	5,5	-	-	5,5
Altre attività finanziarie	0,1	0,1	-	0,2
Totale	7,4	0,2	-	7,6

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015			
	Entro 12 mesi	Tra 1 e 5 anni	Oltre 5 anni	Totale
Crediti finanziari verso il personale	0,1	-	-	0,1
Altri titoli	2,3	-	-	2,3
Strumenti finanziari derivati	8,4	-	-	8,4
Depositi bancari vincolati	3,1	-	-	3,1
Altre attività finanziarie	0,1	0,2	-	0,3
Totale	14,0	0,2	-	14,2

La quota a breve delle attività finanziarie, pari ad Euro 7,4 milioni, è inclusa tra le componenti correnti dello schema di stato patrimoniale descritte alla nota n. 13.3 "Attività finanziarie correnti".

Le informazioni relative ai rischi oggetto di copertura e alle politiche di *hedging* sono indicate alla nota n. 8.1 "Rischio di mercato".

12.6 Attività per imposte anticipate

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Attività per imposte anticipate compensabili	137,7	154,6
Passività per imposte differite compensabili	(161,9)	(166,7)
Passività per imposte differite	(24,2)	(12,1)

Il saldo netto delle attività per imposte anticipate e passività per imposte differite evidenzia un importo negativo ed è quindi esposto nel passivo della situazione patrimoniale finanziaria. Si rinvia pertanto alla nota n. 15.4 "Passività per imposte differite" per le relative analisi.

Le imposte sul reddito sono commentate alla nota n. 17.9 "Imposte sul reddito".

12.7 Altre attività non correnti

Le altre attività non correnti, pari ad Euro 17,7 milioni (Euro 20,2 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Anticipazioni per manifestazioni sportive	6,9	7,4
Anticipi per iniziative commerciali	20,5	21,7
Quota non corrente di crediti commerciali	2,2	2,0
Crediti verso il personale	0,3	0,5
Importi vincolati a cauzione verso terzi	2,6	2,6
Altri crediti non correnti	3,7	3,5
- Fondo svalutazione altri crediti e attività non correnti	(18,5)	(17,5)
Totale altre attività non correnti	17,7	20,2

Le poste sopra riportate riguardano sostanzialmente quote non correnti di attività di cui alla nota n. 13.5 "Altri crediti e attività correnti", alla quale si rimanda.

Il fondo svalutazione relativo ad altri crediti e attività non correnti, pari ad Euro 18,5 milioni (Euro 17,5 milioni al 31 dicembre 2015), è di seguito analizzato:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	Accantonamenti	Utilizzi	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016
Fondo svalutazione anticipi per iniziative commerciali	(11,5)	(0,5)	0,1	(11,9)
Fondo svalutazione anticipi per manifestazioni sportive	(6,0)	(0,6)	-	(6,6)
Totale fondo svalutazione altri crediti e attività non correnti	(17,5)	(1,1)	0,1	(18,5)

13) Attività correnti

13.1 Rimanenze

Le rimanenze, al netto del relativo fondo di svalutazione, pari ad Euro 2,9 milioni (Euro 2,7 milioni al 31 dicembre 2015) si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Materiali tecnici	13,1	13,3
Fondo svalutazione materiali tecnici	(12,2)	(12,3)
Lavori in corso su ordinazione	0,2	0,2
Prodotti finiti e merci	1,8	1,5
Totale rimanenze	2,9	2,7

Le rimanenze finali di materiali tecnici, pari a Euro 0,9 milioni al netto del relativo fondo svalutazione (Euro 1,0 milioni al 31 dicembre 2015), si riferiscono a scorte e ricambi per la manutenzione e l'esercizio dei beni strumentali tecnici, assimilabili a materiali di consumo in quanto la loro utilità si esaurisce in un periodo che in genere non eccede i 12 mesi.

I lavori in corso su ordinazione, pari a Euro 0,2 milioni (invariati rispetto al 31 dicembre 2015), sono relativi ai costi sostenuti per lo sviluppo della rete Isoradio, iscritti nel bilancio della controllata Rai Way.

Le rimanenze finali di merci, pari a Euro 1,8 milioni (Euro 1,5 milioni al 31 dicembre 2015), riguardano principalmente le rimanenze collegate all'attività riferita ad editoria periodica e libraria e all'attività di distribuzione *home video*.

13.2 Crediti commerciali

I crediti commerciali, pari ad Euro 637,0 milioni (Euro 436,7 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Verso clienti:		
Stato ed altri enti pubblici per servizi da convenzione	84,3	92,4
Ministero Economia e Finanze per canoni	228,9	-
Altri crediti	370,5	393,7
Fondo svalutazione crediti verso clienti	(47,1)	(49,6)
Verso joint ventures e imprese collegate	0,4	0,2
Totale crediti commerciali	637,0	436,7

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Verso joint venture e imprese collegate:		
San Marino RTV SpA	0,1	0,1
Tivu Srl	0,3	0,1
Crediti verso joint ventures e imprese collegate	0,4	0,2

L'articolazione per area geografica dei crediti commerciali evidenzia una prevalenza nazionale.

I crediti verso lo Stato ed altri enti pubblici per servizi da convenzione, pari a Euro 84,3 milioni (Euro 92,4 milioni al 31 dicembre 2015), si riferiscono a:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Presidenza Consiglio dei Ministri:		
Contributo in conto esercizio da versare a San Marino RTV	3,1	3,3
Offerta televisiva, radiofonica e multimediale per l'estero	6,7	6,7
Trasmissioni da Trieste in lingua slovena	7,4	11,4
Trasmissioni radiofoniche e televisive in lingua francese per la Regione autonoma Valle d'Aosta	1,4	2,1
Agenzia Entrate: gestione dei canoni ordinari alla televisione	14,8	22,5
Regioni e Provincie:		
Provincia autonoma di Bolzano: trasmissione di programmi radiofonici e televisivi in lingua tedesca e ladina nella provincia autonoma di Bolzano	42,3	37,8
Regione autonoma Valle d'Aosta: gestione impianti per la ricezione televisiva di programmi provenienti dall'area culturale francese	8,6	8,6
Totale	84,3	92,4

Il credito verso il Ministero dell'Economia e delle Finanze per canoni ammonta a Euro 228,9 milioni e rappresenta le quote ancora da riversare alla Rai.

I crediti ceduti per operazioni di factoring con modalità pro-solvendo, pari a Euro 18,2 milioni (Euro 51,4 milioni al 31 dicembre 2015), sono inclusi nella voce Crediti verso clienti – Altri crediti e sono relativi a crediti verso i clienti di Rai Pubblicità per servizi pubblicitari.

I crediti verso parti correlate sono indicati alla nota n. 18.4 "Rapporti con parti correlate".

I crediti commerciali sono esposti al netto del fondo svalutazione di Euro 47,1 milioni (Euro 49,6 milioni al 31 dicembre 2015):

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	Accantonamenti	Utilizzi	Assorbimenti	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016
Fondo svalutazione crediti verso clienti	(49,6)	(3,0)	5,1	0,4	(47,1)
Fondo svalutazione crediti commerciali	(49,6)	(3,0)	5,1	0,4	(47,1)

I crediti in valuta diversa dall'Euro ammontano a Euro 5,3 milioni (Euro 2,8 milioni al 31 dicembre 2015) come indicato alla nota n. 8.1 "Rischio di mercato".

13.3 Attività finanziarie correnti

Le attività finanziarie correnti, pari a Euro 7,4 milioni (Euro 14,0 milioni al 31 dicembre 2015), presentano un decremento di Euro 6,6 milioni. La composizione della voce e il confronto con l'esercizio precedente sono evidenziati nel dettaglio sottostante:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Verso il personale	0,1	0,1
Titoli	-	2,3
Strumenti derivati di copertura	1,7	8,4
Depositi bancari vincolati	5,5	3,1
Altre attività finanziarie correnti	0,1	0,1
Totale attività finanziarie correnti	7,4	14,0

I depositi bancari vincolati, pari ad Euro 5,5 milioni (Euro 3,1 milioni al 31 dicembre 2015), si riferiscono a somme su conti correnti pignorate per contenziosi legali in corso.

Gli strumenti finanziari derivati, iscritti al *fair value* (valore equo), sono di seguito analizzati nella componente attiva, comprensiva della quota corrente e non corrente:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Derivati di copertura cambi	1,7	8,4
Totale strumenti finanziari derivati - Quota corrente	1,7	8,4
Totale strumenti finanziari derivati - Quota non corrente	-	-
Totale strumenti finanziari derivati	1,7	8,4

Il *fair value* (valore equo) degli strumenti finanziari derivati è stato determinato considerando modelli di valutazione diffusi in ambito finanziario e i parametri di mercato alla data di redazione del bilancio, come meglio indicato alla nota n. 10 "Valutazione del *fair value* (valore equo)". Le operazioni di *cash-flow hedge* riguardano l'attività di copertura dal rischio di cambio su contratti per l'acquisto di diritti per la trasmissione di eventi sportivi e programmi televisivi denominati in USD. La rilevazione degli effetti sul Conto economico e il realizzo dei flussi di cassa delle transazioni future oggetto di copertura, ritenute altamente probabili, sono previsti in un arco temporale che si chiude nel terzo trimestre 2017.

Nel corso del 2016 non vi sono stati casi significativi in cui, a fronte di operazioni qualificate precedentemente come copertura, la realizzazione dell'oggetto di copertura non sia stata più considerata altamente probabile.

Il *fair value* attivo su strumenti finanziari derivati al 31 dicembre 2016 ammonta a Euro 1,7 milioni (Euro 8,4 milioni al 31 dicembre 2015). In particolare:

- la quota corrente è pari a Euro 1,7 milioni (Euro 8,4 milioni al 31 dicembre 2015) di cui Euro 0,6 milioni sospesi a patrimonio netto nella riserva di *cash-flow hedge*, Euro 1,0 attribuiti a rettifica del valore di imputazione del diritto acquistato, Euro 0,1 milioni nella voce di oneri e proventi finanziari;
- non sono presenti operazioni di durata superiore ai 12 mesi, eventualmente rilevate tra le Attività finanziarie non correnti.

Le informazioni relative ai rischi oggetto di copertura e alle politiche di *hedging* sono indicate alla nota n. 8.1 "Rischio di mercato".

13.4 Crediti tributari

I crediti tributari, pari ad Euro 135,6 milioni (Euro 108,2 milioni al 31 dicembre 2015), sono specificati come di seguito:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
IVA chiesta a rimborso	60,1	24,3
IVA di Gruppo	54,1	62,2
IRES chiesta rimborso per deducibilità IRAP per spese del personale dipendente e assimilato	16,9	16,9
Crediti IRAP	2,4	3,7
Ritenute su cessioni imprese estere	0,8	-
Altre imposte chieste a rimborso	0,5	0,6
Altri crediti tributari	0,8	0,5
Totale crediti tributari	135,6	108,2

Il credito IRAP, pari a Euro 2,4 milioni (Euro 3,7 milioni al 31 dicembre 2015) si riferisce agli acconti IRAP versati all'Erario.

Le imposte sono commentate alla nota n. 17.9 "Imposte sul reddito".

13.5 Altri crediti e attività correnti

Gli altri crediti e attività correnti, pari ad Euro 78,7 milioni (Euro 130,8 milioni al 31 dicembre 2015) sono composti come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Anticipazioni per manifestazioni sportive	11,6	53,6
Anticipi per iniziative commerciali	0,7	0,1
Anticipi a fornitori, collaboratori e agenti	14,0	17,1
Crediti verso enti previdenziali e assistenziali	2,8	9,3
Crediti verso personale	12,3	12,6
Anticipo canone utilizzo frequenze	-	10,5
Crediti verso enti, società, organismi ed altri	15,1	10,5
Crediti per sovvenzioni e contributi da Stato, UE ed altri enti pubblici	0,3	0,8
Altri crediti	25,9	20,6
- Fondo svalutazione altri crediti e attività correnti	(4,0)	(4,3)
Totale altri crediti e attività correnti	78,7	130,8

Si precisa che:

- Crediti verso enti previdenziali e assistenziali si riferiscono ad anticipi erogati a fronte di contributi dovuti per collaborazioni artistiche e per altre causali;
- Crediti verso il personale sono in massima parte riferiti a crediti per cause di lavoro, ad anticipi per spese di trasferta e ad anticipi per spese di produzione. La voce include i crediti derivanti dall'applicazione della Legge 89/2014.

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

Il fondo svalutazione altri crediti e attività correnti, pari ad Euro 4,0 milioni (Euro 4,3 milioni al 31 dicembre 2015) è di seguito analizzato:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	Accantonamenti	Utilizzi	Assorbimenti	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016
Fondo svalutazione altri crediti e attività correnti	(4,3)	(0,4)	0,4	0,3	(4,0)
Totale fondo svalutazione altri crediti e attività correnti	(4,3)	(0,4)	0,4	0,3	(4,0)

Considerato il breve periodo di tempo intercorrente tra il sorgere del credito e la sua scadenza, non si ritiene sussistano significative differenze fra il valore contabile dei crediti commerciali, degli altri crediti e delle attività finanziarie correnti e i rispettivi *fair value* (valori equi).

13.6 Disponibilità liquide e mezzi equivalenti

Le disponibilità liquide e mezzi equivalenti, pari a Euro 86,2 milioni (Euro 146,1 milioni al 31 dicembre 2015), sono articolate nelle seguenti voci:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Depositi bancari e postali	85,9	145,8
Denaro e valori in cassa	0,3	0,3
Totale disponibilità liquide e mezzi equivalenti	86,2	146,1

I depositi bancari e postali ammontano ad Euro 85,9 milioni (Euro 145,8 milioni al 31 dicembre 2015) ed esprimono le disponibilità a vista o a breve risultanti da rapporti di deposito o di conto corrente con istituti di credito, istituti finanziari e con l'amministrazione postale.

Il denaro e valori in cassa ammontano ad Euro 0,3 milioni (valore invariato rispetto al 31 dicembre 2015) e comprendono i fondi liquidi rappresentati dal denaro e valori assimilabili (valori bollati, assegni circolari o comunque garantiti da Istituti di credito etc.) giacenti al 31 dicembre 2016 presso le casse sociali.

Nella seguente tabella si riportano le disponibilità liquide per valuta al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Disponibilità liquide in Euro	85,4	145,3
Disponibilità liquide in dollaro statunitense	0,7	0,7
Disponibilità liquide in altre valute	0,1	0,1
Totale disponibilità liquide e mezzi equivalenti	86,2	146,1

14) Patrimonio netto

Riportiamo di seguito la composizione del patrimonio netto, suddiviso tra quota di Gruppo e di terzi:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Capitale sociale	242,5	242,5
Riserva legale	11,6	11,6
Riserva da sovrapprezzo azioni	-	-
Riserva di prima adozione IFRS	(58,7)	146,3
Riserva per differenza di traduzione	0,7	0,8
Riserva di <i>cash-flow hedge</i>	0,3	4,9
Altre riserve	252,0	337,0
Totale altre riserve	194,3	489,0
Riserve attuariali per benefici ai dipendenti	(31,9)	(16,1)
Riserva pagamenti basati su azioni	-	0,1
Utili (perdite) portati a nuovo	-	(251,3)
Utile (perdite) dell'esercizio	3,5	(39,3)
Totale utili (perdite) portati a nuovo	(28,4)	(306,6)
Totale patrimonio netto di Gruppo	420,0	436,5
Capitale e riserve di terzi	42,2	42,7
Utili (perdite) portati a nuovo di terzi	14,4	13,6
Totale patrimonio netto di terzi	56,6	56,3
Totale patrimonio netto	476,6	492,8

Interessenze di terzi

Il risultato dell'esercizio e il patrimonio netto delle interessenze di terzi sono riferiti alla controllata Rai Way.

La quota della società detenuta da Rai, alla data del 31 dicembre 2016, è pari al 64,971% in riduzione dello 0,10253% rispetto al 31 dicembre 2015 in seguito all'assegnazione gratuita delle azioni ai terzi prevista in sede di offerta pubblica di vendita.

Capitale sociale

Al 31 dicembre 2016 il capitale sociale della Capogruppo è rappresentato da n. 242.518.100 azioni ordinarie del valore nominale unitario pari a Euro 1. Il capitale, interamente sottoscritto e versato, è di proprietà:

- del Ministero dell'Economia e delle Finanze (MEF) per n. 241.447.000 azioni, pari al 99,55835% del capitale; e
- della Società Italiana Autori Editori (S.I.A.E.) per n. 1.071.100 azioni, pari allo 0,4417% del capitale.

Riserva legale

La riserva legale è pari a Euro 11,6 milioni.

Altre riserve e utili (perdite) portati a nuovo

Le altre riserve, pari a Euro 194,3 milioni (Euro 489,0 milioni al 31 dicembre 2015) e le perdite portate a nuovo, pari ad Euro 28,4 milioni (Euro 306,6 milioni al 31 dicembre 2015) sono articolate come da dettaglio sopra riportato.

15) Passività non correnti

15.1 Passività finanziarie non correnti e quote correnti di passività finanziarie non correnti

Le passività finanziarie non correnti, comprensive delle quote correnti sono pari a Euro 482,7 milioni (Euro 516,7 milioni al 31 dicembre 2015), e si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016			Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015		
	Quota non corrente	Quota corrente	Totale	Quota non corrente	Quota corrente	Totale
Obbligazioni	346,9	-	346,9	346,1	-	346,1
Debiti verso banche a m/l termine	95,3	39,9	135,2	135,2	34,9	170,1
Strumenti derivati di copertura	0,1	-	0,1	-	-	-
Debiti verso altri finanziatori a m/l termine	0,4	0,1	0,5	0,4	0,1	0,5
Totale	442,7	40,0	482,7	481,7	35,0	516,7

Le passività finanziarie non correnti, comprensive delle quote correnti, si decrementano di Euro 34,0 milioni rispetto al 31 dicembre 2015 principalmente per:

- rimborso della prima rata del finanziamento della Banca Europea per gli Investimenti ("BEI") per Euro 5,0 milioni da parte di Rai;
- rimborso di due rate del finanziamento *amortising* Rai Way per Euro 30,0 milioni.

I principali debiti verso banche a medio-lungo termine sono composti al 31 dicembre 2016 da:

- prestito *amortising*, scadenza 2021, della Banca Europea per gli Investimenti per residui Euro 45 milioni, concesso a Rai per lo sviluppo dell'infrastruttura del Digitale Terrestre;
- finanziamento *amortising* Rai Way per un importo residuo di Euro 90,0 milioni con scadenza finale nell'esercizio 2019;
- linee di credito a medio-lungo termine concesse da Mediocredito Centrale e Cassa Depositi e Prestiti a Rai Way per un importo complessivo di Euro 0,9 milioni.

Il finanziamento BEI prevede il rispetto dei seguenti indici parametrico/patrimoniali a valere sul bilancio annuale e semestrale consolidato, redatto secondo i Principi "IFRS":

- Indebitamento Finanziario Netto (rettificato al netto dei crediti verso lo Stato per canoni)/patrimonio netto $\leq 1,3$
- Indebitamento Finanziario Netto (rettificato al netto dei crediti verso lo Stato per canoni)/Margine Operativo Lordo $\leq 1,0$

Tali indici risultano alla data di bilancio ampiamente rispettati, attestandosi rispettivamente a 0,67 e 0,51.

Il finanziamento *amortising* in capo a Rai Way prevede il rispetto al 31 dicembre e al 30 giugno di ciascun esercizio dei seguenti indici parametrico/patrimoniali a valere sul bilancio della Società:

- Indebitamento Finanziario Netto/patrimonio netto $\leq 2,75$
- Indebitamento Finanziario Netto/Margine Operativo Lordo $\leq 2,75$

Tali indici risultano pienamente rispettati, attestandosi rispettivamente a 0,06 e 0,09.

Il prestito obbligazionario emesso da Rai nel maggio 2015 è quotato presso l'Irish Stock Exchange. Il titolo, interamente sottoscritto da investitori istituzionali internazionali, ha un tasso nominale dell'1,5% con scadenza maggio 2020, è totalmente *unsecured* e contiene gli usuali *covenants* per emissioni con rating di pari livello, tra i quali:

- *Negative Pledge* ovvero il divieto di concedere garanzie su altre emissioni obbligazionarie dell'Emittente o delle "controllate rilevanti", a meno di concedere la stessa garanzia agli obbligazionisti esistenti;
- *Cross-default* ovvero, in caso di default sul debito di ammontare superiore ad Euro 50 milioni dell'Emittente o di "controllate rilevanti", la possibilità per gli obbligazionisti di richiedere il *default* sul bond;
- *Change of Control* ovvero la possibilità per gli obbligazionisti di esercitare una opzione "Put" alla pari qualora il Ministero dell'Economia e delle Finanze cessi di detenere la maggioranza dei voti dell'Assemblea Ordinaria e Straordinaria di Rai.

Al riguardo si segnala che Rai nel corso del primo semestre 2015 ha ottenuto, ai fini dell'emissione del prestito obbligazionario, il rating *Long-Term Issuer Baa3* ("Investment grade") di Moody's, che equipara sostanzialmente la solvibilità di Rai a quella dello Stato italiano. Nel mese di dicembre 2016 è stata

rilasciata una "Credit Opinion" che conferma il rating indicato con modifica dell'outlook da "stable" a "negative", in conseguenza dell'analogo movimento del rating dello Stato italiano.

La scadenza delle passività finanziarie (correnti e non correnti) risulta come di seguito indicato:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016			
	Entro 12 mesi	Tra 1 e 5 anni	Oltre 5 anni	Totale
Obbligazioni	-	346,9	-	346,9
Debiti verso banche a m/l termine	39,9	95,2	0,1	135,2
Debiti verso banche a breve termine	160,1	-	-	160,1
Debiti verso altri finanziatori a m/l termine	0,1	0,4	-	0,5
Debiti verso collegate	0,1	-	-	0,1
Strumenti derivati di copertura	-	0,1	-	0,1
Altre passività finanziarie	0,3	-	-	0,3
Totale	200,5	442,6	0,1	643,2

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015			
	Entro 12 mesi	Tra 1 e 5 anni	Oltre 5 anni	Totale
Obbligazioni	-	346,1	-	346,1
Debiti verso banche a m/l termine	34,9	130,1	5,1	170,1
Debiti verso banche a breve termine	1,0	-	-	1,0
Debiti verso altri finanziatori a m/l termine	0,1	0,3	0,1	0,5
Debiti verso altri finanziatori a breve termine	4,4	-	-	4,4
Debiti verso collegate	0,1	-	-	0,1
Altre passività finanziarie	0,3	-	-	0,3
Totale	40,8	476,5	5,2	522,5

Il *fair value* (valore equo) delle passività finanziarie non correnti (diverse dagli strumenti finanziari derivati), è di seguito indicato ed è stato valutato secondo i seguenti criteri:

- il titolo obbligazionario, al valore di quotazione presso l'Irish Stock Exchange, pari a 103,06 (comprensivo di rateo interessi);
- il *fair value* del finanziamento BEI (compresa la parte a breve termine) è stato calcolato scontando i flussi per capitale ed interessi ai tassi impliciti nella curva Euro alla data di rendicontazione, incrementati del credit spread di Rai, stimato sulla base dei titoli emessi dallo Stato italiano e risulta sostanzialmente in linea con il valore di bilancio.

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016		Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	
	Valore di bilancio	Fair value	Valore di bilancio	Fair value
Rai - Prestito Obbligazionario	346,9	360,7	346,1	350,3
Rai - Finanziamento BEI	45,0	46,0	50,0	51,7

Per quanto riguarda le linee Rai Way si stima che il valore di iscrizione approssimi il *fair value* (valore equo) degli stessi.

Il *fair value* degli strumenti finanziari derivati passivi non correnti pari ad Euro 0,1 milioni al 31 dicembre 2016 è relativo alle operazioni di *Interest Rate Swap* stipulate da Rai Way a copertura del 50% della linea di credito amortising. Il dettaglio della determinazione del *fair value* degli strumenti derivati è indicato alla nota n. 10 "Valutazione del *fair value* (valore equo)"; la quantificazione dell'imputazione delle variazioni del valore di mercato a Conto economico consolidato e nella riserva di patrimonio netto consolidato sono indicati alla nota n. 16.2 "Passività finanziarie correnti".

15.2 Benefici per i dipendenti

I benefici per i dipendenti, pari a Euro 555,0 milioni (Euro 568,8 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Fondo trattamento di fine rapporto	283,5	289,7
Fondi pensione	144,3	147,5
Fondo indennità preavviso giornalisti	109,2	113,7
Fondo assistenza sanitaria dei dirigenti (FASDIR)	15,0	15,0
Premi di anzianità	2,3	2,1
Altri benefici per dipendenti	0,7	0,8
Totale fondi per benefici ai dipendenti	555,0	568,8

Il fondo trattamento di fine rapporto, disciplinato dall'art. 2120 del Codice Civile, accoglie la stima dell'obbligazione, determinata sulla base di tecniche attuariali, relativa all'ammontare da corrispondere ai dipendenti all'atto della cessazione del rapporto di lavoro. L'indennità è calcolata sulla base della retribuzione corrisposta in dipendenza del rapporto di lavoro, rivalutata fino al momento della cessazione dello stesso. Per effetto delle modifiche legislative introdotte a partire dal 1° gennaio 2007, il trattamento di fine rapporto maturando è destinato, in funzione della scelta operata da ciascun dipendente, ai fondi pensione ovvero al fondo di tesoreria istituito presso l'INPS. Questo comporta che la passività relativa al trattamento di fine rapporto maturata antecedentemente al 1° gennaio 2007 continui a rappresentare un piano a benefici definiti da valutare secondo tecniche attuariali, mentre una quota del trattamento di fine rapporto maturando sia classificato come un piano a contributi definiti in quanto l'obbligazione dell'impresa si esaurisce col versamento dei contributi al fondo pensione ovvero all'INPS.

Il fondo pensionistico integrativo accoglie la stima degli oneri a carico del Gruppo per l'erogazione di trattamenti pensionistici integrativi riconosciuti ad alcuni ex dipendenti che al momento della cessazione del rapporto di lavoro, come previsto dai precedenti accordi sindacali, hanno optato per la pensione integrativa. Più precisamente, gli ex quadri, impiegati e operai e i loro familiari hanno diritto ad un trattamento integrativo alle pensioni erogate dall'Assicurazione Generale Obbligatoria dell'ENPALS, mentre gli ex dirigenti e i loro familiari hanno diritto a un trattamento integrativo alle pensioni erogate dall'Assicurazione Generale Obbligatoria dell'INPS. Tali pensioni integrative sono a loro volta erogate direttamente dai fondi negoziali, cui è demandata la gestione della previdenza complementare del personale Rai dal 1989, C.RAI.P.I. (Cassa di Previdenza Integrativa dei dipendenti Rai, di seguito "Craipi") per gli ex quadri, impiegati e operai, e F.I.P.D.RAI (Fondo Integrativo Previdenza dei Dirigenti Rai, di seguito "Fipdrai") per gli ex dirigenti. In sintesi, le principali caratteristiche che contraddistinguono tali trattamenti integrativi sono le seguenti: (i) le pensioni integrative sono reversibili ai superstiti secondo le aliquote previste per gli aventi diritto dalle leggi vigenti in materia di assicurazione obbligatoria; (ii) i trattamenti integrativi subiranno le variazioni che, per effetto dei mutamenti familiari del pensionato, saranno apportate alla misura della pensione a lui corrisposta dall'Assicurazione Generale Obbligatoria; (iii) le somme corrisposte per fini integrativi non saranno soggette a diminuzioni per effetto degli aumenti della pensione liquidata dall'Assicurazione Generale Obbligatoria; (iv) l'ammontare spettante ai beneficiari sarà soggetto ad una rivalutazione annuale in base ai coefficienti previsti dall'INPS. In fase di quantificazione del fondo pensioni, si è tenuto conto anche del patrimonio attivo di Fipdrai, frutto dell'attività d'investimento da parte del fondo delle somme ad esso erogate dalle aziende del Gruppo al momento della cessazione del rapporto di lavoro dei propri dipendenti, di ammontare pari ad Euro 3,1 milioni (Euro 4,8 milioni al 31 dicembre 2015).

Il fondo indennità preavviso dei giornalisti accoglie la stima della somma che dovrà essere corrisposta, secondo quanto previsto dall'ultimo CNLG recepito da Rai, ai giornalisti dipendenti del Gruppo. In base a tale accordo, i giornalisti hanno diritto all'accantonamento a loro nome di un capitale erogato in occa-

sione di: (i) licenziamento per giustificato motivo; (ii) licenziamento per raggiungimento dei requisiti pensionistici; (iii) decesso del giornalista. Non è prevista, invece, una liquidazione in caso di dimissioni o di licenziamento per giusta causa. Il summenzionato accantonamento, che include i relativi oneri contributivi, è pari a 7 mensilità di retribuzione del mese antecedente la risoluzione del rapporto di lavoro, anche per i giornalisti residenti all'estero, aumentata di una mensilità per i giornalisti aventi qualifica di capo servizio o redattore senior, di due mensilità per quelli aventi la qualifica di vice capo redattore, di tre mensilità per quelli aventi la qualifica di redattore capo, corrispondente da Roma o capo dell'Ufficio romano di corrispondenza, e di sei mensilità per quelli aventi la qualifica di direttore, condirettore e vice direttore. L'indennità spettante è aumentata di una mensilità per tutti i giornalisti che, al momento della risoluzione del rapporto di lavoro, abbiano un'anzianità di servizio di almeno venti anni.

Il fondo assistenza sanitaria dei dirigenti Rai (di seguito "FASDIR") è stato costituito nel 1980 e garantisce assistenza sanitaria integrativa a dirigenti del Gruppo in servizio, a dirigenti pensionati e a superstiti di dirigenti, aventi diritto e iscritti al FASDIR (di seguito "Soci"), nonché ai loro familiari. Il finanziamento del FASDIR è realizzato con il versamento delle quote annuali associative dei Soci e con il versamento di quote di intervento aziendale (contributo annuo pro capite per ciascun Dirigente Attivo e contributo annuo integrativo forfetario per i Dirigenti pensionati). Storicamente, attraverso il contributo annuo integrativo forfetario erogato dalla Rai al FASDIR per i dirigenti pensionati, il fondo ha coperto il disavanzo che si era formato in ciascun anno. In un contesto nel quale non esiste un'obbligazione legale ma solo implicita in capo a Rai a coprire gli eventuali futuri disavanzi del fondo e la Capogruppo non ha accesso a tutte le informazioni, di dominio del fondo, necessarie a valutare con tecniche attuariali la passività che rappresenti il potenziale impegno nei confronti del FASDIR, si è ritenuto appropriato formulare una stima basata sull'ammontare dei contributi medi annui versati dal Gruppo negli ultimi 5 anni, moltiplicato per la durata media residua dei dirigenti pensionati alla data di valutazione, che al 31 dicembre 2016 risulta essere pari a 12 anni.

I premi di anzianità, previsti nella società Rai Pubblicità, sono benefici erogati al raggiungimento di un periodo di servizio in azienda e sono erogati in denaro. I summenzionati premi rientrano nella fattispecie dei piani per benefici a lungo termine.

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

I fondi per benefici ai dipendenti valutati applicando tecniche attuariali si analizzano come di seguito indicato:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016				
	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione (a)	FASDIR	Preavviso giornalisti	Altri benefici
Valore attuale dell'obbligazione all'inizio dell'esercizio	289,7	147,5	15,0	113,7	2,9
Costo corrente per piani a benefici definiti	-	-	-	7,1	0,2
Costo corrente per piani a contributi definiti	44,5	-	1,0	-	-
Interessi passivi	3,5	2,1	0,2	1,6	-
Rivalutazioni:					
- Utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi demografiche	0,4	2,1	-	(0,5)	-
- Utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi finanziarie	12,6	7,4	-	3,9	-
- Effetto dell'esperienza passata	(3,9)	(4,4)	-	(1,5)	-
- Utili/perdite attuariali da rendimenti di attività al servizio del piano	-	-	-	-	-
Costo per prestazioni passate e Utili/perdite per estinzione	-	-	-	(12,4)	-
Benefici pagati	(13,0)	(10,4)	(1,2)	(2,7)	(0,1)
Trasferimenti a fondi esterni per piani a contributi definiti	(44,7)	-	-	-	-
Trasferimenti di personale da/a società del Gruppo	-	-	-	-	-
Altri movimenti	(5,6)	-	-	-	-
Valore attuale dell'obbligazione alla fine dell'esercizio	283,5	144,3	15,0	109,2	3,0

(a) al netto delle attività al servizio del piano

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015				
	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione (a)	FASDIR	Preavviso giornalisti	Altri benefici
Valore attuale dell'obbligazione all'inizio dell'esercizio	310,1	171,4	15,1	117,5	2,9
Costo corrente per piani a benefici definiti	-	-	-	7,2	0,2
Costo corrente per piani a contributi definiti	43,9	-	1,1	-	-
Interessi passivi	2,4	1,5	0,1	1,2	-
Rivalutazioni:					
- Utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi demografiche	2,9	0,9	-	(0,4)	-
- Utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi finanziarie	(10,5)	(8,8)	-	(6,0)	-
- Effetto dell'esperienza passata	(0,6)	(6,0)	-	(0,4)	-
- Utili/perdite attuariali da rendimenti di attività al servizio del piano	-	(0,1)	-	-	-
Costo per prestazioni passate e Utili/perdite per estinzione	-	-	-	(2,1)	-
Benefici pagati	(11,5)	(11,4)	(1,3)	(3,3)	(0,2)
Trasferimenti a fondi esterni per piani a contributi definiti	(43,9)	-	-	-	-
Trasferimenti di personale da/a società del Gruppo	-	-	-	-	-
Altri movimenti	(3,1)	-	-	-	-
Valore attuale dell'obbligazione alla fine dell'esercizio	289,7	147,5	15,0	113,7	2,9

(a) al netto delle attività al servizio del piano

I costi per benefici ai dipendenti, determinati utilizzando ipotesi attuariali, rilevati a Conto economico consolidato si analizzano come di seguito indicato:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016				
	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione	FASDIR	Preavviso giornalisti	Altri benefici
Costo corrente per piani a benefici definiti	-	-	-	(7,1)	(0,2)
Costo corrente per piani a contributi definiti	(44,5)	-	(1,0)	-	-
Costo per prestazioni passate e Utili/perdite per estinzione	-	-	-	12,4	-
Interessi passivi (attivi) netti:					
- Interessi passivi	(3,5)	(2,1)	(0,2)	(1,6)	-
Totale	(48,0)	(2,1)	(1,2)	3,7	(0,2)

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015				
	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione	FASDIR	Preavviso giornalisti	Altri benefici
Costo corrente per piani a benefici definiti	-	-	-	(7,2)	(0,2)
Costo corrente per piani a contributi definiti	(43,9)	-	(1,1)	-	-
Costo per prestazioni passate e Utili/perdite per estinzione	-	-	-	2,1	-
Interessi passivi (attivi) netti:					
- Interessi passivi	(2,4)	(1,5)	(0,1)	(1,2)	-
Totale	(46,3)	(1,5)	(1,2)	(6,3)	(0,2)

I costi per piani a benefici definiti rilevati tra le altre componenti del Conto economico complessivo consolidato si analizzano come di seguito indicato:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016				
	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione	FASDIR	Preavviso giornalisti	Altri benefici
Rivalutazioni:					
- Utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi demografiche	(0,4)	(2,1)	-	0,5	-
- Utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi finanziarie	(12,6)	(7,4)	-	(3,9)	-
- Effetto dell'esperienza passata	3,9	4,4	-	1,5	-
- Utili (perdite) attuariali da rendimenti di attività al servizio del piano	-	-	-	-	-
Totale	(9,1)	(5,1)	-	(1,9)	-

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015				
	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione	FASDIR	Preavviso giornalisti	Altri benefici
Rivalutazioni:					
- Utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi demografiche	(2,9)	(0,9)	-	0,4	-
- Utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi finanziarie	10,5	8,8	-	6,0	-
- Effetto dell'esperienza passata	0,6	6,0	-	0,4	-
- Utili (perdite) attuariali da rendimenti di attività al servizio del piano	-	-	-	-	-
Totale	8,2	13,9	-	6,8	-

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

Le attività al servizio del fondo pensione Fipdrai si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016		Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	
	Con prezzi quotati in mercati attivi	Con prezzi non quotati in mercati attivi	Con prezzi quotati in mercati attivi	Con prezzi non quotati in mercati attivi
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	-	0,9	-	1,3
Strumenti rappresentativi di debito	-	(0,2)	-	(0,3)
Titoli emessi da Stati o organismi internazionali	2,4	-	3,7	-
Altri titoli quotati	-	-	0,1	-
Totale attività al servizio del piano	2,4	0,7	3,8	1,0

Le principali ipotesi attuariali adottate sono di seguito indicate:

	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Assunzioni finanziarie		
Tassi di attualizzazione	da 0,65% a 1,13%	da 1,21% a 1,81%
Tasso di inflazione	1,50%	1,50%
Tasso atteso di incremento retributivo (*)	da 1,21% a 3%	da 1,21% a 3%
Assunzioni demografiche		
Età massima di collocamento a riposo	Secondo disposizioni di legge	Secondo disposizioni di legge
Tavole di mortalità	SI 2014 Modificata	SI 2013 Modificata
Percentuale media annua di uscita del personale	da 3,65% a 7,56%	da 3,31% a 7,16%
Probabilità annua di richiesta di anticipo	da 1,00% a 1,50%	da 1,00% a 1,50%

(*) Inflazione inclusa

Il tasso di attualizzazione adottato è stato determinato considerando i rendimenti di titoli obbligazionari di aziende primarie, specificando la classe di rating, oppure altri riferimenti (es. titoli di stato in assenza di titoli emessi da aziende primarie). Al fine della definizione delle ipotesi attuariali ed in particolare del tasso di attualizzazione, considerando la definizione dei titoli "Investment grade", sono stati considerati i soli titoli emessi da emittenti corporate compresi nella classe "AA" di rating.

Le tavole demografiche adottate sono SI 2014, distinte per sesso ed opportunamente modificate in funzione di uno studio specifico sulla mortalità della collettività del Gruppo.

Gli effetti derivanti da una modifica ragionevolmente possibile del tasso di attualizzazione alla fine dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015 sono di seguito indicati:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016				
	Sensitivity	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione	FASDIR	Altri benefici
Tasso di attualizzazione	+0,50%	273,4	141,2	-	105,1
	-0,50%	294,3	154,2	-	113,5
(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015				
	Sensitivity	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione	FASDIR	Altri benefici
Tasso di attualizzazione	+0,50%	279,1	119,6	-	109,8
	-0,50%	300,9	130,3	-	117,8

Il profilo di scadenza delle obbligazioni per piani a benefici definiti per i dipendenti è di seguito indicato:

(in milioni di Euro)	Gruppo			
	Pagamenti previsti	Indennità di preavviso giornalisti	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione
Pagamenti previsti al 31.12.2017		8,3	21,5	11,7
Pagamenti previsti al 31.12.2018		8,9	23,5	11,3
Pagamenti previsti al 31.12.2019		9,9	23,5	10,9
Pagamenti previsti al 31.12.2020		9,6	26,9	10,4
Pagamenti previsti al 31.12.2021		10,7	23,9	10,0
Pagamenti previsti dall'1.01.2022 al 31.12.2026		55,9	91,6	42,6

15.3 Fondi per rischi e oneri non correnti

I fondi per rischi e oneri non correnti, pari a Euro 228,1 milioni (Euro 194,9 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	Accantonamenti	Utilizzi	Assorbimenti	Altri movimenti	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016
Fondo controversie legali	77,6	19,7	(13,3)	(3,9)	-	80,1
Fondo canone di concessione 2014 - 2015	35,8	-	(19,7)	(16,1)	-	-
Fondo bonifica e ristrutturazione immobili	15,1	14,2	(1,3)	-	-	28,0
Fondo smantellamento e ripristino	12,1	1,5	-	-	0,5	14,1
Fondo costi competenze maturate	12,3	31,9	(0,1)	(0,2)	-	43,9
Fondo contenzioso previdenziale	10,0	-	(0,4)	(6,6)	-	3,0
Fondo contenzioso fiscale	2,6	10,6	-	-	-	13,2
Fondo ISC ICM Agenti	2,5	0,2	(0,8)	-	-	1,9
Fondo restituzione canoni d'abbonamento	1,2	0,4	(0,9)	-	-	0,7
Fondo controversie su locazioni	1,3	0,1	-	-	-	1,4
Fondo rischi per interessi di mora	0,7	-	(0,1)	-	-	0,6
Fondo svalutazione partecipazioni eccedenti il valore di carico	0,1	-	-	(0,1)	-	-
Altri fondi	23,6	19,5	(1,7)	(2,0)	1,8	41,2
Totale fondo per rischi e oneri	194,9	98,1	(38,3)	(28,9)	2,3	228,1

Il fondo rischi per controversie legali, pari a Euro 80,1 milioni, accoglie la stima prudenziale e prognostica degli oneri conseguenti ai procedimenti giudiziari in corso, in cui il Gruppo è a vario titolo coinvolto. Più in particolare essi si riferiscono (importi comprensivi delle spese legali) a controversie civili, amministrative e penali per Euro 48,9 milioni, in materia giuslavoristica per Euro 31,2 milioni.

Il fondo bonifica e ristrutturazione immobili, pari a Euro 28,0 milioni, accoglie la stima dei costi che il Gruppo si attende di dover sostenere prevalentemente in relazione alla rimozione di strutture contenenti amianto presenti all'interno degli immobili di proprietà. L'obbligazione implicita a procedere alla bonifica e conseguente ristrutturazione dei summenzionati immobili, trova origine nelle manifestazioni di volontà a procedere in tal senso che il Gruppo ha formulato in più di un'occasione agli organi di rappresentanza sindacale aziendale.

Il fondo smantellamento e ripristino, di importo pari a Euro 14,1 milioni accoglie i costi stimati per lo smantellamento, la rimozione delle installazioni e modifiche effettuate e il ripristino delle aree e/o dei locali condotti dal Gruppo sulla base di contratti di locazione operativa che prevedono l'obbligo, per il locatario, di ripristinare le aree e/o i locali assunti in locazione al termine della stessa (con ciò intendendo la circostanza del rilascio dell'area e/o dei locali in assenza del rinnovo della locazione).

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

Il fondo costi competenze maturate, pari ad Euro 43,9 milioni, accoglie la stima degli oneri complessivamente previsti in relazione ai rapporti di lavoro in essere.

Il fondo rischi per contenzioso previdenziale, pari a Euro 3,0 milioni, accoglie la stima degli oneri derivanti da procedimenti giurisdizionali pendenti con enti previdenziali.

Il fondo rischi per contenzioso fiscale, pari a Euro 13,2 milioni, accoglie gli oneri previsti a fronte di probabili passività derivanti da potenziali esiti sfavorevoli dei contenziosi tributari. Tale fondo è stato incrementato per l'importo di Euro 10,6 milioni considerando le sanzioni e gli interessi che potrebbero derivare, dagli avvisi di accertamento notificati a Rai Pubblicità in data 29 dicembre 2016, per i periodi d'imposta compresi tra il 2007 ed il 2011, in esito alla verifica fiscale conclusasi nel luglio 2016; in detti avvisi si ipotizza un'evasione IVA commessa da Rai Pubblicità in conseguenza di un coinvolgimento in una frode carosello posta in essere da soggetti terzi. Si rinvia in merito anche a quanto esposto alla nota n. 18.3 "Passività potenziali".

Il fondo indennità suppletiva di clientela degli agenti (ISC) e il fondo indennità di clientela meritocratica agenti (ICM) pari a Euro 1,9 milioni, include le somme da corrispondere agli agenti all'atto dello scioglimento del contratto di agenzia per fatto non imputabile all'agente, determinato anche in base a stime che tengono conto dei dati storici e in relazione allo sviluppo del portafoglio clienti o dell'incremento d'affari con i clienti già presenti nel medesimo.

15.4 Passività per imposte differite

Le passività per imposte differite, pari a Euro 24,2 milioni sono indicate al netto delle attività per imposte anticipate compensabili pari a Euro 137,7 milioni. Il saldo netto al 31 dicembre 2015 presentava passività per imposte differite per Euro 12,1 milioni.

La natura delle differenze temporanee che hanno determinato passività per imposte differite e attività per imposte anticipate compensate è la seguente:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	Variazioni			Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016
		Conto economico	Altre componenti di risultato complessivo	Patrimoniali	
Differenze civilistico fiscali su attività materiali	(162,2)	2,5	-	-	(159,7)
Derivati su cambi e tassi	(2,4)	-	2,2	-	(0,2)
Altre partecipazioni	(1,7)	-	-	-	(1,7)
Imposte differite su rettifiche di consolidamento	(0,1)	(0,1)	-	-	(0,2)
Altro	(0,3)	0,2	-	-	(0,1)
Passività per imposte differite compensabili	(166,7)	2,6	2,2	-	(161,9)
Imponibile fiscale negativo	142,2	26,5	-	(39,2)	129,5
Svalutazione programmi	3,7	0,1	-	(3,7)	0,1
Differenza civilistico/fiscale programmi	1,1	(0,1)	-	(1,0)	-
Benefici ai dipendenti	0,6	-	0,2	-	0,8
Stima rientro fondi	4,6	0,7	-	(0,1)	5,2
Imposte anticipate da rettifiche di consolidamento	1,8	(0,2)	-	-	1,6
Derivati su cambi e tassi	-	-	-	-	-
Altro	0,6	(0,1)	-	-	0,5
Attività per imposte anticipate compensabili	154,6	26,9	0,2	(44,0)	137,7
Passività per imposte differite	(12,1)	29,5	2,4	(44,0)	(24,2)

Nella determinazione delle attività per imposte anticipate si è tenuto conto della ragionevole certezza del loro futuro recupero.

Le variazioni relative alle altre componenti di risultato complessivo riguardano essenzialmente le imposte differite e anticipate rilevate a patrimonio netto e riferite all'effetto fiscale sulla rideterminazione dei piani a benefici definiti e degli strumenti di copertura di flussi finanziari rilevati secondo l'*hedge accounting*.

Le imposte anticipate sulle perdite fiscali portate a nuovo sono pari a Euro 129,5 milioni il cui utilizzo è probabile in relazione alla possibilità di compensazione con il riversamento a Conto economico consolidato della fiscalità differita passiva.

15.5 Altri debiti e passività non correnti

Gli altri debiti e passività non correnti, interamente riferiti a partite in Euro, sono pari a Euro 3,6 milioni (Euro 6,3 milioni al 31 dicembre 2015) e si riferiscono a risconti passivi per la quota non corrente dei contributi erogati dall'allora Ministero per le Comunicazioni a sostegno delle iniziative per il processo di transizione al digitale terrestre (Euro 6,2 al 31 dicembre 2015). Si rimanda alla nota n. 16.1 "Debiti commerciali e altri debiti e passività correnti" per ulteriori commenti in merito a tali contributi.

I debiti verso parti correlate sono indicati alla nota n. 18.4 "Rapporti con parti correlate".

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

16) Passività correnti

16.1 Debiti commerciali e altri debiti e passività correnti

I debiti commerciali e gli altri debiti e passività correnti, pari complessivamente a Euro 995,7 milioni (Euro 1.014,1 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Debiti commerciali verso i fornitori	679,1	662,4
Debiti commerciali verso collegate	7,1	4,0
Totale debiti commerciali	686,2	666,4
Debiti verso istituti di previdenza	78,3	76,1
Altri debiti verso il personale	203,8	184,6
Debiti per accertamenti di competenza	7,6	10,9
Acconti	6,5	59,6
Risconti:		
- Contributo per transizione al Digitale Terrestre	2,6	5,6
- Altri risconti	1,9	1,6
Altri debiti	8,8	9,3
Totale altri debiti e passività correnti	309,5	347,7
Totale debiti commerciali e altri debiti e passività correnti	995,7	1.014,1

I debiti commerciali, pari a Euro 686,2 milioni, aumentano di Euro 19,8 milioni rispetto al 31 dicembre 2015.

Gli altri debiti e passività correnti si riducono di Euro 38,2 milioni rispetto al 31 dicembre 2015 principalmente per il venir meno degli acconti per canoni iscritti nell'esercizio precedente.

I debiti verso il personale ammontano a Euro 203,8 milioni (Euro 184,6 milioni al 31 dicembre 2015) e si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Ferie non fruita	75,8	82,5
Mancati riposi compensativi	51,0	52,1
Accertamento retribuzioni	52,0	43,7
Incentivazioni all'esodo	22,7	4,1
Altri	2,3	2,2
Totale debiti verso il personale	203,8	184,6

Nella voce Risconti per contributo per transizione al Digitale Terrestre figura iscritta per Euro 2,6 milioni la quota corrente dei contributi erogati alla Capogruppo dall'allora Ministero per le Comunicazioni dal 2007 al 2011 a sostegno delle iniziative per l'accelerazione del processo di transizione al digitale terrestre. Tali iniziative sono consistite in interventi su impianti e adeguamento infrastrutturale di siti per l'estensione delle aree con copertura digitale e il miglioramento dell'omogeneità di ricezione e della qualità del servizio all'utente. Il compito di effettuare tali tipologie di investimento è affidato alla società controllata Rai Way, alla quale sono demandate, tra l'altro, la progettazione, l'installazione, la realizzazione, la manutenzione, l'implementazione, lo sviluppo e la gestione delle reti di telecomunicazione. Il contributo è imputato nel Conto economico consolidato di ciascun esercizio in relazione alla quota d'ammortamento che si sarebbe rilevata nel caso in cui l'investimento fosse stato effettuato da Rai, tenuto conto del rapporto tra l'ammontare dei contributi riscossi e gli investimenti effettuati per la realizzazione dei progetti ad essi correlati.

I debiti verso istituti di previdenza sociale ammontano a Euro 78,3 milioni (Euro 76,1 milioni al 31 dicembre 2015) e si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Debiti verso Fondi Integrativi Previdenza personale	23,2	22,5
Debiti verso INPS (ex ENPALS)	20,2	19,8
Debiti verso INPGI	14,7	15,2
Debiti verso INPS	8,3	8,1
Debiti verso CASAGIT	1,5	1,5
Contributi su retribuzioni accertate	9,5	8,2
Altri debiti	0,9	0,8
Debiti verso istituti previdenziali	78,3	76,1

L'ammontare dei debiti in valute diverse dall'Euro è evidenziato alla nota n. 8.1 "Rischio di mercato".

I debiti verso parti correlate sono indicati alla nota n. 18.4 "Rapporti con parti correlate".

16.2 Passività finanziarie correnti

Le passività finanziarie correnti, pari ad Euro 200,5 milioni (Euro 40,8 milioni al 31 dicembre 2015), sono evidenziate nella sottostante tabella:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Debiti verso banche a m/l termine (quota corrente)	39,9	34,9
Debiti verso altri finanziatori a m/l termine (quota corrente)	0,1	0,1
Debiti verso banche a breve termine	160,1	1,0
Debiti verso altri finanziatori - Finanziari del circolante	-	4,4
Debiti verso collegate - Finanziari del circolante	0,1	0,1
Altri debiti e passività finanziarie correnti	0,3	0,3
Totale passività finanziarie correnti	200,5	40,8

Le quote correnti di passività finanziarie non correnti sono già evidenziate e commentate alla nota n. 15.1 "Passività finanziarie non correnti".

I debiti verso banche a breve termine, pari a Euro 160,1 milioni (Euro 1,0 milioni al 31 dicembre 2015), sono determinati dal saldo negativo di conto corrente con le banche finanziatrici, la cui crescita è ascrivibile alle tempistiche di liquidazione dei maggiori canoni dovuti al Gruppo in base alla nuova modalità di riscossione che, applicata per la prima volta nell'esercizio in oggetto, non ha determinato maggiori versamenti nell'esercizio 2016, che saranno invece liquidati, a saldo, nell'esercizio 2017.

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

Il *fair value* (valore equo) degli strumenti finanziari derivati passivi, correnti e non correnti è di seguito indicato:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Totale strumenti finanziari derivati - Quota corrente	-	-
Derivati di copertura tassi	0,1	-
Totale strumenti finanziari derivati - Quota non corrente	0,1	-
Totale strumenti finanziari derivati	0,1	-

Le operazioni di *cash-flow hedge* riguardano l'attività di copertura del rischio di cambio su contratti per l'acquisto di diritti per la trasmissione di eventi sportivi e diritti televisivi relativi a prodotti seriali e cinematografici denominati in dollari e le operazioni di *Interest Rate Swap* sui finanziamenti a medio-lungo termine di Rai Way.

Al 31 dicembre 2016 non sono stimati *fair value* negativi di importo rilevante su strumenti derivati di copertura cambi.

Il *fair value* negativo sugli strumenti derivati di copertura tassi è pari a 0,1 al 31 dicembre 2016, interamente sospeso a patrimonio netto nella riserva di *cash-flow hedge*.

Le informazioni relative ai rischi oggetto di copertura e alle politiche di *hedging* sono indicate alla nota n. 8.1 "Rischio di mercato".

16.3 Debiti tributari

I debiti tributari, pari a Euro 85,8 milioni (Euro 78,5 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Debiti per IRES da consolidato fiscale nazionale	46,6	38,0
Debiti per IRAP	1,2	0,3
Totale debiti per imposte dirette	47,8	38,3
Debiti per IVA in sospensione	1,5	2,7
Totale debiti per imposte indirette	1,5	2,7
Trattenute da riversare su redditi da lavoro subordinato e autonomo	36,0	36,8
Ritenute diverse e imposte sostitutive	0,5	0,7
Totale debiti per trattenute operate quale sostituto d'imposta	36,5	37,5
Totale debiti tributari	85,8	78,5

Per quanto riguarda i debiti verso l'Erario per IRES, pari ad Euro 46,6 milioni (Euro 38,0 milioni al 31 dicembre 2015), si tenga presente che le società del Gruppo hanno optato per la tassazione di Gruppo, con il trasferimento alla Capogruppo, in qualità di soggetto consolidante, degli adempimenti connessi alla liquidazione e al versamento dell'imposta IRES relativamente alle società incluse nel consolidato fiscale. La procedura di consolidamento degli imponibili fiscali di Gruppo è regolata da apposito accordo tra la Capogruppo e le società controllate, come descritto alla nota n. 18.4 "Rapporti con parti correlate".

Le imposte sul reddito sono commentate alla nota n. 17.9 "Imposte sul reddito".

17) Conto economico

17.1 Ricavi da vendite e prestazioni

Di seguito sono analizzate le principali voci che compongono i Ricavi da vendite e prestazioni.

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Canoni	1.909,7	1.637,5
Pubblicità	698,2	658,8
Altri ricavi	183,4	179,2
Totale ricavi da vendite e prestazioni	2.791,3	2.475,5

L'articolazione per area geografica dei ricavi evidenzia una provenienza prevalentemente nazionale.

Ricavi da canoni

I ricavi da canoni, nel 2016 pari a Euro 1.909,7 milioni (Euro 1.637,5 milioni nel 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Canoni del periodo - utenze private	1.792,7	1.537,4
Canoni del periodo - utenze speciali	77,8	75,6
Canoni da riscossione coattiva	39,6	25,9
Restituzione canoni	(0,4)	(1,4)
Totale canoni	1.909,7	1.637,5

In merito ai ricavi da canoni (per la cui definizione si rimanda alla nota n. 4 "Criteri di valutazione") si precisa che nella determinazione dell'ammontare dei canoni per utenze private sono state utilizzate le informazioni e i dati resi disponibili con riferimento alle nuove modalità di riscossione, tenuto conto di quanto previsto dalla Legge 23 dicembre 2014, n. 190 (art. 1, comma 293), che aveva disposto la riduzione del 5 per cento, a decorrere dall'anno 2015, delle somme da riversare a Rai per la copertura del costo di fornitura del Servizio Pubblico.

Le nuove modalità di riscossione sono state introdotte dalla Legge n. 208 del 28 dicembre 2015 (c.d. Legge di stabilità 2016) che all'art.1, commi 152 e seguenti, ha disposto, a partire dal 1° gennaio 2016, la riscossione del canone Tv per uso privato attraverso l'addebito – con distinta voce – sulle fatture emesse dalle imprese elettriche.

Tale norma ha introdotto, al fine di contrastare il fenomeno dell'evasione, il meccanismo in base al quale la detenzione di un apparecchio Tv si presume nel caso in cui esista un'utenza per la fornitura di energia elettrica nel luogo in cui un soggetto ha la sua residenza anagrafica. Tale presunzione di detenzione della Tv può essere superata esclusivamente attraverso una dichiarazione sostitutiva rilasciata ai sensi del Testo Unico di cui al decreto del Presidente della Repubblica 28 dicembre 2000, n. 445, la cui mendacia comporta effetti anche penali.

La citata legge di stabilità 2016 ha inoltre stabilito che, per gli anni dal 2016 al 2018, le eventuali maggiori entrate rispetto a quanto previsto nel bilancio di previsione dello Stato per l'anno 2016 sono riversate a Rai nella misura del 67% per l'anno 2016 e del 50% per ciascuno degli anni 2017 e 2018.

Il meccanismo di determinazione del canone unitario previsto dal Testo Unico dei media audiovisivi e radiofonici (cosiddetta "contabilità separata"), finalizzato ad assicurare la proporzionalità tra costi sostenuti dalla Rai per lo svolgimento delle attività di Servizio Pubblico ad essa affidate, certificati da revisore indipendente, e le risorse da canone, evidenzia una carenza di queste ultime per il periodo 2005 - 2015 per un importo pari a oltre Euro 2,6 miliardi.

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

Ricavi da pubblicità

I ricavi da pubblicità, nel 2016 pari a Euro 698,2 milioni (Euro 658,8 milioni nel 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Pubblicità televisiva su canali generalisti:		
- tabellare	458,8	432,1
- promozioni, sponsorizzazioni e iniziative speciali	127,3	113,4
- product placement	5,3	4,5
Pubblicità televisiva su canali specializzati	65,8	68,2
Pubblicità radiofonica	29,9	27,8
Pubblicità cinema	3,8	5,6
Pubblicità su web	8,5	7,1
Altra pubblicità	0,7	1,8
Quote competenza terzi	(1,5)	(1,2)
Sopravvenienze	(0,4)	(0,5)
Totale ricavi da pubblicità	698,2	658,8

I ricavi da pubblicità presentano un incremento pari ad Euro 39,4 milioni rispetto al dato del 2015, beneficiando degli ottimi risultati conseguiti con la raccolta relativa ai Grandi Eventi Sportivi (in particolare il Campionato Europeo di Calcio).

È altresì da rilevare che a partire dal mese di maggio la Capogruppo ha deciso di interrompere la raccolta pubblicitaria per tre canali delle Tv specializzate (Rai YoYo, Rai 5, Rai Storia), che nel periodo maggio-dicembre 2015 era stata dell'ordine di un fatturato di circa 11 milioni di Euro.

Altri ricavi

Gli altri ricavi da vendite e prestazioni, nell'esercizio 2016 pari a Euro 183,4 milioni (Euro 179,2 milioni nel 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Servizi speciali da convenzione	44,4	50,3
Commercializzazione diritti ed edizioni musicali	60,5	54,8
Distribuzione cinematografica e home video	29,3	37,7
Distribuzione e commercializzazione canali	20,0	16,1
Canoni ospitalità impianti e apparati	32,4	32,7
Servizi diversi, principalmente a fini istituzionali	9,5	16,1
Servizi di diffusione segnale, nolo circuiti, ponti radio e collegamenti	5,8	5,7
Interazioni telefoniche	0,7	1,2
Servizi di produzione	0,7	0,6
Ricavi da vendita pubblicazioni	1,6	0,7
Altro	1,5	1,4
Quote terzi	(29,1)	(41,6)
Sopravvenienze	6,1	3,5
Totale ricavi delle vendite e delle prestazioni - altri ricavi	183,4	179,2

17.2 Altri ricavi e proventi

Gli altri ricavi e proventi, nel 2016 pari ad Euro 18,2 milioni (Euro 17,6 milioni nel 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Contributi in conto esercizio	9,1	8,0
Proventi degli investimenti immobiliari e noleggi	2,0	2,1
Proventi da produzione programmi	0,7	0,9
Risarcimento danni	0,7	1,2
Plusvalenze da alienazioni	-	0,5
Sopravvenienze	1,9	0,4
Altro	3,8	4,5
Totale altri ricavi e proventi	18,2	17,6

17.3 Costi per acquisto di materiale di consumo, per servizi e altri costi

I costi per acquisto di materiale di consumo, per servizi e altri costi, complessivamente pari ad Euro 1.151,3 milioni (Euro 988,6 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Acquisti materiali di consumo	139	164
Prestazioni di lavoro autonomo	134,9	132,1
Servizi per acquisizione e produzione programmi	212,6	195,6
Diarie, viaggi di servizio e costi accessori del personale	41,1	38,1
Manutenzioni, riparazioni, trasporti e assimilati	45,1	44,7
Servizi di documentazione e assistenza sistemi informativi	50,0	46,5
Altri servizi esterni (telefonata, servizi di erogazione, pulizia, postali, assicurazioni ecc.)	160,0	157,7
Affitti passivi e noleggi	95,1	88,6
Diritti di ripresa	257,9	146,2
Diritti di utilizzazione	111,1	106,5
Sopravvenienze	(14,5)	(14,5)
Recuperi e rimborsi di spesa	(14,5)	(17,8)
Costi per servizi	1.078,8	923,7
Premi e vincite	12,4	11,4
Contributo diritti d'uso frequenze digitali Tv e altri contributi	10,3	0,1
Contributo alle Autorità di Controllo	5,5	5,8
TASI/IMU	10,6	10,6
Altre imposte indirette, tasse e altri tributi	11,1	11,0
Quotidiani, periodici, libri e pubblicazioni	1,7	1,7
Quote e contributi associativi	3,7	3,7
Minusvalenze da alienazioni	0,1	0,6
Altri	3,8	3,3
Sopravvenienze	(0,6)	0,3
Altri costi	58,6	48,5
Totale costi per acquisto di materiale di consumo, per servizi e altri costi	1.151,3	988,6

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

I costi per acquisti di materiali di consumo, pari a Euro 13,9 milioni (Euro 16,4 milioni al 31 dicembre 2015), si riferiscono principalmente ad acquisti di materiali vari di produzione per Euro 4,3 milioni (Euro 4,1 milioni al 31 dicembre 2015), di materiali tecnici per magazzino per Euro 1,1 milioni (Euro 1,4 milioni al 31 dicembre 2015) e di altri materiali per Euro 8,9 milioni (Euro 11,0 milioni al 31 dicembre 2015).

I costi per servizi, il cui dettaglio è presentato nel sovrastante prospetto, ammontano complessivamente a Euro 1.078,8 milioni (Euro 923,7 milioni al 31 dicembre 2015) al netto degli sconti e abbuoni ottenuti. Comprendono, tra l'altro, gli emolumenti, le indennità di carica e i rimborsi spese corrisposti dalla Capogruppo agli Amministratori per Euro 0,5 milioni ed ai Sindaci per Euro 0,2 milioni. Si segnala inoltre, che due Sindaci della Capogruppo hanno svolto, in sovrapposizione, mansioni analoghe in altre società controllate, percependo per tali incarichi, emolumenti di ammontare non significativo.

Ai sensi dell'art. 2427, n. 16 bis, del C.C. si precisa che i corrispettivi di competenza dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 per i servizi di revisione e per quelli diversi da quelli della revisione resi dalla stessa Società di revisione ammontano rispettivamente ad Euro 0,3 milioni ed Euro 0,1 milioni.

Gli altri costi, pari ad Euro 58,6 milioni (Euro 48,5 milioni al 31 dicembre 2015), si riferiscono principalmente a premi e vincite su concorsi radiotelevisivi, imposte indirette e altri tributi, contributo diritti d'uso frequenze digitali Tv e altri contributi.

17.4 Costi per il personale

I costi per il personale pari a Euro 1.031,7 milioni (Euro 977,0 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Salari e stipendi	747,1	713,8
Oneri sociali	206,1	206,3
Trattamento di fine rapporto	44,5	43,8
Trattamenti di quiescenza e simili	14,8	14,0
Altri	15,0	19,5
Costi del personale	1.027,5	997,4
Oneri di incentivazione all'esodo	28,4	8,1
Recuperi di spesa	(1,0)	(0,8)
Costi del personale capitalizzati	(17,1)	(22,0)
Altri costi del personale	10,3	(14,7)
Sopravvenienze e rilasci di fondi	(6,1)	(5,7)
Totale costi del personale	1.031,7	977,0

La voce include oneri per piani a contributi definiti per Euro 45,5 milioni e proventi per piani a benefici definiti per Euro 5,1 milioni al netto delle prestazioni passate come analizzati alla nota n. 15.2 "Benefici per i dipendenti".

Nel Gruppo sono applicati cinque Contratti Collettivi di Lavoro, rispettivamente il CCL di lavoro per i quadri impiegati ed operai dipendenti delle società Rai, Rai Way, Rai Cinema e Rai Com, il CCL per i Professori d'Orchestra della Rai, il Contratto Nazionale di Lavoro Giornalistico, applicato in Rai secondo le modalità definite da una "Convenzione di estensione alla Rai del CNLG" ed il relativo Accordo Integrativo con Usigrai per il personale giornalistico, il CCNL per i Dirigenti di Aziende produttrici di beni e servizi ed il relativo Accordo Integrativo fra Rai e ADRAI e il CCNL per i dipendenti di Rai Pubblicità.

I contratti aziendali rispettivamente per quadri, impiegati e operai e per i Professori d'orchestra sono scaduti il 31 dicembre 2013.

Per il personale giornalistico, il Contratto Nazionale di Lavoro vigente (1/4/2013 - 31/3/2016 prorogato per ulteriori 6 mesi) non viene al momento applicato in azienda non essendo stato possibile

raggiungere una intesa con l'Usigrai sulla Convenzione di estensione; l'Accordo Integrativo è scaduto il 31 dicembre 2013.

Per il personale con qualifica di dirigente, il Contratto Nazionale è vigente per il periodo 1/1/2015 – 31/12/2018 mentre il contratto integrativo Rai ADRAI per il periodo 2014 – 2016 è stato rinnovato il 23 dicembre 2015.

Il numero medio dei dipendenti delle imprese incluse nell'area di consolidamento ripartito per categoria è il seguente:

	31 dicembre 2016			31 dicembre 2015		
	numero medio TD	Numero medio TI (1)	Totale	numero medio TD	Numero medio TI (1)	Totale
- Dirigenti	0	343	343	0	324	324
- Funzionari e quadri	1	1.354	1.355	2	1.324	1.326
- Giornalisti	117	1.709	1.826	223	1.621	1.844
- Impiegati	579	7.757	8.336	635	7.602	8.237
- Operai	89	930	1.019	109	945	1.054
- Orchestrali e coristi	4	119	123	3	121	124
- Medici ambulatoriali	0	8	8	0	8	8
Totale	790	12.220	13.010	972	11.945	12.917

(1) di cui contratti di inserimento/apprendistato

193

197

Il numero medio dei dipendenti è calcolato come media aritmetica della consistenza giornaliera del periodo considerato ponderata in relazione all'impiego a tempo parziale del dipendente. Il numero medio dei dipendenti include il personale con contratto a tempo indeterminato e determinato.

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

17.5 Ammortamenti e svalutazioni

Gli ammortamenti e svalutazioni pari a Euro 543,4 milioni (Euro 537,5 milioni nel 2015), si analizzano come di seguito indicato:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Attività materiali:		
Fabbricati	18,0	17,6
Impianti e macchinario	80,2	87,6
Attrezzature industriali e commerciali	2,8	2,7
Altri beni	5,6	5,6
Totale ammortamenti attività materiali	106,6	113,5
Attività immateriali:		
Programmi	381,4	371,5
Software	6,2	5,7
Frequenze Digitale Terrestre	1,1	3,4
Altri diritti	0,3	0,3
Totale ammortamenti attività immateriali	389,0	380,9
Ammortamenti investimenti immobiliari	0,3	0,3
Totale ammortamenti	495,9	494,7
Programmi in ammortamento	32,2	25,3
Altre attività immateriali	-	1,4
Programmi in corso	11,2	9,6
Crediti commerciali	2,6	3,8
Altri crediti e attività correnti	0,4	0,3
Altri crediti e attività non correnti	1,1	2,4
Totale svalutazioni	47,5	42,8
Totale ammortamenti e svalutazioni	543,4	537,5

17.6 Accantonamenti

Gli accantonamenti netti, pari a Euro 18,8 milioni (Euro 2,2 milioni nel 2015), sono determinati da accantonamenti per Euro 40,6 milioni (Euro 17,7 milioni nel 2015), compensati da rilasci per Euro 21,8 milioni (Euro 15,5 milioni nel 2015) in gran parte riferiti a fondi rischi e oneri per controversie di varia natura. Tra gli accantonamenti è da segnalare l'importo di Euro 10,6 milioni effettuato per tenere conto delle sanzioni e degli interessi che potrebbero derivare dagli avvisi di accertamento notificati a Rai Pubblicità ai fini IVA come già commentato alla nota n. 15.3 "Fondi per rischi ed oneri non correnti", rinviando in merito a quanto esposto nella nota n. 18.3 "Passività potenziali".

17.7 Proventi e oneri finanziari

Gli oneri finanziari netti pari a Euro 18,2 milioni (Euro 19,4 milioni nel 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Proventi finanziari		
Interessi attivi v/banche	0,1	0,4
Utili su cambi da valutazione	0,5	1,2
Utilizzi su cambi realizzati	0,1	0,4
Proventi su strumenti derivati su tassi	-	0,8
Proventi su strumenti derivati su cambi	0,4	0,3
Altri	1,5	1,9
Totale proventi finanziari	2,6	5,0
Oneri finanziari		
Interessi passivi v/banche	(2,4)	(6,9)
Interessi passivi v/altri finanziatori	(0,6)	(1,0)
Interessi passivi su prestiti obbligazionari	(6,1)	(3,6)
Oneri su strumenti derivati di copertura tassi	(0,1)	(2,1)
Oneri su strumenti derivati di copertura cambi	(0,2)	(0,7)
Perdite su cambi da valutazione	(0,9)	(0,6)
Perdite su cambi realizzate	(0,9)	(1,1)
Interessi su obbligazioni per beneficiari dipendenti	(7,4)	(5,2)
Altri	(2,2)	(3,2)
Totale oneri finanziari	(20,8)	(24,4)
Oneri finanziari netti	(18,2)	(19,4)

17.8 Risultato delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto

Il risultato delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto, negativo per Euro 0,7 milioni (positivo per Euro 1,9 milioni nel 2015), si analizza come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Euronews SA	(1,5)	1,0
San Marino RTV SpA	(0,1)	-
Tivù Srl	0,9	0,9
Totale effetto della valutazione con il metodo del patrimonio netto	(0,7)	1,9

L'analisi della variazione delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto è indicata alla nota n. 12.4 "Partecipazioni".

17.9 Imposte sul reddito

Le imposte sul reddito si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
IRES	(47,0)	(38,3)
IRAP	(8,9)	(7,7)
Totale imposte correnti	(55,9)	(46,0)
Imposte differite passive	2,6	21,9
Imposte differite attive	26,9	27,5
Totale imposte differite	29,5	49,4
Imposte dirette di esercizi precedenti	(0,9)	0,7
Totale imposte dell'esercizio	(27,3)	4,1

L'analisi della differenza tra la fiscalità teorica e quella effettiva è la seguente:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Utile (Perdita) prima delle imposte	45,4	(29,7)
Aliquota fiscale IRES	27,5%	27,5%
(Onere) Provento fiscale teorico	(12,5)	8,2
Imposte relative a esercizi precedenti	(0,9)	0,7
Differenze fiscali	(5,0)	2,9
IRAP	(8,9)	(7,7)
Totale imposte sul reddito	(27,3)	4,1

La voce Differenze fiscali rappresenta l'effetto economico, sulle imposte teoriche dell'esercizio, derivante dall'applicazione delle norme fiscali italiane che regolano la determinazione della base imponibile IRES e IRAP.

Per l'anno 2016 tali differenze sono da ricondurre principalmente alla dinamica delle variazioni dell'imponibile IRES/IRAP e, in misura minore, agli effetti derivanti dalla diminuzione dell'aliquota IRES (dal 27,5% al 24%) a partire dal periodo d'imposta 2017.

18) Altre informazioni

18.1 Garanzie

Le garanzie prestate, pari a Euro 38,4 milioni (Euro 41,8 milioni al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016			
	Fidejussioni	Altre garanzie personali	Garanzie reali	Totale
Joint venture e collegate	2,6	-	-	2,6
Altri	35,8	-	-	35,8
Totale	38,4	-	-	38,4

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015			
	Fidejussioni	Altre garanzie personali	Garanzie reali	Totale
Joint venture e collegate	2,6	-	-	2,6
Altri	36,9	-	2,3	39,2
Totale	39,5	-	2,3	41,8

Tra le garanzie prestate risulta iscritta l'assunzione di obbligo di pagamento nei confronti dell'Amministrazione Finanziaria, a garanzia del rimborso anticipato di eccedenze IVA pari a Euro 34,0 milioni al 31 dicembre 2016 (Euro 35,1 milioni al 31 dicembre 2015) a favore di imprese controllate.

Il Gruppo presenta inoltre garanzie prestate da terzi a fronte di obbligazioni commerciali e finanziarie per un ammontare pari a Euro 400,1 milioni (Euro 379,2 milioni al 31 dicembre 2015) che riguardano principalmente:

- (i) garanzie ricevute da banche ed enti assicurativi diversi:
 - a garanzia dell'acquisizione di beni e servizi;
 - dell'esatto adempimento di contratti di realizzazione di produzioni radiotelevisive;
- (ii) garanzie prestate da terzi per obbligazioni del Gruppo:
 - a fronte di debiti – principalmente per fidejussione rilasciata in favore della Capogruppo a garanzia del finanziamento a medio lungo termine BEI;
 - a fronte di altre obbligazioni – principalmente per fidejussioni rilasciate in favore della Capogruppo all'Amministrazione Finanziaria a garanzia dei concorsi a premio e del credito IVA oggetto di rimborso e a UEFA per le qualificazioni ai Mondiali di Calcio del 2018.

18.2 Impegni

I principali impegni, anche di carattere pluriennale, collegati al prodotto o connessi a iniziative di ammodernamento e sviluppo tecnologico, già sottoscritti alla data di riferimento del bilancio, sono di seguito riportati:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Impegni		
Diritti sportivi	161,1	265,5
Investimenti in opere audiovisive	178,4	220,8
Diritti e servizi per la realizzazione di altri programmi	40,8	38,2
Investimenti tecnici	39,8	19,6
Totale impegni	420,1	544,1

18.3 Passività potenziali

Le società del Gruppo, e principalmente Rai, sono parti in procedimenti civili, amministrativi, giuslavoristici e previdenziali connessi all'ordinario svolgimento delle proprie attività.

I contenziosi in materia civile e amministrativa che riguardano il Gruppo attengono principalmente alle attività di produzione e trasmissione al pubblico di programmi radiotelevisivi. La quasi totalità dei contenziosi civili ha ad oggetto richieste di risarcimento di danni, in larga parte connesse alla diffamazione e alla lesione di diritti della personalità, mentre nell'ambito dei giudizi amministrativi riguardanti gli appalti, la domanda risarcitoria per equivalente viene formulata solo in via subordinata, poiché la domanda principale ha ad oggetto l'annullamento degli atti di gara e in alcuni casi il subentro nel contratto.

Al verificarsi, sulla base delle analisi condotte su tali tipologie di controversie, delle seguenti condizioni:

- disponibilità, al momento della redazione del bilancio, di informazioni che facciano ritenere probabile il sorgere di una passività;
- possibilità di stimare l'entità dell'onere con sufficiente ragionevolezza, tenuto conto del *petitum attoreo*, si procede all'appostazione del relativo onere mediante appostazione nel Fondo controversie legali.

Si evidenzia in proposito il procedimento, il cui rischio di soccombenza è ritenuto possibile, instaurato nei confronti della Rai in merito alla diffusione di contenuti Rai su piattaforme DVB-H. La Corte d'Appello di Milano ha rigettato integralmente le domande di controparte, confermando la sentenza del Tribunale. I termini di impugnazione non sono tuttavia ancora decorsi.

Per quanto attiene alla materia giuslavoristica e previdenziale, il Gruppo è parte di un elevato numero di contenziosi aventi ad oggetto, principalmente, richieste di reintegrazione, domande di accertamento di interposizioni fittizie di manodopera, richieste di qualifiche superiori o inquadramenti, domande di risarcimento danni per asserita dequalificazione e la dedotta inosservanza di obblighi di previdenza derivanti da contratti o accordi collettivi. Al fine di determinare l'eventuale somma da accantonare, considerato il numero di cause pendenti e la conseguente difficoltà di effettuare una valutazione puntuale per ciascuna di esse, sono state individuate tre sotto-categorie in relazione allo stato del giudizio e all'eventuale esito intermedio della controversia (cause non ancora definite in primo grado, soccombenza in grado intermedio ed esito favorevole in grado intermedio), per ciascuna delle quali si procede a stimare la percentuale di rischio con l'individuazione di un valore medio espresso in termini percentuali, al fine di quantificare lo stanziamento al Fondo controversie legali.

Con riferimento alle passività potenziali correlate ai provvedimenti dell'Agenzia delle Entrate notificati nel mese di dicembre 2016 a Rai Pubblicità, di cui è stata già fornita indicazione alla nota n. 15.3 "Fondi per rischi e oneri non correnti", si precisa che, in relazione agli importi complessivamente contestati per IVA pari a totali Euro 42,2 milioni (Euro 16,8 milioni per imposta, Euro 20,9 milioni per sanzioni ed Euro 4,5 milioni per interessi calcolati al 30 dicembre 2016), l'onere probabile è stato valutato in Euro 6,1 milioni a fronte del rischio correlato alle sanzioni (determinate applicando il principio della continuazione di cui all'art. 12 comma 1 e 5 D. Lgs. 472/97, con riferimento al minimo applicabile) e in Euro 4,5 milioni a fronte del rischio correlato agli interessi calcolati fino alla data del 31 dicembre 2016. Con riferimento a tali specifici importi è stato pertanto effettuato un accantonamento al Fondo contenzioso fiscale di complessivi Euro 10,6 milioni, come evidenziato alla nota n.15.3 "Fondi per rischi e oneri non correnti". Per quanto attiene all'IVA, il grado di rischio della correlata passività potenziale è stato giudicato meramente possibile e, conseguentemente, non è stato effettuato alcun accantonamento al Fondo contenzioso fiscale. Rai Pubblicità, infatti, ritiene, in caso di conferma della pretesa tributaria, di potersi avvalere al termine del contenzioso, con probabilità di positiva valutazione in sede giurisdizionale, dell'istituto della rivalsa di cui all'art. 60 comma 7 D.P.R. 633/72, al fine di recuperare l'importo eventualmente pagato.

La nota n.15.3 "Fondi per rischi e oneri non correnti" dettaglia gli accantonamenti effettuati a fronte di tali fattispecie.

Sulla base delle informazioni attualmente a disposizione, e tenuto conto dei fondi rischi esistenti, il Gruppo ritiene congrui i valori accantonati nei fondi rischi esistenti.

18.4 Rapporti con Parti Correlate

Di seguito è riportato il dettaglio dei rapporti intrattenuti dalla Capogruppo con le Parti Correlate, individuate sulla base dei criteri definiti dallo IAS 24 "Informativa di bilancio sulle operazioni con parti correlate", per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 e per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2015.

La Capogruppo intrattiene rapporti principalmente di natura commerciale e finanziaria con le seguenti parti correlate:

- Rai Cinema;
- Rai Com;
- Rai Corporation;
- Rai Pubblicità;
- Rai Way;
- dirigenti con responsabilità strategiche del Gruppo ("Alta direzione");
- altre società collegate e *joint venture* verso le quali il Gruppo possiede un'interessenza come indicate nella nota n. 12.4 "Partecipazioni"; società sotto il controllo o il controllo congiunto dell'Alta direzione ed entità che gestiscono piani di benefici successivi alla fine del rapporto di lavoro esclusivi per i dipendenti del Gruppo Rai ("Altre parti correlate").

Sebbene le operazioni con Parti Correlate siano effettuate a normali condizioni di mercato, non vi è garanzia che, ove le stesse fossero state concluse fra o con terze parti, queste ultime avrebbero negoziato e stipulato i relativi contratti, ovvero eseguito le operazioni stesse, alle medesime condizioni e con le stesse modalità.

Per "Alta direzione" si intendono i dirigenti con responsabilità strategica aventi il potere e la responsabilità diretta o indiretta della pianificazione, della direzione e del controllo delle attività delle società del Gruppo e comprende tra l'altro i componenti del Consiglio di Amministrazione delle società del Gruppo. Relativamente ai compensi dei Sindaci si rimanda a quanto riportato alla nota n. 17.3 "Costi per acquisto di materiali di consumo, per servizi e altri costi".

Nella seguente tabella sono dettagliati i saldi patrimoniali al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015 e gli effetti economici delle operazioni tra il Gruppo e le parti correlate nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015 ad esclusione ovviamente di quelli intercorrenti tra la Capogruppo e le sue controllate, consolidate con il metodo integrale:

(in milioni di Euro)	Alta direzione	Altre parti correlate	Totale
Crediti commerciali correnti			
Al 31 dicembre 2016	-	0,4	0,4
Al 31 dicembre 2015	-	0,2	0,2
Altri crediti e attività correnti			
Al 31 dicembre 2016	0,3	-	0,3
Al 31 dicembre 2015	0,5	-	0,5
Benefici ai dipendenti			
Al 31 dicembre 2016	(6,6)	(15,0)	(21,6)
Al 31 dicembre 2015	(6,9)	(15,0)	(21,9)
Debiti commerciali			
Al 31 dicembre 2016	-	(7,2)	(7,2)
Al 31 dicembre 2015	-	(4,0)	(4,0)
Altri debiti e passività correnti			
Al 31 dicembre 2016	(7,0)	(14,2)	(20,8)
Al 31 dicembre 2015	(7,2)	(13,6)	(24,6)
Passività finanziarie correnti			
Al 31 dicembre 2016	-	(0,1)	(0,1)
Al 31 dicembre 2015	-	(0,1)	(0,1)

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

(in milioni di Euro)	Alta direzione	Altre parti correlate	Totale
Ricavi da vendite e prestazioni			
Al 31 dicembre 2016	-	0,7	0,7
Al 31 dicembre 2015	-	0,7	0,7
Altri ricavi e proventi			
Al 31 dicembre 2016	-	0,1	0,1
Al 31 dicembre 2015	-	0,1	0,1
Costi per servizi			
Al 31 dicembre 2016	(0,9)	(9,6)	(10,5)
Al 31 dicembre 2015	(1,2)	(8,5)	(9,7)
Costi per il personale			
Al 31 dicembre 2016	(25,8)	(14,0)	(39,8)
Al 31 dicembre 2015	(23,2)	(13,3)	(36,5)

Di seguito si riporta una descrizione dei principali accordi in essere tra Capogruppo e società controllate, collegate e *joint venture* sopra identificate.

Accordi di fornitura di servizi a Rai

Rai Pubblicità

Rai ha in essere una convenzione per la raccolta pubblicitaria sulla base della quale Rai Pubblicità gestisce in esclusiva l'acquisizione della pubblicità sulla radio e televisione generalista, sui canali specializzati digitali e satellitari in chiaro, sul televideo, sul dominio Rai e su altri mezzi minori.

Rai Com

Rai ha conferito a Rai Com un mandato senza rappresentanza avente principalmente ad oggetto:

- la commercializzazione di diritti di sfruttamento in sede televisiva, in sede radiofonica e/o cinematografica, in sede audiovisiva (intendendosi per tali i diritti di sfruttamento a mezzo home e commercial video eccetera), di sfruttamento multimediale interattivo e non e di diritti derivati;
- la gestione negoziale di contratti quadro e/o convenzioni con enti ed istituzioni, centrali e locali, nazionali ed internazionali, pubblici e privati;
- l'acquisizione e/o la realizzazione di opere musicali e/o teatrali: musica colta, prosa e edizioni musicali;
- la gestione dei servizi di biglietteria, nonché la realizzazione e/o gestione, di iniziative di interazione telefonica e/o di iniziative interattive;
- l'ideazione, lo sviluppo, la definizione, la stipula e/o la gestione di progetti finalizzati alla partecipazione della Rai a bandi di gara italiani ed europei aventi ad oggetto finanziamenti attivi a fondo perduto o a tasso agevolato;
- la negoziazione, definizione, formalizzazione e/o gestione dei contratti library sportive, inclusa la realizzazione e/o gestione di tutte le iniziative di carattere commerciale negli stessi previste;
- la negoziazione, definizione, formalizzazione e/o gestione di altri accordi di collaborazione con società terze, purché aventi natura e finalità commerciale; e
- le attività di commercializzazione all'estero di canali facenti capo alla Rai.

Rai Cinema

Con Rai Cinema è in essere uno specifico contratto con il quale la società si impegna a mettere a disposizione di Rai, in esclusiva, un catalogo di passaggi *free tv* relativi ad opere audiovisive dalla stessa Rai Cinema acquisite a vario titolo e Rai si obbliga ad acquistare da Rai Cinema, in esclusiva, i diritti di sfruttamento per passaggi *free tv* di opere audiovisive.

Rai Way

Rai Way e Rai hanno in essere un contratto di servizio, per effetto del quale Rai ha affidato a Rai Way, su base esclusiva, un insieme di servizi che permettano a Rai:

- (i) la regolare trasmissione e diffusione, in Italia e all'estero, dei MUX che le sono stati assegnati in base alla normativa applicabile; e
- (ii) il regolare assolvimento degli obblighi di Servizio Pubblico.

Il Contratto di Servizio prevede e disciplina, altresì, l'eventualità che in futuro, al manifestarsi di nuove esigenze di Rai, le parti possano negoziare la fornitura di servizi aggiuntivi ovvero di servizi finalizzati allo sviluppo di nuove reti di comunicazione elettronica e di telecomunicazioni o, ancora, di nuove tecnologie e standard trasmissivi.

Accordi di natura finanziaria

Tra Rai e le società controllate – a eccezione di Rai Way che, in seguito al processo di quotazione, si è dotata di una piena autonomia finanziaria – è in vigore un rapporto di gestione di tesoreria centralizzata, tramite *cash-pooling* bancario, al fine di garantire la copertura dei fabbisogni finanziari e l'ottimizzazione dei flussi di cassa.

Al fine della copertura del rischio di cambio gravante sulla controllata Rai Cinema, quest'ultima ha conferito specifico mandato a Rai al fine di negoziare valuta e strumenti finanziari per proprio conto, operando secondo le modalità gestionali previste nelle policy di Gruppo.

Con riferimento a Rai Way, sono inoltre in vigore:

- un contratto di conto corrente intersocietario, strumentale a fornire a Rai la provvista necessaria per regolare le reciproche posizioni di credito e di debito derivanti da taluni servizi di pagamento residuali previsti dal contratto di servizi di Rai nei confronti di Rai Way;
- un contratto di mandato in favore di Rai ad eseguire pagamenti e incassi, rispettivamente, dei debiti e crediti derivanti dalla liquidazione di talune partite infragruppo, prevalentemente nel contesto dell'attività di compensazione, per il tramite di Rai, delle posizioni di credito e di debito tra le società del Gruppo (c.d. attività di *netting*), restando inteso che tale attività non include i pagamenti rivenienti dal Contratto di Servizio e che il mandato non sarà utilizzato per autorizzare operazioni di copertura.

Accordi di fornitura di servizi da parte di Rai

La Rai fornisce una serie di prestazioni ad alcune società controllate, regolate da specifici contratti di servizio, che riguardano in particolare servizi amministrativi, servizi immobiliari, servizi informatici, servizi di collaudo e servizi di doppiaggio.

Consolidato Fiscale

Il Gruppo Rai applica il regime di tassazione di gruppo ai fini IRES definito "Consolidato fiscale nazionale", come previsto dagli articoli 117 e seguenti del TUIR e disciplinato inoltre dal D.M. 9 giugno 2004.

L'opzione per il Consolidato fiscale nazionale, avente durata triennale, è stata rinnovata dalla Capogruppo Rai per Rai Way, Rai Cinema e Rai Com sino al 31 dicembre 2018; per Rai Pubblicità l'opzione ha validità sino al periodo d'imposta 2016, e sarà rinnovata nella prossima dichiarazione dei redditi di Rai.

I rapporti di natura civilistica e patrimoniale tra le società partecipanti sono regolati da un apposito accordo sottoscritto tra le parti, aggiornato in relazione alle modifiche normative in materia che si verificano in vigenza dell'accordo medesimo.

Regime IVA di Gruppo

Il Gruppo si avvale della procedura di compensazione dell'IVA di Gruppo prevista dal Decreto Ministeriale del 13 dicembre 1979, recante le norme di attuazione delle disposizioni di cui all'articolo 73, ultimo comma, del Decreto del Presidente della Repubblica del 26 ottobre 1972, n. 633.

L'opzione per l'esercizio della procedura IVA di Gruppo con valenza annuale è stata esercitata tra Rai e tutte le altre società controllate residenti in Italia sino al 31 dicembre 2016. I rapporti di natura civilistica e patrimoniale, sono regolati da un apposito accordo sottoscritto fra le parti.

Altre parti correlate

Il Gruppo intrattiene con le Altre parti correlate rapporti di natura commerciale e finanziaria; tra i più rilevanti si indicano i seguenti.

San Marino RTV

È in essere con la società un contratto di conto corrente intersocietario sul quale sono trasferiti i debiti e crediti derivanti dalle transazioni economiche e finanziarie tra le parti. È inoltre previsto un affidamento da parte di Rai di Euro 1 milione che la società può utilizzare per scoperti derivanti dalla gestione ordinaria. Tale linea è controgarantita per il 50% dall'ERAS ("Ente per la Radiodiffusione Sammarinese").

Si segnala inoltre l'accordo di collaborazione in materia radiotelevisiva fra il Governo della Repubblica di San Marino e il Governo della Repubblica Italiana – Presidenza Consiglio dei Ministri, che prevede il riversamento di un contributo forfettario annuo a San Marino Rtv, effettuato per il tramite di Rai Com.

Tivù

Sono in vigore accordi che prevedono:

- da parte di Rai: la fornitura dei servizi di elaborazione e di gestione dell'EPG (Electronic Program Guide), di servizi editoriali e di consulenza, nonché la messa a disposizione di capacità trasmissiva satellitare funzionale all'offerta dei servizi EPG;
- da parte di Tivù: la fornitura del servizio EPG per la piattaforma digitale terrestre e satellitare e il servizio di "encryption".

Auditel

Fornisce il servizio di rilevazione dei dati di ascolto dei canali televisivi.

19) Eventi successivi alla data di riferimento del Bilancio Consolidato

Rinnovo Concessione

Il Consiglio dei Ministri ha deliberato, con decreto del 28 aprile 2017 attualmente in via di pubblicazione, la concessione in esclusiva alla Rai, per una durata decennale a decorrere dal 30 aprile 2017, dell'esercizio del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale sull'intero territorio nazionale, approvando contestualmente l'annesso schema di convenzione.

Una volta completata la procedura, verrà poi negoziato e sottoscritto con il Ministero dello Sviluppo Economico il Contratto di Servizio quinquennale con cui saranno individuati diritti e obblighi della Società.

Sud Engineering Srl

In data 1 marzo 2017, Rai Way ha finalizzato un accordo pluriennale per l'esercizio e la manutenzione della rete trasmissiva televisiva e radiofonica del Gruppo Norba, primo operatore locale in Italia per ascolti, attivo da 40 anni come leader nel settore della comunicazione multimediale nel Mezzogiorno. Contestualmente alla finalizzazione dell'accordo, la società ha acquisito da Telenorba l'intero capitale della Società Sud Engineering Srl con 30 siti trasmissivi localizzati in Puglia, Basilicata e Molise funzionali alla prevista attività di ospitalità delle postazioni.

Rai Pubblicità

In data 7 febbraio 2017 la Guardia di Finanza – Nucleo di Polizia Tributaria di Torino ha notificato a Rai Pubblicità SpA un decreto di perquisizione e sequestro, emesso in data 30 gennaio 2017 dalla Procura della Repubblica di Torino. Tale decreto è stato emesso nell'ambito di un procedimento penale già avviato nel settembre 2016, quale conseguenza degli atti impositivi emessi dalla Direzione Regionale delle Entrate del Piemonte di cui si è già data menzione nel presente bilancio 2016. Il decreto è stato emesso in relazione ad un'asserita condotta criminosa perpetrata dalla Società "nei periodi di imposta dal 2006 al 2011 attraverso l'emissione di fatture per operazioni soggettivamente inesistenti nei confronti di una società estera"; tale condotta "sarebbe continuata nei periodi d'imposta successivi, dal 2012 al 2016, attraverso l'utilizzo" di altre società estere.

In merito a quanto sopra, si evidenzia che:

- per il periodo dal 2006 al 2011 i fatti erano già noti alla Procura della Repubblica di Milano che non ha ritenuto di procedere nei confronti di Rai Pubblicità SpA, ma esclusivamente nei confronti di soggetti legati alla predetta società estera per frode fiscale in materia di IVA;
- per il periodo dal 2012 al 2016 le vicende riguardano un'unica società estera (centro media) ancora attiva; le verifiche svolte, con l'assistenza di autorevole società di consulenza, hanno escluso anomalie nel processo di fatturazione da parte di Rai Pubblicità SpA.

Rinnovo linee di credito

Nel mese di gennaio 2017 si è conclusa la procedura di rinnovo delle linee di credito *Revolving Credit Facility*, destinate alla copertura e al back-up dei fabbisogni di cassa del Gruppo (ad esclusione di Rai Way). Il finanziamento è utilizzato per far fronte alle esigenze di liquidità infrannuali derivanti dal versamento in quattro rate trimestrali, da parte del Ministero dell'Economia e delle Finanze, dei canoni versati dagli utenti.

La linea è concessa da un pool di quattro primarie banche per complessivi 270 milioni di Euro, con scadenza a cinque anni, e spread dell'1,17% sull'Euribor, in linea con i tassi di recenti operazioni effettuate da prenditori di primario standing creditizio.

Note illustrative al bilancio consolidato al 31 dicembre 2016

20) Raccordo tra Bilancio Separato e Bilancio Consolidato

L'analisi delle voci di raccordo tra risultato del Conto economico e del patrimonio netto del Bilancio Separato e i rispettivi dati del Bilancio Consolidato è il seguente:

(in milioni di Euro)	Risultato economico		Patrimonio netto	
	2016	2015	2016	2015
Bilancio Rai	4,2	(46,0)	799,4	811,8
Eliminazione del valore delle partecipazioni contro i rispettivi patrimoni netti e dei dividendi distribuiti contro gli utili dell'esercizio	13,8	20,3	(321,2)	(318,2)
Rettifica imposte differite su rivalutazione partecipazione Rai Wway	-	(0,7)	5,0	5,0
Altre rettifiche di consolidamento	0,1	0,8	(6,6)	(5,8)
Bilancio consolidato	18,1	(25,6)	476,6	492,8
di cui attribuibile ai terzi	14,6	13,7	56,6	56,3

21) Appendice

21.1 Partecipazioni di Rai in società controllate

La seguente tabella contiene le indicazioni delle partecipazioni di Rai in società per azioni anche estere.

Le suddette partecipazioni al 31 dicembre 2016 non sono variate rispetto alla situazione presente al 31 dicembre 2015.

	Sede Legale	N. Azioni/Quote possedute	Valore Nominale (in Euro)	Capitale Sociale (in migliaia di Euro)	Quota partecipazione %
Imprese controllate:					
Rai Cinema SpA	Roma	38.759.690	5,16	200.000	100,00%
Rai Com SpA	Roma	2.000.000	5,16	10.320	100,00%
Rai Corporation in liquidazione	New York (USA)	50.000	10,00 (1)	500 (2)	100,00%
Rai Pubblicità SpA	Torino	100.000	100,00	10.000	100,00%
Rai Wway SpA	Roma	176.721.110	-(3)	70.176	64,971% (4)

(1) valori in USD

(2) valori in migliaia di USD

(3) Azioni ordinarie senza indicazione del valore nominale.

(4) La quota di partecipazione di Rai diminuisce dal 65,07353% al 64,971% in seguito alla concessione gratuita delle azioni prevista in sede di Offerta Pubblica di Vendita.

Il valore di mercato delle azioni di Rai Wway SpA al 30 dicembre 2016 è pari a 3,58 Euro.

21.2 Posizione finanziaria netta consolidata

La posizione finanziaria netta, determinata conformemente a quanto previsto dal paragrafo 127 delle raccomandazioni contenute nel documento predisposto dall'ESMA n. 319 del 2013, implementative del Regolamento (CE) 809/2004, è la seguente:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
A. Cassa	0,3	0,3
B. Altre disponibilità liquide	85,9	145,8
C. Titoli detenuti per la negoziazione	-	-
D. Liquidità (A+B+C)	86,2	146,1
Titoli	-	2,3
Strumenti derivati di copertura	1,7	8,4
Depositi bancari vincolati	5,5	3,1
Prestiti al personale	0,1	0,1
Altri (ratei, risconti, disaggi emissione)	0,1	0,1
E. Crediti finanziari correnti	7,4	14,0
F. Debiti bancari correnti	(160,1)	(1,0)
G. Parte corrente dell'indebitamento non corrente	(40,0)	(35,0)
<i>Debiti verso altri finanziatori</i>	-	(4,4)
<i>Debiti verso collegate</i>	(0,1)	(0,1)
<i>Altri (ratei, risconti, disaggi emissione)</i>	(0,3)	(0,3)
H. Altri debiti finanziari correnti	(0,4)	(4,8)
I. Indebitamento finanziario corrente (F+G+H)	(200,5)	(40,8)
J. Posizione finanziaria corrente netta (D+E+I)	(106,9)	119,3
K. Debiti bancari non correnti	(95,3)	(135,2)
L. Obbligazioni emesse	(346,9)	(346,1)
<i>Debiti verso altri finanziatori non correnti</i>	(0,4)	(0,4)
<i>Strumenti derivati di copertura non correnti</i>	(0,1)	-
M. Altri debiti non correnti	(0,5)	(0,4)
N. Indebitamento finanziario non corrente (K+L+M)	(442,7)	(481,7)
O. Posizione finanziaria netta (J+N)	(549,6)	(362,4)

Attestazione ai sensi dell'art. 154 bis del D. Lgs. 58/98

I sottoscritti Antonio Campo Dall'Orto in qualità di Direttore Generale e Massimo Cappelli in qualità di Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari della RAI Radiotelevisione italiana Spa attestano, tenuto anche conto di quanto previsto dall'art. 154-bis, commi 3 e 4, del decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58:

- l'adeguatezza in relazione alle caratteristiche dell'impresa e
- l'effettiva applicazione

delle procedure amministrative e contabili per la formazione del Bilancio consolidato nel corso dell'esercizio 2016.


Le procedure amministrativo-contabili e le prassi operative in essere sono state applicate in coerenza con il sistema di controllo interno amministrativo-contabile in maniera idonea a garantire il raggiungimento degli obiettivi richiesti dal quadro normativo di riferimento.

Si attesta inoltre che:

- il Bilancio consolidato al 31 dicembre 2016 della RAI Radiotelevisione italiana Spa:
 - a) è redatto in conformità ai principi contabili internazionali applicabili riconosciuti nell'Unione Europea ai sensi del regolamento (CE) n. 1606/2002, del Parlamento europeo e del Consiglio, del 19 luglio 2002;
 - b) corrisponde alle risultanze dei libri e delle scritture contabili;
 - c) è idoneo a fornire una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale, economica e finanziaria dell'emittente e dell'insieme delle imprese incluse nel consolidamento.
- La Relazione sulla Gestione comprende un'analisi attendibile dell'andamento e del risultato della gestione, nonché della situazione dell'emittente e dell'insieme delle imprese incluse nel consolidamento, unitamente alla descrizione dei principali rischi e incertezze cui sono esposti.

Roma, 13.4.2017


Antonio Campo Dall'Orto
Direttore Generale


Massimo Cappelli
Dirigente Preposto alla redazione
dei documenti contabili societari

Relazione del Collegio Sindacale

Il Bilancio consolidato della Rai dell'esercizio 2016, trasmesso nei termini di legge unitamente alla Relazione sulla Gestione, è stato redatto nel rispetto delle norme sulla formazione del bilancio di Gruppo e risulta conforme agli *International Financial Reporting Standards* (IFRS) emanati dall'*International Accounting Standards Board* e adottati dalla Commissione Europea secondo la procedura di cui all'art. 6 del Regolamento (CE) n. 1606/2002 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 19 luglio 2002.

Il Bilancio consolidato al 31 dicembre 2016, messo a disposizione dal Consiglio di Amministrazione nella riunione del 13 aprile scorso, si compone di:

- Relazione sulla Gestione;
- Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata;
- Prospetto di Conto economico consolidato;
- Prospetto di Conto economico complessivo consolidato;
- Rendiconto Finanziario consolidato;
- Prospetto delle variazioni di Patrimonio netto consolidato;
- Note illustrative al Bilancio consolidato.

L'attività di vigilanza del Collegio sull'osservanza delle norme procedurali inerenti alla redazione del bilancio consolidato è stata svolta in ossequio alle norme di legge e alle "Norme di comportamento del Collegio Sindacale – Principi di comportamento del Collegio sindacale di società non quotate", emanate dal Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili.

Il Bilancio è corredato da note di carattere contabile che analizzano e commentano le variazioni delle singole voci di Situazione patrimoniale-finanziaria e di Conto economico. In un apposito prospetto è riportato il raccordo del Risultato e del Patrimonio netto del Bilancio della Capogruppo con i corrispondenti valori del Bilancio consolidato.

Il Direttore Generale ed il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari hanno rilasciato le previste attestazioni ai sensi dell'art. 154 bis del D.Lgs. n. 58/98, con riferimento al Bilancio consolidato 2016, analogamente a quanto fatto per il bilancio separato, attestando altresì che la Relazione sulla Gestione comprende un'analisi attendibile dell'andamento e del risultato della gestione, nonché della situazione dell'emittente e dell'insieme delle imprese incluse nel consolidamento, unitamente alla descrizione dei principali rischi e incertezze cui sono esposti.

La società PricewaterhouseCoopers, società di revisione cui spetta il compito di verificare la conformità del Bilancio Consolidato alle norme di legge e la sua corrispondenza alle risultanze delle

scritture contabili e di consolidamento, ha rilasciato la propria Relazione ai sensi degli artt. 14 e 16 del D.Lgs, n. 39/2010. A giudizio della PWC il Bilancio consolidato al 31 dicembre 2016 fornisce una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale e finanziaria del Gruppo Rai, del risultato economico e dei flussi di cassa per l'esercizio chiuso a tale data in conformità agli IFRS adottati.

Inoltre, sempre a giudizio della PWC, la Relazione sulla gestione e le informazioni della relazione sul governo societario e gli assetti proprietari sono coerenti con il Bilancio consolidato del Gruppo Rai al 31 dicembre 2016.

Il Bilancio consolidato del Gruppo Rai al 31 dicembre 2016 chiude con un utile di 18,1 milioni di euro (a fronte della perdita di 25,6 milioni di euro del 2015).

Per quanto di competenza, il Collegio Sindacale, a seguito di quanto esposto, è dell'avviso che il Bilancio consolidato del Gruppo Rai al 31 dicembre 2016 e la Relazione sulla gestione siano stati redatti secondo le prescritte disposizioni.

Roma, 09 maggio 2017

Il Collegio sindacale

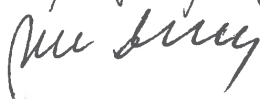
Dott. Biagio Mazzotta



Dott.ssa Anna Maria Magro



Dott. Roberto De Martino



Relazione della Società di revisione



RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE AI SENSI DEGLI ARTICOLI 14 E 16 DEL DLGS 27 GENNAIO 2010, N° 39

Agli azionisti di
RAI – Radiotelevisione italiana SpA

Relazione sul bilancio consolidato

Abbiamo svolto la revisione contabile dell'allegato bilancio consolidato di RAI – Radiotelevisione italiana SpA e delle sue controllate ("Gruppo RAI"), costituito dalla situazione patrimoniale-finanziaria al 31 dicembre 2016, dal prospetto di conto economico, dal prospetto di conto economico complessivo, dal prospetto delle variazioni del patrimonio netto, dal rendiconto finanziario per l'esercizio chiuso a tale data, da una sintesi dei principi contabili significativi e dalle altre note illustrative.

Responsabilità degli amministratori per il bilancio consolidato

Gli amministratori sono responsabili per la redazione del bilancio consolidato che fornisca una rappresentazione veritiera e corretta in conformità agli International Financial Reporting Standards adottati dall'Unione Europea nonché ai provvedimenti emanati in attuazione dell'articolo 9 del DLgs n° 38/05.

Responsabilità della società di revisione

E' nostra la responsabilità di esprimere un giudizio sul bilancio consolidato sulla base della revisione contabile. Abbiamo svolto la revisione contabile in conformità ai Principi di revisione internazionali (ISA Italia) elaborati ai sensi dell'articolo 11 del DLgs 39/10. Tali principi richiedono il rispetto di principi etici, nonché la pianificazione e lo svolgimento della revisione contabile al fine di acquisire una ragionevole sicurezza che il bilancio consolidato non contenga errori significativi.

La revisione contabile comporta lo svolgimento di procedure volte ad acquisire elementi probativi a supporto degli importi e delle informazioni contenuti nel bilancio consolidato. Le procedure scelte dipendono dal giudizio professionale del revisore, inclusa la valutazione dei rischi di errori significativi nel bilancio consolidato dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali. Nell'effettuare tali valutazioni del rischio, il revisore considera il controllo interno relativo alla redazione del bilancio consolidato dell'impresa che fornisca una rappresentazione veritiera e corretta al fine di definire procedure di revisione appropriate alle circostanze, e non per esprimere un giudizio sull'efficacia del controllo interno dell'impresa. La revisione contabile comprende altresì la valutazione dell'appropriatezza dei principi contabili adottati, della ragionevolezza delle stime contabili effettuate

PricewaterhouseCoopers SpA

Sede legale e amministrativa: Milano 20149 Via Monte Rosa 91 Tel. 0277851 Fax 027785240 Cap. Soc. Euro 6.890.000,00 i.v., C.F. e P.IVA e Reg. Imp. Milano 12979880155 Iscritta al n° 119644 del Registro dei Revisori Legali - Altri Uffici: **Ancona** 60131 Via Sandro Totti 1 Tel. 0712132311 - **Bari** 70122 Via Abate Gimma 72 Tel. 0805640211 - **Bologna** 40126 Via Angelo Finelli 8 Tel. 0516186211 - **Brescia** 25123 Via Borgo Pietro Wulher 23 Tel. 0303697501 - **Catania** 95129 Corso Italia 302 Tel. 0957532311 - **Firenze** 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 0552482811 - **Genova** 16121 Piazza Piccapietra 9 Tel. 01029041 - **Napoli** 80121 Via dei Mille 16 Tel. 08136181 - **Padova** 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049873481 - **Palermo** 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 091349737 - **Parma** 43121 Viale Tanara 20/A Tel. 0521275911 - **Pescara** 65127 Piazza Ettore Troilo 8 Tel. 0854545711 - **Roma** 00154 Largo Fochetti 29 Tel. 06570251 - **Torino** 10122 Corso Palestro 10 Tel. 011556771 - **Trento** 38122 Viale della Costituzione 33 Tel. 0461237004 - **Treviso** 31100 Viale Felissent 90 Tel. 0422696911 - **Trieste** 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 0403480781 - **Udine** 33100 Via Poscolle 43 Tel. 043225789 - **Varese** 21100 Via Albuzzi 43 Tel. 0332285039 - **Verona** 37135 Via Francia 21/C Tel. 0458263001 - **Vicenza** 36100 Piazza Pontelandolfo 9 Tel. 0444393311

www.pwc.com/it



dagli amministratori, nonché la valutazione della presentazione del bilancio consolidato nel suo complesso.

Riteniamo di aver acquisito elementi probativi sufficienti ed appropriati su cui basare il nostro giudizio.

Giudizio

A nostro giudizio, il bilancio consolidato fornisce una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale e finanziaria del gruppo Gruppo RAI al 31 dicembre 2016, del risultato economico e dei flussi di cassa per l'esercizio chiuso a tale data, in conformità agli International Financial Reporting Standards adottati dall'Unione Europea nonché ai provvedimenti emanati in attuazione dell'articolo 9 del DLgs n° 38/05.

Relazione su altre disposizioni di legge e regolamentari

Giudizio sulla coerenza della relazione sulla gestione e di alcune informazioni contenute nella relazione sul governo societario e gli assetti proprietari con il bilancio consolidato

Abbiamo svolto le procedure indicate nel principio di revisione (SA Italia) n° 720B al fine di esprimere, come richiesto dalle norme di legge, un giudizio sulla coerenza della relazione sulla gestione e delle informazioni della relazione sul governo societario e gli assetti proprietari indicate nell'articolo 23-bis, comma 4, del DLgs 58/98, la cui responsabilità compete agli amministratori di RAI – Radiotelevisione italiana SpA, con il bilancio consolidato del Gruppo RAI al 31 dicembre 2016. A nostro giudizio la relazione sulla gestione e le informazioni della relazione sul governo societario e gli assetti proprietari sopra richiamate sono coerenti con il bilancio consolidato del Gruppo RAI al 31 dicembre 2016.

Roma, 9 maggio 2017

PricewaterhouseCoopers SpA

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Pier Luigi Vitelli', written over a horizontal line.

Pier Luigi Vitelli
(Revisore legale)

Corporate Directory

Direzione Generale Rai

Viale Mazzini, 14
00195 Roma

Via Cavalli, 6
10138 Torino

t. +39 06 38781
www.rai.it

Centri Rai

Centro di produzione TV
Largo Villy De Luca, 4
00188 Roma

Centro di produzione RF
Via Asiago, 10
00195 Roma

Centro di produzione
Corso Sempione, 27
20145 Milano

Centro di produzione
Via Marconi, 9
80125 Napoli

Centro di produzione
Via Verdi, 16
10124 Torino

Centro ricerche
Via Cavalli, 6
10138 Torino

Società controllate

Rai Cinema SpA
Piazza Adriana, 12
00193 Roma

Rai Com SpA
Via Umberto Novaro, 18
00195 Roma

t. +39 06 684701
www.raicinema.it

t. +39 06 36861
www.rai-com.com

Rai Pubblicità SpA
Via Cavalli, 6
10138 Torino

Rai Way SpA
Via Teulada, 66
00195 Roma

t. +39 011 7441111
www.raipubblicità.it

t. 800 111 555
www.raiway.it

Rai Corporation (in liquidazione)
c/o GC Consultants
444 Madison Avenue - Suite 1206
New York - NY 10022



Sedi regionali

Abruzzo

Via de Amicis, 27
65123 Pescara

Marche

Scalo Vittorio Emanuele, 1
60121 Ancona

Sicilia

Viale Strasburgo, 19
90146 Palermo

Basilicata

Via dell'Edilizia, 2
85100 Potenza

Molise

Contrada Colle delle Api
86100 Campobasso

Toscana

Largo Alcide De Gasperi, 1
50136 Firenze

Calabria

Via G. Marconi snc
87100 Cosenza

Provincia autonoma di Bolzano

Piazza Mazzini, 23
39100 Bolzano

Umbria

Via Luigi Masi, 2
06121 Perugia

Emilia Romagna

Viale della Fiera, 13
40127 Bologna

Provincia autonoma di Trento

Via f.lli Perini, 141
38122 Trento

Valle d'Aosta

Loc. Grande Charriere, 70
11020 Saint Christophe (AO)

Friuli Venezia Giulia

Via Fabio Severo, 7
34133 Trieste

Puglia

Via Dalmazia, 104
70121 Bari

Veneto

Palazzo Labia - Campo San Geremia
Cannaregio, 275
30121 Venezia

Liguria

Corso Europa, 125
16132 Genova

Sardegna

Via Barone Rossi, 27
09125 Cagliari

Rai - Radiotelevisione Italiana SpA

Capogruppo

Denominazione: Rai - Radiotelevisione italiana SpA
Capitale Sociale: Euro 242.518.100,00 int. vers.
Sede Sociale: Viale Giuseppe Mazzini, 14
00195 - Roma

Progetto a cura di: Direzione Finanza e Pianificazione

Consulenza e coordinamento: Ergon Com



The Rai logo consists of the word "Rai" in a white, bold, sans-serif font, centered within a solid blue square. The background of the entire page is a light gray with several geometric shapes in blue and orange. A large blue triangle is on the left side, and several orange and gray squares are scattered across the page.

Rai

Relazione e bilancio
al **31 dicembre 2016**

Rai SpA

Relazione e bilancio al 31 dicembre 2016 Rai SpA



Indice

Organi Sociali	4
Struttura Organizzativa	5
Lettera agli Azionisti	6
Situazione economico-patrimoniale e finanziaria - sintesi	9
Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione	11
Prospetti contabili Rai SpA	143
Note illustrative al bilancio Rai SpA	149
Attestazione ai sensi dell'art. 154 <i>bis</i> del D. Lgs. 58/98	217
Relazione del Collegio Sindacale	218
Relazione della Società di revisione	223
Deliberazioni dell'Assemblea degli Azionisti	225
Corporate Directory	226

Organi Sociali

Consiglio di Amministrazione

Presidente Monica Maggioni

Consiglieri Rita Borioni
Arturo Diaconale
Marco Fortis
Carlo Freccero
Guelfo Guelfi
Giancarlo Mazzuca
Paolo Messa
Franco Siddi

Segretario Nicola Claudio

Collegio Sindacale

Presidente Biagio Mazzotta

Sindaci effettivi Anna Maria Magro
Roberto de Martino

Sindaci supplenti Pietro Floriddia
M.M. Assunta Protopapa

Direttore Generale

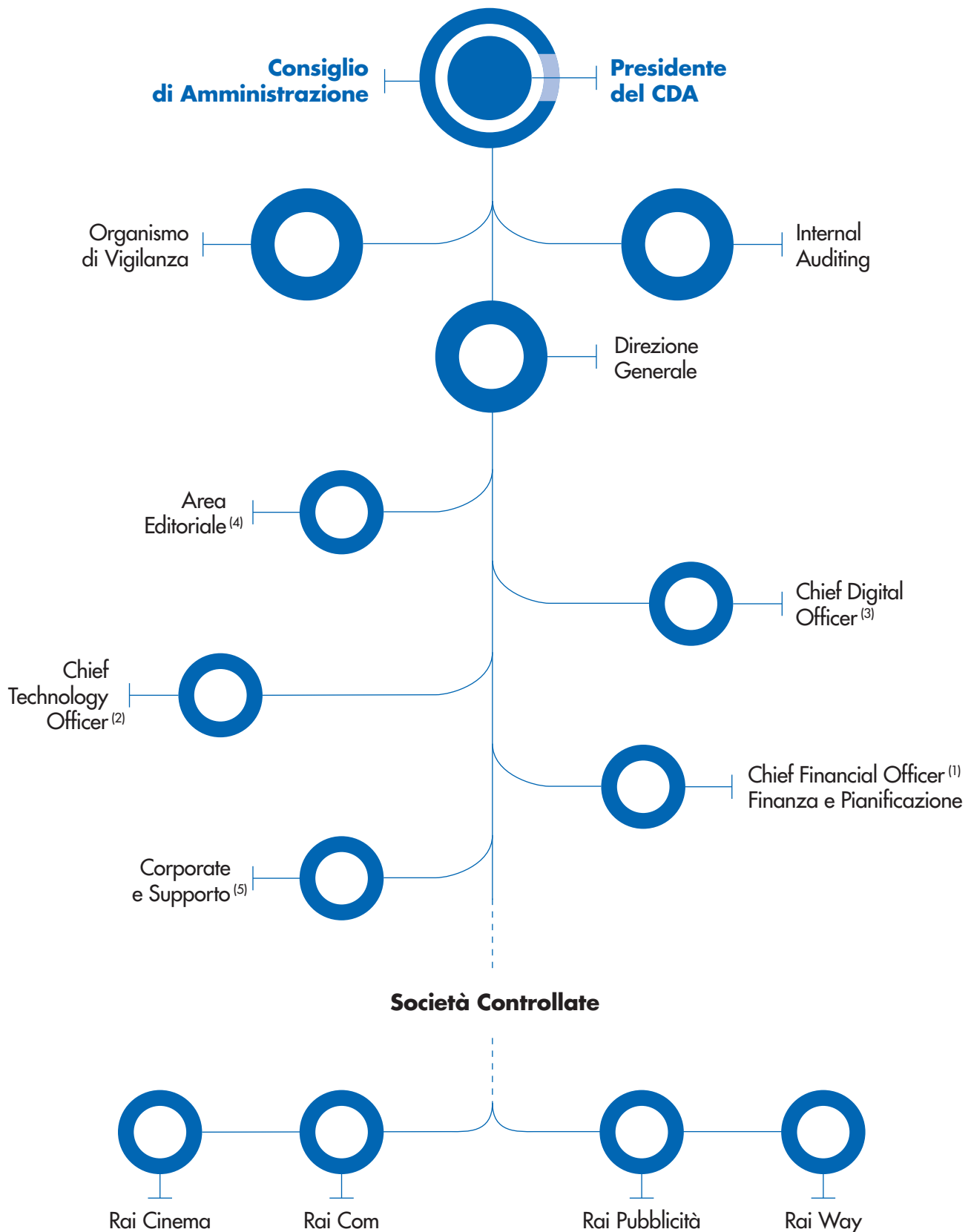
Antonio Campo Dall'Orto

Società di Revisione

PricewaterhouseCoopers

Struttura Organizzativa

(sintesi)



⁽¹⁾ Al Chief Financial Officer riportano: Pianificazione Strategica e Controllo di Gestione, Amministrazione e Finanza, Asset Immobiliari e Servizi, Coordinamento Sedi Regionali ed Estere, Canone, Affari Fiscali, Supporto Normativo Metodologico e PMO.

⁽²⁾ Al Chief Technology Officer riportano: Produzione TV, Qualità e Pianificazione, Centro Ricerche e Innovazione Tecnologica, Pianificazione frequenze e gestione dello spettro, Struttura Satelliti, ICT.

⁽³⁾ Al Chief Digital Officer riportano: Digital, Teche e la Struttura Servizi di Pubblica Utilità.

⁽⁴⁾ Include: Direzione editoriale per l'offerta Informativa, Coordinamento Editoriale Palinsesti Televisivi, Testate, Canali e Generi TV, Direzione Creativa e Radio.

⁽⁵⁾ Include, tra le altre, Comunicazione e Relazioni Esterne, Risorse Umane ed Organizzazione, Affari Legali e Societari.

Lettera agli Azionisti del Presidente del Consiglio di Amministrazione

Signori Azionisti,

L'esercizio 2016 della Rai si chiude con risultati economici ed editoriali significativi grazie alle numerose azioni messe in campo dall'Azienda ed all'importante modifica strutturale del sistema di esazione del canone, attuato con la riscossione del tributo tramite il pagamento delle bollette elettriche.

Il provvedimento sul "canone in bolletta" ha permesso di allargare notevolmente la base degli abbonati (da circa 16,5 milioni a circa 22 milioni di famiglie), consentendo di assorbire la riduzione a 100 Euro del canone unitario e garantendo maggiore equità tra i cittadini. Questa innovazione, la più importante modifica strutturale nella composizione delle risorse Rai degli ultimi decenni, pur particolarmente complessa sul piano tecnico e amministrativo è avvenuta con pieno successo e con ampia accettazione da parte dell'opinione pubblica, a riprova che il legame di fiducia, tra cittadini e Servizio Pubblico, anche in termini di necessità finanziarie, è assai più forte di quanto venga spesso e talvolta strumentalmente rappresentato.

Sul piano editoriale e tecnologico passi importanti sono stati fatti nei processi di innovazione con numerose offerte di nuovi programmi e con il lancio di Rai Play.

Rai Play, in particolare è una risposta di successo alle nuove modalità di consumo dei media, che vedono la grande crescita della fruizione di contenuti e video mediante smartphone e tablet, e proprio per questo è uno strumento insostituibile per avvicinare i post-adolescenti, un segmento di popolazione fondamentale per il futuro.

Nel settore televisivo è continuato il successo della fiction, genere nel quale l'investimento Rai corrisponde a più del 70% della produzione nazionale, contribuendo in maniera determinante al rafforzamento ed alla innovazione dell'industria nazionale dell'audiovisivo.

I primi 20 titoli di fiction italiana più seguiti sono stati di produzione Rai, con una progettualità editoriale mirata anche allo sviluppo di nuovi linguaggi e nuove storie in grado di competere maggiormente sui mercati internazionali come nel caso della serie "I Medici" che è stata già venduta in diversi paesi.

Numerose le novità anche nel campo dell'intrattenimento, con la ricerca di nuovi artisti e personaggi, con proposte coraggiose (la Prima della Scala in prima serata il 7 dicembre 2016) e con esperimenti di programmi originali ma di successo, come con l'étoile della danza Roberto Bolle e la rock star Mika.

L'informazione, settore decisivo per ogni Servizio Pubblico, conferma la propria affidabilità nei confronti dei cittadini, con ascolti dei tg Rai decisamente superiori a quelli di qualsiasi concorrente nazionale

In tempi di rapidissimi cambiamenti tecnologici, di moltiplicarsi di piattaforme e offerte, di mutamenti nelle modalità di consumo da parte dei cittadini, l'informazione

è tuttavia sottoposta a sfide importanti e nuovi rischi: la manipolazione delle fonti, le false notizie, il rischio di disintermediazione dal giornalismo professionale, con la crescita dei “social networks” e del consumo “fai da te” da parte degli utenti.

In questo contesto, in tutto il mondo, il Servizio Pubblico, sganciato dalla asfissiante ricerca commerciale di clicks e likes ha un ruolo ancora più importante che in passato nel garantire accuratezza, imparzialità, indipendenza e nel favorire una consapevole formazione delle opinioni.

Le mutate condizioni di scenario impongono tuttavia alla Rai, per raggiungere questi obiettivi, anche un profondo ripensamento nell’assetto dell’offerta informativa, rimasto sostanzialmente immutato negli ultimi 50 anni.

Al riguardo sono state avviate riflessioni e progetti per un nuovo piano dell’informazione, che richiede tuttavia analisi accurate, scelte complesse ed adattamenti organizzativi e produttivi delicati. L’obiettivo, che non può che essere di lungo respiro, è quello di dotare la Rai di un sistema di produzione e offerta più moderno, più efficiente e più coerente con i cambiamenti del pubblico e della società, ma sempre fedele ai principi di completezza e pluralismo che sono alla base stessa della nostra missione pubblica.

Si tratta di processi che richiedono impegno e che devono confrontarsi con inevitabili difficoltà ed errori, ma anche con un quadro istituzionale, normativo e di opinione pubblica in continuo e frequente mutamento.

Nel corso dell’anno, oltre al “canone in bolletta”, sempre più numerosi provvedimenti sono intervenuti nelle procedure di acquisizione di beni e servizi, nella fissazione di limiti alle retribuzioni ed ai compensi di collaborazione, nel rispetto delle nuove normative anti corruzione.

La Rai è naturalmente impegnata ad adempiere puntualmente a tutte le disposizioni, ma non può non osservarsi che la sempre maggiore attrazione in ambito “pubblicistico” dell’Azienda ne riduce sempre più il profilo di impresa con riflessi sull’efficienza, sull’autonomia delle scelte editoriali e sulla velocità dei processi in un momento in cui, per l’Azienda, è invece vitale una rapida risposta alla sfida dell’innovazione.

Il 2016 è stato, infine, un anno importante dal punto di vista della definizione della missione. È stata infatti avviata la procedura di rinnovo della concessione per il Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale.

Il Consiglio dei Ministri ha deliberato, con decreto del 28 aprile 2017 attualmente in via di pubblicazione, la concessione in esclusiva alla Rai, per una durata decennale a decorrere dal 30 aprile 2017, dell’esercizio del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale sull’intero territorio nazionale, approvando contestualmente l’annesso schema di convenzione.

In un contesto, anche tecnologico, in continua e rapida evoluzione/trasformazione e con una crescente presenza di operatori stranieri di grandi dimensioni, la decisione del Governo di confermare l’assegnazione esclusiva a Rai di queste attività essenziali per il nostro Paese, e per una durata che consente di fare piani a lungo termine, è una scelta importante, certamente meritata per la grande storia dell’Azienda, ma che dovrà essere meritata anche in futuro con un impegno sempre maggiore.

Una volta completata la procedura, verrà poi negoziato e sottoscritto con il Ministero dello Sviluppo Economico il Contratto di Servizio quinquennale con cui saranno individuati diritti e obblighi della nostra Società.

La certezza e la stabilità del quadro giuridico e della disciplina della governance, insieme all'auspicata definizione del livello del canone unitario su un orizzonte pluriennale in modo da garantire certezza e adeguatezza delle risorse finanziarie pubbliche, consentiranno alla Rai di affrontare le prossime sfide concentrandosi esclusivamente sulle migliori e più efficaci modalità per assolvere il mandato che le è stato affidato nell'interesse di tutto il Paese.

In definitiva, in un momento storico particolarmente complesso e difficile per l'intero mondo dei media, un Servizio Pubblico radiotelevisivo, solido e indipendente, la prima vera forma storica di mass-media, appare ancor più che in passato, come uno strumento vitale e necessario, per garantire alla cittadinanza un'offerta ricca, moderna e responsabile.

Pienamente consapevoli di questo impegno, puntiamo sul contributo creativo e appassionato dei nostri dipendenti e collaboratori e sui tanti diversi talenti ed eccellenze che lavorano con la nostra Azienda per costruire una Rai forte e apprezzata. Lo dobbiamo a noi stessi e a tutti gli italiani con cui ogni giorno entriamo in contatto.

Situazione economico-patrimoniale e finanziaria - sintesi

Rai SpA

Conto economico

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Ricavi esterni	2.627,7	2.335,3	292,4
Costi esterni complessivi	(1.521,9)	(1.363,4)	(158,5)
Costo del personale	(928,2)	(888,3)	(39,9)
Margine operativo lordo	177,6	83,6	94,0
Risultato ante imposte	(24,6)	(101,4)	76,8
Risultato di esercizio	4,2	(46,0)	50,2

Struttura patrimoniale

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Capitale proprio	799,4	811,8	(12,4)
Indebitamento (disponibilità) finanziario netto	563,5	349,5	214
Totale struttura patrimoniale	1.362,9	1.161,3	201,6

Investimenti

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Investimenti in programmi	210,1	220,3	(10,2)
Investimenti tecnici	64,4	69,6	(5,2)
Totale investimenti	274,5	289,9	(15,4)

Personale

(in unità)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
A tempo indeterminato e determinato	12.003	11.825	178
di cui a tempo determinato	700	771	(71)

Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione

La missione	12
Lo scenario del mercato	12
Gli obiettivi raggiunti	21
Il prodotto Rai: offerta e performance	24
Mappa dell'offerta Rai	24
L'offerta editoriale	26
La performance dell'offerta Rai	35
Le attività	39
La televisione	40
La radio	76
Digital	82
Attività commerciali	88
Altre attività	94
Il quadro normativo e regolamentare	104
Corporate governance	109
Relazione sul governo societario - il Modello di Control governance di Rai e il Sistema di Controllo Interno e Gestione dei Rischi	110
Sintesi economico-patrimoniale e finanziaria di Rai SpA	115
Altre informazioni	133
Risorse Umane e Organizzazione	134
Security & Safety	138
Rapporti intersocietari	140
Fatti occorsi dopo la chiusura dell'esercizio	142
Prevedibile evoluzione della gestione	142
Informazioni supplementari	142

La missione

La missione della Rai è rappresentata dal suo **ruolo di Servizio Pubblico generale radiotelevisivo**.

La Concessionaria, in forza di apposite fonti normative, nazionali e comunitarie, è tenuta ad adempiere a precise obbligazioni in tema di qualità e quantità della programmazione, ulteriormente dettagliate nel Contratto di Servizio stipulato con il Ministero dello Sviluppo Economico.

Il **Contratto di Servizio** attualmente vigente è quello riferito al triennio 2010-2012 tutt'ora in vigore per effetto dell'articolo 36 del medesimo Contratto.

Il Contratto prevede per Rai prescrizioni rispetto ai livelli di servizio e vincoli nello svolgimento della propria attività editoriale.

Il Contratto di Servizio stabilisce una connessione evidente tra la Rai, gli individui e la collettività, rispondendo a bisogni rilevanti per la crescita dell'individuo e per la creazione di una coscienza sociale.

Tra i temi editoriali sono degni di menzione l'attenzione alla formazione e al lavoro, all'informazione e all'approfondimento, ai temi sociali e culturali, a bambini e adolescenti, alla figura femminile, allo sport e all'intrattenimento, alle minoranze linguistiche e alla promozione all'estero del Paese per gli stranieri così come per le tante comunità di italiani che vi risiedono.

Lo scenario del mercato

Il processo di convergenza multimediale, in atto da molti anni, ha subito nel 2016 un'accelerazione decisiva, mostrando una compiuta maturità industriale attraverso significativi mutamenti di perimetri aziendali e ri-focalizzazioni su nuovi *core-business*, determinando decisivi mutamenti nello scenario competitivo di riferimento.

In linea con quanto si sta verificando nel mercato europeo e globale, anche in Italia il settore media si trova ad affrontare una sempre crescente competizione multi-dispositivo e multi-piattaforma, che impone a tutti gli operatori del settore di innovare costantemente e sviluppare nuovi approcci al mercato, al fine di competere, oltre che con i tradizionali concorrenti, con nuovi attori, nazionali e internazionali.

Il processo di convergenza ha raggiunto nel corso dell'anno un tale livello di maturità da innalzare ulteriormente il già elevatissimo livello di competizione, grazie a modelli di consumo che esaltano qualità dei contenuti, tecnologia della piattaforma distributiva e disponibilità di larghe basi di consumatori.

La specializzazione degli editori tradizionali sulla qualità dei propri contenuti in questo mercato non è più sufficiente, in quanto il time-budget mediale, e le conseguenti risorse disponibili, si ripartiscono tra molteplici modalità distributive, in cui la tecnologia disponibile, unitamente al dispositivo di fruizione e alla capacità di soddisfare i bisogni mediiali delle audience, rendono competitor operatori che provengono da mondi e business precedentemente separati.

Gli editori tradizionali hanno quindi attuato un continuo processo di revisione dei propri perimetri aziendali e delle proprie offerte al pubblico, cercando di rafforzare nel proprio processo produttivo e distributivo gli elementi più deboli tra quelli considerati vincenti nel nuovo scenario: contenuti, tecnologia, audience, dati.

Alla luce dell'importanza di questi nuovi paradigmi, tutti gli operatori del settore hanno dato vita a una ristrutturazione e a un potenziamento organico delle proprie attività nell'ottica sopra riportata; a questo processo, alcuni Gruppi hanno affiancato un atteggiamento più aggressivo per promuovere importanti operazioni societarie, travalicanti consolidati ambiti territoriali, tecnologici, editoriali e tali da cambiare fisionomia a mercati e comparti apparentemente consolidati.

Partendo da ciò che è accaduto nell'ex editoria cartacea, notiamo che i grandi Gruppi di settore si stanno orientando verso una logica di

razionalizzazione e di integrazione sempre più crossmediale delle proprie offerte, per attrarre pubblici esigenti e con consumi fluidi. In tale ottica si colloca l'acquisizione da parte di Mondadori della divisione media online della maggiore società italiana di e-commerce. Con l'acquisizione dei *vertical content* di Banzai, Mondadori non solo ha inglobato alcuni dei siti più popolari in Italia (*GialloZafferano*, *Cookaround*, *Pianetadonna*, *Studenti.it*, *Soldionline*, *FilmTv*, *Liquida*), ma anche il *know how* nei new media, la competenza nelle piattaforme digitali e la capacità di raggiungere target pregiati.

In questo quadro di nuove alleanze, integrazioni e razionalizzazioni, si colloca l'accordo per la fusione tra il Gruppo L'Espresso (editore de *La Repubblica*) e Itedi (che edita *La Stampa* e *Il Secolo XIX* e detiene il 100% della concessionaria pubblicitaria Publikompass). L'integrazione darà vita al leader italiano nel settore dell'informazione multimediale quotidiana sia a livello nazionale sia locale; la combinazione industriale, dato il forte presidio del Gruppo L'Espresso nella crossmedialità, consentirà di sviluppare importanti sinergie.

Non meno importante, l'operazione che ha riguardato la società editrice, tra gli altri, di *Corriere della Sera* e *Gazzetta dello Sport*: Cairo Communication, all'esito dell'offerta pubblica di acquisto e scambio (OPAS), ha acquisito il controllo del gruppo RCS. Da tale operazione è nato un grande Gruppo editoriale multimediale capace di creare, in una logica multipiattaforma, grande valore comunicazionale dalla realizzazione di importanti sinergie tra quotidiani, periodici, libri e tv.

Sul fronte del mercato radiofonico si registra il consolidamento del Gruppo Mediaset che – dopo aver acquisito nel 2015 il 19% di RB1 SpA – azionista con i soci fondatori del 92,8% di Finelco – è salita a luglio 2016 al 72,12% del capitale sociale, dando vita al polo *RadioMediaset*.

A livello internazionale, Liberty Global – operatore anglo-americano che controlla canali del calibro di Amc e ITV, leader nell'offerta cavo in diversi Paesi europei – e Netflix hanno firmato un accordo che prevede la distribuzione dei contenuti di quest'ultima agli abbonati della prima.

Spostando l'attenzione al mercato americano dell'over-the-top, si segnala l'operazione conclusa da Microsoft, che ha rilevato LinkedIn per 26,2 miliardi di Dollari, una valorizzazione che attribuisce alla società una grande potenzialità prospettica. Con questa operazione, Microsoft, che ha più di 1,2 miliardi di utenti e dispone

di una liquidità di oltre 90 miliardi di Dollari, prova ad uscire dall'angolo 'off-line' in cui era stata relegata cercando di unire il mondo del *professional cloud* a quello del *professional network*. LinkedIn, con i suoi 430 milioni di utenti profilati, identificabili e *updated*, consentirà a Microsoft di creare una rete integrata altamente competitiva, con ampie possibilità di sviluppo nell'online, nella profilazione dei target e del cross-selling con il mondo Windows.

La priorità strategica individuata da Microsoft per il social si basa su uno sviluppo che si avvicini alle logiche di Facebook, conservando la funzione specifica per aziende, manager e professionisti. In tale direzione vanno le novità annunciate tra la fine del 2016 e l'inizio del 2017: l'inserimento in *home page* delle *News Feed*, con il flusso di notizie postate dai propri contatti; lo sviluppo di un *messenger* per dialogare in tempo reale con colleghi e/o *recruiters*; l'inserimento di una *chat box* per la visione condivisa di video.

L'integrazione tra contenuti, pubblici e know-how di provenienza geografica e culturale diversa in un insieme sinergico anche dal punto di vista tecnologico era certamente anche l'obiettivo della partnership strategica e industriale disciplinata con un contratto sottoscritto ad aprile 2016 tra il Gruppo Mediaset e Vivendi, società francese attiva nel campo del cinema (*Groupe Canal Plus*), della musica (*Universal Music Groupe*) e dei videogames (*Ubisoft* e *Gameloft*), nonché azionista di riferimento di Telecom Italia. La transazione prevedeva l'acquisto da parte della società transalpina dell'89% di Mediaset Premium e uno scambio azionario bilanciato e paritario: il 3,5% di azioni Vivendi in cambio del 3,5% di Mediaset. Almeno tre le ricadute positive per le parti: il rilancio dell'offerta Pay tv di entrambe le società (*Mediaset Premium* e *Canal Plus*), una efficace competizione in Europa con l'operatore globale Sky e anche il contrasto all'inesorabile avanzata degli Ott americani specializzati nell'unione tra contenuti, tecnologia, dati e audience variegata, primo fra tutti Netflix, attraverso la produzione e la distribuzione in comune di contenuti audiovisivi e la creazione di una piattaforma tv globale over-the-top. Il progetto di Vivendi, forte della sua partecipazione in Telecom Italia, prevedeva anche il lancio di un'offerta congiunta con la Telco e con altre società dei due Gruppi: un unico abbonamento con la banda larga di Telecom Italia, i contenuti di *Mediaset Premium*, la musica di *Universal Music Group*, i film di Warner Bros e Universal e i giochi di *Gameloft*.

Malgrado la portata innovativa e crossmediale dell'intesa, successivamente alla sottoscrizione, è insorto tra le Parti un importante contenzioso

legale che ha pregiudicato l'esecuzione del contratto.

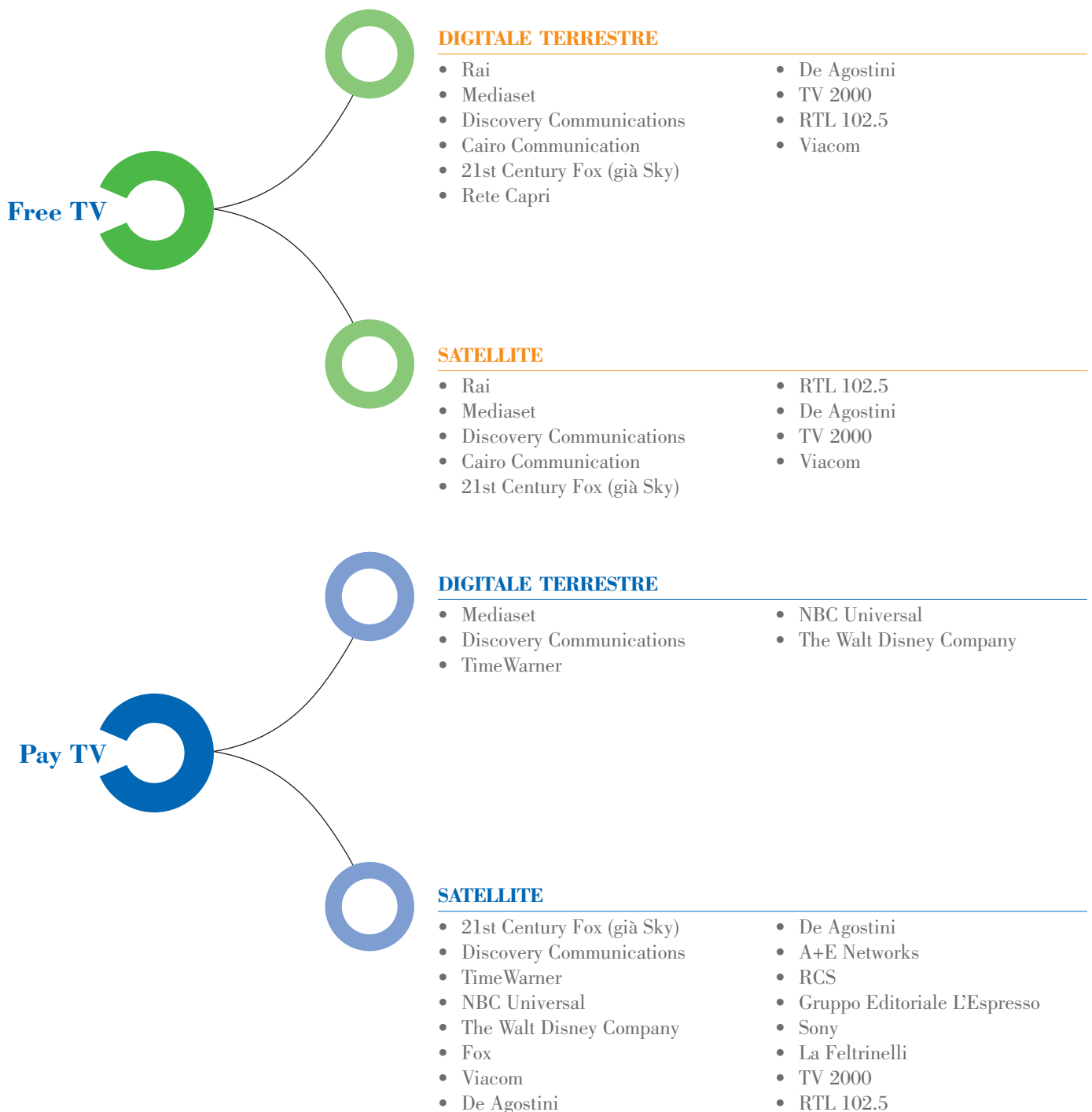
Nel frattempo Telecom, a fine dicembre, ha deliberato di accelerare la strategia 'quadruple play' entrando nella produzione di contenuti premium per la banda ultralarga e l'avvio del procedimento di societizzazione delle attività di TIMvision. La nuova società avrà come missione quella di presentare al mercato un'offerta video arricchita di nuovi contenuti premium prodotti e

coprodotti a livello nazionale e internazionale. TIMvision sarà quindi lo strumento per assicurare al gruppo la disponibilità di contenuti in esclusiva per la banda ultralarga che permetteranno uno sviluppo accelerato dell'utilizzo della fibra allargando l'offerta di prodotti e servizi in IPTV.

In tal senso, a livello internazionale, su scala di gran lunga più ampia, si inserisce il tentativo di fusione, attualmente al vaglio delle competenti autorità, tra AT&T, storica società di telefonia

Principali operatori televisivi operanti in Italia

(Fonte Rai)



americana, la cui rete di telecomunicazioni copre 127 nazioni nel mondo e che fornisce servizi vocali, video e trasferimento dati via Internet a privati, aziende e agenzie governative, nonché servizi televisivi di diversa natura e l'editore Time Warner, il cui perimetro di attività spazia dal cinema (Warner Bros.), alla televisione (Hbo, Cinemax, Tnt, Cnn, Cartoon Network, Cw) e al web (Machinima, DramaFever).

In uno scenario che vede il mondo digital diventare sempre più importante e centrale nel mercato globale, in particolare nel comparto dei media, le aziende, le istituzioni e le organizzazioni in generale non possono più permettersi di trascurare l'enorme mole di dati prodotta dalle tante forme di interazione digitale che ormai tutte le attività organizzate comportano. Per le Media Company questi nuovi concetti assumono rilevanza ancora maggiore, sia per le opportunità derivanti dalla personalizzazione dei contenuti e delle esperienze di fruizione, sia per le minacce derivanti dai grandi operatori globali della comunicazione, capaci di abbattere ogni barriera nazionale e di fornire al pubblico capacità così sofisticate di comunicazione da rendersi addirittura indispensabili, nonché di fornire loro, oltre a enormi vantaggi economici, anche una possibilità di influenza sull'opinione pubblica senza precedenti.

Gli operatori più avanzati stanno sviluppando piattaforme tecnologiche, veri e propri giacimenti di *big data*, attraverso cui è possibile raccogliere, elaborare e organizzare grandi quantità di dati

provenienti da varie fonti, al fine di costruire puntuali profilazioni del pubblico e di veicolare conseguentemente esperienze di fruizione quanto più appaganti e personalizzate possibili (*customer engagement*). In tal senso sono, ad esempio, i due sistemi lanciati da Sky per una migliore pianificazione ed efficacia delle campagne pubblicitarie, AdSmart e AdVance. Questo processo di trasformazione, che rappresenta una grande opportunità e allo stesso tempo una grande sfida per le aziende, impone il passaggio ad approccio strategico (*business intelligence*) nella produzione e gestione dei dati di profilazione, attivando nuove strategie e modelli di business.

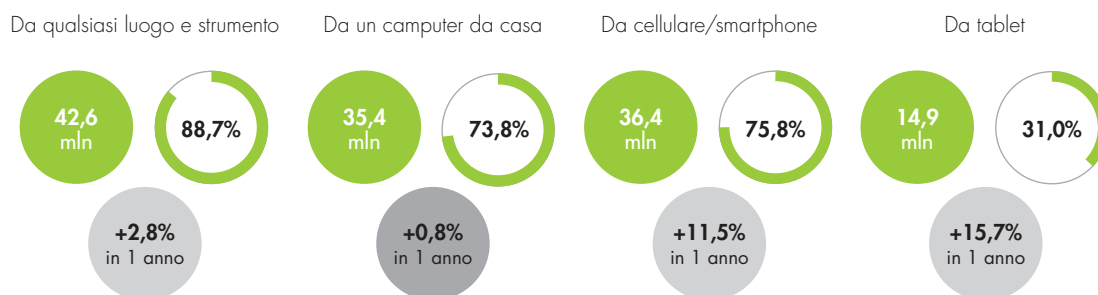
In tal senso Rai, nel corso del 2016, ha avviato con il lancio della App e del portale RaiPlay sia un'estensione del ventaglio delle piattaforme disponibili per la propria offerta sia una serie di azioni volte ad implementare un sistema per l'utilizzo mirato dei big data derivanti. Ciò per ragioni editoriali e di servizio, con l'obiettivo di massimizzare il valore della customer experience, attraverso percorsi guidati e suggerimenti personalizzati rispetto alle preferenze individuali di fruizione.

Nel 2016 poi è divenuta sempre più chiara la consapevolezza di come i device mobili, principalmente gli smartphone, abbiano radicalmente modificato le abitudini di consumo mediatico. È innegabile come negli ultimi anni tali apparati abbiano assunto nella vita dei cittadini una centralità sempre maggiore, rendendo il tempo

Disponibilità di accesso alla rete internet da diversi device

(Fonte Audiweb, dicembre 2016)

Italiani 11/74 anni



Famiglie con un componente fino a 74 anni



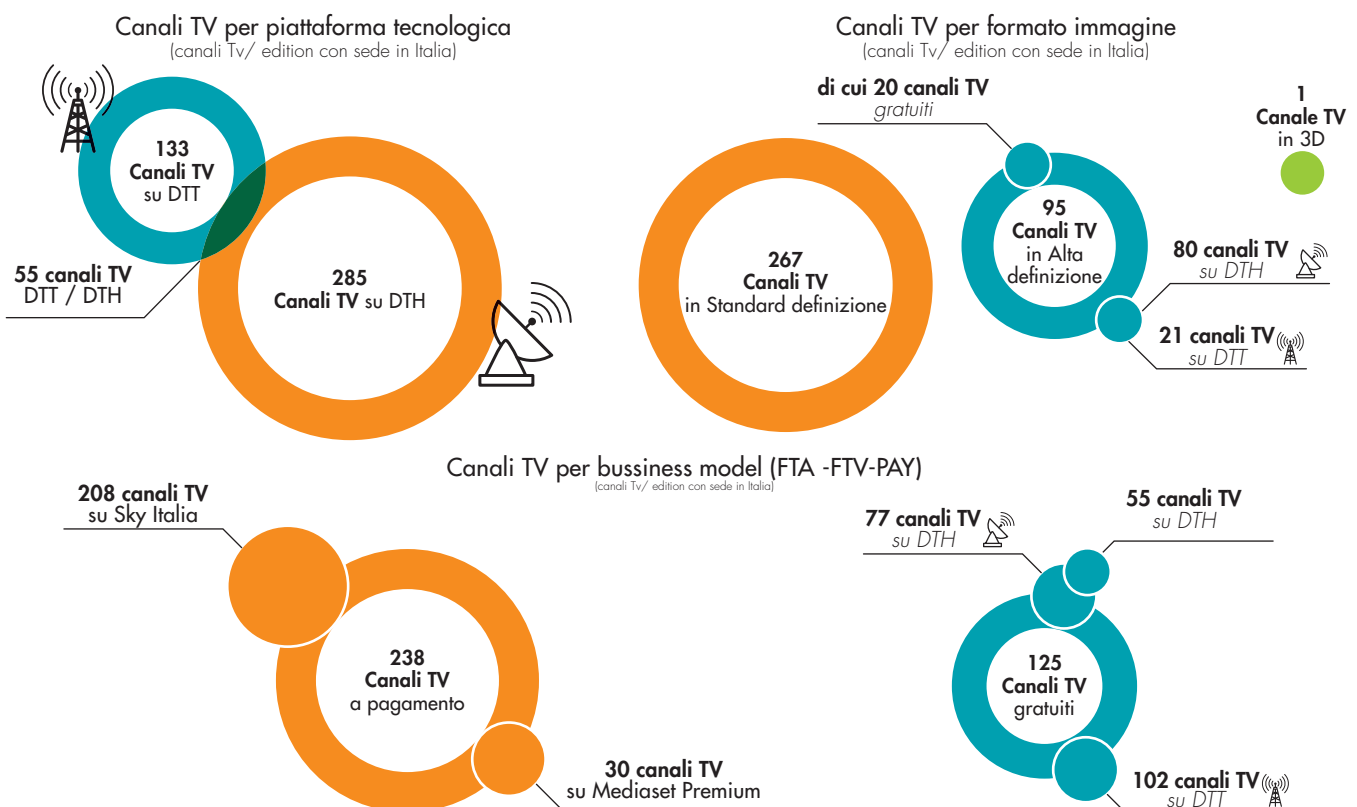
perso interstiziale un tempo di consumo mediale e di connessione sociale. Nella sostanza, nel percepito del pubblico, lo schermo del cellulare è divenuto, per tutto e in ogni momento, lo *Schermo*.

I tablet sono vissuti come mini tv prevalentemente domestiche ove si fruiscono video, film, serie tv e tanto YouTube, tutto possibilmente on demand. Il Pc, laptop o desktop, è demandato a un altro tipo di consumo: lavoro o alternativa agli altri device. La Smart tv connessa rimane ancora uno strumento relativamente poco usato, in attesa di *killer application* che ne spingano la fruizione effettiva. La tv tradizionale resta l'agorà mediatica necessaria per rifornirsi di *social currency*; il suo utilizzo viene percepito dai consumatori come centrale soprattutto nelle cosiddette fasce di maggiore ascolto, utile per fruire di telegiornali, serie tv, talent, reality e talk show, con fruizioni cross aumentate dal digital.

Lo smartphone è vissuto come 'democratico', orizzontale, come qualcosa uguale per tutti e che tutti usano sostanzialmente nello stesso modo. Le App installate sono più o meno sempre le stesse e, grazie alla loro semplicità di uso, permettono a tutti di accedere al mondo online e ai diversi servizi che fino a pochissimo tempo fa risultavano inaccessibili a molti a causa delle barriere tecnologiche. Nel quotidiano delle persone si individuano tre ambiti principali di utilizzo degli smartphone e, soprattutto, delle App: pratico, sociale e mediale, che spesso tendono a sovrapporsi. Il contenuto video, per

sua natura fortemente emozionale e d'impatto, tende a divenire la modalità di fruizione preferita dal pubblico nel social, nelle news, negli *snack content*, nell'intrattenimento, ma anche nei *selfie* o nelle dirette Facebook. Sullo smartphone, la tv diventa una App, soprattutto tra i giovani; è una fruizione molto diversa da quella tradizionale, avviene prevalentemente *outdoor*, ma che tende a ristabilire un legame con i network; per il consumatore, tuttavia, rimangono elementi di disorientamento nell'identificazione – in assenza di segnali guida – del titolo *on demand* di interesse.

Il 2016 è stato anche l'anno dell'inversione del trend negativo innestato dalla crisi del 2008. Il mercato pubblicitario è tornato a crescere e, nel periodo gennaio-dicembre (dati Nielsen), ha registrato una variazione percentuale di 2,3 punti, passando dai poco meno di 5,8 miliardi di Euro raccolti nel 2015 agli oltre 5,9 del 2016. È proseguita la contrazione degli investimenti commerciali nel settore dei quotidiani, che hanno evidenziato la flessione proporzionalmente maggiore (-7,8%). Internet registra, relativamente al perimetro monitorato, un decremento del 2,4%; tuttavia, includendo alcune componenti fondamentali (quali *Search* e *Social*), il segmento chiuderebbe, stando ai dati IHS, PWC e Polimi, con un +14,3%. Il mercato televisivo evidenzia una crescita del +5,4%; in tale contesto, tutti gli editori, free e pay, hanno fatto registrare un trend positivo: Rai è cresciuta più della media di mercato (+6,3%) anche grazie alla raccolta legata agli eventi sportivi (*Euro 2016* e *Olimpiadi di Rio 2016*).



Nota: Canali Tv a diffusione nazionale relativi al perimetro televisivo nazionale considerato. Non sono inclusi canali internazionali ritrasmessi sul territorio nazionale.
Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni -CRTV

Nel grafico sottostante si riporta la dinamica della raccolta pubblicitaria per mezzo (2007-2016), ove si evidenzia l'importante flessione degli investimenti commerciali del mercato televisivo.

Rai, in qualità di concessionaria esclusiva del Servizio Pubblico, continua ad aggiornare costantemente il proprio orientamento strategico e le proprie modalità operative per continuare a svolgere la propria missione con la dovuta efficacia ed efficienza anche nel nuovo scenario, consolidando il processo di trasformazione in *Digital Media Company*.

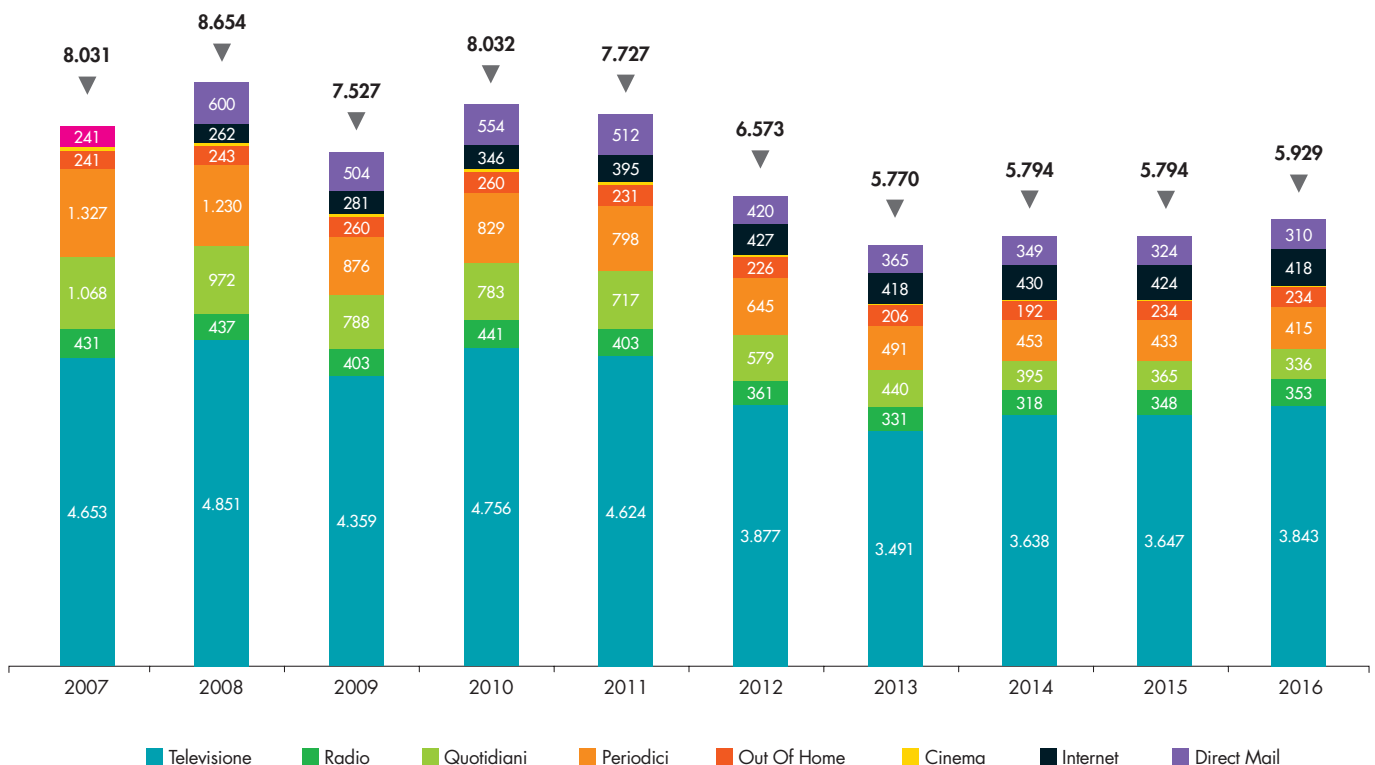
Un processo articolato e in divenire, che continuamente prevede una revisione del modello ideativo, produttivo e distributivo, con contenuti crossmediali sempre più personalizzati e personalizzabili, da realizzare sia attraverso importanti investimenti tecnologici sia attraverso una crescente diffusione della cultura digital all'interno dell'Azienda. In tale prospettiva, come già anticipato, diventano sempre più rilevanti le attività di profilazione delle audience, che permettono una customizzazione e un'evoluzione costante della *user experience*, nonché adeguati processi di *up-selling* e *cross-selling* applicati al mondo della tv, della radio, del web e del social, affinché pubblici di singoli eventi e singoli mezzi diventino pubblici generalizzati del Gruppo.

Rai, nella sua speciale soggettività, si pone pertanto come obiettivo strategico prioritario quello di promuovere la fruizione di contenuti digitali di tutti i tipi esistenti, per contribuire fattivamente al superamento del *digital divide* e promuovere l'alfabetizzazione digitale sia primaria sia secondaria, rafforzando ed estendendo il consumo digitale da parte dei target già 'digitalizzati' nonché consapevolezza e consumo di base presso le fasce di popolazione che, più o meno consapevolmente, ne sono rimaste fuori o ai margini.

Nello scenario media italiano, la tv è ancora oggi il media utilizzato dal maggior numero di italiani (45 milioni circa quotidiani), mentre la radio tiene eccellentemente il passo con oltre 35 milioni di ascoltatori quotidiani, rimanendo un mezzo in grado di rinnovarsi e rafforzarsi con le innovazioni tecnologiche e le evoluzioni sociali, continuando ad attrarre e a fidelizzare un ampio pubblico. In sviluppo incessante il mercato dei servizi digital (usati quotidianamente da circa 22 milioni di italiani), dove si registra una sempre maggiore propensione degli utenti ad utilizzare il web come strumento di lavoro e fonte di informazioni e non solo come strumento relazionale, di svago e intrattenimento; a questo processo contribuisce in maniera determinante la ormai ampia diffusione dei *device* mobili, in particolare degli smartphone, e la crescente diffusione dei social media.

Dinamica della raccolta pubblicitaria per mezzo (gennaio/dicembre 2007-2016)

(fonte Nielsen, dati in milioni di Euro)



Per quanto concerne i canali televisivi a diffusione nazionale, a novembre 2016 ne sono stati individuati 418 (di cui 363 di editori con sede in Italia), suddivisi tra 285 canali e servizi trasmessi via satellite (Sky Italia e Tivùsat) e 133 canali nazionali presenti sulla piattaforma DTT (inclusendo quelli free e quelli visibili su Mediaset Premium); quelli visibili sia sulla piattaforma DTT che DTH sono 55. Si registra un lieve aumento dell'offerta complessiva con una sempre maggiore diffusione delle versioni in alta definizione di canali già esistenti: 95 canali (pari al 26%), più un canale che trasmette contenuti in 3D (piattaforma DTH, Pay); a questi va aggiunto un numero elevato di canali televisivi (lineari e non) presenti sul web.

Da un punto di vista del modello di business (Free to air, Free to view e Pay), i 363 canali di editori con sede in Italia si distinguono 238 canali a pagamento (di cui 208 visibili sulla piattaforma Sky Italia e 30 sulla piattaforma Mediaset Premium) e 125 canali gratuiti.

Nel 2016 gli editori storici hanno proseguito la politica di diversificazione del portfolio realizzando canali altamente specializzati, mentre nuovi player provenienti da altri settori editoriali, piattaforme o mercati diversi (telco, internet giants) continuano ad inserirsi e a sovrapporsi all'offerta dei broadcaster televisivi tradizionali, principalmente su piattaforme alternative a quelle televisive classiche, sfruttando la grande diffusione delle connessioni web in mobilità.

Rispetto alla piattaforma satellitare, nel 2016, la quota di abbonati Sky è pari a poco meno di 4,4 milioni di famiglie. Rimane pressoché invariata la presenza dei decoder MySky, disponibili per il 76% delle famiglie abbonate Sky. Si accentua invece la crescita dell'offerta sportiva di Sky Calcio (+2%) che arriva ad

interessare il 51% delle famiglie abbonate a Sky, corrispondenti a circa 6,2 milioni di individui.

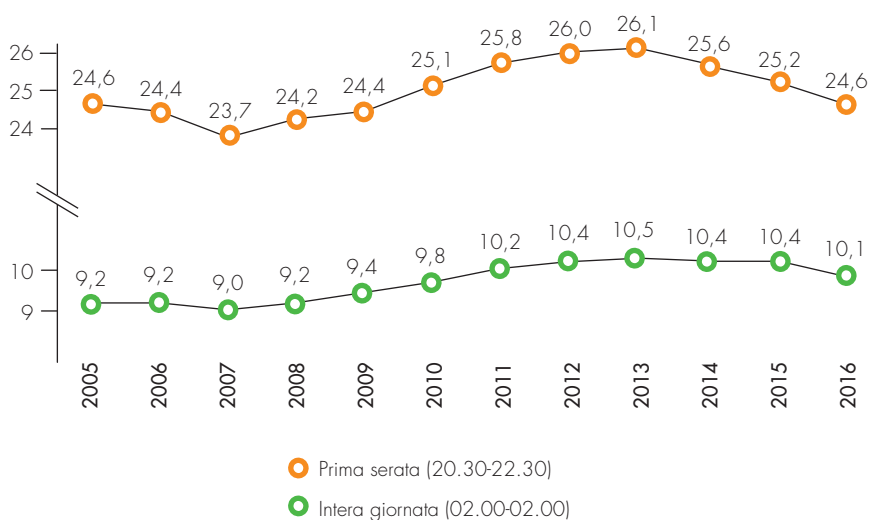
Sempre tra i servizi televisivi a pagamento, Mediaset Premium, veicolata tramite il DT, sulla base dei dati diffusi dal Gruppo, ha superato di poco i 2 milioni di abbonati.

Si registra, invece, un lieve aumento dell'utilizzo della piattaforma satellitare gratuita TivùSat: nel periodo considerato ha infatti raggiunto quota 2,9 milioni di schede attivate e più di 2 milioni di famiglie utenti.

Nel corso del 2016, in termini di quadro competitivo, si evidenziano le seguenti principali operazioni:






- il canale MTV, attivo sull'LCN 8, attua un'azione di rebrand cambiando la propria denominazione in TV8;
- la posizione LCN 50 viene assegnata a SKY Tg24 DFCTD (dentro i fatti con le tue domande) numerazione precedentemente occupata dal canale Laeffe passato a sua volta sulla piattaforma pay di Sky;
- Rcs Media Group chiude il canale in chiaro La gazzetta dello sport (LCN59), lanciata nel 2015;
- il gruppo Viacom lancia, sulla posizione LCN 27, il canale Paramount Channel, spazio precedentemente occupato da Sky TG24;
- DeeJay tv, attivo sull'LCN 9, è ridenominato Nove;
- Rai lancia due nuovi canali in HD sulla piattaforma TivùSat: Rai Movie HD e Rai Premium HD (canali 114 e 115);
- Sky online assume il nome di Now tv;
- Viacom Media Network Italia lancia il canale musicale VH1 visibile sulla posizione LCN 67 del DTT;
- Rai chiude il canale Rai HD ed attiva Rai 1 HD sulla posizione LCN 501 del DTT;
- chiusura della trasmissione sul digitale terrestre di Radio Capital tv e M2o Tv, che rimangono visibili solo sulla piattaforma pay di Sky e in streaming sui rispettivi siti, e attivazione dei canali Radiofreccia Tv e RTL 102.5 Tv HD;
- lancio del canale I.D. Investigation Discovery sulla piattaforma pay Mediaset Premium;
- Vodafone avvia il servizio Vodafone Tv, che offre attraverso un'unica piattaforma integrata i contenuti della Tv tradizionale, on demand e Internet TV;
- Amazon, infine, ha reso disponibile anche in Italia il servizio Amazon Prime Video, che permette di vedere film e serie tv in streaming incluso nell'abbonamento dei clienti di Amazon.

Evoluzione ascolto medio della platea televisiva (fonte Auditel, dati in milioni)








Penetrazione relativa al periodo 1° gennaio - 31 dicembre 2016

Totale individui (anni 4+)

	Intera giornata (02:00 - 02:00) 			Share 			Contatti netti/ popolazione 			Minuti visti 		Contatti netti 		
	2016	2015	Var.	2016	2015	Var.	2016	2015	2016	2015	Var.			
Rai 1	16,63%	16,96%	- 0,33%	41,50%	42,35%	- 0,85%	98	101	24.344.345	24.824.717	- 480.372			
Rai 2	6,72%	6,80%	- 0,08%	30,65%	31,94%	- 1,29%	54	54	17.977.540	18.723.770	- 746.230			
Rai 3	6,47%	6,63%	- 0,16%	30,27%	31,26%	- 0,99%	52	53	17.754.644	18.321.115	- 566.471			
Rai Generalista	29,82%	30,38%	- 0,56%	53,91%	54,89%	- 0,98%	136	140	31.621.181	32.174.096	- 552.915			
Rai 4	1,00%	0,89%	0,11%	8,42%	8,36%	0,06%	29	27	4.936.915	4.900.174	36.741			
Rai Premium	0,95%	1,00%	- 0,05%	7,14%	7,53%	- 0,39%	33	34	4.189.063	4.411.654	- 222.591			
Rai Movie	1,08%	1,09%	- 0,01%	10,14%	10,22%	- 0,08%	26	27	5.947.421	5.990.499	- 43.078			
Rai 5	0,34%	0,28%	0,06%	5,06%	4,73%	0,33%	17	15	2.966.048	2.772.890	193.158			
Rai Storia	0,25%	0,21%	0,04%	2,62%	2,49%	0,13%	23	22	1.536.047	1.460.637	75.410			
Rai Scuola	0,02%	0,01%	0,01%	0,28%	0,26%	0,02%	14	9	166.550	151.269	15.281			
Rai YoYo	1,33%	1,43%	- 0,10%	5,64%	5,87%	- 0,23%	58	62	3.309.103	3.443.141	- 134.038			
Rai Gulp	0,55%	0,63%	- 0,08%	3,56%	3,87%	- 0,31%	38	41	2.086.767	2.268.092	- 181.325			
Rai Sport 1 Rai Sport 2	0,84%	0,79%	0,05%	5,42%	5,89%	- 0,47%	31	32	3.180.559	3.453.623	- 273.064			
Rai News	0,51%	0,52%	- 0,01%	5,25%	5,42%	- 0,17%	23	24	3.079.576	3.174.728	- 95.152			
Rai Specializzate	6,87%	6,85%	0,02%	30,80%	31,13%	- 0,33%	55	56	18.064.719	18.250.275	- 185.556			
Totale Rai	36,69%	37,23%	- 0,54%	60,65%	61,63%	- 0,98%	149	153	35.574.977	36.127.110	- 552.133			
Canale 5	15,50%	15,35%	0,15%	38,00%	40,09%	- 2,09%	100	96	22.293.898	23.496.917	- 1.203.019			
Italia 1	5,23%	5,67%	- 0,44%	25,33%	28,53%	- 3,20%	51	50	14.858.616	16.724.198	- 1.865.582			
Rete 4	4,12%	4,59%	- 0,47%	21,14%	23,30%	- 2,16%	48	50	12.403.780	13.657.871	- 1.254.091			
Mediaset Generalista	24,85%	25,61%	- 0,76%	49,59%	53,16%	- 3,57%	123	122	29.087.308	31.163.359	- 2.076.051			
Mediaset Specializzate	6,66%	6,51%	0,15%	29,23%	28,47%	0,76%	56	58	17.148.028	16.690.301	457.727			
Totale Mediaset	31,51%	32,12%	- 0,61%	56,23%	59,17%	- 2,94%	138	137	32.982.371	34.686.179	- 1.703.808			
Totale La7	3,67%	3,55%	0,12%	20,61%	20,72%	- 0,11%	44	43	12.092.845	12.144.665	- 51.820			
Totale Sky	6,73%	5,40%	1,33%	27,71%	21,54%	6,17%	59	63	16.257.466	12.626.859	3.630.607			
Totale Fox	1,17%	1,28%	- 0,11%	5,03%	5,41%	- 0,38%	58	60	2.948.576	3.168.776	- 220.200			
Totale Discovery	6,67%	6,24%	0,43%	29,33%	28,02%	1,31%	56	57	17.206.431	16.422.571	783.860			
Totale MTV- Viacom	0,90%	1,11%	- 0,21%	6,22%	10,06%	- 3,84%	36	30	3.647.150	5.898.072	- 2.250.922			
Altre emittenti	12,66%	13,07%												
Totale TV	100,00%	100,00%	0,00%	77,69%	78,45%	- 0,76%	318	323	45.571.978	45.983.369	- 411.391			

Penetrazione relativa al periodo 1° gennaio - 31 dicembre 2016

Totale individui (anni 4+)

	Prima serata (20:30 – 22:30)			Share			Contatti netti/ popolazione			Minuti visti		Contatti netti		
						2016	2015	Var.	2016	2015	Var.	2016	2015	Var.
Rai 1		18,49%	18,21%	0,28%	23,30%	23,56%	-0,26%	39	39		13.668.561	13.811.044	- 142.483	
Rai 2		7,21%	7,08%	0,13%	14,02%	14,60%	-0,58%	26	25		8.226.339	8.560.070	- 333.731	
Rai 3		6,72%	6,68%	0,04%	12,50%	12,85%	-0,35%	26	26		7.333.105	7.534.835	- 201.730	
Rai Generalista		32,43%	31,96%	0,47%	34,18%	34,68%	- 0,50%	47	47		20.051.752	20.325.866	- 274.114	
Rai 4		1,15%	1,05%	0,10%	3,35%	3,18%	0,17%	17	17		1.965.423	1.862.741	102.682	
Rai Premium		0,96%	1,18%	-0,22%	2,69%	3,02%	-0,33%	18	20		1.576.086	1.769.581	- 193.495	
Rai Movie		1,28%	1,20%	0,08%	4,14%	4,11%	0,03%	16	15		2.430.898	2.406.714	24.184	
Rai 5		0,35%	0,33%	0,02%	1,68%	1,57%	0,11%	10	10		986.648	921.265	65.383	
Rai Storia		0,28%	0,28%	0,00%	0,92%	0,87%	0,05%	15	16		540.774	507.604	33.170	
Rai Scuola		0,02%	0,01%	0,01%	0,09%	0,08%	0,01%	12	9		54.019	44.623	9.396	
Rai YoYo		0,83%	0,91%	-0,08%	1,54%	1,70%	-0,16%	27	28		904.421	994.458	- 90.037	
Rai Gulp		0,44%	0,56%	-0,12%	0,92%	1,04%	-0,12%	24	27		538.230	611.739	- 73.509	
Rai Sport 1 Rai Sport 2		0,63%	0,59%	0,04%	1,66%	1,74%	-0,08%	15	16		972.713	1.022.197	- 49.484	
Rai News		0,20%	0,20%	0,00%	1,06%	1,13%	-0,07%	9	9		624.165	663.667	- 39.502	
Rai Specializzate		6,16%	6,31%	- 0,15%	13,05%	13,25%	- 0,20%	24	25		7.652.889	7.765.638	- 112.749	
Totale Rai		38,58%	38,27%	0,31%	38,82%	39,44%	- 0,62%	50	50		22.774.676	23.116.595	- 341.919	
Canale 5		14,91%	15,95%	- 1,04%	20,47%	21,89%	- 1,42%	36	37		12.008.126	12.828.960	- 820.834	
Italia 1		5,50%	6,12%	- 0,62%	9,92%	11,27%	- 1,35%	28	28		5.819.722	6.608.817	- 789.095	
Rete 4		4,32%	4,85%	- 0,53%	9,15%	10,26%	- 1,11%	24	24		5.366.650	6.014.805	- 648.155	
Mediaset Generalista		24,72%	26,92%	- 2,20%	28,75%	31,29%	- 2,54%	43	44		16.863.344	18.339.862	-1.476.518	
Mediaset Specializzate		6,82%	6,87%	- 0,05%	12,53%	12,44%	0,09%	27	28		7.352.316	7.294.274	58.042	
Totale Mediaset		31,55%	33,79%	- 2,24%	33,86%	36,25%	- 2,39%	46	48		19.864.811	21.248.581	- 1.383.770	
Totale La7		4,46%	4,33%	0,13%	9,65%	9,70%	- 0,05%	23	22		5.662.424	5.684.084	- 21.660	
Totale Sky		7,50%	6,05%	1,45%	12,58%	9,61%	2,97%	30	32		7.378.543	5.633.264	1.745.279	
Totale Fox		1,29%	1,32%	- 0,03%	2,11%	2,25%	- 0,14%	30	30		1.239.356	1.316.046	- 76.690	
Totale Discovery		5,22%	4,66%	0,56%	11,06%	10,10%	0,96%	24	24		6.489.749	5.920.355	569.394	
Totale MTV-Viacom		0,74%	0,93%	- 0,19%	2,02%	3,25%	- 1,23%	18	15		1.184.581	1.904.391	- 719.810	
Altre emittenti		10,66%	10,65%											
Totale TV		100,00%	100,00%	0,00%	57,60%	58,33%	- 0,73%	87	88		33.790.966	34.192.350	- 401.384	

Gli obiettivi raggiunti

Il mercato in cui Rai opera è estremamente competitivo e in costante evoluzione. Una competizione resa più intensa dall'ingresso di nuovi operatori, dotati di notevole forza finanziaria, anche non appartenenti storicamente al business editoriale.

Queste, in estrema sintesi, le principali tendenze: costante rafforzamento, per il mezzo televisivo, dell'offerta lineare tematica con contrazione degli ascolti sulle reti generaliste; veloce crescita dell'offerta non lineare OTT, dove il consumo è trainato soprattutto dai *device* mobili, particolarmente adatti per la fruizione di video online e quindi concentrata in prevalenza nelle fasce più giovani; conferma della radio come mezzo in sintonia con l'evoluzione tecnologica e di conseguenza anche con i target più giovani, capace perciò di generare importanti sinergie con la televisione e il mondo digital.

In questo contesto, per rispondere alle sfide imposte dallo scenario competitivo e dall'attuale posizionamento del Gruppo, Rai – nel mese di aprile 2016 – ha approvato il Piano industriale 2016-2018 che ha come principale obiettivo il pieno sviluppo del ruolo di Rai come Servizio Pubblico universale.

Connotazione quest'ultima che appartiene a Rai in quanto: informa in modo completo e pluralista; racconta il territorio e la realtà contemporanea; intrattiene tutti gli italiani; garantisce l'accesso alla conoscenza; diffonde la cultura e l'inclusione digitale del Paese; promuove l'Italia all'estero.

Il Piano, che verrà revisionato per rispondere alle prescrizioni della nuova Concessione, identifica tre obiettivi strategici: universalità e distintività dell'offerta di Servizio Pubblico; leadership degli ascolti crosspiattaforma e sostenibilità economicofinanziaria.

Obiettivi che Rai sta perseguendo sulla base delle seguenti direttrici di sviluppo: rafforzamento della centralità dei contenuti; ripensamento dell'offerta TV, Radio e Digital; trasformazione in *Digital Media Company* per la piena connessione di Rai con tutti gli italiani; valorizzazione dell'assetto industriale come espressione del radicamento al territorio.

Per conseguire tali obiettivi strategici è stato avviato un profondo rinnovamento editoriale che consentirà a Rai di sviluppare un *reach* universale, mantenendo la leadership di ascolti nel nuovo contesto digitale multipiattaforma.

Più in particolare, Rai sta progressivamente procedendo a rafforzare la centralità della

generazione dei contenuti, sviluppando un'offerta editoriale di alta qualità e irrobustendo le caratteristiche di Servizio Pubblico anche attraverso la revisione del mix dei generi e del loro linguaggio. Inoltre, Rai completerà la trasformazione da broadcaster tradizionale a *Digital Media Company*, rivedendo il modello ideativo e distributivo dei canali e articolando un'offerta digitale distintiva e personalizzabile che assicuri, insieme ad ampi ascolti, un accesso efficace e universale *anyone/anywhere/anytime*, sia con il supporto di investimenti tecnologici sia attraverso l'introduzione di modelli produttivi e sviluppi professionali adeguati all'era del digital.

Per rendere possibile tale 'cambio di passo' sulla generazione e sulla distribuzione dei contenuti, Rai sta intervenendo con efficacia su due fattori abilitanti fondamentali:

- la razionalizzazione dell'assetto industriale, per meglio valorizzare le competenze interne anche attraverso una maggiore specializzazione e un aumento di efficacia e flessibilità;
- un profondo rinnovamento organizzativo, che rafforzi la spinta di cambiamento, semplifichi la gestione operativa e consenta a Rai di operare in logica '*One Company*'.

Le linee guida strategiche identificate dal Piano industriale rappresentano, ad assetto legislativo e regolamentare invariato, i pilastri su cui costruire la Rai del futuro, con una visione e un approccio editoriali adeguati alle nuove esigenze di tutti i pubblici nell'attuale scenario multipiattaforma e con un'infrastruttura tecnologica capace di supportare le nuove modalità di fruizione.

La definizione puntuale e articolata degli obiettivi strategici, e la conseguente focalizzazione sulle attività prioritarie del Servizio Pubblico affidato a Rai, hanno iniziato a produrre iniziative e risultati importanti, perfettamente coerenti ai suddetti obiettivi.

Senza fare un lungo elenco, meritano di essere menzionate le iniziative che seguono:

- il lancio della **nuova piattaforma multimediale Rai Play**, sviluppata integralmente in Azienda, che consente di fruire di tutti i contenuti della Rai attraverso tutti i dispositivi connessi a Internet, sia in modalità *streaming* (simulcast dei canali televisivi) sia *on demand*, attingendo in modo significativo anche ai contenuti storici dell'archivio delle Teche Rai. L'elemento distintivo della piattaforma rispetto alle passate esperienze è la assoluta centralità dell'utente, che può beneficiare – previa registrazione – anche di servizi aggiuntivi di personalizzazione dell'offerta e dei contenuti in funzione dei suoi specifici interessi,

preferenze e gusti nonché di modalità di fruizione più flessibili in un contesto di utilizzo *multi device*. A conferma di questa impostazione, l'interfaccia utente è stata studiata per rispondere a criteri di usabilità più innovativi, che consentono comunque di far esprimere il crescente potenziale d'offerta della Rai, organizzata con criteri di catalogo di genere;

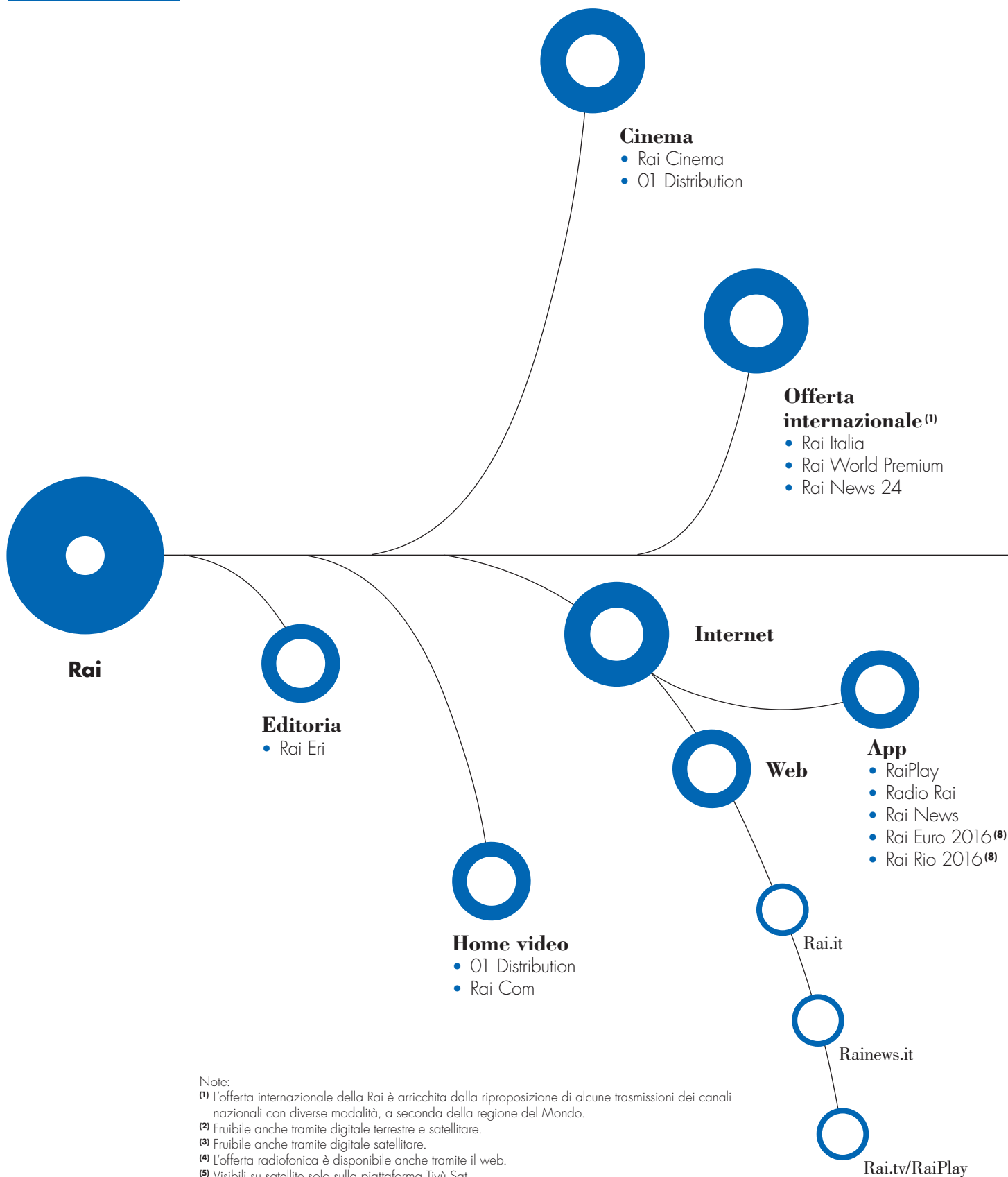
- La solidità della programmazione, funzionale al necessario rapporto con l'audience e da cui quindi discende la legittimazione di Servizio Pubblico, è stata consolidata nel 2016 – senza disperdere i numerosi successi che hanno fatto la recente storia del palinsesto di Rai – introducendo un tasso di innovazione senza precedenti; innovazione che ha coinvolto tutti gli elementi dell'offerta: dall'architettura del palinsesto, alla programmazione, dai contenuti ai conduttori, a tutti gli elementi che sono fondamentali per costruire una combinazione editoriale di successo. Ben oltre il 30% del palinsesto generalista genericamente inteso è stato rinnovato: oltre 25 ore al giorno considerando soltanto Rai 1, Rai 2, Rai 3 e Rai 4. In tutto l'autunno, circa 1.600 ore sui tre canali principali e 840 ore nella stagione per la sola Rai 4, coinvolta in un importante cambio di fisionomia. Il pubblico - ed anche le fasce più giovani, quelle che hanno un rapporto difficile e discontinuo con il mezzo televisivo - ha nel complesso apprezzato questo percorso di rinnovamento. Forte di tali risultati, la grande discontinuità introdotta è proseguita nel 2017 per agganciare in modo intelligente, nel rispetto dei valori e dei temi che caratterizzano il Servizio Pubblico, la contemporaneità;
- l'inedita scelta di portare l'arte della danza in prima serata su Rai 1, con un programma *“Roberto Bolle – La mia danza libera”* dedicato all'étoile di fama mondiale. Una serata di intrattenimento culturale, poetica ed emozionante, che ha rappresentato il connubio perfetto di qualità e ascolti nella direzione del rinnovamento editoriale raffinato e di servizio che Rai sta perseguendo;
- il progetto *I Medici*, una iniziativa di grande importanza in quanto, consapevole che la fiction internazionale è diventata un luogo chiave del racconto della società digitale, Rai intende iniziare, passo dopo passo, un percorso nel campo delle produzioni italiane da distribuire anche all'estero. E per farlo, la scelta dei *Masters of Florence* è altamente simbolica per il Servizio Pubblico perché la grandezza e la bellezza del passato italiano acquistano significato se entrano in dialogo con il presente, e la combinazione di questi elementi fa sì che, attraverso l'opera, essa rinnovata anche l'identità collettiva. La fiction, per rispondere appieno ai più avanzati standard video internazionali, è stata trasmessa da satellite anche in Ultra HD ed è stata visibile su Rai4K al tasto 210 del telecomando di Tivù Sat. In questo solco di avvicinamento alle più riuscite forme della nuova serialità, si inseriscono il recente accordo quadro con il broadcaster franco-tedesco Arte e altri accordi per specifici progetti coproduttivi;
- l'ambito **Orso d'Oro** come miglior film all'opera di Gianfranco Rosi *Fuocoammare*, coprodotto da Rai Cinema, sul tema dei migranti e su quanto l'isola di Lampedusa e l'Italia da anni affrontano per portare soccorso alle centinaia di migliaia di persone che sbarcano sulle sue coste in cerca di un futuro. Una produzione che testimonia come il cinema italiano sappia continuare, nella sua migliore tradizione, a manifestare a livello internazionale la capacità di cogliere i cambiamenti epocali delle nostre società, anche i più complessi, e di riuscire a raccontarli e a restituirli con uno sguardo universale. Una ulteriore prova di come Rai sia sempre a supporto del cinema più lucido e più attento alla contemporaneità, con un racconto originale e potente che riflette perfettamente la vocazione del Servizio Pubblico nel cinema;
- la conferma di Rai come il gruppo televisivo nazionale che dedica il **maggiore sforzo editoriale e produttivo all'informazione** e tramite il quale, quindi, la maggior parte degli italiani si informa. Ne è testimonianza la circostanza che durante i terribili giorni successivi al **tragico terremoto che ha devastato il Centro Italia**, nonostante fosse agosto – mese in cui il consumo televisivo è ai minimi annuali – quasi 25 milioni di italiani si sono sintonizzati su uno dei canali Rai per avere informazioni sull'evento nel solo primo giorno, il 24 agosto, numero che ha superato i 31 milioni dopo il terzo giorno;
- dopo le Olimpiadi di Rio, la programmazione per i **Giochi Paralimpici**, all'insegna dell'unione di grande qualità e massimo sforzo produttivo, con un racconto multimediale attraverso il quale il Servizio Pubblico ha messo in primo piano le storie che sono dietro i risultati e le persone dietro le sfide, garantendo un'attenzione speciale nei confronti di chi trasmette valori così importanti legati allo sport e alla vita. Un impegno profondamente sentito da Rai, che lo ha assolto con orgoglio, nella consapevolezza che le Paralimpiadi rappresentano un momento fondamentale per ribadire il carattere inclusivo del Servizio Pubblico universale;
- l'arrivo su Rai 2, rete d'elezione per i contenuti a vocazione contemporanea e internazionale, di uno spettacolo con *Mika*, grande star della musica e non solo. Il lungo

elenco dei suoi successi mondiali e il suo essere un uomo di spettacolo dall'enorme carisma ne fanno un protagonista della scena molto conteso, per un programma fatto di musica, di divertimento, di grandi artisti nazionali e internazionali, di storie molto speciali di persone non celebri che intende essere divertente e raffinato. Uno tra i primi segnali dei nuovi linguaggi e dei nuovi mondi che Rai si appresta a esplorare, unendo all'intrattenimento e alla grande musica una riflessione sui temi della società contemporanea e del mondo giovanile in particolare;

- l'avvio – nel contesto evolutivo delle tematiche inerenti l'uso dello spettro frequenziale, e con l'obiettivo di razionalizzazione degli investimenti e di stabilità del servizio – del processo per l'**estensione e il miglioramento delle coperture** specie in quei territori che, per la loro conformazione geografica o anche per problemi interferenziali, presentano difficoltà di ricezione di tutti o parte dei canali Rai.

Il prodotto Rai: offerta e performance

Mappa dell'offerta Rai



Note:

⁽¹⁾ L'offerta internazionale della Rai è arricchita dalla riproposizione di alcune trasmissioni dei canali nazionali con diverse modalità, a seconda della regione del Mondo.

⁽²⁾ Fruibile anche tramite digitale terrestre e satellitare.

⁽³⁾ Fruibile anche tramite digitale satellitare.

⁽⁴⁾ L'offerta radiofonica è disponibile anche tramite il web.

⁽⁵⁾ Visibili su satellite solo sulla piattaforma Tivù Sat.

⁽⁶⁾ Visibili solo su satellite sulla piattaforma Tivù Sat.

⁽⁷⁾ L'offerta televisiva è disponibile anche su Rai.tv/RaiPlay, ad eccezione dei canali in HD.

⁽⁸⁾ App lanciate in occasione dei relativi eventi sportivi.

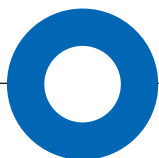
⁽⁹⁾ Visibile nelle aree raggiunte dal Multiplex 5 e su satellite, solo sulla piattaforma Tivù Sat.



Radio ⁽⁴⁾

- Rai Radio 1 ⁽²⁾
- Rai Radio 2 ⁽²⁾
- Rai Radio 3 ⁽²⁾
- Rai Isoradio ⁽²⁾
- Rai Gr Parlamento ⁽²⁾
- Rai Radio 4 Light ⁽³⁾
- Rai Radio 5 Classica ⁽²⁾
- Rai Radio 6 Teca
- Rai Radio 7 Live
- Rai Radio 8 Opera

Televisione ⁽⁷⁾ (digitale terrestre e satellitare)



Canali generalisti

- Rai 1
- Rai 2
- Rai 3
- Rai 1 HD
- Rai 2 HD
- Rai 3 HD



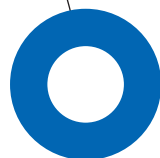
Canali semi - generalisti

- Rai 4
- Rai 5 ⁽⁵⁾
- Rai Movie ⁽⁵⁾
- Rai Premium ⁽⁵⁾
- Rai 4 HD ⁽⁹⁾
- Rai 5 HD ⁽⁶⁾
- Rai Movie HD ⁽⁶⁾
- Rai Premium HD ⁽⁹⁾



Canali tematici

- Rai News 24
- Rai Storia
- Rai Scuola
- Rai Sport 1
- Rai Sport 1 HD
- Rai YoYo ⁽⁵⁾
- Rai Gulp



Informazione

- TG1
- TG2
- TG3
- TGR
- Rai Parlamento
- Rai Sport
- Rai News 24
- Rainews.it
- Televideo
- Giornale Radio Rai
- Gr Parlamento

Il prodotto Rai

L'offerta editoriale

Il Gruppo Rai è presente su tutte le piattaforme con un'offerta gratuita ampia e differenziata per generi e target.

Ogni giorno, in Italia, circa 41,7 milioni di persone che hanno compiuto almeno 4 anni di età, pari al 71% della popolazione di riferimento, seguono l'offerta Rai, guardando uno dei canali televisivi, ascoltando uno dei canali radiofonici o visitando uno dei portali Internet; in media, trascorrono sui nostri mezzi 108 minuti al giorno.

La strategia del Gruppo prevede:

- un approccio editoriale articolato su una famiglia di canali, a ciascuno dei quali è assegnata una *mission* specifica finalizzata alla differenziazione dell'offerta, all'arricchimento culturale della collettività e al perseguimento degli obiettivi che integrano la missione di Servizio Pubblico;
- una propensione alla massima efficienza dei modelli produttivi in termini di formati, temi, narrazioni, linguaggi, estetica e personaggi;
- una declinazione dell'offerta protesa a cogliere ogni opportunità di interazione con le audience – con una particolare attenzione ai target giovani – e rispondente alle nuove modalità di fruizione dei contenuti sui diversi *device*, anche in mobilità;
- una continua sperimentazione di nuove tecnologie relative a reti, infrastrutture e mezzi, per la costante modernizzazione dei sistemi di produzione, diffusione e distribuzione dei contenuti; offerta di qualità e in HD coerente con il posizionamento Rai e delle sue attività editoriali;
- un potenziamento delle partnership internazionali per promuovere il rinnovamento dei contenuti domestici e la valorizzazione del prodotto Rai nel mondo. Tale strategia si articola sia sull'incremento della distribuzione dei contenuti Rai, in formato programmi e in formato canali di flusso, sia sulla definizione di importanti accordi di coproduzione con grandi player internazionali. In questo solco si inseriscono – fra gli altri – il recentissimo accordo quadro con il broadcaster franco-tedesco Arté o altri accordi per singoli progetti coproduttivi come quelli con NHK (servizio pubblico giapponese), Tohokushinsha (Giappone), RSI (servizio pubblico svizzero) e ZDF (televisione pubblica tedesca) e da ultimo con Netflix;
- la valorizzazione del Sistema Italia all'estero attraverso la realizzazione di contenuti non solo in lingua italiana, ma anche nelle lingue dei Paesi di distribuzione finalizzati ad intercettare nuovi target e a promuovere l'eccellenza del *made in Italy* nel mondo.

Dal confronto con altri operatori si rileva quanto segue.

A livello europeo, rispetto agli altri principali editori del servizio pubblico, l'Italia presenta il canone di minore importo unitario (Euro 100,0, peraltro ridotto a Euro 90 per il 2017) rispetto a Francia, Euro 136,0; Regno Unito, Euro 200,5; Germania, Euro 215,8 a fronte del primato degli indici di ascolto (36,7% rispetto a France Télévisions, 29,2%; BBC, 32,8%; ARD 27,3%; ZDF 17,7%; RTVE 16,7%)¹.

A livello nazionale, rispetto alle emittenti commerciali il cui scopo è quello di creare valore già nel breve termine, per i propri azionisti e stakeholders, Rai – in risposta ai 'valori collettivi' che disegnano la propria missione di Concessionaria del Servizio Pubblico – ha per finalità prioritaria e irrinunciabile la generazione di 'valore pubblico' per l'intera collettività e le sue diverse componenti, sempre nell'ambito di una sostenibilità economico-finanziaria di lungo termine.

I principi ispiratori fondamentali che guidano, infatti, l'attività della Concessionaria sono:

- **universalità**, ovvero l'attitudine e la capacità di raggiungere con i propri programmi tutti i diversi segmenti della società, senza trascurarne alcuno, in linea con il recente richiamo di AgCom per l'interpretazione del concetto di universalità in senso 'attivo', ossia di contenuti che rappresentino i diversi interessi e punti di vista della popolazione e dell'immagine dell'Italia all'estero e servizi che consentano la partecipazione e il dialogo con gli utenti;
- **indipendenza**, ovvero l'attitudine e la capacità di compiere le proprie scelte in funzione esclusiva dell'interesse dei cittadini;
- **pluralismo**, ovvero l'attitudine e la capacità di essere attenti a tutte le 'diversità', di genere, di cultura, di religione ecc., per contribuire in modo determinante a far crescere, attraverso la rappresentazione dei diversi punti di vista, una società più inclusiva;
- **responsabilità**, ovvero l'attitudine e la capacità di lavorare in maniera trasparente impegnandosi, anche attraverso una interlocuzione costante con i diversi pubblici, a correggere i propri eventuali errori;
- **innovazione**, ovvero l'attitudine e la capacità di arricchire il contesto dei media assumendo il ruolo di guida con la sperimentazione di nuovi formati, di nuove tecnologie e di nuovi modi per essere connessi con i cittadini;
- **eccellenza**, ovvero l'attitudine e la capacità di agire con elevati standard di integrità, professionalità e qualità.

¹ I dati di ascolto dei servizi pubblici europei si riferiscono al 2015 (fonte EBU), ad eccezione di quello per il Gruppo Rai aggiornato al 31 dicembre 2016.

Tra le principali iniziative promosse da Rai nel 2016 si evidenziano le seguenti.

Palinsesti e brand refresh: Rai ha avviato un duplice processo di rinnovamento che investe da un lato l'offerta e dall'altro la comunicazione e la veicolazione del/dei brand Rai. In termini di offerta, è stato ripensato il posizionamento dei canali generalisti al fine di attribuire agli stessi una chiara e ben definita identità evitando sovrapposizioni. In termini di comunicazione, il processo ha previsto un brand *refresh* mirante a definire un'identità aziendale unica e distintiva e a rendere il design del portfolio Rai coerente e chiaramente riconoscibile. Il nuovo *claim* "Per te. Per tutti." racchiude l'essenza della Rai *Media Company Multimediale*; una Media Company che mette l'individuo al centro delle proprie scelte e che è al tempo stesso in grado di parlare a tutti gli italiani, generando 'connessioni collettive'. Tali azioni si sono tradotte sotto il profilo editoriale come segue.

La Rai ha innovato il proprio linguaggio e messo in onda alcune trasmissioni e programmi evento che hanno ottenuto un grande successo sia in termini di immagine che di risultato d'ascolto. L'innovazione stilistica ha coinvolto anche tematiche difficili e di nicchia come le arti visive e la musica alta, generalmente riservate all'offerta delle reti specializzate e che Rai 1 ha invece saputo rendere appetibili anche per il grande pubblico. In particolare sono da citare *La mia danza libera* di Roberto Bolle e la messa in onda della *Prima della Scala*.

Anche lo straordinario successo di *Stanotte a San Pietro* di Alberto Angela (circa 6 milioni di ascolto medio ed uno share di oltre il 25%) è riuscito a sfruttare la bellezza del nostro Paese con stile, immagine e linguaggi moderni ed internazionali.

Tra gli altri grandi eventi editoriali sono da citare le fiction *La mafia uccide solo d'estate* e, soprattutto, *I Medici*, che ha ampliato il pubblico della fiction italiana ad un livello internazionale grazie ad un linguaggio, un cast e una scelta stilistica in linea con le grandi serie sopranazionali.

Anche Rai 2 ha dato notevoli segnali di innovazione e rinnovamento ad esempio con l'inserimento in prime time della fiction *Rocco Schiavone*, serie che ha raccolto un successo di critica e di ascolti.

L'intrattenimento musicale di Rai 2 ha segnato un punto di discontinuità attraverso lo show di Mika che è riuscito ad intercettare le aspettative di un pubblico attivo e non tradizionale. Il programma ha registrato oltre 3 milioni di ascoltatori medi con uno share di oltre il 14%.

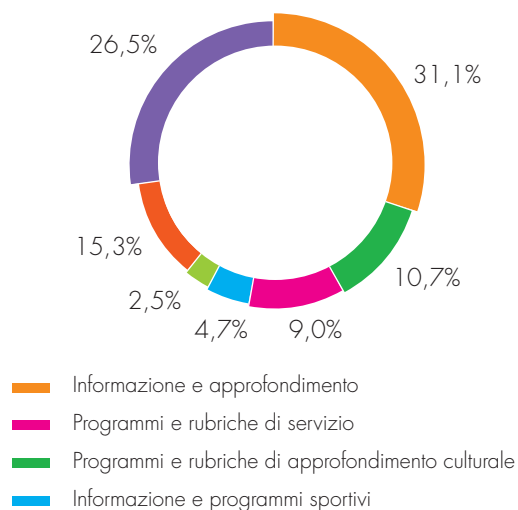
Rai 2 ha mostrato, inoltre, di saper innovare anche il linguaggio informativo con l'introduzione di un programma dallo stile fresco e nuovo per la rete: *Nemo*.

Rai 3 con la programmazione di *Fuocoammare* (vincitore agli European Film Awards e candidato agli Oscar nella sezione documentari) ha sottolineato ancora una volta la cifra dell'impegno sociale propria della rete. Anche dal punto di vista dell'intrattenimento, Rai 3 ha saputo far rivivere un quiz cult come *Il Rischiatutto* trasformandolo in un punto di riferimento per rete e genere.

La Rai, e in particolare Rai News, ha dimostrato di essere in grado di fornire notizie con aggiornamenti tempestivi e una copertura totale e approfondita, 24 su 24. Una capacità dispiegata in maniera totale nel corso delle innumerevoli vicende, anche tragiche, che hanno segnato lo scenario internazionale e italiano nel corso del 2016, tra cui gli attentati dell'Isis

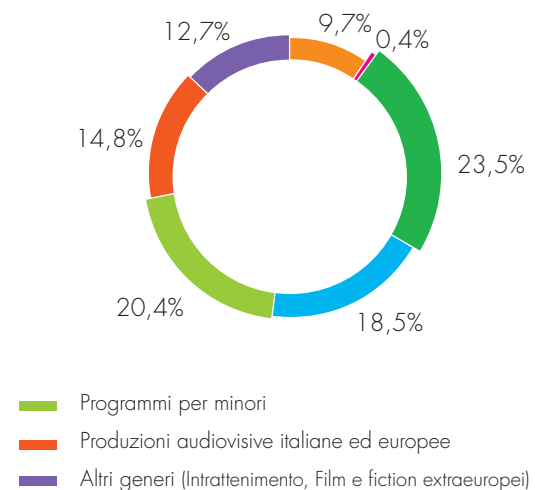
Programmazione per genere sulle reti generaliste

(fonte Rai)



Programmazione per genere sulle reti specializzate

(fonte Rai)



a Dacca e Nizza e il terremoto ad Amatrice e nel centro Italia. Capacità testimoniata anche in occasione delle elezioni presidenziali americane e del referendum costituzionale in Italia.

Europei di Calcio 2016: dal 10 giugno al 10 luglio 2016 Rai ha coperto l'evento sportivo Europei 2016 su tutte le piattaforme e con tutte le modalità produttive e distributive presidiate, dalle dirette delle principali partite disponibili su tv, radio e web, alle rubriche dedicate e ai programmi di commento e analisi, anche con innovative modalità di racconto e linguaggio. Alle telecronache classiche delle partite su Rai 1, ha affiancato su Rai 4 il racconto ironico della Gialappa's band (molto apprezzato dai più giovani), l'intrattenimento di contorno de *Il Grande Match* pensato per una fruizione familiare e le rubriche quotidiane di aggiornamento come *Il caffè degli Europei* su Rai 2 e *I giorni di Parigi* su Rai 3. Inoltre, Rai ha realizzato, per i principali sistemi operativi, *Rai Euro 2016*, una App gratuita dedicata che ha messo a disposizione informazioni, highlights, dirette, curiosità e la possibilità di rivedere i contenuti; la medesima iniziativa è stata poi attivata anche per le Olimpiadi Rio 2016 nel mese di agosto. Inoltre, durante l'intero arco temporale in cui si è svolta la manifestazione sportiva, tramite il **tasto blu del telecomando delle tv connesse abilitate**, è stato possibile accedere al nuovo servizio *MHP Rai Euro 2016*, che durante la visione delle partite trasmesse da Rai 1 ha permesso di rivedere le azioni principali del match (goal, occasioni da rete, espulsioni, reti annullate) e tornare immediatamente alla visione in diretta; il tutto arricchito da dati statistici legati alla gara in corso (tiri in porta, possesso palla, falli) facilmente consultabili, mentre durante il resto della giornata era disponibile una selezione di contributi video (servizi e interviste) che manteneva sempre vivo il 'racconto sportivo'.

Olimpiadi: oltre 42,3 milioni di italiani hanno seguito il 'romanzo multimediale' di Rio 2016. Dal punto di vista televisivo in particolare, sono state proposte quasi 1.200 ore di trasmissioni in HD su Rai 2 e sui canali di Rai Sport per raccontare le storie, le medaglie, i personaggi, i trionfi e le sconfitte. Gli ascolti hanno premiato questo enorme impegno della Rai: Rai 2, la rete olimpica, è stata il canale più seguito durante Rio 2016 sia nell'intera giornata sia nel prime time, con una media di 1,2 milioni di ascoltatori e il 15,6% di share giornalieri e di oltre 2,8 milioni pari al 16,5% di share per la prima serata. Anche Rai Sport 1 e Rai Sport 2 hanno ottenuto ottimi risultati, con una media di 590 mila ascoltatori per uno share del 7,5% nell'intera giornata e oltre 1,3 milioni spettatori nel prime time, pari al 7,6% di share. Rai ha anche sviluppato un' articolata offerta digital dedicata all'evento olimpico, descritta in dettaglio nella sezione dedicata.

Paralimpiadi: con la programmazione della XV edizione dei giochi Paraolimpici, la Rai, per missione inclusiva, ha continuato a raccontare lo sport nella dimensione della diversità. Per la prima volta, due canali sono stati dedicati all'evento: Rai Sport 1, completamente dedicato, visibile anche in HD, e Rai 2, con dirette dall'1:30 alle 4:00 e una sintesi in mattinata delle gare più importanti per un totale di oltre 400 ore di programmazione, delle quali 280 in diretta.

Piano industriale: ad aprile è stato approvato il Piano Industriale 2016-2018, in forza del quale è in corso la realizzazione di un processo di rinnovamento editoriale – anche attraverso la revisione del mix dei generi e del loro linguaggio – che permetterà alla Rai di sviluppare una vocazione sempre più universale nonché di mantenere la leadership degli ascolti nel nuovo contesto digitale multipiattaforma. Questa trasformazione si sostanzia attraverso una informazione completa e pluralista, il racconto del territorio e della realtà contemporanea, un'attività di intrattenimento coinvolgente, inclusiva e valoriale, il sostegno all'istruzione e all'alfabetizzazione digitale del Paese, la promozione e la valorizzazione dell'Italia all'estero. Per completare il passaggio a *Digital Media Company* Rai sta ripensando il proprio modello distributivo, sviluppando un'offerta digitale distintiva e personalizzabile accessibile *anyone, anywhere, anytime*. In quest'ottica, il Gruppo sta effettuando importanti investimenti in ambito tecnologico per andare sempre più incontro alle aspettative e alle esigenze del pubblico. Allo stesso tempo l'Azienda, per meglio valorizzare le competenze interne, ha avviato un percorso di razionalizzazione dell'assetto industriale e organizzativo che le consentirà di operare in una logica *One Company*.

Nuovo Qualitel ed indice di gradimento dell'offerta: a partire da metà 2017, all'esito di una gara pubblica europea, Rai avrà a disposizione una versione aggiornata, più ampia e onnicomprensiva della rilevazione sulla percezione della qualità dell'offerta. L'innovazione dell'indagine riguarda la costituzione di un panel stabile e di elevate dimensioni (circa 20.000 individui), rappresentativo della popolazione residente, che sarà interrogato per via telematica. La velocità di somministrazione dei questionari e la rapidità di risposta consentite dalle nuove tecnologie informatiche permetteranno di disporre di indicatori di gradimento della *Digital Media Company Rai*, quotidiani, settimanali e mensili, fondamentali per supportare al meglio Rai nell'assolvimento della missione di Servizio Pubblico, e che potranno essere associati, in alcuni casi, anche ai tradizionali indicatori di audience, come i dati di ascolto Auditel. Lo strumento misurerà la qualità percepita dal pubblico

relativamente all'offerta su tutte le piattaforme: Televisione, Radio, Digital e, per la prima volta, della produzione cinematografica di Rai Cinema anche direttamente sul canale Theatrical.

Digital divide: nell'ottica del superamento del *digital divide*, che rappresenta uno degli assi portanti della nuova connotazione di *Rai Digital Media Company*, è stato costituito un gruppo di lavoro dedicato specificamente all'*inclusione digitale* che ha portato, tra l'altro, alla realizzazione del progetto *Complimenti per la connessione*: uno spin off della serie tv *Don Matteo*, 20 puntate di 6 minuti ciascuna, trasmesse su Rai 1 subito dopo l'edizione serale del Tg, durante l'estate. Scopo principale di questo progetto è incoraggiare quelle fasce di popolazione, ancora distanti dalle nuove tecnologie digitali, a trovare stimoli per utilizzare i tanti servizi digitali di pubblica utilità e a creare pertanto alfabetizzazione; tra i temi trattati, l'uso dei motori di ricerca, l'utilizzo dell'eBook e la navigazione in rete.

In una logica crossmediale, la prima messa in onda è stata accompagnata da una serie di altre iniziative:

- le puntate sono state replicate, durante l'estate, su Rai 1, Rai 3, Rai 5, Rai Storia, Rai Scuola e Rai Premium;
- i contenuti sono stati pubblicati anche sul nuovo portale RaiPlay;
- la promozione, basata su una imponente pianificazione di spot cui è stato dato risalto sull'offerta digitale Rai, aveva di per sé una valenza inclusiva;
- gli spot sono stati proiettati nelle sale cinematografiche la cui pubblicità è affidata al Gruppo;
- gli stessi argomenti della fiction sono stati ripresi da gran parte dei programmi televisivi e radiofonici dell'estate aventi lo stesso target.

Tavolo Editori Radio: nell'aprile 2016 è stata costituita la società *Tavolo Editori Radio (TER)* con oggetto "la realizzazione oggettiva e imparziale di un sistema di ricerche proprietario finalizzato a misurare l'ascolto del mezzo Radio e delle emittenti radiofoniche, in tutte le loro caratteristiche tecnologiche e territoriali, su tutte le piattaforme trasmissive". La compagine rappresenta l'intero mercato dell'offerta radiofonica: Servizio Pubblico, sette gruppi nazionali e due Associazioni di emittenti locali. La nuova indagine proprietaria sarà sviluppata sulla base delle seguenti linee guida:

- Indagine principale: 120.000 interviste (tecnica Cati) con questionario analogo a Indagine 2016;
- Interventi integrativi e Sperimentazioni: ascolti nei 7-15-30 giorni, riduzione dei fenomeni di autoselezione del campione, ascolto da device digitali, valorizzazione dei target di ascolto e estensione della rilevazione al periodo estivo.

Nella parte finale del 2016 è già stato sperimentato il primo insieme delle descritte integrazioni ed evoluzioni.

AUDI: i diversi attori presenti nel mercato dei media sono ormai consapevoli dei crescenti problemi di misurazione delle audience in uno scenario in cui al centro non sono più i singoli mezzi ma i diversi contenuti, fruiti anche in modalità *multidevice* e non lineare, e sono di conseguenza attenti alla ricerca e allo sviluppo delle più idonee combinazioni di metodologie statistiche e soluzioni tecnologiche, anche in relazione alle esperienze in corso in altri paesi. Molte le iniziative intraprese in tal senso negli ultimi anni.

Oltre a quanto già ricordato sul tema della radiofonia, anche televisione e web hanno in corso un processo di ripensamento tecnico e metodologico.

Auditel, in particolare, ha pianificato numerose iniziative improntate all'evoluzione della ricerca sugli ascolti televisivi nell'ottica di rappresentare al meglio gli scenari di fruizione attuali e in divenire. Tra i principali progetti evolutivi in corso di sviluppo si ricordano:

- ampliamento del campione e stima delle audience con logiche diverse dalle attuali per ridurre la variabilità statistica degli ascolti per i canali a basse audience (progetto *Superpanel*, che dovrebbe divenire operativo nel corso del 2017);
- integrazione delle audience dei contenuti televisivi erogati via web (su Pc, Tablet, Smartphone e SmartTV) all'interno dello standard Auditel (progetto *Total Audience*). L'obiettivo è quello di giungere ad una misurazione dei contenuti video dei broadcaster televisivi sulle loro *properties* che sia coerente e allineata con quella dei televisori in modo da produrre un unico set di indicatori di misurazione che riguardino tutte le modalità di visualizzazione dei contenuti video: live streaming, differiti e *on demand*;
- ampliamento del perimetro di misurazione al video *on demand* (VOD) fruito su schermi televisivi, che tuttavia richiede il superamento di problemi di ordine tecnico connessi al *sound matching*.

A fronte di un processo che vede i contenuti al centro della misurazione indipendentemente dalle piattaforme distributive, Auditel e Audiweb si propongono di sviluppare una ricerca di base unificata, allo scopo di sfruttare i punti di forza di entrambe le esperienze. Molto importante, in questa prospettiva, l'adozione di convenzioni di misurazione comuni allo scopo di ottenere valori congruenti della *total audience* e di valorizzare i contenuti di qualità, la cui fruizione ha valori di permanenza distintivi e di grande valore comunicazionale.

Relativamente ad Audiweb, visti gli attuali limiti della ricerca (es: scarsa tempestività, ristretta base campionaria complessiva, assenza di misurazione contenuti da in-app browsing, difficile misurazione della viewability), gli attori principali operanti in Italia stanno promuovendo la realizzazione di una nuova indagine (*Audiweb 2.0*). Dopo una fase di ricognizione delle alternative offerte dai principali istituti attivi a livello internazionale, si stanno delineando i requisiti del nuovo sistema, il cui funzionamento a regime inizierà a partire dal 2018.

CambieRai: in vista del rinnovo della concessione di servizio pubblico alla Rai, il Ministero dello Sviluppo Economico (MiSE) ha, come anticipato, avviato la prima consultazione pubblica sul "servizio pubblico radiotelevisivo e multimediale" denominata *CambieRai*. Il processo ha preso le mosse il 12 aprile 2016 con la convocazione da parte del Ministero di sedici tavoli tecnici distribuiti in quattro macro aree (Sistema Italia, Industria creativa, Digitale e Società italiana), ai quali hanno partecipato i rappresentanti delle associazioni di autori e produttori del mondo della tv, del cinema, della radio, dell'informazione e dell'animazione, delle organizzazioni del *made in Italy*, del turismo, del digitale, dei beni culturali, del terzo settore, della scuola e università e dei consumatori, nonché sedici rappresentanti Rai, uno per ogni tavolo. L'incontro era finalizzato alla formulazione di un questionario web accessibile a tutti i cittadini sul sito del MiSE, attraverso il quale esprimere la "propria idea di Servizio Pubblico". Il questionario, curato dall'Istat, era composto da 36 quesiti da compilarsi su base volontaria, disponibile online per 45 giorni, dal 17 maggio al 30 giugno 2016. Alla consultazione hanno partecipato 11.188 persone, delle quali 9.156 hanno completato e inviato il questionario; a fine luglio 2016 sono stati resi noti i risultati: *educare, informare e intrattenere* si confermano principi fondanti del servizio pubblico, ai quali dovrebbe aggiungersi il compito di *promuovere l'innovazione*. Emerge inoltre che la Rai rispetta il principio dell'*universalità* ma che dovrebbe tenere maggiormente presente il principio dell'*indipendenza* e quello della *trasparenza*. In ultimo, è condivisa – da gran parte dei partecipanti – l'opinione che il servizio pubblico dovrebbe avere un respiro più *internazionale*.

Generation What?: nell'ambito delle iniziative volte a favorire la crescita della cultura digitale, unitamente all'esigenza di instaurare un canale diretto di comunicazione con l'importante universo dei *millennials*, Rai, insieme ad altri Paesi europei (Germania, Austria, Belgio, Spagna, Irlanda, Lussemburgo, Paesi Bassi,

Galles, Repubblica Ceca e Grecia), ha aderito al progetto internazionale crossmediale *Generation What?*, proposto da EBU - *European Broadcasting Union*, con lo scopo delineare un ritratto dei giovani 16-34 anni attraverso le risposte ad un questionario online interattivo e anonimo composto da 149 domande. L'analisi di questo target è centrale proprio per individuare le caratteristiche specifiche di chi è nato nel mondo digitale, così da orientare le strategie del Gruppo ai fini del superamento del gap digitale e del deficit di contatto con le nuove generazioni. Tale progetto nasce da un'idea di France Télévisions, che aveva sperimentato l'iniziativa con grande e inaspettato successo, nell'autunno del 2013. Il sito web *Generation What?* è stato lanciato contemporaneamente in tutti i Paesi aderenti l'11 aprile 2016 e l'iniziativa si è conclusa l'11 ottobre 2016. A livello europeo, sono state raccolte poco meno di un milione di interviste da 35 diversi Paesi. In Italia, i partecipanti sono stati oltre 110.000.

Televisione digitale terrestre e satellitare

Il digitale terrestre è la piattaforma televisiva di riferimento per Rai, per la quale ha sviluppato una strategia di sviluppo multicanale dell'offerta e delle infrastrutture trasmissive.

Il satellite, complementare rispetto al digitale terrestre, consente di raggiungere fasce di popolazione non servite, anche solo parzialmente, da questa tecnologia trasmissiva ed è in tal senso che – sul modello delle esperienze di altri Paesi – Rai, Mediaset, Telecom Italia Media, Confindustria Radio tv e Aeranti-Corallo hanno costituito, nel 2009, la piattaforma satellitare gratuita TivùSat.

L'offerta televisiva Rai prevede sul **digitale terrestre** 14 canali di cui 6 disponibili anche in alta definizione. In dettaglio:

- 3 reti generaliste: Rai 1, Rai 2, Rai 3;
- 11 reti semigeneraliste o specializzate: Rai 4, Rai 5, Rai Movie, Rai Premium, Rai News 24, Rai Storia, Rai Scuola, Rai Sport 1, Rai Sport 2, Rai Gulp e Rai YoYo.

Di questi canali, 6 sono disponibili in HD: Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai 4, Rai Premium, Rai Sport 1 e, per il solo mese di agosto, in occasione dei Giochi Olimpici Rio 2016, Rai Sport 2.

Per Rai 4 è in corso un'operazione di riposizionamento per una sua configurazione quale canale generalista rivolto ai *millennials*. Inoltre, per quanto riguarda i canali sportivi, Rai Sport 2 HD è stato chiuso il 19 settembre 2016 e Rai Sport 2, il successivo 5 febbraio 2017.

Sulla **piattaforma TivùSat** sono disponibili 14 canali, di cui 8 anche in alta definizione: Rai 1,

Rai 2, Rai 3, Rai 4, Rai Sport 1, Rai 5, Rai Movie e Rai Premium.

In aggiunta e a supporto dell'offerta televisiva lineare, Rai propone applicazioni interattive e servizi video on demand via Internet fruibili anche su tv connettabili (smart tv o tramite determinate tipologie di decoder interattivi).

Radio

Nel mercato dei media italiano, la radio è la seconda piattaforma di riferimento. Gli ascoltatori del mezzo nel giorno medio, nel 2016, sono circa 35,5 milioni², ovvero il 67% degli italiani, ed evidenziano rispetto al 2015 un incremento dell'1,4%, pari a 486 mila persone.

Il tempo dedicato giornalmente all'ascolto è di 3 ore e 22 minuti, di poco superiore al valore registrato nel 2015, 3 ore e 19 minuti.

La radio si caratterizza per una modalità di consumo prevalentemente fuori casa (77% degli ascoltatori). Il 74,3% degli individui 14-64enni usa l'autoradio come strumento per ascoltare la radio. Gli apparecchi tradizionali vengono usati dal 29,9% di questo segmento di popolazione. L'impiego degli apparecchi di ricezione tradizionali risulta maggioritario nella popolazione più adulto/anziana (57,8% tra gli ascoltatori ultra 65enni).

Le nuove tecnologie assumono valori significativi soprattutto tra i più giovani. Il telefono cellulare/smartphone è usato per ascoltare la radio in media da poco più del 5,4% del totale degli ascoltatori. Questa modalità di fruizione, tuttavia, sale tra i giovanissimi (14-17enni) e i giovani (18-24enni) rispettivamente al 17,4% e al 9,6%, aumentando di molto il *reach* complessivo del mezzo. Più basso il ricorso al web (da Pc e/o tablet) usato dal 2,6% degli utenti del mezzo che sale al 4% per la fascia di età 14-34enni. Il ricorso all'apparecchio televisivo per la fruizione della radio attraverso il simulcast sul digitale terrestre/satellitare (offerta di tutti i network nazionali e di molti canali locali) riguarda il 6,8% degli ascoltatori. Anche in questo caso il fenomeno è particolarmente concentrato tra i giovani 18-34enni, 9,8%.

Sul fronte dell'offerta si assiste ad una polarizzazione fra Rai, Mediaset (il 1° luglio 2016 è nata *RadioMediaset*) e il Gruppo L'Espresso, oltre alla presenza di numerosi operatori attivi su scala nazionale e/o locale. Per quanto riguarda gli operatori nazionali si riscontra la presenza sia di editori "puramente" radiofonici (tra i quali RTL 102.5, Radio Dimensione Suono e Radio Italia), sia di Gruppi multimediali attivi principalmente nel campo

dell'editoria tradizionale e on-line, quali L'Espresso e Il Sole 24 Ore.

Nel comparto delle radio locali si contano circa 1.000 emittenti³ con livelli di copertura del segnale (dalle aree municipali a quelle pluriregionali) e riscontri di audience estremamente variabili. Nel suo complesso, l'emittenza locale è capace di attrarre una quota importante della platea grazie al forte radicamento nel territorio e a un livello della proposta editoriale che per molte emittenti è competitivo anche nei confronti dei network nazionali. Nel primo semestre 2016, le radio locali hanno registrato uno share nel quarto d'ora medio, nella fascia 06:00-24:00, pari al 33% su base nazionale.⁴

RadioRai è presente su tutte le piattaforme analogiche e digitali con l'obiettivo di affermare e migliorare la propria centralità nello scenario di mercato e presso gli ascoltatori. Alla tradizionale diffusione via FM si affiancano infatti la trasmissione su digitale terrestre e satellitare e la completa fruibilità via internet sia su Pc sia su dispositivi mobili (smartphone e tablet) anche tramite l'app RadioRai.

L'offerta Rai, di esclusiva produzione interna, è la più ampia in Italia per vastità di generi e numerosità di canali con:

- 3 canali radiofonici fortemente connotati: Radio 1, Radio 2 e Radio 3;
- Isoradio, il canale dell'infomobilità;
- Gr Parlamento, canale dedicato alle Istituzioni;
- 3 canali concepiti specificamente per la rete, Radio 6 Teca, Radio 7 Live e Radio 8 Opera, ricevibili anche su DAB+;
- 2 canali musicali tematici, Radio 4 Light (musica leggera e jazz) e Radio 5 Classica. Entrambi i canali, oltre alla filodiffusione analogica, possono essere ricevuti sul web, su DTT e satellite e su Radio Digitale (DAB+); Radio 5 anche in FM in cinque capoluoghi (Ancona, Milano, Napoli, Roma e Torino).

Le principali linee di azione attuate nel 2016 sono state:

- l'arricchimento dell'offerta editoriale (lineare e non lineare), anche attraverso la produzione di contenuti originali e distintivi per il web e per i social media;
- il coordinamento dei palinsesti, al fine di rendere l'offerta sempre più coerente con la missione editoriale di ciascun canale;
- l'incremento delle già collaudate sinergie editoriali con la programmazione televisiva;

³ Stima Confindustria Radio Televisioni, luglio 2016.

⁴ Determinato come complemento allo share totale delle emittenti nazionali rilevate dall'indagine Gfk Eurisko - RadioMonitor.

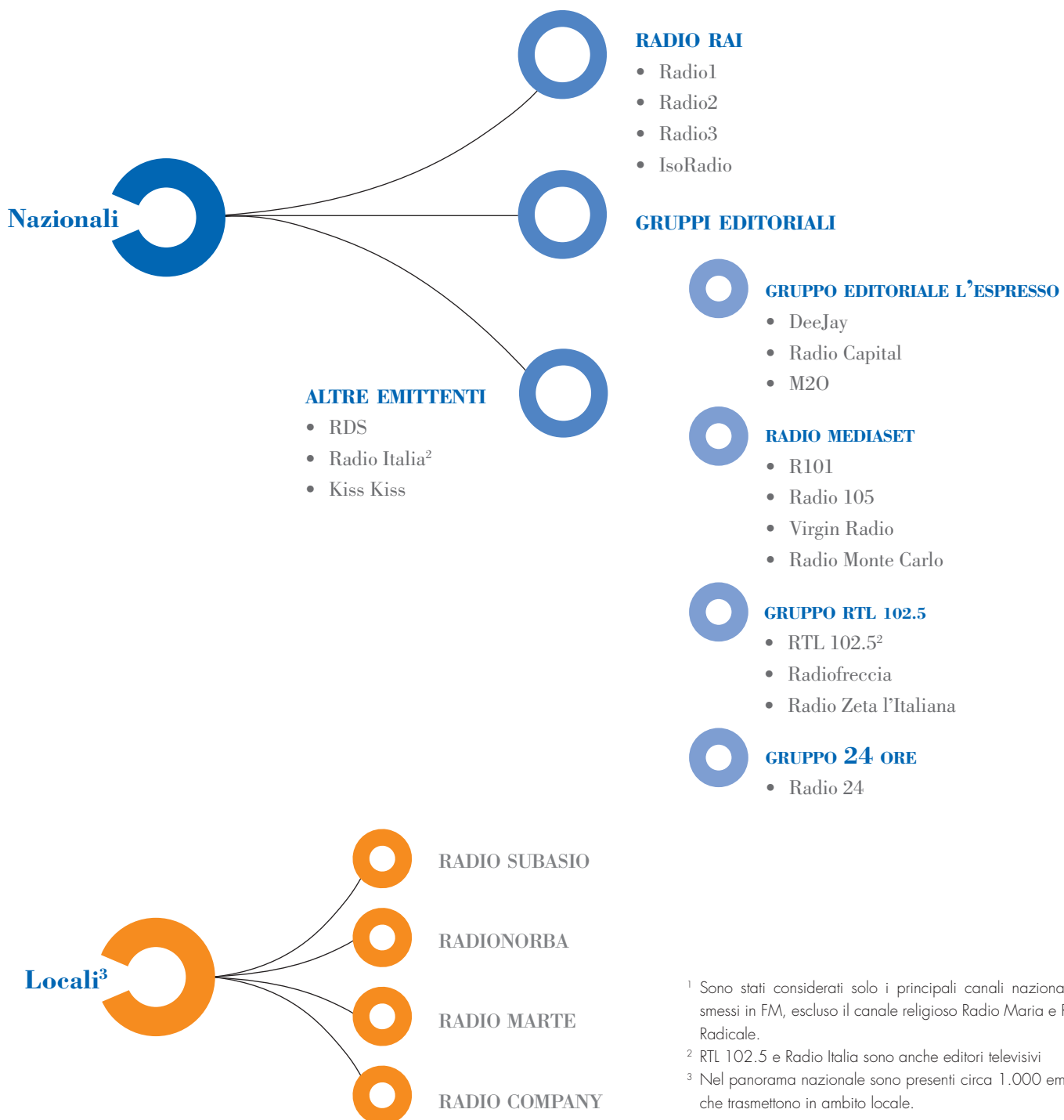
² Fonte GFK Eurisko - RadioMonitor.

- l'affinamento e il consolidamento della fisionomia del bouquet di canali web e digital lanciati nell'estate 2015: Radio 4 Light, Radio 5 Classica, Radio 6 Teca, Radio 7 Live, Radio 8 Opera;
- l'implementazione della comunicazione digitale che ha coinvolto tutti i canali, dai contenuti tematici in streaming audio/video al podcasting, agli esempi di ibridazione radio-tv-web-social media;
- il monitoraggio qualitativo della programmazione, oggi estesa al web e ai

- social media, con l'obiettivo di migliorare la percezione, la notorietà, la fidelizzazione e la redditività dell'offerta radiofonica Rai;
- il piano di sviluppo delle trasmissioni in tecnica digitale (Dab+);
- il proseguimento della politica di investimenti per l'attuazione di progetti tecnologici innovativi; sono stati infatti avviati progetti importanti: Rai Radio Play, estensione della piattaforma ai prodotti audio; upgrading App RadioRai per ascolto da device mobili; la migrazione definitiva verso la tecnologia IP

Principali operatori attivi nel mercato radiofonico¹

(Fonte Rai)



¹ Sono stati considerati solo i principali canali nazionali trasmessi in FM, escluso il canale religioso Radio Maria e Radio Radicale.

² RTL 102.5 e Radio Italia sono anche editori televisivi

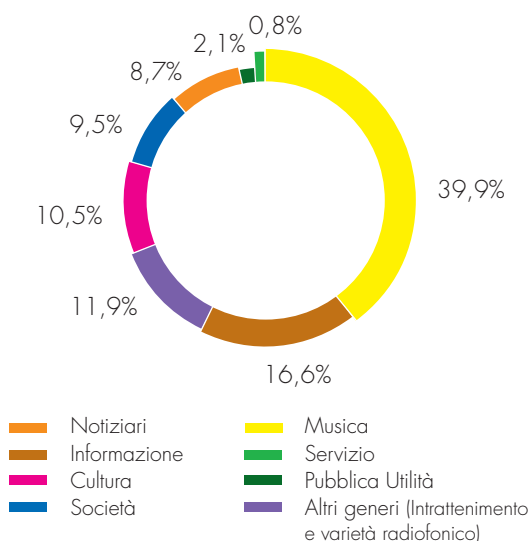
³ Nel panorama nazionale sono presenti circa 1.000 emittenti che trasmettono in ambito locale.

e la ripresa del processo di digitalizzazione dell'archivio storico della radiofonia, la cui conclusione è prevista in quattro anni;

- le partnership territoriali, le iniziative speciali e la cross promotion Radio-Tv;
- nuovi formati pubblicitari (product placement, station break sponsorizzati, radio content, infactory) e più stretti rapporti con il mercato degli investitori.

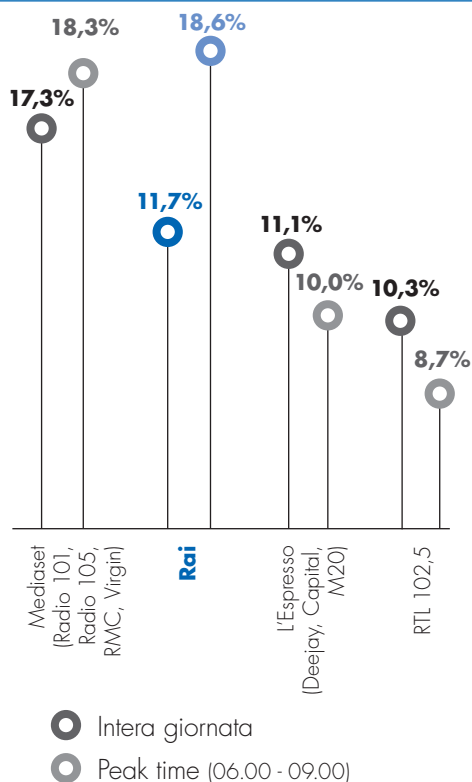
Programmazione radiofonica per genere

(fonte Rai)



Ascolti radiofonici

(quarto d'ora medio, fonte Eurisko Radiomonitor)



Digital

Nel 2016 la media mensile della *total digital audience* ha raggiunto i 29 milioni di utenti, pari al 52,5% degli italiani dai 2 anni in su.

Alla luce delle tendenze specifiche del comparto digital, nel corso del 2016 l'offerta digital della Rai è stata oggetto di un profondo lavoro di revisione e di ammodernamento, che ha iniziato a dare i primi frutti nella seconda parte dell'anno in occasione dei Campionati Europei di Calcio Euro 2016 e delle Olimpiadi di Rio 2016 ed è culminato in settembre con il lancio del portale Rai Play e della relativa App, che hanno sostituito la precedente offerta Rai.Tv.

Tale attività si è estesa a tutti gli ambiti di offerta ed è riuscita a far esplodere i consumi non lineari della Rai nella seconda metà dell'anno, soprattutto grazie al lancio di RaiPlay che costituisce il vero motore della trasformazione della Rai in *Media Company*.

A partire da settembre 2016, infatti, RaiPlay ha sostituito e ampliato le funzioni di Rai.Tv e, dal 14 dicembre 2016, Rai ha portato RaiPlay nel mondo dei televisori connessi. Con RaiPlay, e grazie ad una tecnologia accessibile e senza il bisogno di decoder o telecomandi speciali, il Servizio Pubblico parla sempre di più a tutti: destinando attenzione a ogni singolo utente, accompagnando i cittadini con una pluralità di contenuti che rispondono alle esigenze più diverse.

A conferma della centralità di queste attività per il Servizio Pubblico e per il valore competitivo di Rai, le risorse complessivamente dedicate a tale area sono cresciute di circa il 17% rispetto al 2015 e si attestano a ca. 28 milioni di Euro, incluso il costo del personale.

Con la novità di RaiPlay, dalla fine del 2016, l'offerta Rai – accessibile anche sotto forma di applicazioni da Smartphone e da Tablet – è composta come segue.

- **RaiPlay:** il nuovo servizio multimediale, inclusivo e personalizzato, disponibile per App, Browser e Tv connesse, attraverso il quale è possibile accedere, mediante un'interfaccia grafica evoluta ed adattiva, ad un'offerta video così declinata:
 - *Streaming live* di 14 canali televisivi;
 - *Servizio di Replay TV*, che prevede l'accesso in modalità on demand all'offerta in diritti di 8 canali Rai in onda negli ultimi 7 giorni;
 - *On demand*, una ricca offerta video on demand selezionata dai canali televisivi, oltre a contenuti esclusivi per il web, provenienti dall'archivio delle Teche e delle produzioni Rai, ordinati per generi;

- **Rai.it:** il portale che aggrega e rende facilmente accessibile la vasta offerta web del Gruppo. La navigazione all'interno del portale è suddivisa per News, Sport, Tv, Radio e Corporate. Rai.it promuove e dà accesso a tutta la programmazione in onda ed ai relativi contenuti disponibili sul web di tutte le reti tv, di tutti i canali radiofonici, nonché ai contenuti informativi e multimediali di tutte le testate giornalistiche;
- **Rainews.it:** è l'ambiente attraverso il quale è possibile accedere a tutta l'informazione della Rai. Notizie aggiornate in tempo reale, arricchite con video e fotogallery, ultime edizioni dei telegiornali e dei radiogiornali, dirette del canale Rai News 24 e gli eventi più significativi di ogni giorno. Il progetto Rai News è stato arricchito con la componente TGR web, operando una integrazione tecnica sia del sistema di gestione dei contenuti sia della interfaccia proposta agli utenti; ciò ha consentito, nel corso del 2016, un progressivo arricchimento dell'offerta attraverso le Home Page regionali prodotte dai giornalisti delle diverse sedi. Anche Rainews è disponibile per App;
- **RadioRai.it:** è il portale che dà accesso alla ricca offerta radiofonica di Rai: le dirette dei 10 canali radiofonici; i siti di tutte le reti e dei loro programmi; contenuti audio on demand e podcast con tantissimi extra.

L'offerta video on demand di Rai è presente anche sulle Smart tv Samsung, Apple tv e Android tv, nonché sui televisori e decoder digitali terrestri interattivi (certificati con bollino Gold) con i servizi RaiPlay.it, TGR e Telecomando.

In particolare, per Rio 2016 la Rai ha messo in campo uno sforzo senza precedenti. Il sito e l'app dedicata all'evento sviluppati da Rai hanno permesso la visione completa di tutte le competizioni, da tutti i campi di gara e per tutte le discipline, consentendo alla narrazione televisiva di integrarsi perfettamente con gli altri mezzi, con ottimi risultati: 4 milioni di browser unici (fonte Webtrekk, somma browser unici giornalieri dell'evento) e oltre 65 milioni di visualizzazioni in streaming sui siti e App Rai. L'App RaiRio2016 ha raggiunto oltre 800 mila download nelle due settimane dell'evento. Il racconto Rai delle Olimpiadi ha aperto un dialogo costante attraverso i social network.

Rai continua a rafforzare la propria presenza ufficiale sui principali social network (Facebook e Twitter) con l'attivazione di profili/account di Canali e di programmi televisivi o radiofonici e una crescente integrazione dell'interazione con il pubblico nella sua progettualità editoriale.

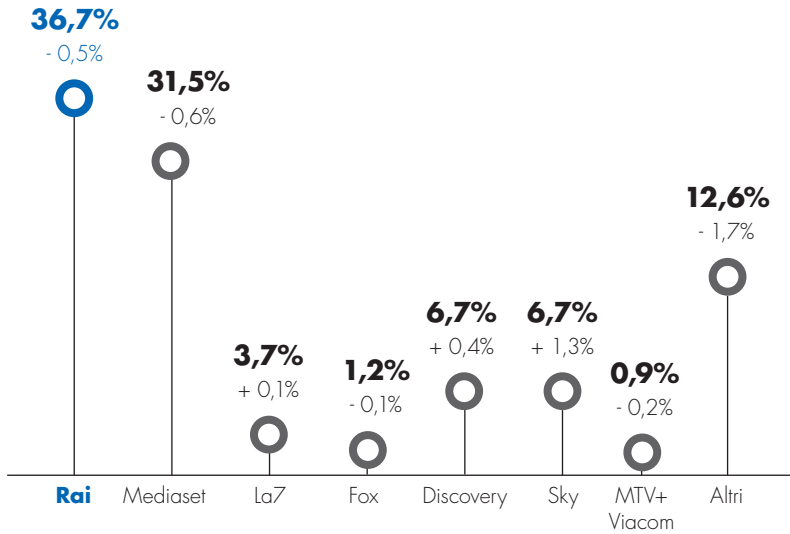
Offerta internazionale

La controllata Rai Com cura la distribuzione europea dei diritti di ritrasmissione dei canali televisivi e radiofonici (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai Storia, Rai Scuola, Rai News 24 e Rai Radio 1, Rai Radio 2, Rai Radio 3) e quella extra-europea dei canali Rai Italia (alimentato con parte della programmazione delle reti Rai e con programmi autoprodotti), Rai World Premium (che trasmette le fiction originali prodotte da Rai) e Rai News 24. Inoltre, Rai Com commercializza e distribuisce i canali radiofonici Radio Rai 1, Radio Rai 2 e Radio Rai 3 anche in territori extra-europei.

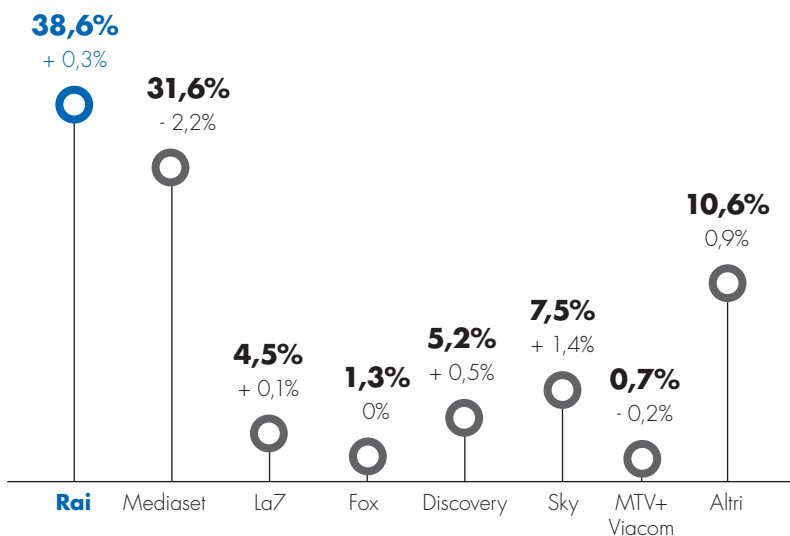
L'offerta dei canali avviene attraverso piattaforme televisive locali – via cavo, via satellite o piattaforme new media – con diverse modalità, sia free che pay:

- negli Stati Uniti, Canada e Australia i canali sono offerti agli abbonati in modalità 'pacchetto' o 'premium – à la carte'. Gli abbonati, dunque - per la visione dei Canali Rai - pagano una fee mensile, aggiuntiva al proprio abbonamento con l'operatore di riferimento;
- in Asia, il canale Rai Italia è in modalità free to air;
- in Europa, America Latina e Africa i canali sono offerti in modalità 'Basic' o 'Extended Basic', con la quale gli abbonati pagano esclusivamente il prezzo mensile dell'abbonamento all'operatore, senza costi aggiuntivi.

Ascolti nel giorno medio (02.00 - 02.00, fonte Auditel)

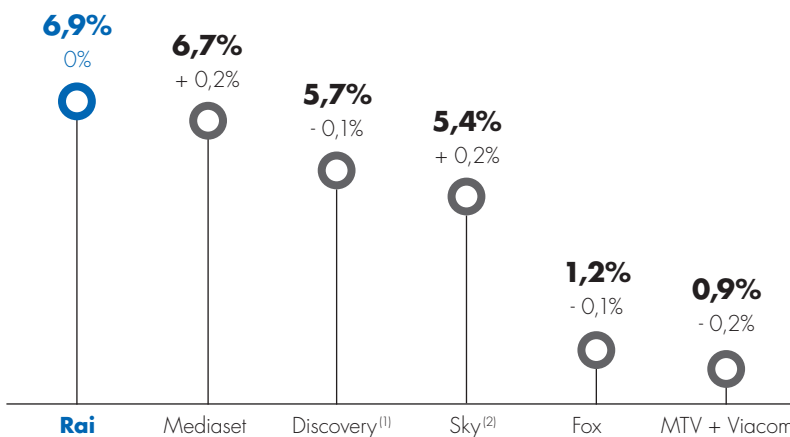


Ascolti in prima serata (20.30 - 22.30, fonte Auditel)



Comparazione tra gli editori specializzati

(Share intera giornata 02.00 - 02.00, fonte Auditel)



(1) I valori di Discovery non comprendono il canale Nove

(2) I valori di Sky non comprendono il canale TV8

La performance dell'offerta Rai

Performance dell'offerta tv

Nell'anno 2016 il numero di ascoltatori medi che hanno seguito la televisione è risultato sostanzialmente stabile, 10,1 milioni, nell'intera giornata (soli -261 mila ascoltatori rispetto al 2015) e quasi 25 milioni in prima serata (-652 mila ascoltatori) con un leggero decremento anche del consumo pro capite pari a 5 ore e 17 minuti (-1,6% rispetto al 2015).

Le reti generaliste tradizionali nel loro complesso (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Canale 5, Italia 1, Rete 4 e La7) continuano il trend negativo, scendendo al 57,8% di share su base giornaliera (-1,2% vs. 2015) e al 61,1% in prima serata (-1,6% vs. 2015), a vantaggio soprattutto dei canali semigeneralisti e tematici gratuiti che, rispetto all'esercizio precedente, passano, nell'intera giornata, dal 31,5% al 32,7% di share media e, in prime time, dal 27,4% al 28,7%.

Rai si conferma ampiamente leader del mercato con il 36,7% di share nell'intera giornata (in lieve decrescita del -0,5% vs. il 2015) e il 38,6% in prime time (dove invece conserva segno positivo con +0,3%). Mediaset si ferma, nell'intera giornata, al 31,5% di share (-0,6% vs. 2015) e in prime time al 31,6% (con una flessione del -2,2%).

I canali generalisti Rai mantengono sostanzialmente invariata la loro quota di mercato nelle 24 ore. Nel dettaglio:

- Rai 1 con il 16,6% di share (-0,4 punti % di share vs. 2015) si conferma la rete più vista in assoluto e conserva un buon margine rispetto all'ammiraglia Mediaset (Canale 5 realizza il 15,5%, +0,1 punti);
- Rai 2 stabile al 6,7% (-0,1%), confermandosi al terzo posto dopo le due ammiraglie Rai e Mediaset;
- Rai 3 scende al 6,5% share (-0,1% vs. 2015).

Riguardo alle performance realizzate dai principali canali della concorrenza nel periodo considerato, si registrano i seguenti risultati: oltre al già citato Canale 5, Italia 1 e Rete 4 entrambe in calo dello 0,5%, la prima al 5,2% e la seconda al 4,1% di share; La7, 3,1% (+0,1%); Tv8, 1,4% (+0,5%); Nove, 1,0% (+0,1%).

Alla performance del Gruppo Rai continuano a contribuire le reti specializzate, che ottengono complessivamente il 6,9% di share nell'intera giornata (stabile rispetto al 2015), grazie ai risultati del Canale per bambini in età prescolare Rai YoYo, di Rai Movie, e di Rai 4, tutti nella graduatoria dei dieci canali specializzati più visti nell'anno.

Rai con la sua offerta completamente gratuita si conferma perciò come il primo editore di canali specializzati (6,9%), superando, seppur di misura, Mediaset (6,7%), Discovery senza il canale Nove (5,7%), Sky senza il canale TV8 (5,4%), Fox (1,2%), e tutti gli altri competitor nazionali e internazionali del calibro di MTV-Viacom, Disney, DeAgostini e Turner.

In **prime time**, il Gruppo Rai mantiene la leadership con il 38,6% di share (+0,3% rispetto al 2015) a fronte del 31,6% di Mediaset (-2,2% punti), e mostra segno positivo su tutte le reti. Nel dettaglio:

- Rai 1 si conferma il canale più seguito con uno share del 18,5% (+0,3% vs. il 2015) e supera Canale 5 di 3,6 punti % (14,9%, -1,0%);
- Rai 2 e Rai 3 restano i canali più visti dopo le reti ammiraglie raggiungendo rispettivamente il 7,2% (+0,1%) e il 6,7% di share.

Per completare il quadro competitivo, le principali emittenti della concorrenza, nella fascia di prime time, realizzano le seguenti performance: oltre al già citato Canale 5, le altre due reti Mediaset, Italia 1 e Rete 4 si fermano rispettivamente al 5,5% (-0,6%) e al 4,3% (-0,5%); La7, 3,9% (+0,1%); Tv8, 1,5% (+0,4%); Nove, 1,0% (+0,2%).

L'insieme dell'offerta dei canali semigeneralisti e tematici Rai registra nel 2016 il 6,2% (-0,2% rispetto al 2015) collocandosi dopo l'offerta specializzata Mediaset al 6,8% (-0,1%) che raggiunge questi risultati anche grazie alla programmazione degli eventi calcistici premium.

Sotto il profilo della percezione della qualità dell'offerta televisiva di Rai, il giudizio espresso dai fruitori sull'offerta generalista è pari a 7,8 (su una scala da 1 a 10), stabile rispetto alla precedente rilevazione. Per tutti i generi dell'offerta generalista si registra un livello di gradimento superiore al 7,0. Anche il giudizio complessivo sull'offerta specializzata è stabile con un valore di 7,5 e giudizi superiori al 7,0 su ogni singolo canale.¹

Performance dell'offerta radio

Per quanto riguarda le quote di audience dei principali Gruppi editoriali, RadioRai, con i suoi quattro canali principali, Radio 1, Radio 2, Radio 3 e Isoradio, si conferma, nel 2016, al secondo posto con l'11,8% di share (-0,3% rispetto al 2015), preceduto da Radio Mediaset, 15,8%, (+0,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) con le tre emittenti Radio 105, R101 e Virgin. Al terzo posto il Gruppo L'Espresso con l'11,0% (-0,3%) con i tre canali DeeJay, Capital e M2O. In testa alla classifica balza Radio 105 (10,6% di share, +0,7%), che supera nella fascia 6:00-24:00 RTL 102.5, in crescita al 10,3% (+0,2%).

Per quanto riguarda le singole emittenti, l'indagine GfK Eurisko – RadioMonitor evidenzia:

- Radio 1 con 4,1 milioni di ascoltatori (-76 mila, -1,8% vs. 2015) mantiene la 6° posizione nella graduatoria delle emittenti nazionali;
- Radio 2 raggiunge poco meno di 3 milioni di ascoltatori (-54 mila, -1,8%) e si conferma al 7° posto;
- Radio 3 supera 1,4 milioni di ascoltatori (+25 mila, +1,8%), stabile al 14° posto;
- Isoradio raggiunge 685 mila ascoltatori (-44 mila, -6%).

Tra i competitor (totale mezzo, giorno medio, fascia 06:00 – 06:00) si segnala:

- RTL 102.5 si conferma leader degli ascolti con quasi 7 milioni di ascoltatori (+2,1% vs. 2015);
- Radio DeeJay si posiziona al 2° posto con circa 4,8 milioni (+2,9%);
- Radio105 con poco più di 4,7 milioni sale al 3° posto (+4,4%);
- RDS scende in 4° posizione con 4,7 milioni (-0,2%);
- Radio Italia in 5° posizione con poco meno di 4,4 milioni di ascoltatori (-3,2%).

Rispetto all'ascolto del quarto d'ora medio per il totale mezzo, le performance dei canali RadioRai sono le seguenti:

- Radio 1 in calo con 321 mila ascoltatori medi (-5 mila, -1,5% vs. 2015) con il 5% di share (-0,2%);
- Radio 2 in aumento con 264 mila ascoltatori (+11 mila, +4,2%) con il 4,1% di share (+0,1%);
- Radio 3 stabile con 139 mila ascoltatori e con il 2,2% di share;
- Isoradio in calo con 38 mila ascoltatori (-2 mila, -5,3%) pari allo 0,6% di share (-0,1%).

Secondo le ricerche *ad hoc* condotte da Rai, affidabilità e autorevolezza sono le variabili su cui RadioRai eccelle, tuttavia è cresciuta, rispetto al 2015, anche la percezione di

¹ Dati riferiti ad ottobre 2016.

qualità e la stessa autorevolezza di alcuni grandi network privati nazionali. A Radio Rai viene riconosciuto un profilo qualitativo alto e un importante ruolo in termini di servizio; dà molto spazio all'informazione e all'approfondimento; presenta opinioni diversificate che sono a loro volta espressione della variegata composizione sociale italiana; cura l'attendibilità delle notizie; garantisce un elevato standard professionale; punta indiscutibilmente anche alla maturazione culturale del pubblico.

Performance dell'offerta digital

Nel 2016 sono state 15,2 milioni le famiglie italiane che hanno dichiarato di poter accedere a internet da qualsiasi device. Si tratta del 68,7% delle famiglie italiane, un dato in aumento rispetto all'anno precedente (+0,9%). Per quanto riguarda gli individui di età compresa tra gli 11 e i 74 anni, essi sono 42,6 milioni, pari all'88,7% degli italiani, dato anche questo in crescita rispetto all'anno precedente (+2,8%). Se si prende in considerazione la fascia di età compresa tra gli 11 e i 34 anni, la percentuale di coloro che dichiarano di poter accedere a internet da un qualsiasi device sale al 98,5%.

In tale contesto generale, nel 2016 sono stati 29 milioni gli italiani che si sono connessi a internet almeno una volta al mese con una crescita rispetto all'anno precedente del +0,5% (traffico *all device*), dato che media la forte crescita del traffico da mobile (+15,3%) e la riduzione di quello generato da pc (-5%). Rai nel 2016 registra dati migliori rispetto al mercato: il tasso di crescita del traffico *all device* è maggiore (+3,2% vs. 2015); la crescita del traffico da mobile si accentua (+17,7%) e il calo del traffico da pc è minore (-1%).

Il sopracitato lancio di RaiPlay, in aggiunta alla trasmissione degli eventi sportivi Euro 2016 (disponibile anche per App) a giugno/luglio e, in esclusiva, Rio 2016 ad agosto, ha permesso al gruppo Rai una netta crescita delle performance web già a partire dal mese di giugno: la media mensile di pagine visitate nel periodo giugno-dicembre 2016 è superiore del 31,5% rispetto alla media mensile del periodo gennaio-maggio 2016. In particolare, RaiPlay nei mesi di ottobre-dicembre 2016 ha ottenuto un numero di visualizzazioni quasi doppio rispetto a Rai Tv nel pari periodo del 2015 (+98%), registrando una crescita costante mese su mese, superando a novembre, in assenza di appuntamenti di richiamo, le best performance di Rai.tv di giugno e agosto, in presenza dei grandi eventi sportivi.

Un altro elemento interessante per comprendere il successo di RaiPlay in questi primi mesi dal lancio, in assenza di grandi eventi, è il numero di download della app. Lanciata il 2 settembre 2016 e quindi disponibile sugli app store solo negli ultimi 4 mesi del 2016, la App ha totalizzato oltre il 50% dei download totali del 2016 relativi a Rai Tv/RaiPlay e il 25% sul totale download app Rai del 2016. Se si considera solo il periodo dal lancio (settembre-dicembre), i download relativi alla app RaiPlay totalizzano oltre l'80% del totale download App Rai.

Nel 2016 l'offerta complessiva del Gruppo Rai ha generato un traffico complessivo pari a 3 miliardi di pagine viste, con una media mensile di 246 milioni (+38% sul 2015). I browser unici complessivi sono stati 308 milioni (+69% sul 2015).

Le principali offerte digital di Rai registrano performance in aumento rispetto al 2015. In particolare:

- Rai.it ha generato un totale complessivo di 519,5 milioni di pagine viste, con un traffico mensile pari a 43,3 milioni (+3% vs 2015) e 67,7 milioni di utenti unici complessivi (+3,6% sul 2015);
- il portale multimediale Rai Tv / RaiPlay, ha registrato un totale complessivo pari a circa 1,4 miliardi di pagine viste, con una media mensile di 121 milioni (+29% sul 2015) e 117,3 milioni di utenti unici complessivi (+33,7% sul 2015);
- RaiNews.it ha registrato un totale di 613 milioni di pagine viste, con una media mensile di 51 milioni (+11% sul 2015) e 66,6 milioni di utenti unici complessivi (+19,1% sul 2015).

Rai è presente con account ufficiali sui principali social.

A dicembre 2016 si contano oltre 11 milioni di fan su Facebook e 4,3 milioni su Twitter (dati delle piattaforme). Nel corso del 2016 Rai ha anche rafforzato la presenza su Instagram e conta attualmente oltre 500 mila seguaci e approcciato la nuova piattaforma Snapchat.

Nel corso dell'autunno 2016, la quota Rai relativa alle interazioni generate dalla programmazione tv nazionale su Facebook e Twitter è pari a un terzo del totale (fonte Nielsen SCR).

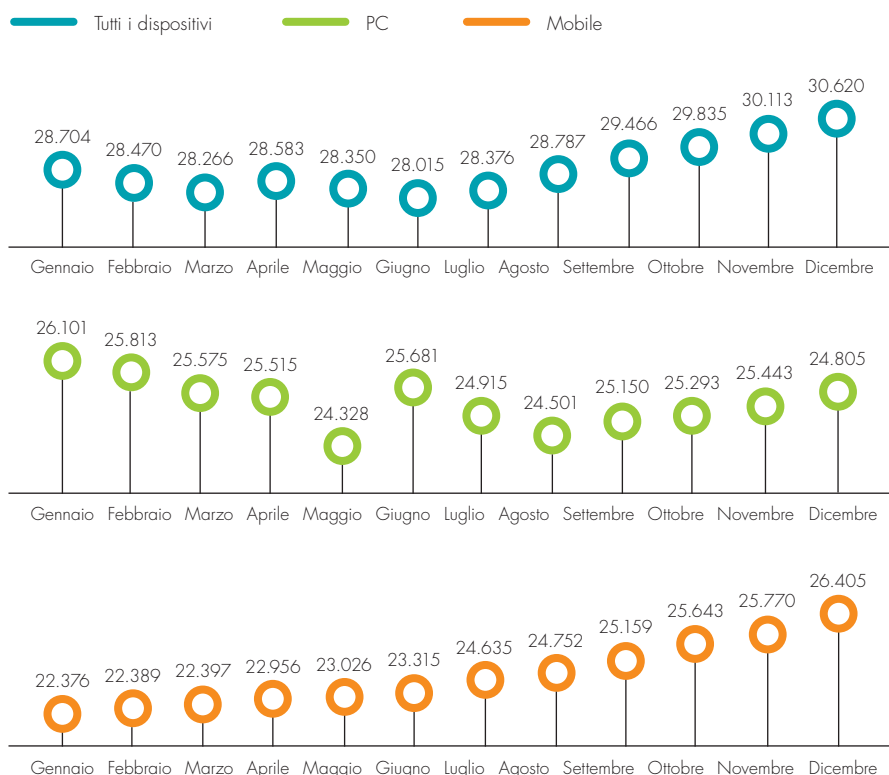
Da un punto di vista della percezione del pubblico della qualità dell'offerta Rai online risulta che questa è conosciuta da circa la metà del campione e molto apprezzata (giudizi superiori al 7 in una scala da 1 a 10). Il pubblico la considera affidabile e raccomandabile, facilmente accessibile e

con una buona vocazione social. L'accesso ai domini e ai servizi Rai avviene ancora prevalentemente da Pc, modalità scelta da oltre il 60% del campione, determinata largamente dalla fruizione di contenuti video di media/ lunga durata.

RaiPlay risulta essere la App/portale più apprezzato (oltre il 60% del campione). RaiPlay e RadioRai sono le App che gli intervistati dichiarano di utilizzare più spesso, rispettivamente, dal 25% e dal 23% del campione.

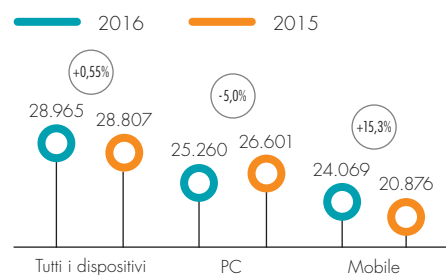
Digital Audience per mese (utenti unici)/000

(fonte Audiweb)



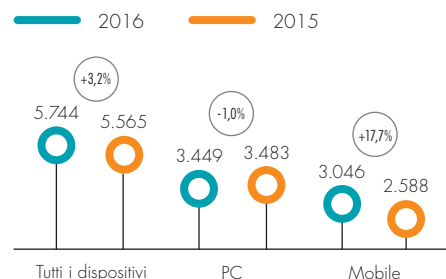
Digital Audience media annua (utenti unici)/000

(fonte Audiweb View; utenti PC 2+, utenti Mobile 18-74)



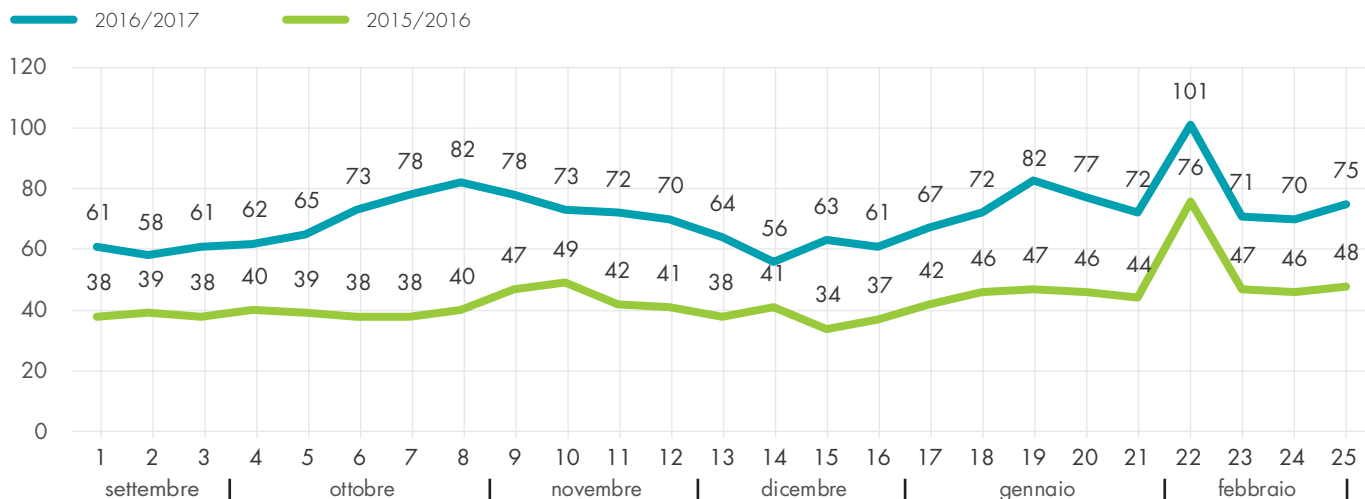
Digital Audience media annua Rai (utenti unici)/000

(fonte Audiweb View; utenti PC 2+, utenti Mobile 18-74)



Traffico Internet Rai - Totale settimanale di pagine viste (milioni di pagine viste/settimana)

(fonte Webtrekk)



Le attività

La televisione	40
Canali generalisti	40
Canali semi-generalisti e canali tematici	51
Informazione	65
Fiction	69
Cinema	72
La radio	76
Canali	77
Digital	82
Teche	86
Servizi di pubblica utilità	87
Attività commerciali	88
Pubblicità	88
Commerciale	89
Altre attività	94
Attività tecnologiche	94
Attività trasmissiva	100
Comunicazione, relazioni esterne, istituzionali e internazionali	102

Le attività

La televisione

Canali generalisti

Rai 1

Rai 1 conferma la sua immagine di rete prestigiosa e autorevole, rappresentativa dell'identità nazionale e di supporto alla vita quotidiana dei cittadini, focalizzandosi su una promessa chiara e riconoscibile. È il canale in grado di unire ed entusiasmare un'audience molto ampia, fungendo da approdo televisivo confortevole e sicuro.

Accanto ai valori tradizionalmente attribuiti (serio, autorevole, garbato, equilibrato, di servizio, punto di riferimento, educativo, formativo, rassicurante, familiare, per tutti, di qualità, interessante, stimolante, vario) Rai 1 accentua l'essere unico, inimitabile e differente.

Rai 1 è il punto di riferimento del pubblico per la qualità dell'offerta, su tutti i livelli di contenuto e piattaforme ed esprime i propri contenuti attraverso un racconto trasversale ed inclusivo. Il pubblico riconosce alla rete affidabilità e istituzionalità e valuta positivamente lo sforzo per le attività sociali ed i prodotti di impegno civile.

Ma Rai 1 è anche capace di emozionare con i suoi eventi esclusivi, di intrattenere con format coinvolgenti e dal carattere familiare e di creare un'informazione concentrata sui temi più rilevanti

dal punto di vista nazionale ed internazionale; è il canale della fiction e della divulgazione culturale realizzata mediante una conduzione autorevole ed elegante, che ha la possibilità di generare un forte impatto sulla società e sul Paese grazie ai suoi grandi numeri di ascolto.

Proprio per questa sua capacità di coinvolgere un pubblico tanto ampio Rai 1 detiene una decisiva responsabilità civile nel panorama culturale dell'intero Paese.

Anche nel 2016 Rai 1 ha consolidato la sua **leadership** sia in termini di ascolto, sia di ricchezza e pluralità dell'offerta e si è confermato il canale più seguito dagli italiani: 39 milioni di contatti settimanali, 24,3 milioni di spettatori giornalieri, 98 minuti medi di visione al giorno che hanno generato 1,7 milioni di ascoltatori medi con il 16,6% di share nelle 24 ore e 4,5 milioni con il 18,5% di share nel prime time. Dati che testimoniano la forza aggregatrice che la rete ammiraglia Rai ha svolto anche in un contesto sempre più concorrenziale e frammentato.

In forte ascesa i numeri di Rai 1 sul **web** e nei **social network**: nel corso del 2016 Rai 1 ha generato 420 milioni di pagine viste totali, in crescita del 10% sul 2015; l'evento più seguito è stato il *Festival di Sanremo* che da solo ha generato 23,6 milioni di visualizzazioni in rete; sommando i vari account ufficiali di Rai 1 si contano oggi 840 mila follower su Twitter e 4,7

Rai 1



CONTATTI MEDI
GIORNALIERI

24,344



MINUTI VISTI
AL GIORNO

98



SHARE NELLE 24 ORE

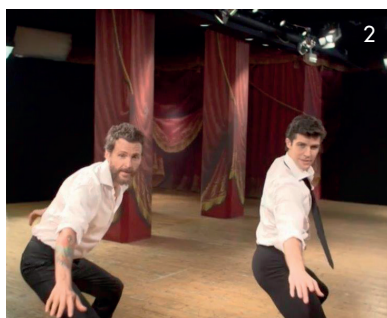
16,6%

SHARE PRIMA SERATA

18,5%



1. Le dirette quotidiane di *Uno mattina*
2. *La mia danza libera*, serata evento con Roberto Bolle
3. *I Medici*, serie tv successo dell'anno



milioni di fan su Facebook. Ancora una volta il *Festival di Sanremo* si è affermato come l'evento più 'social' con 3,8 milioni di interazioni totali sulle due piattaforme.

Per quanto riguarda lo sviluppo **multipiattaforma**, nel 2016 è stato intensificato il lavoro di sviluppo selettivo di alcuni progetti editoriali al fine di far emergere le potenzialità di alcuni prodotti oltre l'orizzonte degli schemi di programmazione lineare sul canale televisivo. Relativamente alle riviste/magazine di edicola spiccano i successi di *Reazione a catena* e de *L'Eredità* ed il lancio nel 2017 del mensile *La vita in diretta*.

La stagione della **fiction** ha registrato una media del 20,4%, in crescita del +0,6% rispetto al 2015. Gli oltre 10 milioni di spettatori di *Don Matteo 10* e dei nuovi episodi de *Il commissario Montalbano* hanno segnato i record di tutti i tempi.

Le nuove serie *Tutto può succedere* e *Non dirlo al mio capo* hanno raccontato le vicende della famiglia di oggi attraverso un linguaggio innovativo, riuscendo così a raggiungere picchi del 30% di share sui pubblici più giovani.

Così come totalmente inedita è stata la serie tv tratta dal film *La Mafia uccide solo d'estate*. Un formato narrativo nuovo, lontano dalla retorica di molti racconti sugli eroi dell'antimafia. Tono e tempo del racconto, scelta dei personaggi, incontro tra piccola e grande storia, approccio dissacrante e poetico hanno reso questa serie originale e di grande impatto.

L'offerta è poi passata per un capolavoro di coproduzione filmato in lingua inglese che ha portato sulla fiction di produzione Rai un cast eccezionale guidato da Richard Madden, Dustin Hoffman e Stuart Martin. *I Medici* è stata la serie più seguita dell'autunno con il 27% di share, 6,7 milioni di ascolto medio e 24 milioni di contatti cumulati.

Decisamente positivo, inoltre, il riscontro di pubblico per *L'allieva*, una serie originale e divertente, che mescola in chiave contemporanea il crime e la commedia sentimentale, tratta dai romanzi di Alessia Gazzola, divenuta uno dei più interessanti fenomeni letterari giovanili.

Ed infine, straordinaria è stata la risposta del pubblico alla proposta delle quattordici prime serate di fiction dedicate alla storia ed agli eroi del nostro Paese: quasi 6 milioni medi di spettatori, il 22% di share con punte superiori al 27% toccate con *Felicia Impastato, lo non mi arrendo, Il sindaco pescatore*.

Sul fronte dei prodotti seriali di **intrattenimento di prima serata** la stagione di Rai 1 è stata da un lato caratterizzata da una sperimentazione tesa a verificare la potenzialità di prodotti del tutto nuovi (*Dieci Cose, Music Quiz*); dall'altro ha visto la conferma di format già appartenenti alla library di Rai 1 come *Ballando con le stelle, I migliori anni e Tale e quale show* che hanno saputo rinnovarsi e

battersi in un contesto competitivo molto complicato come quello del venerdì e del sabato sera.

Ma il vero stacco poderoso si è raggiunto con le cinque serate del *Festival di Sanremo*, le tre di *Laura & Paola*, le due di *Rischiatutto*, le due del *Wind music awards 2016*, la finale dell'*Eurovision Song Contest*, le due serate dedicate a Mogol e l'evento costruito intorno alla classe di Roberto Bolle. Sedici serate evento contemporanee e di qualità, capaci di raggiungere audience diverse e da record ed allo stesso tempo di generare un impatto anche oltre lo schermo televisivo. Complessivamente, il genere intrattenimento ha raggiunto il 21,1% di share come media dell'intero anno 2016, in crescita dell'1,3% rispetto al 2015.

Quanto alle **secondo serate**, Rai 1 ha cercato di dare una risposta alla necessità di scardinare un impianto mono genere, quello dell'informazione, per incrementare il tasso di varietà della programmazione e creare nuove opportunità di sperimentazione. Con tale prospettiva, l'intrattenimento è tornato dopo 20 anni nella seconda serata di Rai 1 con due programmi inediti e inconsueti per la rete: *Fan Car-Aoke*, dal Carpool Karaoke di James Corden, un format tutto in esterna in cui grandi protagonisti della musica si sono divertiti in un viaggio in auto informale dove hanno interagito con i propri fan e con un conduttore assolutamente inedito per Rai 1 quale Giampaolo Morelli.

L'importante è avere un piano, con Stefano Bollani, un 'palco' esclusivo che ha ospitato in ogni puntata artisti del panorama nazionale ed internazionale che, insieme al conduttore-musicista e una resident band, hanno regalato performance uniche ed originali.

La **divulgazione culturale** è rimasta fra i punti di forza della programmazione della Rete con le consuete incursioni in prima serata di Piero Angela con i tradizionali *Superquark* estivi e con i documentari di *Passaggio a nord-ovest* come punti fermi del palinsesto di day time. L'offerta divulgativa è stata poi arricchita da una straordinaria visita notturna di Alberto Angela al Vaticano programmata in prima serata il 27 dicembre e diventato il programma culturale più visto degli ultimi 13 anni (6,1 milioni di telespettatori pari al 25,6% di share).

Sono proseguiti, inoltre, con successo i viaggi in Italia ed al di fuori dei confini nazionali alla ricerca di mete sorprendenti per varietà di paesaggi, culture e tendenze con gli amici di *Easy Driver, Linea Blu, Linea Bianca, Linea Verde, Overland, Dreams Road, Paesi che vai*. È, infine, tornata in estate la seconda stagione di *Fuori Luogo* per spiegare come i cambiamenti del pianeta abbiano e stiano determinando anche cambiamenti nel nostro modo di vivere.

Il 2016 ha poi visto tornare su Rai 1 *La Prima* dal Teatro alla Scala di Milano. Diciannove anni dopo il *Macbeth* del lontano 1997, la proposta della *Madama Butterfly* è stato un successo mediatico a 360 gradi capace di raggiungere in tv 12,5 milioni di contatti che hanno seguito l'evento mediamente per 39 minuti generando così 2,6 milioni di spettatori medi pari al 13,5% di share.

Il **cinema** è tornato nel 2016 a ricoprire un ruolo primario nel palinsesto di Rai 1 ed ha raggiunto spesso un buon riscontro di gradimento da parte del pubblico. Oltre ai grandi titoli internazionali come *Saving Mr. Banks* e *Grace di Monaco*, la rete ha puntato soprattutto sul cinema italiano in prima visione.

Sul fronte delle **serie di acquisto** è tornata in primavera la terza stagione di *Velvet* che negli ultimi anni ha saputo fidelizzare il pubblico di Rai 1 nella complessità del mercoledì sera con una media di oltre 3 milioni di spettatori. È infine proseguita con successo l'offerta dei classici Disney nel periodo natalizio con lo straordinario successo di *Frozen* capace di superare il 50% di share sulle bambine 4-7 anni ed il 22,7% sul totale individui.

Rai 1 è da sempre anche **informazione**. Oltre alla continuità dell'approfondimento giornalistico con le seconde serate di politica, cronaca e costume di *Porta a porta*, del consolidamento di *Petrolio*, delle inchieste de *L'Arena* e delle dirette quotidiane di *Uno mattina* e *La vita in diretta*, Rai 1 ha dimostrato ancora una volta grandissima attenzione ai principali avvenimenti internazionali e nazionali, dagli attentati terroristici al terremoto, modificando prontamente il proprio palinsesto di prima serata per dare spazio ad analisi ed aggiornamenti in diretta, in quei giorni, con una copertura impeccabile, il punto di riferimento informativo dell'intera offerta televisiva.

Per gli appassionati di **sport**, oltre alla Formula 1 e agli incontri in esclusiva della Tim Cup, le emozioni sono proseguite in estate con il grande calcio grazie alla 15ª edizione dei Campionati Europei Uefa 2016 capace di raggiungere punte di oltre 17 milioni di spettatori con gli incontri della Nazionale italiana.

La forte vocazione alla missione di Servizio Pubblico di Rai 1 si esprime quotidianamente anche nel day time: al mattino, dalle 6:40, *Uno mattina* con approfondimenti su temi d'interesse generale che spaziano dalla politica, all'economia, alla medicina; alle 10:00 *Storie Vere*, con le sue storie e personaggi della nostra vita quotidiana, continua a rappresentare la realtà in cui viviamo; il nuovo programma *Tempo e denaro*, dedicato a tutti i campi di consumo dal cibo agli abiti,

dalla salute al tempo libero fornisce conoscenze e strumenti utili per la vita quotidiana; alle 12:00 *La prova del cuoco* intrattiene tra ricette, gare ed allegria. Il sabato e la domenica continua il successo di *Uno mattina in famiglia* e di *Buongiorno Benessere*.

Il pomeriggio, prosegue con l'alternanza de *La vita in diretta* e di *Torto o ragione* e con i quiz di successo *L'Eredità* e *Reazione a catena*. La domenica pomeriggio con *L'Arena* e la nuova formula autunnale di *Domenica in* dedicata interamente a musica, cinema e teatro. In Access Time, *Affari tuoi* accompagna quotidianamente il pubblico di Rai 1 agli importanti appuntamenti di prima serata facendo di un game l'occasione per raccontare le vite di tutti noi e le caratteristiche di quel meraviglioso mosaico che sono le nostre regioni.

Rai 1 anche nel 2016 si è confermata rete prestigiosa ed autorevole, rappresentativa dell'identità nazionale e di supporto alla vita quotidiana dei cittadini.

“Un canale capace di emozionare con i suoi eventi esclusivi, di intrattenere con format coinvolgenti e familiari, di creare un'informazione concentrata su tutti i temi più rilevanti nazionali ed internazionali, di raccontare il mondo attraverso la grande fiction e la divulgazione culturale e di generare un forte impatto sul Paese grazie ai suoi grandi numeri di ascolto”.

Rai 2


 17,978 /MLN
CONTATTI MEDI
GIORNALIERI

17,978

MINUTI VISTI
AL GIORNO

54



SHARE NELLE 24 ORE

6,7%

SHARE PRIMA SERATA

7,2%

Rai 2

Un canale generalista popolare ed eclettico nel quale formati e codici nuovi si mescolano a contenuti più tradizionali. Rai 2 racconta il mondo contemporaneo in tutte le sue sfaccettature con un linguaggio semplice, diretto e attuale, interpretando in questo modo un altro aspetto fondamentale del Servizio Pubblico.

Le recenti tendenze di ascolto evidenziano un quadro competitivo affollato, frammentato e sfidante, imponendo un grande scatto in termini di innovazione e riconoscibilità, specie per Rai 2 che, più delle altre reti Rai, si colloca in una posizione di frontiera tra l'offerta televisiva generalista e la concorrenza specializzata e semi generalista, sempre più agguerrita e ricca di contenuti premium.

Pertanto, per esercitare un fascino nuovo presso fasce di pubblico dinamiche e curiose, implementando la quota di audience giovane e giovane-adulta che la tv generalista fatica ad intercettare, Rai 2 – facendo leva sulla propensione alla sperimentazione che ne caratterizza il dna – ha accelerato in modo importante, specialmente a partire dal palinsesto autunnale, il processo di rinnovamento dell'offerta.

Nel **primo semestre**, numerosi i titoli consolidati e di successo proposti nel **prime time**: da *Boss*

in incognito, con nuove storie di manager che, nel mettersi in gioco, scoprono aspetti relativi al lato umano e professionale dei loro dipendenti che risultano spesso sorprendenti e spiazzanti. Il programma ha registrato un'ulteriore crescita rispetto all'edizione precedente, attestandosi su uno share superiore all'8,5%; a *Made in Sud* e *The Voice of Italy* che, rispettivamente con uno share del 10,9% e del 12,2% ed un'età media di 45 e 46 anni, hanno raggiunto performance molto soddisfacenti.

A proposito di musica, ricordiamo la speciale serata evento del 18 marzo *Tim music on Stage Award*, prima sperimentazione di un prime time finanziato interamente con la formula del branded content, che ha registrato l'interesse della fascia teen (15-19) con uno share sul target pari all'8,4%.

La fiction, altro genere di linguaggio fondante per l'immagine di Rai 2, ha registrato un grande successo (share medio dell'11,4%) con *L'ispettore Coliandro* che ha ripagato l'attesa dei suoi fan ed attratto nuovi appassionati.

Confermato l'appuntamento con la serata di approfondimento informativo *Virus, il contagio delle idee*.

L'offerta di serialità d'acquisto si è distinta per il consueto ed apprezzato mix fra titoli consolidati, quali *NCIS*, *CSI Cyber*, *Hawaii Five-0*, *The Good Wife*, *Cobra 11*, *Castle* ed *Elementary*,

1. Il progetto #Mai più Bullismo
2. L'intrattenimento pomeridiano di *Detto/Fatto*
3. Amadeus presenta STEP – *Stasera Tutto è Possibile*
4. Il One Man Show *Stasera casa Mika*



e alcune novità tra le quali ha spiccato, per la modernità del linguaggio, l'americano *Limitless*.

Anche lo sport ha svolto un ruolo importante in prima serata con le qualifiche e le sintesi differite delle gare di Formula 1 e con la Tim Cup.

Nella **seconda serata** oltre al riconfermato *2 Next* e ai documentari naturalistici di *Obiettivo Pianeta*, si sono sperimentati nuovi titoli e nuove formule di offerta come *Fatti Unici*, una live sitcom messa in scena dal gruppo di lavoro di *Made in Sud*, e *Start! – La vita a portata di app*, viaggio alla scoperta dei migliori servizi digitali sviluppati da startup italiane.

Infine segnaliamo *Emozioni playlist*, evoluzione del programma musicale di Rai 2; questa stagione, incentrata sul concetto di playlist tematica, è risultata ancora più coinvolgente per il pubblico che ha espresso grande partecipazione su tutti i social media.

In **day time** meritano attenzione due titoli tra i più rappresentativi della rete, ovvero *Quelli che... il calcio* e *Detto/Fatto*, quest'ultimo confermato punto di riferimento per il pubblico femminile giovane adulto nella fascia pomeridiana. *Quelli che... il calcio* ha vissuto una stagione di grande rinnovamento grazie all'apporto della Gialappa's Band e di Massimo Venier, riaffermando e rinnovando la formula del programma e dedicando anche maggiore attenzione al calcio con il ritorno dei collegamenti dagli stadi. Tutto ciò ha prodotto un grande rilancio del brand ed ascolti in forte crescita: l'edizione 2015/2016 è stata la migliore dal 2012 sia in valori assoluti, con uno share del 7,8%, sia sul target obiettivo 25-34, con uno share del 9,3%.

Il quadro di offerta del mese di giugno, dominato dai Campionati Europei di Calcio ha sconsigliato la sperimentazione di nuove produzioni. Non è mancata comunque un'offerta in prima visione, fortemente targettizzata sul pubblico femminile con la serie *Jane the Virgin*, interessante esperimento di ibridazione di generi tra soap e comedy, e con la seconda stagione del docu-reality *Coppie in attesa*.

In una seconda parte dell'estate caratterizzata prevalentemente dalla programmazione di telefilm – tra i quali spiccano le novità e prime visioni *Le regole del delitto perfetto* e *Criminal Minds Beyond Borders* – la produzione più rilevante, è stata *Voyager – Ai confini della conoscenza*. Le cinque puntate del ciclo estivo 2016 hanno infatti colto l'interesse di oltre 1,8 milioni di ascoltatori con uno share pari al 9,1%. Interessante il dato relativo al pubblico con istruzione media superiore (share prossima all'11%) e universitaria (10,4%).

Sui social media, *Voyager* si è confermato leader tra i programmi divulgativi, grazie a un trend in continua crescita. Su Facebook, ha raggiunto una base di fan corrispondente a 293.000 utenti e tutte le puntate dell'ultimo ciclo estivo si sono posizionate nei trend topics di Twitter. Il modello di fruizione sui social è da vero e proprio second screen, con una community di appassionati molto attiva e pronta a commentare la puntata in diretta.

La contemporaneità ed il successo della formula divulgativa di *Voyager* sono effetto dell'attenzione dedicata alla ricerca di idee, punti di vista e formule di racconto originali.

Nel mese di agosto la programmazione di Rai 2 è stata festosamente invasa dai Giochi Olimpici di Rio de Janeiro: Rete Olimpica e centro dell'attenzione mediatica nazionale. 1.200 ore di trasmissione con uno share medio del 23% e una media di 1,8 milioni di appassionati. Il grande successo del periodo Olimpico ha fornito a Rai 2 l'opportunità di lanciare la propria stagione autunnale cogliendo l'attenzione di un pubblico vasto (oltre 42 milioni i contatti generati durante il periodo della manifestazione), attento e moderno.

L'offerta autunnale, la prima interamente riconducibile alla nuova linea editoriale del canale, ha fatto affidamento su titoli di consolidato successo quali *Pechino Express* e *Stasera tutto è possibile* in prime time, *Detto/Fatto* e *Quelli che... il calcio* in day time, sui quali sono state innestate nuove proposte in grado di innovare ed attrarre nuove fasce socio demografiche di audience, attivando un 'principio di seduzione' nei confronti di un pubblico, quello dei giovani adulti, che tende a marginalizzare sempre più la tv generalista dalla propria dieta mediatica.

Questo obiettivo è stato raggiunto tramite un percorso di rinnovamento del linguaggio e dello stile del racconto. In prima battuta, è stata consolidata l'offerta del genere che più caratterizza la rete, quello del **docu-reality**, il cui titolo più rappresentativo è stato *Pechino Express*.

Il docu-entertainment reality ha fornito il proprio contributo all'identità di Rai 2 in termini di immagine, performance sia on air (share del 9,2% pari ad un ascolto medio di 2,2 milioni, età media di circa 45 anni in discesa di 3 anni e mezzo rispetto alla precedente stagione, performance oltre l'11% tra le classi di istruzione più alte) che on line (#pechinoexpress è uno dei trending topics più costanti tra i brand televisivi), gradimento di pubblico e critica.

I motivi per i quali *Pechino Express* è divenuto uno dei brand televisivi più amati, in grado di varcare i confini dello schermo tv per diventare fenomeno sui social network possono essere

ricollegati ai contenuti 'hyperpop' espressamente pensati e costruiti per la fruizione nell'ambito di un più ampio sistema mediale, al tone of voice contemporaneo e ironico, all'attenzione e cura del rapporto con la propria comunità online e all'attitudine social del conduttore.

Il docu-reality nel senso più tradizionale è uno strumento estremamente versatile per raccontare la contemporaneità. Ed è tramite questo linguaggio che Rai 2 ha indagato e raccontato due aspetti molto diversi tra loro che riguardano il mondo dei giovani e giovanissimi: il bullismo ed il rapporto con la ricchezza.

#Mai più Bullismo è stato il primo social coaching televisivo centrato sul bullismo, un tema purtroppo di grande attualità, trasversale e che interessa direttamente i ragazzi, e con loro le famiglie, la scuola e le istituzioni. Un progetto, sviluppato in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, che è divenuto elemento centrale di una campagna di sensibilizzazione sul tema promossa dal Ministero e dalla Rai.

Caratteristica del programma, quattro puntate in seconda serata, è la tecnica del racconto immersiva che restituisce senza filtro il punto di vista della vittima in un diario per immagini: storie, persone, contesti, famiglie, problemi, vengono raccontati dall'interno come mai prima d'ora. Lo stesso conduttore ha un ruolo fondamentale nel programma: non un semplice narratore ma un punto di riferimento per i protagonisti della vicenda con l'obiettivo di porsi come strumento utile alla riflessione sul problema dall'interno, agendo sia su chi subisce tali azioni sia su chi le provoca.

Interpretando la finalità educativa e di Servizio Pubblico, il programma è andato oltre la mera descrizione e denuncia di un fenomeno grave e dilagante, cercando possibili vie di soluzione per i singoli casi.

L'affresco generazionale è poi passato attraverso *Giovani e Ricchi*, il docu-reality sui rich kids di casa nostra. Un punto di vista tutto particolare, quello di quattro giovani privilegiati per nascita che il programma segue nei momenti ordinari della loro vita 'straordinaria'. Il racconto di un mondo dorato e sopra le righe, sempre connesso, ma anche un modo per raccontare storie e personalità inconsuete. L'esperimento ha destato molto interesse e animato un acceso dibattito, a riconferma della potenza narrativa e della capacità di stimolare propria di questa forma di docu-reality. Una formula anglosassone, quasi observational, una modalità di racconto inedita nel panorama nazionale.

Sul fronte dell'**informazione**, in particolare a partire dall'autunno, è stato mantenuto un presidio sull'approfondimento informativo, asset irrinunciabile per un grande canale generalista, ma con l'obiettivo di superare la formula del talk show classico, ormai logora e inflazionata. Si è pertanto iniziato a sperimentare nuove formule di lettura della realtà che, pur destando grande interesse e attenzione e giudizi più che positivi da parte dei fruitori, hanno bisogno di tempo per affermarsi in termini di large audience. Due, in particolare, i titoli: *Nemo - Nessuno Escluso*, il programma che racconta la realtà attraverso le storie delle persone. E lo fa con due modalità diverse: mettendo direttamente i protagonisti al centro del racconto senza

1. Il bronzo di Tania Cagnoto nei tuffi alle Olimpiadi di Rio 2016
2. Marco Giallini in *Rocco Schiavone*
3. La finale di Volley Italia-Brasile Rio 2016
4. Il docu-reality *Pechino Express*



mediazioni oppure utilizzando l'esperienza diretta che gli inviati faranno della realtà. Ogni filmato vuole essere il racconto di un viaggio, la cronaca di un'immersione che i due conduttori portano in studio senza nascondere le proprie opinioni.

Ed *Italia*, un approfondimento nel senso più vero del termine che, partendo da un docu-film d'inchiesta, affronta temi di attualità, mettendo in campo quella capacità di riflessione, di analisi e di approfondimento ormai messe in secondo piano dai talk show classici. Proprio questa necessità di approfondire e la cura posta nel produrre i singoli documenti filmati fanno sì che *Italia* non costituisca un appuntamento settimanale ma si sostanzia in una serie di serate evento distribuite nel palinsesto.

Rai 2 ha esplorato la contemporaneità anche attraverso il linguaggio della **fiction**, con prodotti di impatto, non tradizionali ma di grande qualità e comparabili alla grande offerta internazionale. Tra questi, va ricordata la serie *Rocco Schiavone*, che è passata da successo letterario a vero e proprio fenomeno televisivo e di costume. Circa 3,5 milioni di spettatori hanno seguito le sei inchieste del Vice Questore più scorretto della tv italiana, con uno share pari al 13,6% ed un pubblico dal profilo di istruzione estremamente elevato (lo share tra i laureati è prossimo al 22%).

Lo **studio based entertainment** ha potuto far affidamento sui successi consolidati di *Stasera Tutto è Possibile* che alla seconda stagione ha visto confermato l'affetto dei propri spettatori (in media 2,1 milioni con uno share medio del 9,1%).

E per finire, lo show evento dell'autunno 2016 in quattro puntate *Stasera Casa Mika*, una riscrittura in chiave contemporanea del varietà classico di qualità. Un grande protagonista del panorama pop internazionale, una serie di ospiti di caratura mondiale, una scrittura contemporanea che coniuga classico e moderno, musica, comicità, ironia e anche temi urgenti per un necessario racconto del nostro Paese. Tutto questo ibridando molteplici linguaggi tv: momenti di docu-reality e minifiction si alternavano a momenti di esibizione canora e monologhi comici. In sintesi, il modo di Rai 2 di interpretare il Servizio Pubblico, intrattenendo in maniera intelligente.

Tutto ciò si è tradotto in un vero fenomeno di comunicazione con ottimi ascolti, 2,8 milioni di spettatori con uno share medio dell'11,8% ed un gradimento particolare tra i teen, le donne e le classi di istruzione più alte. Fenomeno che ha varcato il piccolo schermo per divenire, come atteso, fenomeno social anche grazie alla creazione di contenuti esclusivi (il lancio di *Mika* per la prima serata della serie ha raccolto su Facebook 1,1 milioni di visualizzazioni).

Per quanto attiene all'**attività crossmediale**, nel 2016 Rai 2 ha completamente rivoluzionato il suo modo di operare sui social e sul web, attraverso nuove strategie e prodotti che hanno consentito alle reti di incrementare il bacino d'utenza sulle nuove piattaforme web/social e allo stesso tempo garantendo maggiore sostegno ai programmi televisivi.

Ha sviluppato sia la componente web, con prodotti inseriti nella piattaforma RaiPlay, che la componente social, ha valorizzato l'account ufficiale di rete e ottimizzato gli account dei singoli programmi.

La produzione dei post è notevolmente incrementata, abbinando a tale diffusione una differenziazione per target dei contenuti prodotti, sia sui social ufficiali di rete che su quelli specifici dei programmi. In particolare, nel secondo semestre 2016, Facebook ufficiale di Rai 2 è passato da 150.000 a 270.000 iscritti, ottenendo un incremento dell'80%, Twitter da 130.000 a 180.000 iscritti (+39%); su Instagram, il profilo aperto ad agosto 2016 ha raggiunto i 25.000 iscritti, ponendo Rai 2 in tempi record come secondo canale Instagram di tutta la Rai.

Ad oggi, considerando gli utenti iscritti alla pagina ufficiale ed a quelle dei singoli programmi, Rai 2 vanta il più grande network Facebook della Rai.

Intensa anche l'attività di sviluppo di **nuovi prodotti**.

Prodotti promozionali che, facendo leva su un'attenta diversificazione non si limitano più ai classici promo televisivi diffusi anche sul web e sui social, ma sono costituiti da spot realizzati only web/social e materiale di backstage girato ad hoc, con la realizzazione di clip, gif e card.

La possibilità di eseguire tagli dei video dalla diretta televisiva permette di estrarre clip e di pubblicarle in modo immediato sui social e web durante la messa in onda, in modo da fornire agli utenti un servizio veloce e in contemporanea, offrendo all'utenza una reale esperienza da second screen. Parallelamente, l'introduzione di metaprodotto come gif, meme e card ha consentito di attivare ulteriori meccanismi di viralizzazione sui canali Twitter e Instagram, fornendo contenuti diversificati e calzanti in base al social di distribuzione.

È stata potenziata la produzione autonoma per il web e per i social con l'introduzione di format specifici, realizzati internamente e diffusi autonomamente su Internet. Sono prodotti che mirano a un target web/social anche slegato dalla programmazione televisiva, ma funzionali ad attrarre utenza

all'interno del network: si è passati da un atteggiamento parassitario nei confronti della tv ad uno proattivo e funzionale allo sviluppo multiplatforma.

Tra gli esempi riportiamo:

- *Buongiorno Rai 2* – sketch comici diffusi tutte le mattine sui canali social, che hanno contemporaneamente incrementato gli archivi web di RaiPlay;
- *Non accadde oggi* – delle meme card quotidiane dal sapore ironico che cavalcano l'ondata delle bufale in rete, facendole diventare delle vere e proprie gag;
- *Twitter moment* – delle collections su Twitter studiate e sviluppate con i contributi prodotti da Rai 2, con prodotti realizzati ad hoc per il web e con i migliori tweet degli utenti su argomenti specifici;
- *Instagram stories* – dei video clip girati ad hoc uniti a sequenze d'immagini e contributi grafici, principalmente realizzati durante le conferenze stampa di presentazione dei singoli programmi;
- *2Torial* – realizzazione di video tutorial pomeridiani che settimanalmente vengono inseriti nei canali social di Rai 2 per spiegare in modo ironico argomenti sul mondo del make up, del fai da te, del giardinaggio e dell'utilizzo delle nuove tecnologie.

Negli ultimi sei mesi del 2016, lo sviluppo di queste attività ha consentito di raggiungere risultati mai ottenuti prima all'interno della pagina Facebook di Rai 2; da segnalare alcune eccellenze, soprattutto tra i video, che sono diventati veri e propri esempi di prodotti virali della Rai.

A questi vanno aggiunti il video dell'imitazione di Gianluca Vacchi da parte di Ubaldo Pantani con 500.000 visualizzazioni su Instagram e la clip del concerto di Mika a Padova con oltre 3.000 retweet su Twitter.

L'attività di pubblicazione dei Facebook live sulla pagina ufficiale di Rai 2 merita un approfondimento a parte, rappresentando un esperimento unico e innovativo di grande successo. Nella seconda parte del 2016, Rai 2 ha implementato, grazie ai suoi talent, un palinsesto settimanale di Facebook live, grazie al quale, dal lunedì alla domenica, si assiste quotidianamente a una diretta tematica FB, con dei veri e propri format strutturati e scritti per i social.

Inoltre, una volta a settimana, è stato inserito lo spazio Facebook live con una star proveniente principalmente dal mondo dei fashion blogger e degli influencer.

Particolarmente interessante, soprattutto negli ultimi tre mesi del 2016, è diventata la sperimentazione delle commistioni fra programmazione televisiva e Facebook live: infatti, soprattutto dai programmi in

diretta (*Quelli che... il calcio* e *Sbandati*) assistiamo a continui rimandi autorali tra la trasmissione televisiva e Facebook live, in cui gli stessi talent danno appuntamento durante il programma al Facebook live successivo alla fine della messa in onda, o contemporaneo, quando un ospite esce fisicamente dallo studio e virtualmente entra nei social.

Lo sviluppo di questa sperimentazione ha permesso il raggiungimento di una media di ascolti per ciascun Facebook live di circa 160.000 utenti raggiunti e oltre 700 commenti, tanto da posizionare tali prodotti al primo posto dei Facebook live della Rai.

Da evidenziare alcune eccellenze che hanno raggiunto più di 400.000 utenti, come nel caso delle dirette Facebook durante *Pechino Express*.

Rai 2, da giugno 2016, ha garantito una presenza costante su Twitter per tutte le prime e seconde serate della rete, ad esclusione delle serie tv, attraverso un'attività di live tweeting costante, concentrata su quattro prodotti principali:

- clip video pubblicate in contemporanea alla diretta tv;
- gif Meme;
- clip video extra precedentemente preparate;
- card grafiche.

Questo ha consentito, per tutte le prime e seconde serate, di essere costantemente nelle prime cinque posizioni della classifica dei trend topic italiani. Vanno tuttavia evidenziati i risultati delle prime serate, durante le quali Rai 2 ha occupato costantemente il primo e secondo posto, ottenendo per ben quattro volte il primato mondiale tra gli argomenti più discussi della rete.

Lo sviluppo di tutte le attività elencate è stato possibile grazie ad un nuovo modello organizzativo, ancora non del tutto ultimato. Un modello che vede l'introduzione di figure professionali specifiche per i social – con una formazione ibrida che coniuga aspetti editoriali/umanistici con competenze strettamente tecnologiche – per creare un nucleo di referenti strettamente legati alle redazioni televisive e capaci di dividerne gli aspetti autorali e gli obiettivi editoriali.

“Nel panorama televisivo nazionale, Rai 2 continua ad affermare la propria leadership nell'ambito dell'innovazione, della sperimentazione e della crossmedialità, con un'offerta di nuovi formati e codici mescolati a contenuti più tradizionali, in grado di affascinare fasce di pubblico dinamiche e curiose”.

Rai 3

CONTATTI MEDI
GIORNALIERI

17,755

MINUTI VISTI
AL GIORNO

52



SHARE NELLE 24 ORE

6,5%

SHARE PRIMA SERATA

6,7%

Rai 3

Rai 3 è la rete dell'impegno: una realtà unica e insostituibile nel panorama televisivo, che indaga ogni giorno le problematiche, le tendenze e le prospettive della società civile italiana.

Rai 3 nel 2016 ha realizzato in prima serata uno share del 6,7% pari a 1.643.000 ascoltatori medi e nell'intera giornata uno share del 6,5% pari a 809.000 ascoltatori medi.

Nel corso dell'anno la rete, nell'ambito di un progetto articolato, ha lanciato un'importante operazione di rinnovamento del suo palinsesto. Oltre il 40% della programmazione è stato ideato e prodotto ex novo o rigenerato, innestando elementi di innovazione accanto a volti e titoli della tradizione, lavorando sui valori identitari (servizio, credibilità, informazione, conoscenza), rivedendoli in chiave contemporanea e tenendo in considerazione le nuove forme di fruizione televisiva.

La **mattina** di Rai 3 ha da sempre una forte vocazione al Servizio Pubblico: informazione, difesa dei consumatori, sportello salute, cultura tra libri e storia. Il tentativo è stato di conservare questi elementi nel contesto di crossmedialità nel quale siamo immersi. Far vedere la televisione anche a chi, a quell'ora, non può vederla grazie a WhatsApp, Twitter, Facebook, Internet.

Per questo motivo la rete ha investito sul restyling estetico di tutti i programmi della fascia: grafiche e rebranding, scenografie, luci, regia, tutta la dimensione visual per facilitare la diffusione dei contenuti sia on air che a livello digital.

Agorà è diventato a tutti gli effetti una newsroom, con la redazione a vista, un flusso di informazioni in ingresso e in uscita sempre più capillare e modulato. Gerardo Greco e il suo team danno vita al primo spazio del panorama televisivo generalista dove il pubblico trova per due ore consecutive le notizie in tempo reale.

Mi manda Rai 3, oltre al già citato nuovo stile scenografico, ha esaltato la sua vocazione di storico – e unico – difensore dei cittadini per ritornare sul territorio e per aprirsi al reale. Più esterne, più storie, più collegamenti per far entrare sempre di più la realtà nelle case di chi segue il programma.

L'estensione del titolo alle prime e seconde serate funziona sia per quanto riguarda gli ascolti che per la brand awareness. Il titolo mescola infatti alla perfezione i valori del Servizio Pubblico con una narrazione accattivante, densa e al tempo stesso "generalista".

Dopo l'ultima stagione di *Elisir*, la rete ha deciso di sostituirlo con *Tuttasalute*. Non un semplice rebranding, ma un nuovo approccio alla salute e alla medicina. Senza perdere di vista i bisogni delle fasce più mature e le informazioni sulle patologie, le cure, i rimedi e le diagnosi,

1. #Cartabianca, l'approfondimento politico di Bianca Berlinguer
2. Federica Sciarelli al timone di *Chi l'ha visto?*
3. La striscia satirica di *Gazebo social news*
4. Charlize Theron ospite di Fabio Fazio a *Che tempo che fa*



Tuttasalute ha ampliato lo spettro di interesse ai contenuti legati al benessere.

Subito dopo il Tg3 delle 12:00, la rete ha aperto una nuova e fondamentale finestra al servizio della popolazione: *Chi l'ha visto?* 12:25. Una striscia di 25 minuti con Federica Sciarelli al timone, come sempre, e gli inviati della trasmissione. Spin-off del prime time, finestra di aggiornamento quotidiano sui casi trattati in prima serata e un help desk per i nuovi casi, ha presto conquistato una comunità di ascoltatori.

Quante Storie è il nuovo programma di Corrado Augias, un programma di incontri e racconti. Non solo libri ma tutte le arti: anche musica, cinema e teatro. Un modo per parlare di attualità da un'angolazione diversa da quella dei programmi informativi, per mescolare il passo veloce dell'attualità con quello più riflessivo della letteratura e la saggistica.

Lo stesso discorso vale per la storia: noi siamo la storia. Il futuro è la nostra storia. Così *Il Tempo e La Storia*, realizzato da Rai Cultura, cerca forme di espressione più veloci e passa da un'ora a mezz'ora per essere più incisiva, inserendo la conduzione di Michela Ponzani.

Il blocco culturale della rete si lega naturalmente con lo spazio informativo della testata: TGR e Tg3 ma poi anche TGR *Leonardo*, sulla scienza e le nuove tecnologie, TGR L.I.S. e TGR *Piazza Affari*.

Tre ore di diretta quotidiana, protagonista indiscussa la Natura. Questo è *Geo*, un altro marchio storico della rete, che continua ad accompagnare il pubblico in un viaggio attraverso la salvaguardia dell'ambiente, le culture locali, la cronaca del territorio e l'associazionismo. *Geo* è un mondo e un modo di vivere, non un semplice programma. Gli ascolti lo dimostrano e per il pubblico è un punto di riferimento unico e mai superato dai competitor.

Rischioso ma riuscito l'esperimento di *#Cartabianca*. Bianca Berlinguer ha accettato la sfida di una fascia oraria difficile per l'approfondimento politico e l'attualità ma è riuscita a coinvolgere il pubblico di Rai 3 funzionando anche da perfetto traino per il tg delle 19:00. Nel 2017 *#Cartabianca* affronterà il mare aperto della prima serata del martedì.

Il **day time del weekend** è articolato, nelle prime ore della mattina, in chiave di ottimizzazione e valorizzazione del prodotto di rete con due slot di rimontaggio dei pilastri dell'offerta settimanale: *Tuttasalute* (sabato, 8:00 - 10:00), *Quante Storie* (sabato, 10:00 - 11:00) e *Geo* (domenica, 8:00 - 10:00).

Il sabato è diventato terreno di potenziamento anche per *TvTalk*, passato produttivamente da Rai Cultura alla rete. Nuova scena, nuova grafica, ampliamento del perimetro di riflessione, uno show ancora di più fulcro del dibattito sulla tv e i nuovi media anche grazie alla collaborazione con alcuni fuoriclasse dell'opinione mediatico.

La domenica è continuata la collaborazione con i Ministeri su tematiche chiave per la società: il lavoro, con *Il Posto Giusto*, e l'integrazione, con *Radici*, un emozionante viaggio alla ricerca delle proprie origini fatto dagli stranieri che vivono in Italia.

Sempre in prima linea Lucia Annunziata con *In mezz'ora*, forse il faccia a faccia più importante dell'Azienda per la sua autorevolezza e credibilità.

È continuato anche il viaggio attorno al mondo del *Kilimangiaro*, con l'obiettivo di rendere più fruibile il linguaggio dei documentari divulgativi e di essere sempre accesi sull'attualità.

In **access time**, dopo il racconto anonimo delle persone comuni confezionato dal marchio *Sconosciuti*, la rete ha voluto raccontare l'attualità e il reale anche nella fascia post tg per capitalizzare e massimizzare il grande lavoro fatto dalla testata alle 19:00 (e sfruttarne al massimo l'audience generata), scegliendo di fare questo percorso mescolando i linguaggi e i generi. È stato infatti il momento per leggere la realtà in modo non convenzionale: *Blob* (il mondo da sempre raccontato con uno sguardo inedito e d'autore), *Fuoriroma*, con Concita De Gregorio e il suo racconto on the road della politica del territorio, e la nuova striscia satirica di *Gazebo social news* per commentare in modo pungente e divertente la politica e l'attualità.

E questa grande e diffusa narrazione non poteva non avvalersi dei codici espressivi di *Un Posto al Sole*: il racconto quotidiano di un mondo che fa della dimensione local la sua universalità.

Il sabato, dopo la stagione tradizionale di *Che fuori che tempo che fa*, Fabio Fazio, trasferitosi alla domenica, ha lasciato il campo a *Le parole della settimana* di Massimo Gramellini, capace di coniugare attualità e piacere della narrazione.

In **prime time** spicca la grande rivoluzione per la domenica della rete. Il nuovo progetto di *Che tempo che fa* (dalle 20:00 alle 22:45): un inedito show di quasi tre ore, ricco di ospiti e contenuti. Uno dei più suggestivi racconti corali della tv italiana che, appoggiandosi a guest star come Luciana Littizzetto e Nino Frassica, porta in studio le celebrities più rilevanti del panorama contemporaneo, sia internazionali che nazionali.

Rai 3 il lunedì ha schierato i suoi prodotti di informazione storici: i reportage di *Presa Diretta* e le inchieste di *Report*. Perché fare Servizio Pubblico è anche andare incontro, come fanno lacona e la Gabanelli, al pubblico con contenuti e format non semplici ma che veicolano valori e punti di vista importanti. Fare Servizio Pubblico è cercare la discontinuità e il sovvertimento dei canoni consolidati.

Chi l'ha visto? rimane il più grande storytelling popolare della tv italiana. Un mix impareggiabile – e non clonabile – di Servizio Pubblico, narrazione, informazione, inclusione. Il programma è riuscito a creare una vera e propria comunità dando vita a uno degli esempi più riusciti di interazione tra televisione e social.

Al giovedì, dopo cicli di film italiani e internazionali, la rete ha acceso una delle serate più complicate del suo palinsesto con *Rischiatutto* condotto da Fabio Fazio. La riflessione sul passato che diventa cult, la storia di un genere, il ricordo di un grande conduttore e autore, Mike Bongiorno, il lavoro sulla 'memoria', il rilancio di un format rodato e solidissimo sono stati gli ingredienti di un successo.

Ulisse è stato eletto miglior programma in assoluto del Servizio Pubblico nelle ultime edizioni del rapporto Qualitel. È l'archetipo dei programmi di divulgazione scientifica. Un mix di titoli di alto profilo acquistati e di autoprodotti. Il tutto governato ed esaltato dalla conduzione lineare e coinvolgente di Alberto Angela.

Sempre presente, la *Grande Storia*, il programma che compirà 20 anni nel 2017. Rai 3 per prima ha raccontato il nostro passato in prima serata affinando in questi quattro lustri le tecniche del racconto. La Storia in tv non come un riassunto delle puntate precedenti, ma un'inchiesta giornalistica sul passato, un lavoro di ricerca e di verifica di fonti.

Le **secondo serate** sono state ricche di esperimenti e soddisfazioni.

Al fianco di narrazioni consolidate, ma sempre in evoluzione, come *I dieci comandamenti* e *Un giorno in pretura*, si è cercato di raccontare i grandi accadimenti politici internazionali e le grandi contraddizioni della nostra società, dando vita a programmi nuovi e unici nel loro genere.

Le storie di amore di *Stato civile* hanno raccontato la grande rivoluzione culturale in atto nel nostro paese con la celebrazione delle prime unioni civili.

Rai 3 ha continuato a parlare di differenze con *Islam, Italia* la nuova serie di racconti on the road, un viaggio tra l'Italia e l'Europa per raccontare tante storie, nella complessità di una

grande religione e nelle sue derive oltranziste, un viaggio nella realtà al di là dei luoghi comuni e dei pregiudizi. L'Islam, come nessuno lo aveva mai raccontato.

Ma non solo Islam: *La Casa Bianca* ci ha portato negli Stati Uniti alla ricerca di storie per illuminarci sui grandi temi della campagna elettorale – immigrazione, economia, tasse, armi, sanità, parità uomo-donna, istruzione, diritti minoranze – un viaggio, condotto da Iman Sabbah, al di là degli stereotipi del sogno americano.

Un discorso a parte merita il successo ottenuto dal ciclo *Cinema Italiano*, un percorso ragionato e organico di film che in qualche modo ha perfezionato il racconto della rete. Una programmazione non facile e non banale, che ha trovato la complicità del pubblico.

Esempio degli esempi il grandissimo risultato della giornata dedicata al terzo anniversario della strage di migranti del 3 ottobre 2013, avvenuta a largo dell'Isola dei Conigli vicino le coste di Lampedusa, culminata con la prima visione assoluta del capolavoro di Francesco Rosi *Fuocammare*, che Rai 3 è fiera di aver programmato in prima serata raggiungendo quasi il 9% share. Un risultato per nulla scontato sino a pochi mesi prima.

“Rai 3 si conferma la rete dell'informazione moderna e dell'intrattenimento intelligente, della realtà ma anche dell'innovazione, della cultura ma al contempo della gente, dal profilo generalista ma con un'identità precisa e differenziata”.

Canali semi-generalisti e canali tematici

Rai Gold

In un anno caratterizzato dalla comparsa e dalla crescita di nuovi agguerriti competitor, i tre canali del bouquet Rai Gold, cui nel secondo semestre si sono aggiunti quelli di Rai Italia, hanno iniziato un importante percorso di riposizionamento, con la rivisitazione delle rispettive offerte editoriali.

Nel complesso, i tre canali di Rai Gold hanno registrato rilevanti performance di ascolto: oltre sessanta titoli di prima serata per Rai 4 e oltre cinquanta per Rai Movie hanno infatti consuntivato ascolti superiori ai 500.000 spettatori.

Rai 4

Rai 4 è il canale della sperimentazione di nuovi format originali per un pubblico giovane, che si accompagna alla conferma dei generi classici della programmazione cinematografica e seriale d'acquisto, dall'action al fantasy al crime/thriller.

Il 2016 è stato per Rai 4 l'anno di una fondamentale transizione: quella da canale specializzato su determinate tipologie di prodotto a quarta rete dell'offerta generalista Rai, prevalentemente indirizzata a un pubblico giovane. Un percorso di crescita nel segno

dell'innovazione sul fronte produttivo e della continuità su quello della programmazione d'acquisto.

Fantasy, epico, action e crime/thriller sono rimasti i generi di riferimento, completati dall'apertura alla commedia americana di taglio più giovanile.

La programmazione di grandi eventi in diretta, inaugurata nel 2014 con l'*Eurovision Song Contest* e gli *Emmy Awards*, si è poi sensibilmente ampliata, con i ventisette incontri dei Campionati europei di Calcio, commentati con l'inconfondibile stile della Gialappa's Band.

Le nuove produzioni originali, di prima serata e day time, hanno debuttato con l'avvio dei palinsesti autunnali, in corrispondenza con il rebranding dell'intera offerta Rai.

Due i principali macrogeneri della nuova offerta: il reality, orientato a temi giovanili, nelle sue declinazioni documentaristiche e di dating game, e la comicità.

Per il genere **reality**: *Un weekend con il nonno*, docu-reality ed esperimento sociale che ha messo a contatto le generazioni di nonni e nipoti; *Monument Crew*, un gruppo di giovani ventenni con la passione per il parkour si sono cimentati con acrobazie su celebri monumenti italiani; *Smartlove, dating show 3.0* in cui due single alla ricerca dell'amore si sono conosciuti scambiandosi i loro smartphone.



1. I giovani e il parkour di *Monument Crew*
2. *Pechino Addicted*, spin-off di *Pechino Express*
3. Il grande evento live *Eurovision Song Contest*
4. *Challenge4* e la comicità in prima serata
5. Il blockbuster Marvel *The Avengers*
6. *Gomorra* e la serialità di successo
7. Il film *Parker*



Per il genere **comicità**: la striscia quotidiana *Ah Ah Car* dove i concorrenti, per raggiungere la destinazione hanno dovuto far sorridere, per più metri possibili, l'autista e il suo copilota.

Lo show di prima serata *Challenge4* ha messo a confronto la comicità tradizionale del cabaret dal vivo con quella dei più popolari youtuber. Da ricordare anche *Generation Gap*, esperimento sociale tra generazioni basato su oggetti cult che hanno caratterizzato le diverse epoche, la docu-fiction *Italian Detective*, un docu-reality di un'agenzia d'investigazione privata di Roma vista dall'interno, e in sinergia con *Pechino Express*, *Pechino Addicted* la fortunata finestra quotidiana di viaggio degli Antipodi che ci ha portato alla scoperta di tutti i luoghi visitati dai concorrenti durante le tappe del percorso.

Il programma più seguito dell'anno è stato, quasi inevitabilmente, il fortunato ottavo di finale Italia-Spagna all'interno di *Rai dire Europei*, con 950.561 telespettatori per il 4,25% di share, record assoluto negli otto anni di vita del canale. Se una quindicina di altri incontri di calcio compaiono nella classifica dei campioni d'ascolto del 2016, bisogna anche notare la sostanziale tenuta, rispetto allo scorso anno, della seconda semifinale dell'*Eurovision Song Contest*, con 619.741 telespettatori per il 2,44% di share.

Sono soprattutto i **film** di prima serata a rappresentare ancora il nerbo dell'ascolto del canale, con rotonde performance tanto da parte di titoli top del catalogo Rai Cinema, come i due blockbuster marcati Marvel *The Avengers* (3,07% di share) e *Iron Man 3* (2,39% di share), quanto da parte di inediti selezionati dal canale.

Appartiene a questi ultimi il campione d'ascolti del 2016, *Parker*, un dramma criminale con la star dell'action Jason Statham, visto a novembre da 865.306 telespettatori per il 3,33% di share; un risultato che sopravanza il già ragguardevole 2,61% di share conseguito a maggio. E ancora, l'altra star del genere Jean-Claude Van Damme, con il classico *Kickboxer* (3,29% di share), e titoli al crocevia tra fantascienza, fantasy e avventura, come *Outlander: l'ultimo vichingo* (2,38% di share), *Il giro del mondo in 80 giorni* (2,28% di share in prima serata e 2,63% di share in ribattuta immediata in day time), *Lara Croft - Tomb Raider* (2,19% di share) e *Hansel e Gretel cacciatori di streghe* (2,07% di share), a confermare la forte identità tra brand di canale e un determinato immaginario di genere contemporaneo.

Per la **serialità** spiccano i risultati del fenomeno *Gomorra* (picco 3,22% di share), della prima visione *Scorpion* (picco 1,83% di share) e di due titoli già transitati sugli schermi generalisti, come

Criminal Minds (picco 2,56% di share) e *Ghost Whisperer* (2,14% di share).

Se prodotti seriali d'impianto mainstream come questi ultimi tre hanno fornito la necessaria costanza di risultato alla programmazione di prime time e access, la seconda serata è invece rimasta terreno di quella sperimentazione necessaria all'identità di un canale nato nel segno dell'innovazione: citiamo in proposito i film horror dell'etichetta *Midnight Factory* e diverse serie televisive, appositamente acquisite, di taglio più spiccatamente autoriale o di genere.

Il canale si è posto come attore protagonista non solo per declinare i programmi di produzione day time e prime time ma anche per accompagnare sui social la visione dei cult seriali e cinematografici e per costruire percorsi nativamente digitali.

Per tutte le produzioni, l'offerta web ha previsto extra e contenuti ad hoc: per *Pechino Addicted* dal diario di viaggio con tutte le informazioni necessarie ai viaggiatori ai video a 360 gradi delle località più suggestive esplorate dagli Antipodi; per *Generation Gap*, versione televisiva e web, la condivisione dei video sulle piattaforme social e gli stickers dedicati.

“Rai 4 è la tv dell'immaginario della post-modernità, il canale generalista per una nuova platea di pubblico giovane animato dal boom della letteratura di fantascienza, fantasy e avventura, delle saghe cinematografiche sui supereroi, dei docu-reality e della serialità televisiva epica”.

Rai Movie

Rai Movie è il canale per tutti i generi: commedie, thriller, film d'azione, western sentimentali, horror. Un canale capace di rendere protagonista il genere preferito dallo spettatore.

Nel 2016 Rai Movie, nonostante un ampliamento dell'offerta televisiva e la presenza di nuovi canali specializzati in cinema, ha ottenuto risultati soddisfacenti, in linea con quelli del 2015, proseguendo sulla strada dell'equilibrio fra autorevolezza nella programmazione e ascolti.

Il canale ha saputo coniugare la ricerca di un pubblico mainstream e l'efficace sfruttamento del catalogo aziendale con una proposta più spiccatamente cinefila orientata sia al classico, con un fortunatissimo ciclo western e ripetuti omaggi a maestri e divi, soprattutto nazionali, che al contemporaneo, con una programmazione strutturata attorno a eventi o ricorrenze di grande valenza sociale.

Indispensabile complemento all'offerta di circa quattordici film al giorno, si confermano poi i numerosi spazi di approfondimento su attualità e storia della settima arte.

Con film come *L'immortale* (3,88% di share), *Le paludi della morte* (3,10% di share) e *La regola del silenzio* (3,05% di share), il canale ha superato più volte i 700.000 telespettatori e il 3% di share.

In continuità con l'anno precedente, per quanto riguarda la programmazione, Rai Movie ha mantenuto il ciclo dedicato all'impegno per i diritti sociali e civili (*Articolo 3*), quello dedicato alla Giornata della memoria (con film come *Monsieur Batignole*, *Arrivederci Ragazzi*, *Vento di primavera*) e alla legalità (*Il giudice ragazzino*).

Oltre la trasmissione di film in doppio audio (italiano e originale), tra le novità del 2016, la programmazione di alcune giornate dedicate ad argomenti specifici come ad esempio, per la Festa delle donne, un'intera giornata di titoli declinati al femminile. Anche per la Giornata contro la violenza sulle donne, per quella dedicata alle Vittime delle mafie, per la Giornata internazionale dell'infanzia e per la Festa della Repubblica del 2 giugno sono stati selezionati film adeguati a ricordare le singole ricorrenze.

Da non dimenticare il doveroso omaggio a Ennio Morricone in occasione del premio Oscar alla carriera e il ciclo di seconda serata (*Ultimo tango a Parigi* e *Novecento*) per celebrare i 75 anni di Bernardo Bertolucci. Nonché quello per commemorare, con la trasmissione di tre suoi capolavori (*C'eravamo tanti amati*, *La famiglia* e *Una giornata particolare*) la scomparsa di Ettore Scola.

In agosto è stato programmato in fascia mattutina un ciclo di film che ripercorrono la carriera cinematografica di Giuseppe De Santis (7 appuntamenti), Pietro Germi (12 appuntamenti),

Rai Movie

IIIIII/MLN

CONTATTI MEDI GIORNALIERI

5,947

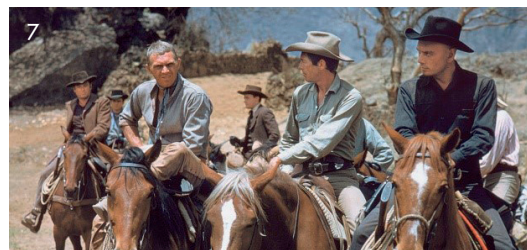
MINUTI VISTI AL GIORNO

26

SHARE NELLE 24 ORE

1,1%

1. Marcello
2. Le paludi della notte
3. L'immortale
4. La regola del silenzio
5. Sedotta e abbandonata
6. Shall we dance?
7. I magnifici sette
8. Riso amaro



Raffaello Matarazzo (15 appuntamenti) sulla linea della riscoperta di classici dimenticati del cinema italiano.

Anche la produzione di Rai Movie è dedicata al cinema. L'attualità raccontata ogni settimana da *Movie Mag*, l'approfondimento con gli speciali monografici e i grandi festival italiani e internazionali. È la tv dei festival che produce speciali giornalieri con interviste, conferenze stampa, dirette e red carpet. Un'offerta arricchita quest'anno da una rinnovata e ampliata produzione di contenuti destinati in esclusiva al web.

Anche quest'anno il canale ha trasmesso, in diretta, tre importanti eventi cinematografici: l'apertura e la cerimonia di premiazione della 73ª edizione della Mostra internazionale di arte cinematografica di Venezia, di cui Rai Movie è media partner, e, in diretta streaming, la cerimonia di premiazione degli *European Film Awards*.

Rai Movie è media partner anche del Festa del Cinema di Roma e del Torino Film Festival.

In occasione delle maggiori manifestazioni e festival italiani, in sintonia con il programma di questi eventi, Rai Movie ha prodotto monografie e trasmesso film a tema, a programmazione diffusa.

Il documentario di produzione *Marcello* è stato trasmesso in occasione dell'omaggio che il Bari International Film Festival ha voluto dedicare a Marcello Mastroianni nel ventennale della morte. Rai Movie lo ha trasmesso (in contemporanea alla presentazione dello stesso al Festival) assieme a venti film interpretati da Mastroianni.

Così mangiavano, documentario dedicato al rapporto tra cinema e gastronomia è stato proiettato all'ultimo Salone del Gusto di Torino e trasmesso su Rai Movie nella stessa settimana assieme a una selezione di film sul tema.

La Settimana della Moda di Milano ha trovato spazio sul canale con tanti film dedicati alla moda e con il documentario *Nei panni di lei*.

Ma il vero fiore all'occhiello della programmazione è stato la giornata speciale dedicata a Ermanno Olmi. Per la prima volta, una produzione del canale è stata invitata in concorso alla Mostra internazionale di arte cinematografica di Venezia, nella sezione Venezia Classici. Il documentario sul regista realizzato da Rai Movie *E venne l'uomo - Un dialogo con Ermanno Olmi* ha accompagnato la prima tv assoluta del più recente film di Olmi *Torneranno i prati*.

Una nuova produzione del canale è *Offstage*. Paola Jacobbi ha incontrato al Centro Sperimentale di Cinematografia alcuni dei migliori attori italiani dell'ultima generazione: Luca Marinelli, Claudio

Santamaria, Micaela Ramazzotti, Isabella Ragonese e Valentina Lodovini. Durante gli incontri, gli allievi del corso di recitazione hanno potuto rivolgersi direttamente agli intervistati, mettendo in scena un dialogo tra "chi ce l'ha fatta" e chi sta ancora imparando un mestiere.

Accanto al palinsesto televisivo, e alla produzione per la messa in onda sul canale, Rai Movie lavora da tempo sul **web**, puntando all'integrazione della programmazione tv tradizionale con il portale e con i due principali social network, Facebook e Twitter, ad affiancare la pagina ufficiale del canale.

SnapMovie, è un'importante novità sui social, inaugurata sul finire dell'anno. Su Facebook e Twitter, brevi video pubblicati quotidianamente illustrano con informale competenza uno dei titoli proposti dal palinsesto di ogni singola giornata.

“Rai Movie è il canale del cinema di ogni genere, attento sia alla programmazione televisiva che alle nuove opportunità offerte dal web e dai social network”.

Rai Premium

Rai Premium è il canale del racconto: le migliori fiction italiane e straniere abbinate ai più grandi successi di intrattenimento del presente e del recente passato, per far pensare, ridere ed emozionare.

Il canale, indirizzato al pubblico più tradizionalista, conferma le sue migliori performance attorno al prodotto che ne è stato il nucleo originario: la fiction italiana. La strategia della ribattuta a breve delle prime visioni generaliste ha dato i suoi frutti, svolgendo un'indispensabile funzione di replay tv per un pubblico forse meno propenso, anche per ragioni anagrafiche, allo strumento informatico.

Il 2016 si chiude per Rai Premium con un bilancio sostanzialmente equilibrato, attestandosi su una media di share dell'1,0% nell'intera giornata.

Nel corso dell'anno Rai Premium ha realizzato programmi di intrattenimento come *Mr. Premium*, settimanale di approfondimento legato al mondo dello spettacolo in seconda serata che ha ricevuto una buona risposta.

Nel primo semestre è stato realizzato, *Parliamone*, approfondimento sui temi di attualità più intriganti del momento, le notizie più inconsuete e interessanti, le ricorrenze più inattese.

Rai Premium

MLN

CONTATTI MEDI
GIORNALIERI

4,189



MINUTI VISTI
AL GIORNO

33



SHARE NELLE 24 ORE

1,0%

Il programma, nella sua seconda edizione, dal titolo *Swing-Racconti sincopati di ieri e di oggi*, ha riportato la memoria degli spettatori a fatti e avvenimenti del passato anche attraverso il supporto dei filmati delle teche Rai. Uno sguardo al passato senza, tuttavia, dimenticare il presente con notizie, fatti e personaggi dell'attualità. Un racconto, condotto da Maurizio Costanzo con Dario Salvatori, che spazia dalla cronaca al costume, dallo spettacolo alla musica, con la presenza in studio di volti cari al pubblico che hanno condiviso ricordi e progetti per il futuro.

Rimane vincente l'offerta di repliche della fiction generalista come *Il commissario Manara* (con 516.000 telespettatori per il 2,10% di share), *Il Maresciallo Rocca* (2,31% di share), *Volare, la grande storia di Domenico Modugno* (2,21% di share), *Una sera d'ottobre* (2,49% di share) e di prodotti in ribattuta a breve come *L'allieva* (2,64% di share) avviata a partire dal mese di settembre e che continuerà anche per il 2017.

Il canale è orientato verso una programmazione di repliche multifascia in day time di prodotti già noti al pubblico considerata la difficoltà di rinnovare l'offerta con nuovi prodotti seriali di acquisto.

Rai Premium si è prestatato anche a interessanti operazioni di avvicinamento al digit da parte del pubblico adulto, soprattutto attraverso un social mainstream come Facebook, che per moltissimi

senior ha rappresentato un'occasione unica di conoscenza del mondo di Internet, data la sua bassissima barriera d'ingresso e la sua facilità d'uso.

“Fiction e intrattenimento di ieri e di oggi, per emozioni senza tempo tutte da rivivere, soprattutto da un pubblico più adulto ancora distante dal mondo digitale”.

Rai Italia

Rai Italia è il 'best of' Rai che viene proposto anche ai nostri connazionali all'estero.

Rai World opera sul mercato televisivo internazionale attraverso il canale Rai Italia, con un'offerta realizzata in conformità con le previsioni della Convenzione stipulata con la Presidenza del Consiglio dei Ministri inerente la programmazione della Rai per gli italiani nel mondo (in particolare nei continenti extraeuropei).

Si tratta quindi di un canale generalista, di flusso, che contiene al suo interno tutti i generi televisivi (telegiornali, approfondimento, rubriche culturali e religiose, intrattenimento, fiction, film, programmi per bambini, sport ecc.) che Rai Italia riprende dai canali Rai (in particolare Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai Storia, Rai 5).

1. *Parliamone*, il programma di approfondimento di Maurizio Costanzo
2. L'intrattenimento in seconda serata di *Mr. Premium*
3. *L'allieva* e l'offerta in replica delle fiction di successo
4. Gigi Proietti e il *Maresciallo Rocca*
5. La miniserie *Una sera d'ottobre* trasmessa da Rai 1



Il canale viene diffuso attraverso tre emissioni (una per il continente americano, una per l’Africa sub-sahariana, una per Asia e Oceania) che, nell’impostazione del palinsesto, tengono conto dei rispettivi fusi orari. All’avvio della stagione autunnale, i canali Rai Italia hanno offerto, in coerenza con la mission prevista dalla citata Convenzione, un palinsesto caratterizzato da significative novità.

Tra queste, la più significativa è stata il ciclo di prime serate *That’s My Country*, che prevedeva il ritorno in Italia di nostri connazionali da tempo residenti all’estero, accompagnati da una persona che nel nostro Paese non era mai stata, in un adventure game dalla forte connotazione immersiva.

Rai Italia ha inoltre ulteriormente sviluppato il racconto del territorio e delle eccellenze italiane anche grazie al nuovo programma *Italian Beauty* e agli approfondimenti di produzione di seconda serata, mantenendo costanti appuntamenti quali *Community – L’altra Italia* sul racconto delle comunità dei nostri connazionali nel mondo, *Cristianità*, *La giostra dei goal* e *Campus Italia* sulla promozione delle eccellenze formative che l’Italia può offrire.

Nel 2016 è poi proseguita la sinergia con Rai 3, che ha proposto una versione magazine di *Community*, proseguendo così la “informazione di ritorno”, e serie come *Fuori binario* dedicate alla promozione del territorio e del turismo culturale, e quella con la Società Dante Alighieri, per una

sempre più puntuale e incisiva promozione della lingua e della cultura italiana nel mondo.

È infine da segnalare che significativi apprezzamenti sul crescente gradimento dei canali sono giunti sia attraverso il monitoraggio effettuato da ambasciate e consolati in tutto il mondo dal Ministero per gli Affari Esteri, sia nel corso di incontri istituzionali, primo tra tutti quello con il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella che, nel corso degli Stati Generali della Lingua Italiana, ha pubblicamente ricordato il ruolo e l’importanza dell’offerta Rai per i connazionali che si trovano a vivere lontano dall’Italia.

“Rai Italia è un contenitore di generi per gli italiani nel mondo che fa sentire a casa chi è lontano”.

1. Il racconto dell’eccellenza italiana di *Italian Beauty*
2. La serie *Fuori Binario* per la promozione del territorio e del turismo culturale
3. Il ciclo in prime time *That’s my Country*



Rai 5

MLN

CONTATTI MEDI
GIORNALIERI

2,966

MINUTI VISTI
AL GIORNO

17



SHARE NELLE 24 ORE

0,3%

Rai Cultura

Rai Cultura produce, distribuisce, favorisce la circolazione e il riuso multiplatforma di contenuti centrati tematicamente sulla cultura, l'intrattenimento culturale, la storia e la formazione di qualità. Una programmazione che unisce forza narrativa e rigorosa validazione scientifica e che parla il linguaggio della contemporaneità, capace di superare le vecchie logiche di palinsesto e di viaggiare anche attraverso reti e social media, in mobilità e in modalità on-demand.

Oltre a curare l'offerta multiplatforma dei tre canali tv Rai Storia, Rai 5 e Rai Scuola, dei portali tematici verticali (portale cultura, arte, letteratura, economia, scienze, italiano, filosofia e media) e dell'Orchestra Sinfonica Nazionale della Rai, Rai Cultura presidia spazi di programmazione quotidiana o settimanale nei palinsesti dei canali generalisti attraverso titoli di produzione come: *L'Italia della Repubblica*, *Gli occhi cambiano*, *Italiani*, *I Luoghi del Giubileo* e *I grandi della Letteratura italiana* su Rai 1, *Memex* su Rai 2, *Il Tempo* e *la Storia* (quotidiana con replica su Rai Storia), *Diario Civile*, *Potere e Bellezza*, *Italia Viaggio nella Bellezza*, *Viaggio nell'Italia del Giro*, *Albertazzi vita morte e miracoli* e *Provincia Capitale* su Rai 3.

Rai Cultura è centro di competenza per la produzione di musica colta: sono infatti prodotti da Rai Cultura e in onda sulle reti generaliste eventi esclusivi e prestigiosi concerti.

Tra gli eventi in onda sui canali generalisti nel 2016 si annoverano il *Concerto di Capodanno da Vienna* e quello dal *Teatro La Fenice di*

Venezia, il *Concerto di Pasqua dal Duomo di Orvieto*, il *Concerto per le celebrazioni del 70° Anniversario della Festa della Repubblica* dalla Sala dei Corazzieri del Quirinale del 1° giugno, ma soprattutto, la diretta della serata inaugurale della nuova stagione del Teatro alla Scala il 7 dicembre 2016 con la *Madama Butterfly* di Giacomo Puccini nella versione originale del 1904 diretta da Chailly, oltre 13 minuti di applausi in teatro, una media di oltre 2.600.000 telespettatori, per il 13,46% di share, in diretta su Rai 1 dalle 17:45 alle 21:00 lo scorso 7 dicembre e poi in replica integrale in prima serata su Rai 5 sabato 10 dicembre.

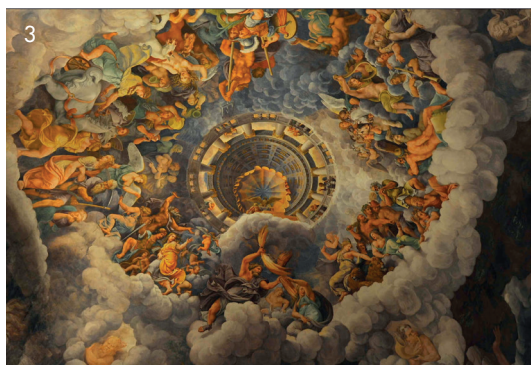
Nel periodo delle festività di fine anno sono stati prodotti per la messa in onda su Rai 1 anche alcuni *Concerti di Natale*, tra cui quello da Assisi, dall'Aula del Senato e dal Teatro alla Scala.

Rai 5

Il canale dell'intrattenimento culturale, dedicato alla musica, all'arte, alla letteratura, al teatro, con un focus particolare sulle grandi produzioni, sull'innovazione e la sperimentazione nel campo della musica, dell'arte e del teatro.

Tra i titoli in palinsesto, gli approfondimenti sulle tematiche dell'arte, della pittura e scultura offerto da programmi come *Simon Shama*, *Il potere dell'arte* o *I luoghi del Giubileo* con il prof. Antonio Paolucci; per il genere libri e letteratura, *Amabili testi* con Edoardo Albinati e l'approfondimento con le grandi biografie de *I grandi della Letteratura italiana* presentate da

1. James Conlon, Direttore principale dell'OSN
2. Il Maestro Riccardo Muti protagonista di *Prove d'Orchestra* su Rai 5
3. *Italia. Viaggio nella bellezza* su Rai Storia
4. *La donna serpente* di Alfredo Casella su Rai 5



Eduardo Camurri; per il genere teatro, oltre ai grandi classici, il teatro civile con il ciclo dedicato a Marco Paolini (tra i titoli, *Vajont e I Tigi a Gibellin*) e il ritratto esclusivo in quattro episodi del grande artista da poco scomparso con la serie di documentari *Albertazzi, vita morte e miracoli*; ma anche natura, ambiente, viaggi ed esplorazioni con un'accentuata valenza antropologica sia in day time (documentari internazionali come *Wild Africa, Frozen Planet, L'insospettabile talento delle piante, Human Planet*) che in prime time (*Under Italy e I segreti del sottosuolo*).

E infine la musica pop, rock, jazz e world music tra i generi protagonisti dei documentari e dei concerti offerti in fascia notturna e, da metà giugno 2016, anche in prima serata.

Per quanto riguarda la musica colta, la programmazione di prima serata del giovedì è stata completamente dedicata al mondo della musica e ai suoi protagonisti; tra i programmi più in evidenza le due serie di documentari dedicate al maestro Riccardo Muti e le personalizzazioni degli eventi in diretta condotte da Massimo Bernardini nel suo *Nessun Dorma*.

Molte e prestigiose sono state le dirette di opere, concerti e balletti dai principali teatri ed enti lirici del Paese.

Tra di esse, solo per citarne alcune, *Attila* di Giuseppe Verdi al Teatro Comunale di Bologna, *Il Barbiere di Siviglia* di Gioachino Rossini dal Teatro dell'Opera di Roma, il balletto *Il giardino degli amanti* su musiche di W. A. Mozart dal Teatro alla Scala con l'étoile Roberto Bolle, *La donna serpente* di Alfredo Casella dal Teatro Regio di Torino; e poi il *Concerto per Milano* da Piazza Duomo con la Filarmonica della Scala diretta dal Maestro Chailly e al pianoforte Martha Argerich, la grande pianista di fama internazionale; *Le nozze di Figaro* di W. A. Mozart dal Festival dei Due Mondi di Spoleto, la fase finale del *Premio Campiello* dal Teatro La Fenice di Venezia, infine il *Tristano e Isotta* di Richard Wagner dal Teatro dell'Opera di Roma.

Nel corso dell'anno è stato dato ampio risalto all'attività dell'Orchestra Sinfonica Nazionale della Rai, offrendo al pubblico molti suoi concerti, con numerosi eventi in diretta. Tra di essi il concerto dall'Auditorium Rai "Arturo Toscanini" di Torino per l'Apertura del Salone del Libro di Torino, direttore il Maestro James Conlon, durante il quale l'attore Massimo Popolizio, in omaggio ai quattrocento anni della morte di Shakespeare, ne ha interpretato alcuni brani. Ed ancora, nell'ambito della tournée nelle regioni del Sud dell'Italia, la diretta dal Teatro Cilea di Reggio Calabria, con direttore d'orchestra l'americano Ryan McAdams, e protagonista il violoncellista Mario Brunello, unico artista italiano ad aver vinto

il Concorso Tchaikovsky di Mosca nel 1986 e famoso a livello internazionale. In ultimo, ma non per questo meno prestigioso, il concerto diretto dal Maestro Piovani con l'esecuzione di alcune tra le sue più note colonne sonore di film.

In sintesi, nel 2016 Rai 5 ha proposto circa 1.130 ore di spettacoli di musica colta, con ampio spazio (circa 260 ore) alla trasmissione di opere liriche, molte delle quali inedite e 550 ore di spettacoli di teatro.

“L'offerta editoriale di Rai 5 presidia tutti i generi legati alle arti performative, dalla musica al teatro, dal balletto all'opera, con un focus particolare sulle produzioni di eventi dal vivo, proponendo, al contempo, un intrattenimento culturale dal linguaggio aggiornato e contemporaneo”.

Rai Storia

Il canale della divulgazione storica di qualità, della grande documentaristica, del racconto del Paese, della riflessione sul nostro passato, sul nostro presente e sul nostro futuro.

Rai Storia ha funzioni di produzione, selezione, gestione e distribuzione multicanale e multiplatforma di contenuti d'approfondimento a carattere storico: un servizio che coinvolge l'intero spettro dei media, dalla tv alla rete ai social, con l'obiettivo di portare il pubblico in ogni angolo del mondo e in ogni epoca, raccontando fatti, luoghi, personaggi, civiltà, stili di vita, dinamiche culturali, processi politici, conquiste sociali.

Oltre agli appuntamenti fissi della giornata come *Il giorno e la storia*, *Mille papaveri rossi* e *Il tempo e la storia* (in onda su Rai Storia in orario di access prime time dopo la prima emissione alle 13:15 su Rai 3), nel corso del 2016 Rai Storia ha progressivamente messo a punto un'offerta editoriale che, attraverso una più puntuale definizione tematica delle serate, ha conferito maggiore continuità e riconoscibilità agli spazi di programmazione.

La valorizzazione del patrimonio culturale italiano è stato uno dei principali leitmotiv che hanno caratterizzato molti programmi, tra cui *Italia Viaggio nella Bellezza*, realizzato in collaborazione con il MiBACT con l'obiettivo di valorizzare al meglio il patrimonio del Bel Paese; *Potere e Bellezza*, la serie che ha raccontato le dinastie che hanno fatto la storia – e la bellezza – dell'Italia (dagli Svevi ai Savoia, dagli Aragonesi agli Asburgo-Lorena); *La croce e la spada*, il racconto del culto dei Santi patroni, una devozione che ha determinato, a partire dal

Rai Storia

11 / MLN

CONTATTI MEDI
GIORNALIERI

1,536



MINUTI VISTI
AL GIORNO

23



SHARE NELLE 24 ORE

0,2%

Medioevo, l'identità architettonica e urbanistica di molti luoghi italiani e, spesso, la reciprocità tra il ruolo e le caratteristiche del Patrono e le vicende della storia e dell'economia locale.

Il racconto della storia e dei luoghi ha caratterizzato programmi come *Cronache dall'Antichità* e *Cronache dal Medioevo*, le fortunate serie in cui Cristoforo Gorno ci ha condotto nei luoghi e tra gli eventi del mondo antico e del periodo medioevale; e ancora *a.C.d.C.*, il programma che con Alessandro Barbero racconta la storia "dall'homo sapiens a Napoleone".

I luoghi del nostro Paese sono stati i protagonisti anche di *Viaggio nell'Italia del Giro*, il programma on the road nei luoghi toccati dalla corsa rosa, condotto da Edoardo Camurri e in onda in replica anche su Rai 3, Rai Scuola e Rai Sport.

Infine grande spazio è stato dedicato all'approfondimento di importanti temi quali legalità, giustizia, lotta alle mafie e al terrorismo (*Diario Civile*) oltre che alle biografie dei grandi protagonisti del passato (*Italiani, I grandi discorsi della storia*).

La celebrazione degli importanti anniversari del 2016 è stata curata con estrema attenzione, offrendo una programmazione dedicata in occasione, tra gli altri, del *Giorno della Memoria in ricordo della Shoah* (27 gennaio), del *Giorno del ricordo in memoria delle vittime delle foibe* (10 febbraio), della *Giornata Internazionale della Donna* (8 marzo); e ancora per la *Giornata della Memoria e dell'Impegno in ricordo delle vittime innocenti delle mafie* (21 marzo) per il 25 aprile *Anniversario della Liberazione* e per l'*Anniversario della strage di Capaci* (23 maggio). In occasione del 70° *Anniversario della nascita della Repubblica Italiana*, Rai Storia ha dedicato l'intera programmazione del 2 giugno alla storia della nostra Repubblica e ha trasmesso sulle reti generaliste nuovi documentari di produzione Rai dedicati all'anniversario.

Si segnalano, inoltre, i programmi dedicati ai 100 anni dalla nascita di Aldo Moro, ai 10 anni dalla scomparsa di Oriana Fallaci; e ancora il 50° *Anniversario dell'Alluvione di Venezia*, la *Giornata Internazionale dei migranti* e la programmazione dedicata ai 400 anni dalla morte di William Shakespeare.

In occasione delle Olimpiadi di Rio de Janeiro, Rai Storia ha offerto un'intera programmazione dedicata a questo evento: dalla nascita dei Giochi Olimpici nell'antica Grecia ai giorni nostri, toccando i principali eventi che hanno caratterizzato i giochi olimpici nella storia.

Nella stagione autunnale, in concomitanza con la messa in onda della fiction dedicata ai Medici su Rai 1, Rai Storia ha offerto, in una logica di complementarità, una programmazione speciale dedicata alla storia della famiglia dei Medici.

Tra le principali produzioni sono da segnalare *L'Italia della Repubblica*, la serie che, a 70 anni dalla nascita della Repubblica, ne approfondisce i momenti salienti celebrandola; *Argo*, con Valerio Massimo Manfredi, il nuovo magazine televisivo dedicato alla storia e alla sua narrazione e *Gli occhi cambiano*, la serie, scritta e diretta da Walter Veltroni, che documenta temi, suggestioni, personaggi della storia politica e sociale del nostro Paese attraverso le immagini del prezioso archivio Rai.

“I grandi appuntamenti istituzionali, gli anniversari più significativi, le ricorrenze degne di memoria diventano su Rai Storia eventi televisivi e crossmediali imprescindibili nel racconto culturale del nostro Paese”.

Rai Scuola

Il canale dedicato alla formazione formale e informale, all'educational, all'alfabetizzazione informativa, scientifica e tecnologica: cultura e apprendimento al centro della funzione di Servizio Pubblico.

Accanto ai programmi ormai storici dedicati all'insegnamento della lingua inglese e all'informazione, il canale ha continuato a dedicare forte attenzione alle tematiche legate al mondo scientifico con il programma *Memex – La Scienza raccontata dai protagonisti*, dedicando anche un ampio spazio ai documentari scientifici.

Forte attenzione anche alla filosofia con *Zettel presenta il Caffè filosofico*, dedicato alla storia della filosofia con i principali filosofi italiani che parlano dello sviluppo del pensiero occidentale attraverso i grandi temi e i grandi pensatori che lo hanno caratterizzato.

Tra le novità 2016, i 12 speciali di Rai Scuola, documentari andati in onda anche su Rai 3, dedicati a tematiche ed eventi di rilievo per il mondo della scuola e per il Paese (tra questi, *Alternanza scuola lavoro: Le storie di Rebecca e Valid* e *Generazione Erasmus*).

Infine, i due programmi dedicati all'innovazione e al digitale, *Digital World* ed *Eureka!* che sono stati replicati su Rai 5 e sulle reti generaliste.

“Rai Scuola allarga i propri orizzonti rafforzando l'offerta di strumenti e contenuti via rete e per il mondo dei dispositivi mobili, sviluppando legami operativi con la scuola, le università, le principali istituzioni culturali e con i soggetti più attivi nel mondo della ricerca scientifica e tecnologica”.

Rai Ragazzi

Rai YoYo

Rai YoYo è la tv dedicata ai bambini in età prescolare e alle loro famiglie, un canale pensato e realizzato per divertire ed educare allo stesso tempo.

L'obiettivo di Rai YoYo è quello di accompagnare quotidianamente il bambino alla scoperta di se stesso e del mondo che lo circonda, mediante contenuti basati su un impianto narrativo solido e accurato, di alta qualità realizzativa ed elevato contenuto educativo.

Tra i suoi punti di forza, la concentrazione dello sviluppo editoriale sui programmi di punta e di maggior successo e il costante investimento sui programmi di produzione in studio che accrescono notorietà e apprezzamento di Rai YoYo oltre a qualificarla per l'elevata valenza di Servizio Pubblico rispetto alle offerte commerciali concorrenti basate, per lo più, sull'acquisto.

Tutte le produzioni in studio sono divenute degli appuntamenti fissi per il pubblico, in grado di scandire i principali momenti della giornata dei bambini: *Buongiorno con YoYo*, *Le Storie di Gipo*, *La Posta di YoYo*, *Albero Azzurro*.

Il palinsesto si completa con serie di acquisto selezionate tra le migliori produzioni internazionali (*Masha e Orso*, *Peppa Pig*, *Shaun vita da pecora*, *Bob Aggiustatutto*, *il Postino Pat*, *Barbapapà*, *Il piccolo regno di Ben e Holly*, *La casa delle api*, *Vita da giungla alla riscossa*, *Teletubbies*, *Let's go Pocoyo*, *La Casa di Topolino*, *Dottoressa Pelouche*, *Sofia la principessa*,

Disney English) e coproduzioni Rai Fiction con prodotti dell'animazione Rai per l'infanzia (*Mini Cuccioli*, *Topo Tip*, *Calimero*, *Pimpa*, *Winx*, *Regal Academy*).

Infine, il portale Rai YoYo si è arricchito di tanti nuovi contenuti. In particolare, il canale ha concentrato la sua attenzione sui seguenti progetti:

- l'upgrade del portale Rai YoYo pensato per migliorarne l'usabilità, rendendone chiare e accessibili tutte le sezioni;
- la creazione di siti dedicati ad alcuni prodotti di punta del canale che hanno contribuito in modo evidente all'arricchimento dell'offerta web sia in termini di pagine viste sia in termini di utenti unici;
- l'ideazione e realizzazione di giochi online;
- la creazione di giochi offline (stampa e colora, labirinti, attività etc.);
- la gestione della pagina Facebook del canale;
- la creazione di post ogni settimana per il nuovo Blog di Rai YoYo rivolto ai genitori;
- la lavorazione e pubblicazione di video e fotogallery.

“Rai YoYo rappresenta un'eccellenza nel panorama nazionale e internazionale, affermandosi ormai come la rete preferita e più seguita in assoluto dai bambini italiani e dalle loro famiglie”.

Rai YoYo

MLN

CONTATTI MEDI
GIORNALIERI

3,309



MINUTI VISTI
AL GIORNO

58



SHARE NELLE 24 ORE

1,3%



SHARE 4-14 ANNI

5,1%

1. L'appuntamento quotidiano con Gipo, Laura e Dodò ne *L'Albero Azzurro*
2. La serie animata russa amatissima dai bambini *Masha e Orso*
3. Il cartone Disney *La casa di Topolino*
4. *Shaun vita da pecora* e le avventure in stop-motion



Rai Gulp

MLN

CONTATTI MEDI
GIORNALIERI

2,087

MINUTI VISTI
AL GIORNO

38



SHARE NELLE 24 ORE

0,6%



SHARE 4-14 ANNI

4,1%

Rai Gulp

Rai Gulp è il luogo dove la tv diventa un gioco da ragazzi: teen comedy, teen novela, film, giochi e cartoni animati per regalare più divertimento ai ragazzi, ogni giorno.

Rai Gulp è il canale – dedicato ad un pubblico in età scolare, dagli 8 anni fino alle prime fasce dei teenager – che svolge un'importante funzione di raccordo tra l'offerta prescolare di Rai YoYo e le proposte appetibili per il pubblico di fascia teen, cercando di fidelizzare, negli anni, bambini e ragazzi al brand Rai.

L'offerta del canale si propone di coinvolgere un pubblico giovane che oggi è sempre più protagonista della multimedialità, sceglie in prima persona e selettivamente cosa vedere in tv, tende a focalizzare interessi e aspirazioni in ambiti ben definiti, quali musica, performance, azione, videogiochi, sport, interattività e partecipazione diretta.

La programmazione è ricca di prodotti di animazione, telefilm per ragazzi e produzioni in studio, selezionati per essere apprezzati nelle diverse fasce di età del target. Il palinsesto presenta serie di acquisto selezionate tra le migliori produzioni (tra le altre, *Jungle Book*, *Inazuma Eleven*, *Sailor Moon Crystal*, *Robin Hood*, *Le nuove avventure di Peter Pan*), in modo da essere apprezzabili da ampie fasce di pubblico. Ma non manca l'offerta di live action seriale che prevede alcune importanti novità nei generi/filoni di riferimento, dalle telenovelas per ragazzi alle sitcom fino alle serie più avventurose, anche a lungo serialità. Numerosi anche i titoli di successo

consolidato sia di film e tv movie che di coproduzioni Rai Fiction (*L'isola del tesoro*, *Mia and Me*, *Maggie & Bianca*, *Sette Nani ed io*, *Heidi*, *Geronimo Stilton*, *Bat Pat*, *Pumpkin Reports*, *Winx Wow*).

Sempre presente la serie Marvel ispirata ai supereroi e di target prevalentemente maschile, nel blocco pomeridiano che segue i telefilm (*Ultimate Spiderman*, *Avengers Ultron Revolution*).

Rai Gulp, infine, è riuscita ad avviare un'offerta crossmediale assolutamente competitiva, sviluppando un sito web giovane e una propria community on line con iniziative che puntano a rafforzare il legame tra la Rai e i giovani adolescenti.

Il Canale ha concentrato particolare attenzione sull'upgrade del portale Rai Gulp pensato per migliorare l'esperienza di navigazione da parte dei ragazzi e sull'attivazione del servizio di Replay tv per il canale. Non è mancata la creazione di siti dedicati ad alcuni prodotti di punta che hanno contribuito in modo evidente all'arricchimento dell'offerta web sia in termini di pagine viste sia in termini di utenti.

“Rai Gulp si caratterizza quale proposta di intrattenimento ‘intelligente’ ed educativa che sfrutta temi e filoni particolarmente cari ai ragazzi per veicolare in chiave divertente e leggera valori ed elementi positivi, utili al percorso formativo dei suoi giovani telespettatori, sensibilizzandoli ai temi e alla complessità del loro vivere quotidiano”.

1. La serie tv per ragazzi *A tutto ritmo*
2. *Alex & Co.* e la sit-com italiana per gli affezionati del canale
3. *Sirena*, *Nixie e Lyla*, le tre sirene della serie tv *Mako Mermaids*
4. La coproduzione Rai Fiction *Mia and Me*



2



3



4





Rai News 24

Al servizio dell'utente. Quando vuole, ciò che vuole: notizie, approfondimenti, opinioni. 24 ore su 24. Rai News 24 è il canale all news declinato in chiave moderna.

Il 2016 è stato l'anno di maturazione di Rai News 24 che ormai è un canale all news declinato in chiave moderna su ogni piattaforma: attenzione alle notizie, verificate tempestivamente e poi messe in onda, agli approfondimenti e alle opinioni. Con un occhio al web, alla crescita dei social e dei nuovi linguaggi e con una presenza capillare sul territorio, anche grazie alla collaborazione con la TGR e con i corrispondenti in tutto il mondo, che ha consentito di trasmettere live tutti i principali eventi.

Le tre 'anime' che compongono l'offerta informativa e multipiattaforma che fa capo a Rai News 24 cominciano a viaggiare in sincrono con maggiore semplicità: i contenuti di **Rai News 24** (il canale televisivo all news), trovano spazio e declinazioni adeguate su **Rainews.it** (il portale informativo della Rai) e su **Televideo** (la piattaforma teletext che ogni giorno ha in onda oltre 16.000 pagine di notizie e di servizi dedicati a non vedenti e non udenti). E viceversa.

La redazione, adeguatamente organizzata, ha beneficiato anche della job rotation con l'apporto di esperienze diverse in ambienti diversi. La crescita della produzione di contenuti originali – arricchita anche con spazi di approfondimento snelli, flessibili e puntuali – e la forte sinergia con le altre testate Rai hanno reso Rai News 24 sempre più 'service': i suoi giornalisti sono spesso in onda per altre testate e per i programmi di punta dell'informazione e dell'intrattenimento Rai così come i mezzi dispiegati sul territorio vengono condivisi dai

collegi. Una sinergia di cui Rai News 24 è il cuore e che consente un sensibile risparmio di risorse economiche e umane.

Il portale **Rainews.it**, che è nato in piena integrazione e coordinamento con il canale, continua la sua fase di crescita anche grazie a una sempre più consistente ed efficace presenza sulle piattaforme dei social network. E, in particolare in occasione di grandi eventi, il pubblico torna sempre più convintamente sulle pagine del sito informativo Rai.

Rainews.it continua a fornire spazio al meglio della produzione informativa di tutta l'Azienda e correda ogni notizia con testi, foto, video, webdoc e prodotti multimediali di ultima generazione per fornire un'informazione gratuita, imparziale, approfondita, sempre disponibile e a tutto tondo. Inoltre, grazie alla sinergia con le altre testate, crescono i prodotti live per la piattaforme social che stanno incontrando sempre più il favore del pubblico.

Televideo, dal canto suo, continua a essere uno strumento di informazione semplice, tempestivo, essenziale e soprattutto solidamente al centro della dieta mediatica degli italiani che riconoscono alla testata autorevolezza, velocità e affidabilità. Ma la semplicità non va a scapito né della qualità dell'informazione né della crescita tecnologica: le app con i contenuti di Televideo sono tra le più scaricate e apprezzate nel panorama informativo italiano.

“Significativi investimenti nelle infrastrutture e nei sistemi produttivi stanno allineando Rai News 24 ai più moderni concorrenti, nazionali e internazionali, nel settore dell'informazione all news”.

1. L'attentato di Nizza del 14 luglio 2016
2. Il tir sulla folla nel mercatino di Natale di Berlino il 19 dicembre 2016
- 3 e 4. Il sisma che ha colpito Umbria, Marche e Lazio il 24 agosto 2016
5. Le dirette di Rai News dai luoghi del centro Italia colpiti dal sisma



Rai Sport

Il claim Rai del 2016 "Per te, per tutti" vale anche in un settore, lo sport, che è simbolo del Servizio Pubblico per le emozioni e il coinvolgimento che regala a milioni di persone, all'intera collettività.

L'attività della testata ha avuto i due momenti fondamentali nelle grandi manifestazioni sportive dell'anno: le Olimpiadi a Rio de Janeiro con le successive Paralimpiadi e i Campionati Europei di Calcio in Francia. I risultati raggiunti dimostrano che Rai Sport ha saputo affrontare e vincere l'impegnativa sfida di riunire l'intero Paese intorno a questi appuntamenti straordinari: oltre 40 milioni di telespettatori, nel calcolo dei contatti unici, hanno seguito ciascun evento.

Tutto questo mantenendo il tradizionale rispetto per la propria storia, ma con uno sguardo sempre più rivolto al futuro, condensato nell'immersione nella multimedialità e nella ricerca costante di innovazione editoriale, supportata da importanti upgrade tecnologici.

1.200 le ore di trasmissione di Rai Sport per dare la massima copertura televisiva ai Giochi di Rio 2016. Sono state distribuite su tre canali dedicati, tutti in alta definizione, 24 ore su 24: Rai 2, Rai Sport 1 e Rai Sport 2. Un'offerta integrata che, nonostante il fuso orario sfavorevole, ha coinvolto 42,3 milioni di italiani.

Un dato spicca sugli altri e segna una tendenza opposta rispetto a quella registrata da altre emittenti internazionali: la presenza costante dei *millennials* davanti allo schermo della tv. Il pubblico dei giovani nella fascia tra i 15 e i 24 anni ha infatti superato il 21% di share in prima serata.

Rai 2, connotata sempre di più come rete olimpica, è stata seguita da una media

giornaliera di 1,2 milioni di telespettatori con uno share del 15,6%. Al flusso delle telecronache in diretta – con una regia dedicata alle prove degli atleti italiani – si sono aggiunte rubriche di approfondimento, interviste esclusive e telecronache in replica, al mattino in Italia, per informare quanti non avessero avuto la possibilità di seguire le trasmissioni live nella notte brasiliana.

In prima serata su Rai 2, i telespettatori sono saliti a una media di 1,8 milioni per uno share del 16,5%. Il picco di ascolto medio più alto è arrivato con la finale persa dall'Italia contro il Brasile nel torneo di pallavolo: oltre 6,9 milioni di telespettatori pari a uno share del 42,4%.

Rai Sport 1 e Rai Sport 2 hanno raggiunto la media di 600 mila spettatori per uno share del 7,5% nell'intera giornata e oltre 1,3 milioni nel prime time col 7,6% di share.

Se la tv cambia in fretta, i suoi fruitori vanno ancora più veloci. Sempre connessi, chiedono di essere informati in tempo reale dovunque si trovino. E' la generazione smartphone. Con i Giochi 2016, Rai ha dato uno straordinario impulso alla sinergia tra offerta televisiva e offerta digitale. Una squadra di 15 professionisti interni tra grafici, videomaker ed esperti social ha lavorato 24 ore su 24 tra Roma e Rio de Janeiro per amministrare dirette, diffondere video dedicati, sviluppare contenuti specifici, coinvolgere gli utenti su Facebook, Twitter, Snapchat e Instagram. Il risultato di questo impegno sono stati oltre 5 milioni di utenti unici italiani e circa 16 milioni di interazioni su Twitter e Facebook.

Uno slancio che è continuato anche con le Paralimpiadi brasiliane, dal 7 al 18 settembre 2016. Rai sport 1 è diventata la rete paralimpica; su Rai 2 sono state trasmesse in diretta, dall'1:30 di notte fino al mattino, tutte le prove più importanti con eccellenti risultati d'ascolto. Il triathlon ha fatto

1. La nostra eccellente nuotatrice Federica Pellegrini
2. Il Giro d'Italia in diretta su Rai Sport
3. La gioia di Bebe Vio per l'oro nel fioretto alle Paralimpiadi di Rio 2016
4. La nazionale italiana di Volley medaglia d'argento a Rio 2016
5. La partita Italia-Spagna e la qualificazione ai Mondiali di Calcio Russia 2018



registrare il dato medio più elevato: 280.289 spettatori con uno share del 4,45%.

Il lavoro delle equipe Rai ha dato, da Rio de Janeiro come dalle città della Francia coinvolte dai Campionati Europei di Calcio, immagini originali ed esclusive per il pubblico dei canali Rai.

Passando poi ai Campionati Europei di Calcio, 200 ore di programmazione tra telecronache, tg sportivi, tg generalisti e programmi dedicati hanno ribadito la centralità di Rai nelle competizioni che coinvolgono la Nazionale, con ascolti record. Il picco è stato raggiunto per la partita con la Germania nei quarti di finale, seguita da una media di 16.562.000 spettatori con uno share del 66,4%.

In generale, per le partite trasmesse in diretta, la media complessiva è stata del 37,6% con circa 8.500.000 spettatori. Rai Sport ha accompagnato lo svolgersi del torneo con rubriche di analisi tecnica sui canali tematici e programmi di approfondimento sui canali generalisti. I telespettatori hanno potuto spaziare da *Dribbling* su Rai 2 per l'analisi delle partite del giorno prima a *I giorni di Parigi* su Rai 3 per gli aspetti sociali e di costume. Fino a *ll Grande Match*, in onda ogni sera su Rai 1, per una fruizione familiare che ha unito volti noti al grande pubblico a giornalisti sportivi e opinionisti di alto livello.

Anche agli Europei è stata vincente la sfida della multimedialità. Scaricate circa 700 mila App dedicate a Euro 2016 mentre, per quanto riguarda i servizi in live streaming, la partita Italia-Svezia è stata la più vista on line nella storia del web in Italia (circa 1 milione e 400 mila browser unici collegati alle piattaforme Rai).

La Coppa Italia di calcio è stata un'esclusiva Rai anche nel 2016. Una competizione, fino a qualche tempo fa marginale e spesso trascurata dalle grandi squadre, che è andata crescendo nelle ultime edizioni anche grazie al lavoro di Rai Sport e alla diffusione delle partite in diretta su Rai 1. La finale del 21 maggio tra Milan e Juventus, dallo stadio Olimpico di Roma, ha avuto un ascolto medio di 8.432.000 spettatori con uno share del 38,1%.

Una partita, quella tra Milan e Juventus, che si è ripetuta per l'assegnazione della Supercoppa Italiana. Rai Sport ha organizzato una propria regia e un proprio coordinamento giornalistico, al seguito di inviati e operatori, per offrire un prodotto di massima qualità. Uno sforzo ripagato da ascolti ancora più alti, fino al picco medio di 9.398.000 spettatori e uno share del 40,68% su Rai 1 per i calci di rigore decisivi.

Anche nel 2016 Rai Sport ha seguito con telecronache in diretta e in differita il Campionato del Mondo di Formula 1, uno degli avvenimenti

tipici dell'offerta sportiva Rai. Interviste esclusive ai piloti, con retroscena e curiosità, hanno fatto da prologo al commento tecnico che ha nell'ex pilota della Ferrari Ivan Capelli il suo punto di forza.

Gli ascolti delle telecronache hanno confermato il ruolo di leader di Rai anche rispetto alla concorrenza con un picco per il Gran Premio di Monaco (una media di 6.225.714 spettatori per uno share del 33,87% e 12.593.582 spettatori unici).

Nel 2016 il legame tra Rai Sport e il Giro d'Italia è stato, se possibile, ancora più forte, in attesa dell'edizione del Centenario, nel 2017, della corsa ciclistica più amata. Come sempre, elicotteri e moto al seguito hanno accompagnato le imprese dei corridori; per la prima volta, in una grande corsa a tappe, una telecamera è stata collocata in mezzo al gruppo e ha diffuso immagini in diretta. Una novità tecnica assoluta.

La tappa più seguita è stata quella del 28 maggio, la penultima, che ha dato la maglia rosa a Vincenzo Nibali (2.259.492 spettatori con uno share del 18,32% su Rai 3; 1.396.325 spettatori con uno share dell'11,31% per la simultanea diretta su Rai Sport 1).

Un quadro di grandi avvenimenti che anche nel 2016 è stato completato da eventi seguiti come tradizione da Rai Sport: le classiche del ciclismo; la Coppa del Mondo di Sci; i campionati di basket e pallavolo; il Golden Gala di atletica leggera; i Campionati Europei di Nuoto; i principali eventi internazionali della ginnastica, della scherma, del canottaggio, dell'equitazione.

Infine, le trasmissioni sportive presenti nei palinsesti Rai. L'obiettivo è stato quello di innovare stile e identità di programmi che fanno parte della storia della televisione italiana, da *Dribbling* a *Novantesimo Minuto* fino al *La Domenica Sportiva*. Per quest'ultima, uno studio completamente trasformato, un'inedita coppia di conduttori e un commentatore tecnico di riconosciuta competenza e autorevolezza: *La Domenica Sportiva*, la più longeva della tv, in onda fin dal primo giorno delle trasmissioni Rai - il 3 gennaio del 1954 - superata ormai la quota delle 3.000 puntate, cambia e si tiene al passo con i tempi, cercando di anticipare modelli e tendenze dello sport. Per essere sempre giovane.

“L'obiettivo di Rai Sport è quello di creare un'offerta che dia agli spettatori riferimenti certi di programmazione e che faccia della testata Rai una presenza costante nel racconto degli eventi sportivi e nelle trasmissioni di approfondimento e discussione”.

Informazione

Tg1

ASCOLTO EDIZIONI MERIDIANE

Tg1
22,3%
SHARE

Da oltre sessant'anni il Tg1 è la testata architrave dell'informazione Rai che realizza il momento d'incontro tra il cittadino-tele spettatore e il mondo delle Istituzioni, della politica, della società, delle religioni, dell'economia e della cultura. In due parole il Servizio Pubblico.

Nato nel 1952 con le trasmissioni sperimentali della televisione italiana e con il nome di 'Telegiornale', il Tg1 è il leader indiscusso dell'informazione del Paese in termini di ascolto e di immagine, grazie ai valori di universalità, qualità ed autorevolezza che ne ispirano l'offerta, garantendo la copertura di tutti i principali eventi.

Tg2
16,1%
SHARE

Il 2016 sarà ricordato come l'anno della straordinaria telefonata di Papa Francesco – unica nel panorama tv mondiale – nello spazio dedicato al telegiornale all'interno di *Uno Mattina*. Ma anche dell'intervista in esclusiva al Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, delle 13 edizioni straordinarie per un totale di 8,5 ore di trasmissione, delle 48 puntate di *Speciale Tg1* per 60 ore di trasmissione, degli speciali *Porta a Porta - Tg1*, passati da 8 a 18 e da 18 ore a 36 ore.

Tg3
10,1%
SHARE

Il successo del Tg1 trova ragion d'essere anche in un palinsesto ampio che comprende tre edizioni principali di trenta minuti, sei edizioni flash, una nel linguaggio dei segni, una di 'Sessantasecondi' ed una notturna lunga per un totale complessivo di dodici edizioni di trasmissione quotidiana (dalle 6:30 all'1:00 del mattino).

TGR
14,8%
SHARE

Non vanno dimenticati gli approfondimenti di *Tv7* e *Speciale Tg1* e le altre numerose rubriche tematiche, quali *Tg1 Economia*, *Tg1 Billy*, *Tg1 Dialogo*; l'approfondimento sullo spettacolo *DoReCiakGulp*; *Tg1 Fa' la cosa giusta*, la pagina delle buone pratiche, dei diritti e della solidarietà; le rubriche *Cinemattina* e *Camera con Vista* trasmesse all'interno di *Uno Mattina*; l'informazione medica *Tg1 Medicina*; *Tg1 Motori* sul mondo delle auto e *Tg1 Persone* con i suoi ritratti filmati e parlanti di uomini e donne che, con la loro vita, raccontano i principali temi del nostro tempo.

ASCOLTO EDIZIONI SERALI

Tg1
24,2%
SHARE

La correttezza e il pluralismo dell'informazione, la scelta delle notizie, la cura delle immagini, la credibilità del racconto ed il rigore nei contenuti e nella predisposizione dei servizi sono gli elementi che fanno del Tg1 un telegiornale di garanzia rivolto a tutti gli italiani, un mix tra tradizione e

Tg2
8,1%
SHARE

l'innovazione nell'attualizzazione dei linguaggi e degli argomenti.

Tg3
10,2%
SHARE

TGR
11,5%
SHARE

“Il Tg1 ripercorre nel proprio sommario la mission indicata per la tv dal mitico fondatore della BBC, Lord John Reith: informare, educare, divertire. Informare attraverso le principali notizie della giornata, educare con i ‘pezzi di servizio’ su temi fondamentali della vita dei cittadini, divertire con personaggi e cultura, attraverso la musica, il cinema e il teatro”.

Tg2

Il Tg2 è da sempre il telegiornale dell'approfondimento, dell'innovazione e della sperimentazione, elementi qualificanti per una testata del Servizio Pubblico.

Nel 2016 il Tg2 ha prodotto più di 1.000 ore di trasmissione tra telegiornali, rubriche, telecronache, 17 speciali e 10 edizioni straordinarie.

Numerosi gli eventi di rilevanza nazionale e internazionale che sono stati trattati e approfonditi attraverso una produzione mirata e con la presenza di inviati. Fatti di cronaca, di economia, di politica italiana ed estera, culturali, sportivi, fino alla scomparsa di grandi artisti quali David Bowie, Prince e George Michael. In particolare, il secondo semestre dell'anno è stato caratterizzato da un incremento di edizioni speciali e di approfondimenti sia all'interno dei Tg che per la copertura di spazi di rete per prime e seconde serate.

Una nuova linea editoriale legata all'immediatezza, al racconto in diretta, attraverso la presenza capillare di inviati sui luoghi dell'accaduto. Un prodotto completamente rinnovato, con molte storie inedite, con la presenza di ospiti in studio soprattutto nell'edizione delle ore 20:30, che ha incuriosito e attratto il telespettatore. I dati d'ascolto lo confermano, premiando l'edizione del Tg2 delle ore 20:30 che raggiunge un ascolto medio di 2.100.000 spettatori con uno share dell'8,1%.

L'emergenza terremoto ha impegnato la testata con programmazioni immediate e impegno capillare di numerosi inviati con l'utilizzo di truppe ENG, zainetti per i collegamenti in diretta sia nei Tg che nelle edizioni straordinarie, negli speciali e nelle rubriche. Un impegno che, oltre ad aver costantemente riferito e raccontato l'attualità

degli eventi, ha dato sempre voce alle storie dei protagonisti e alle loro drammatiche esigenze. L'emergenza è tuttora in atto in più zone del nostro Paese e il Tg2 mantiene quotidianamente la copertura editoriale.

Un altro capitolo che ha impegnato il Tg2 con la presenza capillare di inviati nei luoghi colpiti è quello dedicato agli attentati di natura terroristica e ad altri eventi internazionali come il tentato golpe in Turchia, la Brexit e la scomparsa di Fidel Castro.

Un evento internazionale di particolare rilievo, che ha visto protagonista il Tg2, sono state le Elezioni Americane. Per l'occasione – all'interno dell'ampia copertura che le Testate televisive e radiofoniche, le reti e i canali specializzati della Rai hanno dedicato all'evento con notizie, servizi, rubriche, speciali, exit poll, proiezioni e approfondimenti – è stato prodotto lo speciale di prima serata *Hello America*, realizzato in sinergia con gli inviati presenti negli Usa durante la competizione elettorale, impiegando una nuova scenografia rinnovata per l'occasione.

Per dar corso al dibattito sul referendum costituzionale, il Tg2 ha realizzato *Il Confronto*, una nuova rubrica con un format innovativo che per tempi, modalità, quantità e varietà di domande ha garantito in termini assoluti il rispetto della par condicio e ha offerto ai telespettatori una pagina inedita sul dibattito politico. In onda tutti i giorni dal lunedì al venerdì per cinque minuti, *Il Confronto* ha realizzato un'intervista doppia in uno schema grafico nuovo – quello delle due finestre con i protagonisti in primo piano – : quattro domande e 40 secondi il tempo di risposta per gli esponenti del *Si* e del *No*. *Il Confronto* è stato il primo degli appuntamenti speciali dedicati al referendum, una programmazione volta ad assicurare una completa e paritaria informazione ai cittadini italiani sulla consultazione del 4 dicembre.

Elemento di unicità per il Tg2 sono anche le sue 13 rubriche. Prima fra tutte il *Tg2 Dossier*, da sempre presente nella testata, focus settimanale sui fatti più importanti. Ma si confermano anche i successi di *Dossier Storie* (racconti di vita, di personaggi e di storie inedite), *Mizar* (eventi e personaggi dell'arte e della cultura), *Tg2 Punto di Vista* (eventi della settimana), *Costume e Società* (visione nazionale ed internazionale sulle tendenze e sui costumi), *Medicina 33* (storica rubrica di informazione medica), *Tg2 Motori* (novità del settore automobilistico con particolare attenzione ai prodotti green power), *Si Viaggiare* (percorso tra le bellezze artistiche e archeologiche che raccontano soprattutto il nostro Paese), *Eat Parade* (eccellenze enogastronomiche italiane), *Cinemattineé*

(produzione cinematografica con interviste a registi e attori), *Achab libri* (produzione letteraria con interviste agli scrittori), *Tg2 lavori in corso* (striscia quotidiana con spazi dedicati al sociale, al territorio, all'arte, all'economia domestica, alle associazioni di volontariato), *Tutto il bello che c'è* (le storie positive di volontariato e solidarietà che raramente trovano spazio nei telegiornali).

Nel 2016 il Tg2 ha incrementato sensibilmente l'offerta web, rinnovando il sito e aprendo con i telespettatori, attraverso i propri account, un rapporto di fidelizzazione. Ha lanciato campagne di condivisione in occasione di eventi speciali, durante i quali è stato allestito uno studio social in collegamento diretto con quello principale per dar voce, attraverso immagini e messaggi, agli utenti digitali. Sempre attraverso il sito web, i telespettatori sono stati protagonisti di campagne editoriali trasferite poi all'interno degli stessi Tg (#l'alberopiubello durante il periodo delle festività natalizie), iniziative che hanno incrementato sensibilmente il numero dei fruitori del web.

“Il tratto distintivo del Tg2 è la sperimentazione: realizzare un prodotto informativo completamente differente da altri telegiornali, con storie inedite, che incuriosiscono e attraggono il telespettatore, rispettando comunque integralmente i principi del Servizio Pubblico”.

Tg3

Il Tg3 è il telegiornale della diretta e degli approfondimenti che porta il telespettatore nel cuore degli avvenimenti e dei fatti, oltre le apparenze. Pochi racconti di palazzo e molta vita reale con i problemi che la gente vive ogni giorno narrati dai protagonisti, spesso ospiti in studio.

È il Tg che va subito in onda in diretta con edizioni speciali sulle emergenze, sia di cronaca italiana sia estera. Con circa 900 ore trasmesse tra notiziari e rubriche, il Tg3 continua a consolidare il rapporto di fiducia con il proprio pubblico; un pubblico molto informato, esigente, aperto ai media digitali, che ricerca da un lato l'approfondimento e dall'altro la chiarezza e la sintesi.

Lo share medio del 2016, per l'edizione delle 19:00, è stato del 10,2% con oltre 1.600.000 spettatori e mostra ascolti in crescita. Nell'edizione delle 12:00 – unico Tg Rai realizzato a Milano – è stato accentuato l'uso di collegamenti in diretta con la rete dei corrispondenti Rai dall'estero e con gli inviati

sul territorio, garantendo la copertura di tutti gli avvenimenti e con una maggiore attenzione ai temi destinati ad avere uno sviluppo nel corso della giornata.

Il Tg3 Giorno delle 14:20, con uno share superiore al 10,1%, è particolarmente attento ai problemi dei consumatori e delle famiglie, con la presenza quotidiana di ospiti.

In ripresa l'informazione serale: *Linea Notte* è stabilmente sopra il 5% di share e si conferma luogo privilegiato di commento e analisi.

Negli ultimi mesi dell'anno l'offerta è stata ulteriormente diversificata anche grazie ad un restyling grafico delle diverse edizioni.

Ma il Tg3 non è solo telegiornali: numerose sono le rubriche che lo caratterizzano.

Molto positivo il primo bilancio di *Tg3 nel Mondo*, il nuovo appuntamento di politica estera che il sabato sera offre uno spaccato della situazione internazionale con ospiti da tutto il mondo che intervengono in diretta.

L'informazione di servizio si conferma con il *L.I.S.*, il Tg nel linguaggio dei segni, e con *Fuori Tg* che ha irrobustito il legame con i telespettatori che intervengono in diretta in ogni puntata attraverso Twitter.

Per non dimenticare le altre rubriche 'storiche' del Tg3 come *Fuori Linea*, della redazione cultura, con i suoi servizi presentati da un luogo d'arte, un museo, un luogo storico, una mostra, un teatro; *Agenda del Mondo*, reportage di politica estera, raccontata attraverso le storie e la vita quotidiana dei protagonisti, personaggi anche non famosi, ma rappresentativi della realtà in cui sono inseriti; *ChiediScena*, dedicata agli spettacoli dal vivo, alla danza e al teatro; *Pixel*, rubrica di tecnologia e innovazione delle novità del web e delle tecnologie legate a nuove fonti di energia e ambiente; *Persone*, che propone storie di vita raccontate in prima persona, interessanti per originalità e curiosità.

Importante l'impegno sui social e su internet con la possibilità di rivedere on line tutte le edizioni del Tg e le rubriche. La pagina web è caratterizzata anche dalla presenza di una vignetta satirica animata e da rubriche dedicate alla tecnologia, all'invito alla lettura, ai fumetti. Prima testata ad utilizzare i social network, il Tg3 ha più di 1.52.000 utenti di Facebook e su Twitter è seguito da oltre 173 mila follower, con numeri in costante ascesa.

“Il Tg3 si conferma un telegiornale capace di far crescere gli ascolti e il gradimento dei telespettatori, grazie alla sua forte identità riconosciuta da un pubblico che apprezza l'approfondimento delle notizie”.

TGR

La TGR è la testata da e per il territorio.

La testata Giornalistica Regionale riveste un ruolo strategico nell'ecosistema delle news del Servizio Pubblico.

L'efficiente copertura informativa in occasione delle numerose emergenze che hanno purtroppo caratterizzato il 2016 ha confermato, qualora ve ne fosse bisogno, il valore aggiunto di una copertura capillare del territorio, che è infatti uno dei fondamentali punti di forza di Rai nel confronto con gli altri operatori.

La mission delle redazioni regionali è prioritariamente raccontare il territorio in tutte le sue sfaccettature, strutturando un rapporto solido e 'fiduciario' con i cittadini che possono contare non solo sui notiziari televisivi e radiofonici, ma anche su approfondimenti, come *Buongiorno Regione*, dove trovano spazio le segnalazioni, i suggerimenti, le denunce della società civile. Dove hanno voce l'associazionismo, i movimenti e le istanze culturali e sociali spesso poco conosciute. In questo senso, le numerose campagne sociali avviate dalla testata hanno avvicinato ancor di più la TGR alla collettività, ossia la Rai a tutti i cittadini, ovunque questi si trovino.

Tanti i temi affrontati, dalla sicurezza sul lavoro, al mondo della scuola, agli anziani, con riscontri significativi da parte del pubblico.

Così come alto si mantiene il gradimento dei telespettatori per i due Tg principali, quello delle ore 14:00 e quello delle ore 19:30. Di fatto rimangono i picchi di ascolto di Rai 3, con rispettivamente il 14,8% e l'11,5% di share. Sul finire dell'anno e con l'avvio del nuovo si sono registrati record del 17,9% per il Tg delle 14:00 con ben 3.131.000 telespettatori e per il Tg delle 19:30 che ha realizzato il 13,5% di share e 3.129.000 telespettatori.

La narrazione delle emergenze che affliggono il Paese è costante. Basti pensare che le telecamere della TGR, accese il 24 agosto, non si sono mai spente continuando a raccontare quotidianamente, ora per ora, la terribile tragedia del terremoto nel centro Italia.

La TGR è anche eccellenza attraverso le sue rubriche nazionali, tra le quali spicca il Tg della Scienza e dell'Ambiente. *Leonardo*, da quest'anno rinnovato nel suo format ed ampliato nella durata, è un riferimento da 20 anni per il pubblico di Rai 3. La rubrica ha ottenuto una punta del 10,1% di share e 1.582.000 telespettatori, risultato ancora più importante tenendo conto della importante programmazione

delle reti ammiraglie. Tanti temi trattati, con rigore e semplicità per avvicinare anche coloro che privi di solide basi specialistiche sono però attratti dal mondo della scienza.

L'esperienza degli ultimi anni, non solo in tema di emergenze, ha ulteriormente mostrato la necessità, da un lato, di conservare e valorizzare il ruolo dei presidi informativi territoriali, e, dall'altro, di ottimizzare le risorse, sfruttando al meglio l'evoluzione tecnologica ed adottando modelli organizzativi e produttivi più snelli e sempre più efficaci.

Del resto, tutti i principali servizi pubblici europei presidiano, seppur con modelli e perimetri editoriali differenti, l'offerta destinata alle realtà locali.

Nell'ambito del riposizionamento dell'offerta news nel nuovo mercato digitale, la testata giornalistica regionale svolge un ruolo importante per il potenziamento dell'offerta sul web.

Grazie alla capillarità dei presidi geografici e a circa 700 giornalisti, la TGR garantisce una presenza costante sul territorio, consentendo alla Rai di essere tempestivamente nei luoghi dove avvengono i fatti più importanti per il Paese.

“Nel 2016 la TGR ha avviato la sperimentazione della nuova offerta web ed ha lanciato una massiccia presenza sui social rendendola una tra le testate più seguite”.

Rai Parlamento

Rai Parlamento è la testata giornalistica che informa i cittadini sulle attività del Parlamento nazionale e del Parlamento Europeo, in stretta connessione con gli sviluppi dell'attività politica.

Rai Parlamento, oggetto di una revisione editoriale iniziata a partire dagli ultimi mesi del 2016 – anche a livello di immagine, più moderna anche grazie all'uso di grandi videowall e led che migliorano i contributi video e la grafica – è l'interlocutore diretto delle istituzioni parlamentari.

Anche nel 2016, la testata ha realizzato telegiornali, approfondimenti, puntate dei *Programmi dell'accesso* e curato le dirette dei lavori dalle aule di Montecitorio e Palazzo Madama (*Question time* e eventi istituzionali e politici); un impegno particolare è stato garantito per l'organizzazione e la cura del ciclo di *Tribune* e messaggi autogestiti per il referendum costituzionale.

La cifra stilistica ha virato verso un linguaggio politico meno tecnico e più vicino ai cittadini – nei testi, nelle interviste, nelle analisi e nei pareri degli esperti – con un importante uso dell'infografica, particolarmente efficace per illustrare, in modo chiaro e semplice, sia passaggi istituzionali e temi fondamentali della discussione politica e legislativa del Paese sia approfondimenti con i protagonisti delle vicende politiche della settimana e il racconto delle storie e dei luoghi oggetto di provvedimenti legislativi.

Storici appuntamenti di Rai Parlamento, le *Tribune elettorali* ed i *Programmi per l'accesso*, in occasione del referendum costituzionale, sono stati anch'essi rinnovati adottando una scenografia e una grafica nuove, un format più veloce ed è stato introdotto il faccia a faccia in seconda serata con ospiti di primo piano. Il riscontro negli ascolti e nel gradimento degli ospiti, riconosciuta l'imparzialità, l'equilibrio e l'accesso a tutti i soggetti, come nella tradizione del Servizio Pubblico, è stato molto positivo.

Rai Parlamento non è solo Italia: un'attenzione particolare è dedicata alle istituzioni e ai temi europei. Nel settimanale *Punto Europa*, il resoconto dei lavori dei palazzi delle istituzioni europee e le storie dell'Europa delle opportunità, dei giovani, degli ideali che ci uniscono dopo 60 anni.

Fiction

Rai Fiction è responsabile della produzione di fiction e cartoni animati per la messa in onda sulle reti generaliste e sui canali specializzati.

L'impegno di Rai per la promozione della produzione audiovisiva italiana ed europea è nello stesso tempo uno dei cardini della missione di Servizio Pubblico, per raccontare l'Italia nella sua contemporaneità e nella sua storia, per promuovere il talento e l'industria audiovisiva nazionale, per sostenere l'innovazione e la proiezione internazionale delle nostre opere.

Il primo dato che emerge dall'analisi della fiction Rai nel 2016 è che per la prima volta l'offerta si è articolata in modo differenziato sulle tre reti generaliste – Rai 1, Rai 2 e Rai 3 – con linee editoriali distinte e con una più chiara definizione dell'offerta per le diverse serate della settimana di Rai 1.

Rai 1 nel 2016 ha trasmesso 119 serate di fiction in prima visione totalizzando un ascolto medio di 5,2 milioni e uno share del 20,6%. Alle serate di prima visione, si sono aggiunte 38 serate di fiction in replica, che hanno ottenuto in media il considerevole risultato del 16,9% di share. L'offerta complessiva di fiction nella prima serata di Rai 1 è stata pertanto di 157 serate, pari al 43% dell'offerta totale, con un risultato di share del 19,8% (repliche incluse).

Al dato di Rai 1 – che sia per volume dell'offerta sia per risultati di ascolto rende la fiction di rete non solo leader in Italia, ma anche tra i primissimi player in ambito europeo – si aggiunge un risultato di particolare valore conseguito dalla fiction per Rai 2.

Rai 2 ha infatti trasmesso lo scorso anno 12 serate di fiction inedita, con un ascolto medio di 3.250.000 spettatori e uno share medio del 12,5%.

L'offerta di Rai 3 ha visto la messa in onda di 6 serate in prima visione, con uno share del 4,8% e di 251 puntate della serie *Un Posto al Sole* che, con una media quotidiana dell'8% di share, hanno contribuito in modo significativo al rafforzamento della fascia di prime time di rete.

Complessivamente Rai 1, Rai 2 e Rai 3 nel 2016 hanno trasmesso 137 serate di fiction inedita e 50 serate di fiction in replica (pari al 36% delle prime visioni), repliche che assicurano una ricaduta positiva anche sul costo del palinsesto.

Dall'analisi degli ascolti si evince quanto, nonostante la moltiplicazione delle piattaforme e lo sviluppo della fruizione individuale, le fiction Rai siano ancora in grado di raccogliere platee di pubblico molto grandi.

Questo vale per le proposte di Rai 1 che nel 2016 continua a confermarsi la rete leader grazie a un'offerta articolata dal punto di vista dei generi e al sapiente mix di novità e classici rinnovati.

Tra i fiori all'occhiello della prima rete i tv movie della collection *Il commissario Montalbano*, che a 17 anni dalla prima uscita, hanno ottenuto nel 2016 gli ascolti più alti di sempre, con quasi 11 milioni di spettatori e oltre il 40% di share. Risultati che in termini assoluti sono non solo rarissimi in Europa, ma notevoli anche se comparati al ben più ampio mercato americano dove sono poche le serie che superano i 10 milioni di ascolto in prima visione.

Un discorso analogo si può fare per *Don Matteo*, la cui eccezionalità – anche nell'edizione numero 10 – è di unire un formato di lunga serialità con uno share medio che rasenta il 30%.

La possibilità della fiction di continuare a raggiungere platee così vaste nell'offerta generalista è legata, in particolare, anche alla capacità di diventare "evento": un appuntamento imperdibile che va visto in diretta perché diventa l'argomento di cui parlare in famiglia e con gli amici e da commentare live sui social media (dove le fiction Rai sono spessissimo trend topic).

È quanto accaduto, per esempio, per la grande coproduzione internazionale *Medici - Masters of Florence*, kolossal già venduto in Europa, Nuova Zelanda, Israele, Giappone, India e Australia, che racconta il Rinascimento italiano attraverso le vicende della celebre famiglia di banchieri e mecenati fiorentini.

Un titolo pensato appositamente per il nuovo mercato mondiale, interamente girato in lingua inglese, che testimonia l'impegno della Rai a portare l'immagine dell'Italia al di fuori delle frontiere per confrontarsi con l'estero ed entrare nel circuito di produttori di serie globali.

Analogo il caso de *La mafia uccide solo d'estate*, adattamento seriale dall'acclamato film di Pif. Un'opera che spicca per originalità e discontinuità per la modalità di mettere in scena un racconto civile attraverso la vita di una famiglia nella Palermo del 1979.

Venendo a una più dettagliata disamina dei generi, nell'ambito delle fiction civili sono stati soprattutto titoli legati a storie vere a coinvolgere e mobilitare il grande pubblico: da Felicia Impastato (*Felicia Impastato*) a Lucia Annibali (*Io ci sono*), dal poliziotto Roberto Mancini (*Io non mi arrendo*) al sindaco pescatore Angelo Vassallo (*Il sindaco pescatore*), da Boris Giuliano (*Boris Giuliano - Un poliziotto a Palermo*) alla professoressa Mirella Casale (*La classe degli asini*).

Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione

1. Io non mi arrendo
2. I Medici
3. Il commissario Montalbano
4. Il sindaco pescatore
5. L'allieva
6. Rocco Schiavone
7. Io ci sono



Si tratta di un'indicazione editoriale di cui tenere conto anche nello sviluppo dei futuri progetti di fiction, consapevoli della delicatezza e della difficoltà di raccontare figure realmente esistite o addirittura esistenti, ma anche della straordinaria forza che una storia vera può rappresentare per il pubblico.

Un'altra fonte di ispirazione per la fiction Rai si è dimostrata la letteratura italiana contemporanea, in particolare nella declinazione del genere crime – da Camilleri (*Il commissario Montalbano*) a Manzini (*Rocco Schiavone*) – ma anche nel genere più leggero della commedia giallo-rosa, con la fortunata trasposizione dei romanzi di Alessia Gazzola *L'allieva*.

Tra i titoli del 2016 le lunghe serialità *Tutto può succedere* ed *È arrivata la felicità* sono state capaci di rinnovare il family tradizionale dal punto di vista dei contenuti – rendendolo più aderente ai temi e ai conflitti sociali del nostro tempo – ma anche del linguaggio e dello stile di regia, mantenendo però immutata la profondità tematica e il calore emotivo tipici del genere.

Dove l'innovazione è maggiormente evidente non solo per i contenuti editoriali, ma per la stessa

esistenza di una linea di offerta originale, è nella fiction prodotta per Rai 2 e Rai 3.

Gli ottimi risultati del ritorno de *L'ispettore Coliandro* e ancor più lo straordinario successo – in termini di ascolti e di immagine – della serie *Rocco Schiavone*, realizzata in collaborazione con Beta Film, hanno acceso la luce su prodotti capaci di differenziarsi dall'offerta destinata alla rete ammiraglia.

Si tratta, infatti, di una serialità più moderna, scanzonata e scorretta nei contenuti, ma soprattutto originale nel linguaggio, in grado di coinvolgere un pubblico nuovo e più smalizzato.

Per quanto riguarda Rai 3, la trasmissione dei nuovi episodi di *Non uccidere* conferma il lavoro di innovazione produttiva condotto da Rai Fiction con la collaborazione del centro di produzione televisivo Rai di Torino. La serie rappresenta uno dei migliori esempi di produzione a basso costo ma dagli altissimi standard qualitativi.

La prima stagione, molto apprezzata dalla critica a livello internazionale, anche grazie al lavoro di distribuzione di Rai Com, è stata venduta in molti Paesi e sarà trasmessa sul canale franco-tedesco Arte, quasi in contemporanea con l'uscita della seconda stagione su Rai 3.

Un successo che, insieme a quelli ottenuti da *Medici - Masters of Florence* e *Rocco Schiavone*, conferma quanto la fiction italiana – e la fiction Rai in particolare – stia diventando una realtà da seguire nel mondo dell'audiovisivo internazionale.

1. La mafia uccide solo d'estate
2. Don Matteo 10



Cinema

Nel 2016 Rai Cinema ha proseguito l'attività di acquisizione di film e di fiction con l'obiettivo di arricchire il palinsesto Rai.

La società, inoltre, mantiene un ruolo di primo piano nell'attività di produzione cinematografica nazionale ed europea e nell'attività di sfruttamento commerciale attraverso O1 Distribution.

Acquisti prodotto tv

Per ciò che riguarda l'attività di approvvigionamento per le reti, si segnala il rinnovo dell'Accordo quadro tra CBS e Rai per il biennio di produzione USA 2017-2018. Il prosieguo di questa partnership strategica garantisce un accesso privilegiato al prodotto premium sotto il profilo editoriale e commerciale, utile ad assicurare la composizione di un'offerta competitiva. L'accordo consente di prolungare il rapporto di esclusiva Free tv, con holdback vs Pay, per le produzioni televisive originali della major statunitense che da anni rappresentano il caposaldo dell'offerta fortemente identificativa di Rai 2 e di Rai 4.

Ulteriore operazione strategica, in linea con il posizionamento editoriale delle reti, è l'accordo con la 20th Century Fox International Television per le annualità 2016-2018 che andrà ad alimentare i palinsesti di tutti i canali. Sono stati acquisiti titoli cinematografici e televisivi di elevata qualità, current e di library, diversi per genere, caratteristiche e target, che consentiranno di rinnovare e rendere competitiva la programmazione cinema delle reti Rai. Tra i principali titoli acquisiti: *Il ponte delle spie* di Steven Spielberg con protagonista Tom Hanks, *Il cigno nero* di Darren Aronofsky con l'attrice premio Oscar Natalie Portman, *La vita di Pi* del premio Oscar Ang Lee, *Una notte al museo*, commedia diretta da Shawn Levy, ed i relativi due sequel, *La mia vita è uno zoo* di Cameron Crowe con Matt Damon, *La risposta è nelle stelle* diretto da George Tillman Jr., la saga completa di *Alien* di Ridley Scott, *Il pianeta delle scimmie*, *Cocoon*, *Wall Street*, oltre a tutte le stagioni della serie cult degli anni novanta *X-Files*, acquisita per Rai 4.

Con Walt Disney è stato finalizzato un accordo che ha visto l'acquisizione di prodotto kids,

1. *In guerra per amore* di Pif
2. *La corrispondenza* di Giuseppe Tornatore
3. *La pazza gioia* di Paolo Virzì
4. *La ragazza del treno* di Tate Taylor
5. *The hateful eight* di Quentin Tarantino
6. *Veloce come il vento* di Matteo Rovere



indispensabile per i canali Rai Ragazzi, di serie live action di forte appeal per le reti, oltre alle serie in prosecuzione di successo che derivano dagli accordi precedenti come *Criminal Minds*, *Scandal*, *How to get away with murder*.

Ad integrare l'offerta cinematografica di tutte le reti, arrivano 80 titoli acquisiti da società quali Lucky Red, Europictures, Good Films, Bim, Academy Two, Red Film, Koch Media, Movies Inspired e VideA. Sono, invece, ad uso esclusivo dei canali specializzati i film acquisiti da distributori, anche italiani, quali Ga&A, Adler, 30 Holding, Blue Swan, DNC, Cult, Wider e PFA.

Relativamente al prodotto più specificatamente televisivo, un'ampia selezione proviene dalle società tedesche ZDF, Beta e Global Screen che, in virtù di una partnership consolidata, forniscono una quantità consistente di prodotto per la programmazione di tutte le fasce.

Con riferimento ai titoli internazionali acquisiti in modalità full rights, il costante monitoraggio delle tendenze del cinema mondiale e la partecipazione ai più importanti mercati internazionali hanno permesso a Rai Cinema di arricchire il listino di nuovi titoli:

- *Dalida* di Liza Azuelos, con Sveva Alviti, Riccardo Scamarcio, Alessandro Borghi e Vincent Perez (co-prodotto con Pathè), film trasmesso in prima serata Rai 1 il 15 febbraio 2017, in occasione dei 50 anni dalla morte di Luigi Tenco e dei 30 anni dalla morte di Dalida;
- *Works without an Author* di Florian Von Donnersmarck (co-prodotto con Beta), autore premio Oscar di cui Rai Cinema ha già acquisito e distribuito con enorme successo i primi due lungometraggi, *Le Vite degli Altri* e *The Tourist*;
- *Molly's Game* di Aaron Sorkin, adattamento del libro di memorie di Molly Bloom, interpretata da una straordinaria Jessica Chastain.

Si evidenzia, poi, il nuovo accordo quadriennale concluso con Leone Film Group per rifornire i listini di O1 Distribution di prodotto internazionale pregiato. L'accordo, che si sostanzia principalmente come service distributivo, assicurerà, oltre ad una corposa library free tv di lunga durata utilizzabile su tutte le reti, prodotto di forte appeal per i listini theatrical e home video di O1 Distribution.

Produzione cinematografica

Nel corso del 2016, Rai Cinema ha contribuito alla realizzazione di moltissimi titoli che compongono un'ampia e differenziata offerta di prodotto.

Tra i film completati o in fase di post-produzione ricordiamo: la nuova commedia di Massimiliano Bruno, *Beata ignoranza*, che racconta l'amicizia

ormai in frantumi tra due professori di liceo; *Non è un Paese per giovani* di Giovanni Veronesi, viaggio di due amici a Cuba in cerca di fortuna; *Brutti e cattivi*, film d'esordio di Cosimo Gomez, commedia noir; *L'intrusa* di Leonardo Di Costanzo, storia di lotta individuale ed emancipazione sociale, ambientata a Napoli; *Nico, 1988* di Susanna Nicchiarelli, cronaca dell'ultimo anno di vita di un'icona della musica internazionale; il nuovo progetto di Paolo e Vittorio Taviani, *Una questione privata*, tratto dall'opera di Beppe Fenoglio; *Questione di Karma* di Edoardo Falcone che racconta del bizzarro rapporto tra il figlio di un ricco imprenditore morto suicida e un piccolo truffatore; *Smetto quando voglio Masterclass* e *Smetto quando voglio Revolution* di Sydney Sibilia, i due sequel della fortunata commedia corale su un gruppo di ricercatori universitari; il film di Francesca Comencini *Amori che non sanno stare al mondo*, commedia romantica sulla storia di un grande e tormentato amore; il noir poliziesco di Toni D'Angelo, *Falchi*, ambientato a Napoli; *MUN-Metti una notte*, esordio alla regia di Cosimo Messeri, commedia surreale in cui i personaggi affrontano ogni tipo di assurda avventura; *Il ragazzo invisibile 2* di Gabriele Salvatores, secondo episodio sul giovane supereroe che cercherà di capirne di più sulle proprie origini; *Sicilian ghost story* opera seconda dei due registi Antonio Piazza e Fabio Grassadonia in cui si racconta una terribile vicenda di mafia degli anni 90; *Cuori Puri*, opera prima di Roberto De Paolis, storia di una giovane ragazza combattuta tra il proprio voto di castità fino al matrimonio e l'amore per un ragazzo poco più grande di lei; la commedia di Alessandro Pondi dal titolo provvisorio *Martino dove sei?*, in cui due amici organizzano la finta sparizione di uno dei due; *A casa*, commedia di Antonio Albanese, nella quale un milanese doc decide di riportare in Africa due senegalesi; *Addio fottuti musi verdi* di Francesco Capalbo aka Francesco Ebbasta, primo film dei The Jackal, irriverente storia di un giovane disoccupato napoletano che viene assunto dagli alieni; il nuovo film dei Manetti Bros, dal titolo provvisorio *Ammore e malavita*, storia di un boss che si finge morto per godersi i soldi all'estero con la moglie; *La tenerezza* di Gianni Amelio, storia di due famiglie in una Napoli inedita, lontana dalle periferie; *Rosso Istanbul* di Ferzan Ozpetek storia di uno scrittore ritornato ad Istanbul dopo essersene volontariamente allontanato, a seguito della perdita della compagna.

Tra i progetti in preparazione segnaliamo: *Il libro delle visioni* di Carlo Hintermann, una produzione internazionale che racconta i problemi personali e le scoperte scientifiche di una ricercatrice; *Hotel Gagarin*, opera prima di Simone Spada girata tra l'Italia e l'Armenia; l'opera prima di Brando De Sica, *Mimi il principe delle tenebre*, bizzarra e

originale incursione nel racconto gotico nei vicoli di una Napoli inedita e notturna; *Troppa Grazia* di Gianni Zanasi, 'commedia mistica' su una giovane donna che in un momento di crisi personale inizia ad avere delle strane apparizioni.

Tra gli sviluppi: *Lazzaro felice*, di Alice Rohrwacher, favola moderna sospesa tra presente e passato, tra città e campagna; *Menocchio* di Alberto Fasulo che ricostruisce la biografia di Domenico Scandella, in arte Menocchio; *Ride*, opera prima di Valerio Mastandrea che descrive la personale elaborazione del lutto da parte di una famiglia di un operaio morto in fabbrica; *Essere* di Leonardo Guerra Seràgnoli, in cui viene raccontato un futuro non troppo lontano; *Il traditore* di Marco Bellocchio, ispirato alla figura di Tommaso Buscetta, importante pentito di mafia della storia italiana; di Cosimo Gomez, *Sangue Gruppo Zero*, noir metropolitano dai toni cupi e drammatici; *Guida Romantica a posti sperduti*, opera terza di Giorgia Farina, bizzarro viaggio di due sconosciuti; di Matteo Garrone lo sviluppo tratto dal *Pinocchio* di Collodi e, infine, *Strangers in paradise*, che sarà il film 'americano' di Gabriele Salvatores, tratto dal libro *Se ti abbraccio non aver paura* di Fulvio Ervas, road movie con protagonisti un padre e un figlio.

Produzione di documentari

Per quanto riguarda il cinema del reale e documentario, nel 2016 Rai Cinema ha attivato 56 documentari in continuità con le proprie linee editoriali e con il mandato di sostegno agli autori e produttori indipendenti.

Accanto ai nuovi progetti di registi ormai noti (Davide Ferrario, Roberto Minervini, Pippo Delbono, Martina Parenti e Massimo D'Anolfi, Francesco Munzi e altri), la società ha investito negli esordi di nuovi talenti come Giovanni Totaro (*Happy Winter*), Federica di Giacomo (*Liberami*), Silvia Bellotti (*Il martedì e il venerdì*) e Martina Di Tommaso (*La via della felicità*).

Tra gli altri progetti, vanno segnalati *Fuori Fuoco*, realizzato da sei detenuti del carcere di Terni che diventano registi per raccontare la loro vita dietro le sbarre; *Pino Daniele, Il tempo resterà* di Giorgio Verdelli, grande omaggio al musicista partenopeo scomparso due anni fa, e *Alla ricerca delle radici del male* di Israel Moscati, terzo capitolo della trilogia del 'viaggio nell'animo dei figli della Shoah', che mette a confronto il dolore dei figli e dei nipoti della Shoah con il senso di colpa dei figli e dei nipoti dei nazisti.

Il 2016, sul fronte documentaristico, è stato l'anno di *Fuocoammare*: vincitore dell'Orso d'Oro a Berlino e dello European Film Awards

per il miglior documentario europeo, candidato a rappresentare l'Italia agli Academy Awards e venduto in oltre 60 Paesi; su Rai 3 in prima serata, il 3 ottobre, ha fatto registrare un ascolto straordinario, pari a 2,5 milioni di telespettatori.

Presenza ai festival

L'anno si è aperto con la prestigiosa vittoria di *Fuocoammare* di Gianfranco Rosi, Orso d'Oro al Festival di Berlino, il primo di una serie di riconoscimenti che l'opera ha raccolto in tutto il mondo: è stata presentata in oltre 50 festival internazionali vincendo, tra gli altri, gli European Film Awards (EFA) come migliore documentario. Da ultimo, è stato selezionato nella cinquina dei documentari che hanno concorso agli Oscar 2017 ed è stato in *nomination* per i Cesar nella sezione Miglior documentario.

Sei i film selezionati per il Festival di Cannes: *Fai bei sogni* di Marco Bellocchio, *La pazza gioia* di Paolo Virzì e *Fiore* di Claudio Giovannesi, presentati alla Quinzaine des Réalisateurs; *Pericle il nero* di Stefano Mordini, selezionato nella sezione Un Certain Regard; *I tempi felici verranno presto* di Alessandro Comodin, alla Semaine de la Critique e *L'ultima spiaggia* di Thanos Anastopoulos e Davide Del Degan nella Selezione Ufficiale.

Numerosi sono stati i riconoscimenti raccolti dopo Cannes.

Ricordiamo innanzitutto i 16 David di Donatello, di cui ben 14 (7 ciascuno) assegnati a *Lo chiamavano Jeeg Robot* di Gabriele Mainetti e a *Il racconto dei racconti* di Matteo Garrone.

A questi si aggiungono i 7 Globi d'Oro assegnati dalla stampa estera in Italia – tra i quali si distinguono di nuovo *Lo chiamavano Jeeg Robot*, vincitore come Miglior Film, e *Fuocoammare* che si è aggiudicato l'ambito Gran Premio della Stampa Estera – e i 15 Nastri d'Argento assegnati a Taormina dal Sindacato Nazionale Giornalisti Cinematografici Italiani a tanti nostri titoli, tra i quali ricordiamo *Non essere cattivo* di Claudio Caligari, vincitore del Nastro dell'Anno.

Alla Mostra d'Arte Cinematografica di Venezia, Rai Cinema ha partecipato con 17 titoli tra film, documentari, un film restaurato e due cortometraggi. Tra questi *La La Land* di Damien Chazelle, che ha permesso a Emma Stone di aggiudicarsi la Coppa Volpi come miglior attrice protagonista, e *Liberami*, il documentario di Federica di Giacomo sugli esorcismi in epoca contemporanea, che ha vinto il Premio Orizzonti.

Nella parte finale dell'anno, Rai Cinema è stata presente al Festival di Roma con 13 titoli, tra film e documentari, e al Torino Film Festival con 3 film.

Distribuzione

Nel 2016 Rai Cinema ha distribuito 33 film per un box office totale di 52,5 milioni di Euro, quasi 9 milioni di biglietti venduti, attestandosi al 6° posto nella classifica dei distributori con una quota di mercato dell'8,4% sulle presenze.

I titoli che hanno avuto i migliori risultati sono: *The Hateful Eight* di Quentin Tarantino; *La Pazza Gioia* di Paolo Virzì; *La ragazza del treno* e *In guerra per amore* di PIF; da segnalare anche il docufilm *Fuocoammare*.

Infine, con la distribuzione di *Veloce come il vento*, Rai Cinema ha confermato il suo impegno nei confronti di registi giovani ed esordienti.

Rai Cinema, inoltre, si conferma la prima azienda italiana dell'Home Video e la quarta del mercato con una market share pari al 6% sulle novità 2016 e del 5% sull'intera library; il film *The Hateful Eight* di Quentin Tarantino è stato il 22° film più venduto del 2016 con oltre 70.000 copie distribuite.

Accordi commerciali

Nel 2016, in linea generale, si conferma il trend in crescita della commercializzazione nei diversi canali distributivi successivi allo sfruttamento theatrical e home video, anche grazie allo sviluppo delle nuove piattaforme per gli sfruttamenti Est, Tvod e Svod.

Si evidenziano, in particolare, il rinnovo a ottobre 2016 degli accordi con le piattaforme Netflix e Timvision, la cessione a Sky Italia dei diritti Ppv/Tvod di un pacchetto di 12 titoli current e la vendita dei diritti airlines ad Alitalia con oltre 40 titoli (current e library).

Nel canale edicola, infine, grazie agli accordi in atto con Mondadori e con il Gruppo L'Espresso, si registra una consistente presenza di film di Rai Cinema.

L'impegno di Rai Cinema sul web continua ad essere in costante crescita. Il 2016 ha visto il consueto sostegno di Rai Cinema Channel alla promozione di tutti i film prodotti e coprodotti da Rai Cinema, sia con i live social sia con video report delle serate eventi e anteprime (Festival di Cannes, Nastri d'Argento, Ciak D'Oro, David di Donatello, Festival di Venezia, Festa del Cinema di Roma, proiezione di *Fuocoammare* a Lampedusa).

Contemporaneamente all'attività di promozione, il mercato dell'acquisto del cortometraggio ha visto consolidare il marchio Rai Cinema, soprattutto nell'ambito delle manifestazioni di settore più importanti d'Italia: Cortinametraggio, Festival di Lecce, Tulipani di seta nera.

Rai Cinema Channel è stato in prima linea anche nelle iniziative charity: 'La Partita del Cuore', per sostenere la ricerca a favore della 'Fondazione Bambino Gesù Onlus' e della 'Fondazione Telethon' e l'evento di presentazione del libro 'Sguardi d'attore. I volti di Rai Cinema', il cui ricavato è stato devoluto alla gestione della sala cinema del Policlinico Gemelli di Roma.

La radio

La Radio è una componente originaria del Servizio Pubblico e un avamposto dell'ibridazione tra i media, esempio di convergenza tra piattaforme e consumi, banco di prova della Media Company Rai.

La proliferazione di contenuti, formati e interazioni web e social media descrivono un comparto radio profondamente integrato e innovativo, in grado di interpretare l'identità fluida del suono e di affermare la centralità del mezzo nello scenario digitale.

Da questo punto di vista l'estensione della rete Dab+ accompagna un processo di migrazione tecnologica ed editoriale in atto da tempo, già ben percepito dalla platea degli ascoltatori, in particolare gli utilizzatori abituali di device digitali.

Dalla fisionomia composita del mezzo, radicata nelle abitudini e protesa verso gli usi avanzati, deriva una molteplicità di compiti e sviluppi, non ultimo il confronto con un mercato che nel 2016 ha visto aumentare numero e qualità di operatori, offerte, sinergie tra gruppi concorrenti, mentre l'andamento degli investimenti pubblicitari ha invertito la dinamica non brillante degli ultimi anni.

Ne deriva anche l'impegno che RadioRai per prima ha assunto nella costituzione del Tavolo Editori Radio – TER Srl, la società degli Editori

radiofonici nazionali e locali nata nell'aprile 2016 con l'obiettivo di ricostruire una nuova indagine sugli ascolti.

Il Dab+ rappresenta la priorità degli interventi infrastrutturali, insieme alla tutela e al potenziamento della Rete Fm. Un processo di sistema che attua le linee guida Agcom, al quale la Rai partecipa con le sue competenze tecnologiche, e sul fronte editoriale con il piano triennale di riposizionamento dei canali specializzati che razionalizza la presenza di RadioRai sul territorio mobile delle piattaforme digitali, prossimo campo di gioco di una competizione avanzata in cui l'apporto della Concessionaria dovrà essere decisivo.

Lo scenario del 2017 propone perciò una doppia occasione di confronto con le Istituzioni e il mercato: l'Indagine TER 2017 e il *work in progress* della Radio digitale. Appuntamenti che richiedono visione strategica e capacità di individuare opportunità di sviluppo e soluzioni sostenibili per un Servizio Pubblico che, pur non essendo *leader* di mercato, resta perno del sistema radiofonico.

Nel 2016 le principali linee di azione sono state:

- **qualificazione dell'offerta:** rinnovamento dei formati editoriali; miglioramento della struttura di palinsesto; sviluppo del palinsesto pubblicitario, anche mediante l'introduzione di nuovi formati (*product placement, branded content, station break, radio content, infactory*);
- **innovazione tecnologica e infrastrutturale:** *upgrading* App RadioRai per ascolto da device

1. Il *CaterRaduno* di Radio1, a Senigallia dal 4 al 9 luglio 2016
2. Tutte le voci di Radio2
3. Il commento calcistico di Riccardo Cucchi e Filippo Corsini ai microfoni di Radio 1
4. *Un giorno da pecora* su Radio 1 con Giorgio Lauro e Geppi Cucciari
5. La giornalista Emanuela Falcetti su Radio 1 con *Italia sotto inchiesta*
6. *Radio2 Live* e le performance dal vivo
7. Ilaria Sotis ai microfoni di Radio1 con *La radio ne parla*
8. *Non sono obiettivo* di Oliviero Toscani su Radio1
9. *Radio anch'io* con Giorgio Zanchini



mobili; migrazione da rete Isdn a protocollo IP (progetto RadioPorto); digitalizzazione dell'archivio storico;

- **conoscenza del mercato:** monitoraggio qualitativo dell'offerta RadioRai (panel Engagement Track, Gfk); analisi della composizione e struttura di palinsesto (RadioRai e concorrenti); analisi dei dati di ascolto (Radiomonitor) e di contatto (WebTrek);
- **palinsesto istituzionale e sociale:** gestione delle campagne di sensibilizzazione e raccolta fondi (Segretariato sociale); coordinamento editoriale, monitoraggio e reporting dei Piani di comunicazione Corporate (es. Telethon 2016);
- **attività internazionali:** celebrazione del World Radio Day (13 febbraio), spot multilingue e programmi dedicati; seminario Comunità Radiotelevisiva ItaloFona (Roma, 1-2 aprile); presentazione Radio 8 Opera al Plenary Meeting of Music Experts EuroRadio (Ginevra); meeting annuale Euroradio Users' Group (Roma, 24 giugno); partecipazione RadioRai al New Radio Day Ebu (Madrid, 13-14 ottobre);
- **premi e riconoscimenti:** premio Cuffie d'Oro / Radio Awards 2016, sezione Cultural Show, a Radio3 e Radio2.

Canali

Radio1 – Giornale Radio

Radio1 ha sviluppato la sua offerta con il dibattito, l'inchiesta, il reportage, tutto lo sport che conta e una scelta musicale non scontata. Un palinsesto sul filo delle notizie: 48 edizioni del Giornale Radio, tre rassegne stampa, inchieste, approfondimenti, reportage. 24 ore sempre in diretta, dagli speciali sull'emergenza terrorismo nei primi mesi dell'anno agli Europei di Calcio.

Radio1 è una rete di contenuti condivisi e rilanciati sul web e sulle piattaforme social: Facebook, Twitter, Instagram, lo streaming video realizzato con la app di Twitter *Periscope*, i programmi di punta in onda dal territorio, contribuiscono fare di Radio1 una vera e propria *community* in cui riconoscersi: attendibile, autorevole, meno 'palazzo' e più cronaca.

Le dirette no-stop hanno caratterizzato una prima parte dell'anno segnata dagli attentati di Bruxelles, da giornate speciali come il Primo maggio - con il racconto delle manifestazioni sindacali e dei *concertoni* di Taranto e Roma -, dalle elezioni amministrative nelle grandi città italiane, all'accesa campagna per la corsa alle presidenziali Usa. Radio1 ha seguito ogni avvenimento in presa diretta, con decine di ore di programmazione integrate dai notiziari ogni 30 minuti.

Ormai consolidata la rassegna stampa internazionale di *Voci del mattino*, l'offerta più

completa tra i Servizi pubblici europei: una selezione di *highlight* delle principali televisioni internazionali e di alcune emittenti escluse dai consueti circuiti informativi.

Mentre lo sport in tv è sempre più frammentato e in gran parte *pay*, Radio1 è il canale del Servizio Pubblico che offre *free* tutti gli eventi importanti: dal calcio alla Formula1, dalla pallavolo al Moto Gp, dal tennis al ciclismo, dal nuoto allo sci: 40 ore di radiocronache e servizi ogni settimana, 10 pagine sportive al giorno, circa 800 ore di programmazione solo nel primo semestre. Con tutte le radiocronache di calcio - serie A e B - più Champions League, Europa League, la Nazionale maggiore e Under 21, la Tim Cup, il basket e la pallavolo. Pronti a raccontare la grande estate di *Euro 2016* - con tutte le partite in diretta dagli stadi di Francia - e le Olimpiadi di Rio.

In occasione del terremoto del 24 agosto sono state più di 30 le ore di diretta con un ingente sforzo produttivo che ha coinvolto 11 inviati e decine tra giornalisti e tecnici.

La copertura di Radio1 ha riscosso ampio riconoscimento nell'opinione pubblica e sui media, portando all'attenzione internazionale le voci dei protagonisti a cominciare dal sindaco Pirozzi, il cui grido di dolore "Amatrice non c'è più", pronunciato pochi minuti dopo il sisma ai microfoni di Radio1, ha fatto il giro del mondo.

L'attività di copertura del sisma con Fili diretti ed Edizioni speciali del Gr non si è limitata alle prime scosse ma è proseguita in occasione degli eventi di fine ottobre ed è continuata anche quando l'attenzione dei media si è abbassata raccontando giorno per giorno i disagi degli sfollati, il sopraggiungere dei rigori dell'inverno, il clima particolare delle festività natalizie trascorse nei centri in macerie.

A fianco di questa attività eccezionale si è intensificata quella ordinaria del Giornale Radio, con il varo di due nuove edizioni del Gr2 (durata 3') in onda alle 21.30 ed alle 23.30; è stata inoltre accresciuta la copertura degli eventi quotidiani nell'ambito dei Gr già esistenti, con un aumento del numero di servizi e delle notizie trasmessi.

L'aumento dell'impegno ordinario e straordinario ha accresciuto la percezione di Radio1 e Gr come frontiera avanzata dell'informazione Rai e risponde all'obiettivo di fidelizzare ed espandere il bacino degli ascoltatori interessati al prodotto informativo.

A questo ha concorso anche la programmazione dei tradizionali contenitori di canale, da *Radio Anch'io* a *La radio ne parla*, da *Restate scomodi* ad *Italia sotto inchiesta*, da *Zapping* a *Voci del Mattino* alle rassegne stampa, nazionale ed internazionale.

Per presidiare segmenti tematizzati come quello dell'innovazione tecnologica, degli stili di vita e della sanità sono proseguite trasmissioni come *Eta Beta*, *Mary pop* e *Life*.

Notevole interesse ha suscitato l'avvio sui Radio1 della programmazione di *Un giorno da pecora*, che non ha subito contraccolpi con lo spostamento di canale ed ha invece portato freschezza e nuovi stimoli. La collocazione oraria (h. 13.30 – 15.00), è stata una sfida vinta con primi segnali di interesse e partecipazione degli ascoltatori, anche sui social.

Particolare rilievo ha avuto l'attività della redazione sportiva, che dopo i grandi appuntamenti estivi, è tornata con rinnovato impegno alla copertura della straordinaria gamma di eventi, dalla Serie A alla Serie B, dalla Champions alla Europa League, dal basket al volley, dal rugby allo sci ad altro ancora.

Radio2

Progetti editoriali multiplatforma, linguaggi attuali, spazio alla musica, programmi e concerti live, il racconto del territorio, campagne sociali, visibilità del brand attraverso la crossmedialità: questi i principali elementi che hanno caratterizzato l'offerta di Radio2 nel 2016.

Programmi storici e innovativi nei formati e nei contenuti, una strategia di offerta incentrata sul concetto di *live* declinato *on air* e *on line*, lo *storytelling* della vita degli ascoltatori, significative operazioni di *cross-promotion* con la tv, sono la sintesi di un palinsesto composto da 30 programmi dal lunedì alla domenica, interamente prodotti negli studi Rai di Roma e Milano.

Se nella prima parte dell'anno si è consolidata l'offerta *on air*, premiata da ottimi risultati di ascolto, nel secondo semestre sono state avviate diverse azioni finalizzate ad intercettare nuovi target di pubblico:

- nel corso dell'estate, spazio a suoni contemporanei, sperimentazioni, musica e intrattenimento, con forte integrazione con i social;
- in autunno, il riposizionamento di diversi programmi della tarda mattinata e del pomeriggio.

Significativo il lavoro sui contenuti e i linguaggi dei principali programmi della Rete. *Il Ruggito del Coniglio* – che nel 2016 ha festeggiato i vent'anni di trasmissioni –, *Caterpillar AM* e *PM*, *610*, *Decanter* – arricchito dalla rubrica del venerdì *Chef ma non troppo* –, *Radio2 Social Club*, *I Provinciali*, *Non è un Paese per Giovani*, *I Sociopatici*, con una squadra rinnovata.

Numerose le nuove proposte. *Radio2 Come Voi* al mattino; *Me Anziano You Tuber*, confronto generazionale tra un giornalista della carta stampata e uno *youtuber*; il nuovo formato notturno, *2Night*, con musica di tendenza.

Nel weekend, accanto allo storico *Black Out*, al *Programmone* con la surreale comicità di Nino Frassica, a *Ettore* e a *Coniglio Relax*, importanti nuovi ingressi. *Italia nel Pallone*, il mondo dello sport raccontato con ironia e leggerezza; *Hit Story*, viaggio attraverso la musica d'autore; *KGG* alla ricerca delle notizie più curiose, delle storie più divertenti e della miglior musica in circolazione; *Radio2 Weekend* e la sua pungente satira; *Back2Back*, la sfida in console a colpi di *hit*.

Sempre più ricca la strategia sviluppata attorno al concetto di *live*, che si conferma uno dei punti di forza della Rete:

- **i live dagli studi di via Asiago:** Verdena, la Festa della Musica con Malika Ayane, Fabi, Thegiornalisti e Clementino, I Cani, Calcutta, LP;
- **i live del venerdì e non solo:** Texas, Mark Lanegan, Pet Shop Boys, Public Service Broadcasting, i Tre Allegri Ragazzi Morti, e poi, Levante, Travis, Editors, I Cani, Deus, AltJ, Cosmo, Skunk Anansie, Nothing But Thieves, Jack Savoretti, David Guetta per la cerimonia inaugurale degli Europei di Calcio 2016, e infine Battiato e Alice *live in Rome*, il Concerto di Capodanno, Graham Nash;
- **i mini live** con esibizioni musicali ed acustiche di giovani gruppi di tendenza all'interno dei programmi *Rock and Roll Circus*, *Babylon* e *2Night*;
- **i live di Natale:** Jess Glynne, Tiromancino, Coldplay, Max Gazzè, Earth Wind & Fire, Simply Red, The Strumbellas, Radiohead, Elton John, Lionel Richie, Bryan Ferry, Anastacia;
- **gli eventi live sul territorio:** in diretta dal Truck Radio2 dalle piazze e dai teatri, spesso in media partnership, per La Barcolana, L'Eroica, Il CatterRaduno di Senigallia, il Lucca Summer Festival, Lucca Comics and Games, Torino Film Festival, Maker Faire, il Salone del Gusto, TEDxCRN, Roma Europa Festival, Artefiera, la Festa del Cinema di Roma, la Notte Rosa di Riccione, Radio2 Play Rovereto.

Nel primo semestre Radio2 ha trasmesso la seconda edizione di *Radiobattle*, il 'torneo Europeo della Radio'. Un programma interamente in lingua inglese sul campionato europeo delle Radio musicali, un vero e proprio torneo che ha visto sfidarsi 16 emittenti europee a colpi di dj set esclusivi.

In dicembre, la storica Sala A di Via Asiago, interamente ristrutturata, è stata inaugurata con i live di *Radio2 Social Club*, *610* e *Radio2*

Natalent, la recita di Natale che ha regalato agli ascoltatori una galleria di *best of* di tutti i conduttori di Radio2.

Radio2 ha incrementato in modo importante le sinergie editoriali con i canali televisivi:

- Rai 1: collegamento quotidiano de *Il Ruggito del Coniglio* con *Uno Mattina* per lanciare la diretta; Fede e Tinto di *Decanter* giurati de *La prova del cuoco*; *I Migliori Anni*, *Sanremo Giovani*, le prime serate dedicate ai concerti di Tiziano Ferro, Zucchero e Mogol, per concludere con *Sarà Sanremo e Natale e Quale*;
- Rai 2: *The Voice of Italy* e *La Musica di Casa Mika*, lancio delle 4 serate tv; Andrea Delogu, voce e madrina del programma *I Sociopatici*, ha condotto su Rai2 *Stracult*;
- Rai 3: sempre Andrea Delogu, alla conduzione de *Il Processo del Lunedì*, dove troviamo anche Michele Dalai, conduttore su Radio2 di *Ettore*. Su Rai3 anche una puntata speciale di *Che Tempo che Fa* in diretta dalla Sala B di via Asiago con il *Programmone* di Nino Frassica;
- Rai 4: *Rai Dire Nazionale*, in occasione degli Europei di Calcio 2016 e delle Qualificazioni ai Mondiali di Calcio 2018, raccontate dalla Giappia's Band.

Con il claim "lo vedi in tv lo ascolti su Radio2", Radio2 si conferma emittente ufficiale di grandi eventi televisivi quali il *Festival di Sanremo*, gli *OSA TIMmusic On Stage Awards 2016*, *La Partita del cuore*, i Concerti del Primo Maggio di Roma e Taranto, gli *Emmy Awards 2016*, *La Notte della Taranta* e il Festival di Castrocaro.

Forte della mission di intrattenere con la consapevolezza di essere Servizio Pubblico, Radio2 coinvolge la propria community in campagne sociali di sensibilizzazione su grandi temi di attualità: la campagna promossa da *Caterpillar* "Bike The Nobel", con la simbolica candidatura della bicicletta al Premio Nobel per la Pace 2016 consegnata all'Accademia svedese per mano della "ciclista estrema" Paola Gianotti; la 12^a edizione di "M'illumino di meno", Giornata del Risparmio energetico lanciata e sostenuta da *Caterpillar*; per i 400 anni dalla morte di William Shakespeare, in collaborazione con il British Council, nell'ambito del progetto *Shakespeare Lives*, l'iniziativa #PlayYourPart ha prodotto un imponente coinvolgimento della community del canale.

Radio3

Nel 2016 Radio3 ha dedicato particolare attenzione ai grandi temi del dibattito culturale e civile e rafforzato l'ampiezza e la qualità della sua proposta musicale.

Molte le trasmissioni e gli appuntamenti che hanno ricordato date importanti della storia del nostro Paese: tra le altre, il 25 aprile, ogni

programma ha proposto un percorso sonoro di voci e testimonianze sulla guerra, la Resistenza e la Liberazione dai nazifascisti; il 6 maggio, i 40 anni dal terremoto del Friuli del 1976; il settantesimo compleanno della Repubblica italiana, ricordato il 2 giugno con una giornata speciale.

L'attenzione ai temi e ai linguaggi propri di Radio3 è stata anche la motivazione delle Giornate speciali: tra le altre, il Giorno della Memoria (27 gennaio); l'8 marzo in ricordo di Natalia Ginzburg nel Centenario della nascita con la lettura di *Lessico Femminile* da parte di Margherita Buy; la Giornata mondiale della Poesia (21 marzo) dedicata all'*Antologia di Spoon River* di E. L. Masters a cento anni dalla sua pubblicazione; la Giornata mondiale del Libro (23 aprile) ispirata a Shakespeare e a Cervantes a quattrocento anni dalla loro scomparsa; il 24 maggio per i 75 anni di Bob Dylan; il 21 giugno la Festa della Musica con il contributo di tutte le trasmissioni che hanno disegnato un percorso variegato e inedito, da Schubert al *freestyle*.

Il 15 marzo sono stati celebrati i quaranta anni di *Prima Pagina* che per l'occasione ha ricevuto un importante riconoscimento nel corso dell'ottava edizione del Premio Internazionale di Giornalismo Biagio Agnes.

Sempre attivo il presidio sui grandi temi della contemporaneità, con particolare intensità nel corso dell'anno per alcune vicende cruciali sul piano umano, geopolitico e sociale: nel caso della scomparsa di Giulio Regeni, tutte le trasmissioni hanno aderito alla campagna "Verità per Giulio" promossa da Amnesty International Italia.

Nel corso del 2016, i programmi di Radio3 hanno seguito in diretta le più importanti manifestazioni culturali italiane e non solo: il Festival della scienza di Roma e Arte Fiera di Bologna a gennaio; il Festival del cinema di Berlino a febbraio; Libri Come, festa del libro e della lettura di Roma ad aprile; il Salone del libro di Torino, il Festival del cinema di Cannes e la Biennale d'arte di Venezia a maggio; il Festival dell'economia di Trento a giugno; la Mostra internazionale del cinema di Venezia, il Festival Letteratura di Mantova e il Festival della Filosofia di Modena a settembre; il Festival di Internazionale a Ferrara in ottobre; Più libri più liberi a Roma in dicembre.

Particolarmente significativi i festival organizzati direttamente da Radio3: la seconda edizione di "Arte Cultura Lavoro" a Forlì; la sesta edizione di "Materadio", dalla città lucana proclamata Capitale europea della Cultura 2019; la terza edizione di "Radioeuropa" quest'anno dedicata alla Francia, a Perugia.

Tutte presenze che rispondono a una *mission* recente: raccontare la cultura non solo come

valore universale ma anche come esperienza che nasce nei territori. È una attenzione sempre più presente nelle trasmissioni quotidiane, ed esaltata negli appuntamenti pubblici, che rispondono alla logica di rendere ancora più coinvolgenti i temi centrali della programmazione e di incontrare dal vivo il nostro pubblico.

Nella stessa direzione va gran parte del lavoro sul web. Accanto alla possibilità di rendere sempre più accessibili, raggiungibili e riascoltabili in streaming i programmi, l'offerta Web si configura infatti come uno spazio ulteriore dell'identità di Radio3, destinato a pubblici anche diversi da quelli già raggiunti.

Particolarmente significativa è stata da questo punto di vista la riorganizzazione di alcune offerte, come quella di *Ad alta voce*, con le letture dei grandi romanzi, che si colloca stabilmente tra i 5 podcast più scaricati in Italia secondo le classifiche di iTunes. E alcuni dati più generali, che sebbene ancora insufficienti sul piano assoluto, fanno di Radio3 uno dei primi dieci siti di tutta la Rai per numero di pagine viste.

Aumentata anche l'offerta di filmati, immagini e contenuti non tradizionali per un canale radiofonico, in particolare l'attività di streaming video, soprattutto in occasione delle iniziative speciali.

Nella Giornata ProGrammatica, l'hashtag #parolefuorimoda ha raggiunto la vetta dei trend topics mentre il live tweeting, durante la trasmissione in diretta di alcune opere liriche (*Madama Butterfly* e *Turandot*), ha raggiunto risultati analoghi nelle classifiche.

Altrettanto significativa da questo punto di vista, la campagna legata al programma *Museo Nazionale - 150 opere d'arte della storia d'Italia* che ha proposto ad ascoltatori e IGers di pubblicare su Instagram le opere d'arte degne di entrare nel nostro museo: le immagini raccolte sono state oltre 8.000.

Dal punto di vista musicale, Radio3 ha programmato 930 concerti, dai più grandi teatri musicali, lirici e sinfonici del mondo, ma anche dai grandi festival jazz nazionali. Vanno ricordate almeno le dirette dal Teatro alla Scala, dal Regio di Torino, dal Comunale di Bologna, dalla Fenice di Venezia, dal Teatro dell'Opera di Roma e dal San Carlo di Napoli.

Costante è stata la presenza dell'Orchestra Sinfonica Nazionale della Rai, con i concerti della Stagione Sinfonica e con i cicli di *Rai Nuova Musica*, dedicati alla musica contemporanea. Sono proseguiti *I concerti del Quirinale* di Radio3, la prestigiosa rassegna in diretta tutte le domeniche mattina dalla Cappella Paolina del Palazzo del Quirinale, giunta quest'anno alla 17° edizione.

Ad arricchire la programmazione della fascia mattutina e del pomeriggio domenicale sono stati i concerti *Euroradio* che hanno permesso di proporre prestigiose orchestre come i Wiener Philharmoniker, i Berliner Philharmoniker, l'Orchestra del Festival di Lucerna ecc.. Presenti inoltre le stagioni liriche di importanti teatri come il Metropolitan di New York, la Wiener Staatsoper e la Royal Opera House.

Accanto all'attenzione ai temi e alle figure culturali del nostro tempo e ai grandi dibattiti scientifici, protagonisti tutti i giorni di programmi come *Fahrenheit* e *Radio3Scienza*, forte è stata la presenza di autori ed esperienze della grande tradizione letteraria, teorica, filosofica e intellettuale, che i nostri programmi provano costantemente a traghettare nel presente, a farli dialogare con le tensioni e i conflitti del nostro tempo. Questo cortocircuito ha generato una nuova trasmissione, *Pantheon*, che programmaticamente recupera i classici in una lettura contemporanea. Sono stati proposti cicli di trasmissioni dedicate ad Einstein, nel centenario della teoria della relatività, a Goethe, nel bicentenario del suo Viaggio in Italia (e il programma *Dove Fioriscono i Limoni - L'Italia di Goethe 200 anni dopo* è stata l'occasione per rivisitare i luoghi storici e simbolici attraversati dal grande scrittore tedesco) e a Thomas More, nel cinquecentenario della sua "Utopia".

A novembre, la sesta edizione di *Tutto Esaurito! Un mese di Teatro*, ha rappresentato l'occasione per sottolineare lo spazio che Radio3 dedica a questo linguaggio, con una decina di messe in scena direttamente negli studi di via Asiago e con una costante attività di informazione.

Vanno anche segnalate importanti collaborazioni istituzionali come quella del programma *La Lingua Batte* con il Ministero dell'Istruzione (MIUR). Collaborazione rinnovata per la Settimana della Lingua Italiana, con la quarta edizione della *Giornata ProGrammatica* il 19 ottobre.

Isoradio

Nel 2016 Isoradio ha confermato la sua programmazione di flusso: notizie su traffico, viabilità urbana ed extraurbana, musica, nel corso di tutte le 24 ore per 365 giorni l'anno.

Confermati i collegamenti quotidiani con la Polizia Stradale, la Società Autostrade per l'Italia, l'ANAS, le Capitanerie di Porto, gli Aeroporti, le Ferrovie.

Qui di seguito alcuni degli appuntamenti principali del 2016:

- *Viaggiare in sicurezza con Isoradio e la Polizia Stradale*. Tutte le settimane, in diretta, funzionari della Polizia informano chi viaggia

sulle norme del Codice della Strada, sui comportamenti da tenere quando si guida, sulle sanzioni previste per le violazioni in materia di circolazione stradale, rispondendo anche alle domande degli ascoltatori;

- **Anas informa.** Spazio settimanale dedicato ai lavori in corso: cantieri, chiusure, progetti, a cura dell'Ufficio Stampa Anas;
- **Notte sicura con Isoradio.** Nella notte tra il sabato e la domenica, un happening radiofonico dedicato ai giovani e alla loro sicurezza sulle strade. Collegamenti con le pattuglie della Polizia Stradale da diverse località italiane, con i luoghi di ritrovo, gli eventi del week end, ospiti in diretta e la partecipazione degli ascoltatori. Per un rientro a casa sicuro nella notte a rischio "sballo";
- **Studenti a Isoradio.** Ogni mercoledì, studenti di scuole elementari, medie e superiori sono ospitati nei nostri studi e intervengono in diretta su educazione e sicurezza stradale;
- **Cultura on the road.** Eventi culturali, spettacoli, concerti e mostre;
- **Sulla strada.** Settimanale dedicato al mondo dell'autotrasporto;
- **Ti viaggio bene. Storie di Made in Italy in cammino.** Come viaggiano le merci dei nostri imprenditori sulle strade.

A seguito del terremoto nel Centro Italia, Isoradio ha confermato la sua mission potenziando i collegamenti con la Polizia Stradale, la Protezione Civile, i Vigili del Fuoco e le Prefetture, informando tempestivamente gli ascoltatori sulla viabilità e sulle operazioni di soccorso.

La programmazione musicale ha come sempre un ruolo importante. Nel corso del 2016, il format musicale è stato rinnovato: clock di 11-12 brani con interventi parlati inferiori a 3 minuti, hit Anni '60 - 2016, con grande prevalenza della canzone italiana.

Canali Web/Digital

Radio 4 Light. La programmazione propone musica leggera di qualità, con una rilevante componente di hit italiane e internazionali.

Radio 5 Classica. Il canale offre musica di repertorio selezionata dagli Archivi sonori Rai, con rubriche e monografie dedicate alle ricorrenze storiche dell'annata.

Radio 6 Teca. Regala al pubblico degli appassionati i gioielli dell'immenso patrimonio dell'Archivio sonoro dell'Audioteca conservato tra Roma, Torino e varie Sedi regionali, in corso di restauro e digitalizzazione. Il meglio della Radio italiana dal primo dopoguerra ad oggi: dai classici *Radio2 3131*, *Tutto il Calcio Minuto per Minuto*, *Inviato Speciale*, agli speciali di

Radio6 in occasione di eventi o anniversari. Tutti i contenuti sono disponibili in streaming e sul web in modalità podcast e *on demand*.

Radio 7 Live. Radio 7 Live dispone di un database musicale composto da circa 1.200 concerti, 5.400 brani *live* di varia tipologia, categoria e genere: un unicum nel panorama radiofonico. Il marchio *live* è declinato in vari modi: *Set list* (un concerto o un tour attraverso i ricordi e l'esperienza diretta dei testimoni); *Era ora* (un music talk dedicato ai percorsi della musica riprodotta, dal cd alla ripresa diretta); *Sanremo countdown* (le ultime 10 edizioni del Festival con commenti e interviste dai back stage); *Sanremo reloaded* (le serate del Festival rimontate da riascoltare il giorno dopo); *DallaRadio* (concerto in onore di Lucio Dalla).

La presenza sul territorio si affida a partnership con festival ed eventi: dalle Marche (Festival Ferrè dedicato a Leo Ferrè, San Benedetto del Tronto) alla Liguria (Premio Tenco, Sanremo), dall'Abruzzo (Jazz Italiano per Amatrice, L'Aquila) all'Umbria (Umbria Jazz Winter 23# e 24#) alla Sicilia (Festival Florio, Favignana).

È inoltre stata avviata una collaborazione stabile con le Sedi regionali Rai in grado di valorizzare altri eventi territoriali: in Sicilia per MusicaMed, la musica del mediterraneo; in Sardegna per Premio Parodi, festival internazionale di World music (Cagliari), in Calabria per il concerto della Corale Polifonica di Bova Marina.

Radio 8 Opera. È il canale dedicato alla promozione dell'opera italiana, un genere che valica agevolmente i confini nazionali e si rivolge a un pubblico ampio e composito.

Nel 2016 sono state trasmesse in streaming 1.263 opere in versione integrale, di cui 814 provenienti dagli Archivi Radio Rai e 449 dai maggiori Enti lirici: Teatro Regio di Torino, Teatro San Carlo di Napoli, Teatro alla Scala di Milano, Rossini Opera Festival di Pesaro.

Sono state inoltre realizzate 4 settimane di programmazione a tema, dedicate rispettivamente a Verdi, Rossini, Pavarotti e Tebaldi, con registrazioni storiche e approfondimenti; sedici giornate speciali su ricorrenze e anniversari, tra i quali Mozart, Verdi, Renata Scottò, Tito Gobbi, G.B. Pergolesi, Maria Callas.

Una spazio settimanale dedicato agli storici concerti 'Martini & Rossi', trasmessi dal 1936 al 1964 e riproposti in versione integrale digitalizzata, ripropone un marchio celebre che ha contribuito a diffondere nel mondo la fama di grandi interpreti italiani.

Disponibile un catalogo *on demand* accessibile dal sito Radio8opera.rai.it, completo di informazioni sull'edizione, il cast e con galleria di immagini, testi e documenti.

Digital

Nel 2016 – coerentemente con la strategia editoriale e industriale – web, mobile, televisioni connesse e social media sono stati oggetto di un profondo lavoro di revisione che ha cominciato a dare i primi frutti in occasione degli Europei di Calcio e delle Olimpiadi di Rio.

Tale attività si è estesa a tutti gli ambiti di offerta ed è riuscita a far esplodere i consumi non lineari della Rai nella seconda metà dell'anno soprattutto grazie al lancio di RaiPlay, vero motore della trasformazione di Rai in *Media Company*. A partire da settembre 2016, infatti, RaiPlay ha sostituito e ampliato le funzioni di RaiTv e dal 14 dicembre 2016, Rai ha portato RaiPlay nel mondo dei televisori connessi.

Con RaiPlay il Servizio Pubblico parla sempre di più a tutti: destinando attenzione a ogni singolo utente, accompagnando i cittadini con una pluralità di contenuti che rispondono alle esigenze più diverse, rendendosi semplice grazie ad una tecnologia accessibile e senza il bisogno di decoder o telecomandi speciali.

La total digital audience nel mese di novembre ha raggiunto 30,1 milioni di utenti, il 54,7% degli italiani dai due anni in su. Nel giorno medio erano online 23,1 milioni di italiani e hanno navigato da mobile 20,1 milioni di italiani tra i 18 e i 74 anni (fonte Audiweb).

L'offerta, a fine 2016, è composta essenzialmente da:

- **Rai.it:** il portale che aggrega e rende facilmente accessibile la vasta offerta web del Gruppo. Rai.it promuove e dà accesso a tutta la programmazione in onda ed ai relativi contenuti disponibili sul web di tutte le reti tv, di tutti i canali radiofonici, nonché ai contenuti informativi e multimediali di tutte le testate giornalistiche, esponendo direttamente le notizie più importanti di Rai News e Rai Sport. Rai.it propone, inoltre, una serie di servizi di grande importanza e interesse per il pubblico, quali ad esempio la guida alla programmazione dei canali Rai e l'accesso alle informazioni corporate della Rai. All'interno di Rai.it è compresa l'offerta dei siti dei programmi, dei canali e di servizio.
- **RaiPlay.it:** l'ambiente multipiattaforma attraverso il quale è possibile accedere, tramite un'interfaccia grafica evoluta ed adattiva, ad un'offerta video selezionata di Rai disponibile su piattaforme non lineari. L'offerta si declina in:
 - streaming live di 14 canali televisivi;
 - servizio di Replay tv, che prevede l'accesso in modalità on demand all'offerta in diritti di otto dei canali Rai andata in onda negli ultimi sette giorni;
 - on-demand, una ricca offerta video on-demand selezionata dai canali televisivi, oltre a contenuti esclusivi per il web provenienti dall'archivio delle Teche e delle produzioni Rai ordinata per generi.



- **Radio.Rai.it:** il portale del mondo radiofonico Rai con l'accesso alle dirette di 10 canali radiofonici. Prevede, inoltre, l'accesso a tutti i portali delle reti radio e dei programmi, con un'ampia offerta di contenuti audio on-demand e podcast, testuali, fotografici e video, gran parte dei quali esclusivi.
- **Rainews.it:** l'ambiente attraverso il quale è possibile accedere a tutta l'informazione della Rai. Nella fase finale del secondo semestre 2016 è iniziato il lavoro di ideazione e progettazione che, coerentemente con gli obiettivi che il Piano dell'Informazione Rai assegna alla sua componente digital, porteranno i propri risultati concreti nella prima parte del 2017.

Alcuni dei servizi web Rai (es. RaiPlay.it, Radio Rai, Rai News, Rai Sport) sono accessibili anche sotto forma di applicazioni per le principali piattaforme smartphone e tablet.

L'offerta video on-demand di Rai è presente anche sulle Smart tv Samsung, Apple tv e Android tv. L'applicazione offre gratuitamente contenuti e video on-demand da vedere e rivedere comodamente nel salotto di casa: è possibile infatti accedere al servizio RaiPlay.it e, in modalità on-demand, a una selezione dei migliori contenuti Rai strutturata e selezionata per ciascun canale ed in maniera originale per ciascuna piattaforma.

Rai è presente anche sui televisori e decoder digitali terrestri interattivi (certificati con bollino Gold) con i servizi RaiPlay.it, TGR e Telecomando.

Nel corso del secondo semestre del 2016, è stata portata avanti l'implementazione della piattaforma tecnologica per supportare la nuova proposizione editoriale della Rai in ambito Digital. Questa nuova offerta ha sostituito, nel corso del secondo semestre, tutta l'offerta Rai.it e Rai.tv in maniera progressiva su web, smartphone, tablet e tv connesse, mettendo a disposizione degli utenti nuovi contenuti meglio organizzati e nuovi servizi. Sono state realizzate, inoltre, le piattaforme per l'offerta Rai per le Olimpiadi di Rio 2016.

Rai continua a rafforzare la propria presenza ufficiale sui principali social network (Facebook e Twitter) e ad aprirsi a nuove piattaforme e prodotti (Facebook Live, Instagram Stories e Snapchat Stories) per intercettare un'utenza social sempre più vasta, più giovane e tecnologicamente competente in termini socio-demo.

Per l'intero 2016, confrontato con omologo periodo dell'anno precedente ed escludendo per entrambi gli anni gli eventi sportivi, le interazioni su Twitter relative ai programmi Rai sono cresciute

di quasi il 40%. Nella Top 25 dei programmi più discussi in Italia, circa la metà sono titoli Rai (fonte: Nielsen SCR).

In occasione del lancio di RaiPlay per App, Browser e tv connesse, sono stati ribrandizzati i profili social Rai.tv che sono diventati RaiPlay (Facebook, Twitter, lancio Instagram). E proprio da questi profili è stata avviata un'attività strutturata di customer care al fine di aiutare gli utenti ad utilizzare il nuovo servizio multimediale della Rai. Dalla fine di agosto 2016, i profili social di RaiPlay rispondono ad una media di circa 170 richieste di supporto al giorno.

Un'altra importante novità riguarda gli investimenti e le campagne di traffic building, per ora limitate alle piattaforme Twitter e Facebook/Instagram, che il team social di Rai ha implementato a partire da novembre 2016.

Le prime campagne a partire sono state una di Brand Awareness, Tune In Tv e Catch Up Non-Linear in occasione del programma *Stasera Casa Mika*. Successivamente, nel periodo delle Strenne e in coincidenza con un'offerta esclusiva e dedicata al Natale, su RaiPlay è stata sviluppata una campagna di Awareness, Click to Link e Download App dedicata al sistema multimediale RaiPlay. Le due campagne insieme hanno totalizzato 50 milioni di visualizzazioni e generato circa 200 mila click al sito RaiPlay e circa 50 mila download di App su Android e Ios.

Per Rio 2016, inoltre, la Rai ha messo in campo uno sforzo senza precedenti che, oltre al prodotto televisivo, per la prima volta in Italia, ha coinvolto in maniera organica tutti i device e le piattaforme multimediali. Il sito e la App dedicata all'evento sviluppati da Rai hanno permesso la visione completa di tutte le competizioni, da tutti i campi di gara e per tutte le discipline, consentendo alla narrazione televisiva di integrarsi perfettamente con gli altri mezzi.

I browser unici che si sono collegati a Rio2016 da tutte le piattaforme (pc/laptop/mobile/tablet/smart tv) hanno raggiunto circa 4 milioni (fonte Webtrekk, somma browser unici giornalieri dell'evento) e superato le 65 milioni di visualizzazioni in streaming sui siti e App Rai (fonte interna Rai).

L'App RaiRio2016 ha raggiunto oltre 800 mila download nelle due settimane dell'evento.

Il racconto Rai delle Olimpiadi ha aperto un dialogo costante attraverso i social network. Il pubblico ha cercato e trovato i contenuti e li ha commentati con passione, facendo registrare oltre 5 milioni di utenti unici italiani e circa 16 milioni di interazioni su Twitter e Facebook tra like, commenti, share e retweet mentre i diversi Facebook Live e video on demand (VOD) hanno



NAVIGA RAIPLAY CON IL NUOVO MENU A SCOMPAGNA

Benvenuto in RaiPlay

Il nuovo sito Rai. Tutti i contenuti Rai a tua disposizione, quando vuoi e dove vuoi.



Accedi con Facebook

Accedi con Twitter

PER IL TITOLO, PER FRUIRE DEI CONTENUTI ON DEMAND DOVRAI REGISTRARTI

Crea il tuo profilo

Accedi a RaiPlay anche con un account Facebook e Twitter. È semplice e gratuito e ti permetterà di vedere contenuti scelti solo per te.



Programmi
Serie e Fiction
Film e Documentari

L'INTERO CATALOGO DISPONIBILE PER GENERI

Tutti
Fiction italiana

La Rai a portata di click

Programmi. Serie e Fiction. Film e Documentari. Con l'intero catalogo RaiPlay a tua disposizione avrai l'imbarazzo della scelta!



Dirette

Geo magazine

Dirette Tv

Tutte le dirette Rai a tua completa disposizione. 15 canali in chiaro, in qualsiasi posto, in qualsiasi momento!



Guida Tv / Replay

NAVIGA NEL PAGATO E RIVEDI COS'HA PERSO

Tutti i programmi che ti sei perso

Vuoi rivedere i programmi della settimana? Naviga la Guida TV all'indietro e ritrova tutti i tuoi programmi preferiti.



Guarda off line

Con le nuove funzioni del player, e grazie alla registrazione, puoi creare la tua lista di programmi preferiti e guardarli off line.



totalizzato 49 milioni di visualizzazioni dei video (fonte Facebook Analytics).

L'offerta social Rai ha coinvolto soprattutto i Millennials: il 49% degli utenti che ha commentato le Olimpiadi su Facebook ha, infatti, tra i 18 e i 34 anni di età, con una leggera prevalenza delle donne al 54%.

Un'ultima novità in area Social/Partnership riguarda lo *YouTube Pop Up Space* realizzato dal 15 al 17 settembre presso l'Auditorium Parco della Musica di Roma e nato dalla collaborazione tra YouTube e Rai.

L'evento, il primo del genere in Italia e il primo al mondo realizzato da Google in partnership con un editore tv, è stata un'iniziativa rivolta ad avvicinare i talenti e i brand della Rai ai giovani Digital Creator della piattaforma YouTube ed ha riscosso un ottimo successo.

Nel corso del 2016, grazie anche alla recente costituzione di un'apposita struttura dedicata al design, sono state progettate e realizzate le interfacce dei progetti digitali di Rai, declinati su web browser e su App per tv connesse e App mobile per smartphone e tablet.

I principali progetti realizzati sono stati: RaiPlay, RaiTrasparenza, Rai.it e RaiRio2016.

Per quanto riguarda la performance del settore digital:

- Rai.it ha generato un totale complessivo di 519,5 milioni di pagine viste, con un traffico mensile pari a 43,3 milioni di pagine (+3% sul 2015) e 6,8 milioni di utenti unici media mese (+4% sul 2015);
- il portale multimediale Rai.tv/RaiPlay ha registrato un totale complessivo pari a circa 359,4 milioni di visualizzazioni video, con una media mensile di 30 milioni (+58% sul 2015) e 12,4 milioni di utenti unici (+38% sul 2015);
- RaiNews.it ha registrato un totale di 46,6 milioni di visualizzazioni video, con una media mensile di 3,9 milioni (+43% sul 2015) e 6,5 milioni di utenti unici (+21% sul 2015).

La presenza di Rai sui dispositivi mobili, già ricca e variegata, è stata ulteriormente diversificata per essere disponibile sui diversi sistemi operativi con l'offerta dedicata agli Europei di Calcio e con quella per le Olimpiadi.

Le applicazioni di maggior successo sono:

- Rai.tv – 10.202.153 download;
- Europei 2016 – 711.539 download;
- Olimpiadi 2016 – 811.755 download;
- RadioRai – 1.622.970 download;
- RaiNews – 1.035.970 download.

Teche

Nel 2016 sono proseguite le iniziative funzionali al rafforzamento del brand come punto di riferimento del Servizio Pubblico per la storia audiovisiva del Paese.

Un risultato ottenuto grazie anche alla partecipazione, attraverso la fornitura di materiale di repertorio Rai, a moltissime iniziative culturali che hanno avuto luogo in Italia e all'estero.

Tra le più significative si segnalano la mostra sui 150 de "La Stampa", la presenza alla Festa del Cinema di Roma, le rassegne organizzate dalla Cineteca Nazionale presso il cinema Trevi di Roma, dalla Cineteca di Bologna e dalla Cinémathèque Française.

Rai Teche ha inaugurato nel 2016 una nuova e importante attività di valorizzazione e sfruttamento dei titoli storici dell'archivio attraverso la selezione e fornitura di programmi per la piattaforma RaiPlay. La sezione denominata "I Favolosi" è risultata e risulta una delle importanti chiavi di attrattiva per il fruitore digitale.

Resta fondamentale l'apporto che le Teche forniscono a reti e testate attraverso il Catalogo Multimediale (CMM) che ha portato le ore di prodotto ricercabili a 1,6 milioni per la tv e 1,5 milioni per la radio, con un significativo aumento rispetto all'anno precedente.

Importante ricordare che proprio nel 2016 il Catalogo è stato ridisegnato e rinnovato strutturalmente e tecnologicamente per rendere il sistema di ricerca più agile e performante e quindi sicuramente più utile all'attività produttiva aziendale.

I documenti indicizzati in Catalogo per televisione e radio sono 75 milioni, cui si aggiungono 90 mila libri custoditi nelle tre biblioteche Rai di Roma e Torino e 45 mila fotografie; le ricerche mensili degli utenti registrati per acquisire i materiali di repertorio da riutilizzare nei programmi ammontano in media a oltre 800.000.

Le Teche verificano la disponibilità dei diritti del prodotto prima della messa in onda, attività fondamentale nell'ottica dello sviluppo della fruizione digitale, ed hanno la responsabilità di armonizzare il processo di digitalizzazione del patrimonio d'archivio Rai; curano inoltre gli obblighi di legge per l'utilizzo di opere tutelate dal diritto d'autore.

Le Teche, infine, anche nel 2016, hanno proseguito con l'importante opera di valorizzazione culturale della memoria Rai come fonte storica e di studio per l'intero Paese, incrementando la fruizione da parte di Enti,

Musei, Scuole, Università, Fondazioni pubbliche e private che per ogni tipo di celebrazione o ricorrenza dell'età contemporanea fanno riferimento al Servizio Pubblico come depositario di materiali storici d'eccellenza.

Rai Teche è oggi presente in molti Musei italiani ed esteri, in Istituti italiani di cultura all'estero, in Università e biblioteche.

Servizi di pubblica utilità

Secondo l'indagine Qualitel del 2016, Meteo e Viabilità hanno uno dei migliori posizionamenti tra i generi Rai sia come importanza che come grado di soddisfazione, il Televideo ha il più alto indice di gradimento tra i canali distributivi e l'Accessibilità ha il più alto indice di gradimento nell'immagine di Corporate.

Meteo e Mobilità

Le convenzioni con l'Aeronautica Militare per i servizi meteo e con Ministero dei Trasporti e Protezione Civile per la mobilità sono in fase di formalizzazione.

I servizi giornalieri per la mobilità consistono in:

- **per la radio:** notiziari *Onda Verde* di giorno con 93 appuntamenti cadenzati e distribuiti nel palinsesto delle tre reti in un arco orario che va dalle 5 del mattino alla mezzanotte e, di notte con 10 appuntamenti cadenzati ogni 30 minuti ed inseriti nel tappeto musicale del canale di Isoradio;
- **per la tv:** appuntamenti televisivi giornalieri dalle 5:00 alle 19:35 distribuiti prevalentemente su Rai News 24, Rai 1, TGR e web attraverso notiziari video CCiSS, per un totale annuo di circa 3.700 appuntamenti.

I servizi giornalieri per il meteo sono distribuiti sui canali televisivi generalisti, su Rai News e sul mezzo radio.

Televideo

Televideo gestisce la quasi totalità delle circa 16.000 pagine in onda 7/24 sulla piattaforma teletext tra Nazionale e Regionale (21 siti sulle frequenze di Rai 3).

Il servizio è disponibile su web e fruibile su tablet e mobile: nella classifica delle pagine viste dei siti Rai, il dominio www.servizitelevideo.it (escluse quindi le pagine della redazione giornalistica) si colloca al quinto posto con circa 1,9 milioni di pagine a settimana.

Nel secondo semestre 2016, l'offerta è stata arricchita con nuove rubriche in materia di Ambiente e Libri e con rubriche in collaborazione con Guardia Costiera, CNR, FAI e con l'Istituto Nazionale di Astrofisica.

Accessibilità

Un'importante parte dell'attività editoriale è incentrata su una spiccatissima attenzione ai temi sociali ed è realizzata, nel rispetto degli obblighi previsti dal Contratto di Servizio, per rispondere all'articolata domanda di informazione delle persone con bisogni speciali.

Si tratta di servizi mirati a garantire la fruibilità dell'offerta Rai ai non udenti e ai non vedenti; servizi, che – come previsto dal citato Contratto – hanno registrato un progressivo e significativo aumento negli ultimi anni. In particolare, nel 2016:

- **sottotitoli per non udenti:** Rai ha sottotitolato circa il 75% della propria programmazione sulle tre reti generaliste tra le 6:00 e le 24:00 con oltre 16.000 ore di programmi e news sottotitolati in italiano e circa 530 ore di programmi sottotitolati in lingua inglese. Per quanto riguarda in particolare le news, Rai ha sottotitolato complessivamente oltre 1.200 ore, suddivise tra le diverse edizioni giornaliere dei telegiornali delle principali testate compresa quella sportiva e varie rubriche di approfondimento. Nel corso del 2016 sono state anche sottotitolate tutte le partite della Nazionale di Calcio agli Europei di Francia oltre alle cronache, per la prima volta nella storia della Rai, di Olimpiadi e Paralimpiadi di Rio;
- **programmazione per non vedenti:** sul sito *Rai Easy Web* viene svolta una delicatissima attività editoriale dedicata alle persone con disabilità visive, non solo con funzione divulgativa ma anche di alfabetizzazione informatica.

Fiore all'occhiello della produzione originale è l'offerta di opere multimediali di vario argomento e, in particolare, di racconti dedicati ai bambini ciechi e ipovedenti, con fini anche didattici: fin dal 2012 è stata avviata l'audiolettura, recitata da attori professionisti, di tutte le opere multimediali in alternativa alla sintesi vocale artificiale. Altro prodotto di punta dell'offerta sono gli *Speciali*, contenitori costruiti per offrire all'utente non vedente la possibilità di consultare facilmente la principale offerta sui portali Rai riferita a eventi di interesse generale (dal Giubileo alle Olimpiadi) attraverso un'accurata selezione di link. Nel 2016 sono stati prodotti circa 40 *Speciali*.

Attività commerciali

Pubblicità

Anche nel 2016, il PIL italiano continua il trend positivo iniziato nel 2015 mantenendosi però al di sotto della media dell'area Euro: l'andamento favorevole del mercato del lavoro e la bassa inflazione hanno sostenuto il reddito disponibile delle famiglie, favorendo i consumi privati. Infatti, i consumi delle famiglie continuano ad avere una crescita positiva pari al +1,2%, gli investimenti, dopo anni negativi, incrementano la crescita del 2015 registrando un +2,0%, anche se il tasso di disoccupazione totale – sia pure in continua diminuzione rispetto al 2015 (11,9%) – permane ancora ad un livello elevato (11,7%).

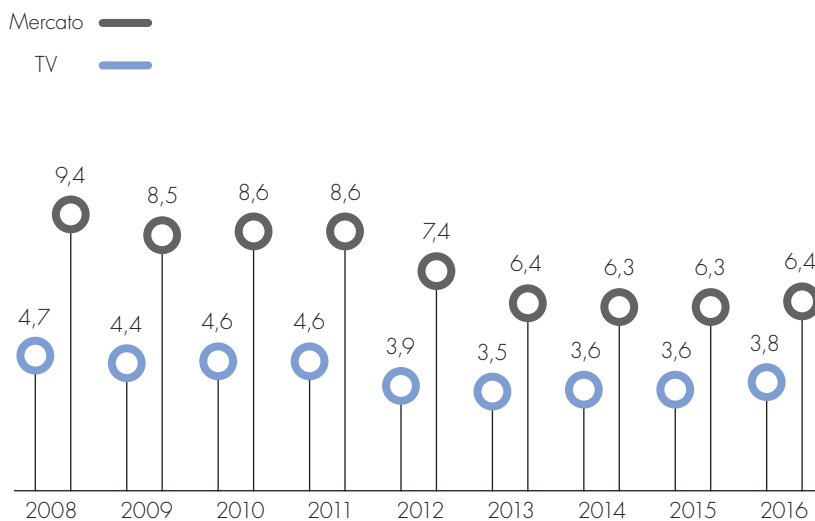
L'indice di fiducia dei consumatori, calcolato sul valore base del 2010, è pari a 111,5 superiore rispetto al 110,6 registrato nel 2015.

In tale contesto, il mercato della pubblicità cresce del +1,7% rispetto al 2015.

Nella tabella che segue (dati in miliardi di Euro) è riportato dal 2008 il valore totale del mercato pubblicitario e quello complessivo della televisione.

La tv registra una variazione positiva +0,2 miliardi di Euro (+5,4%) rispetto al 2015, trainata principalmente dagli eventi sportivi di cui hanno tratto beneficio Rai e Sky. Altri mezzi positivi sono radio (+2,3%), cinema (+6,9%) e out of home tv (+3,4%).

Andamento degli Investimenti pubblicitari in miliardi di Euro (fonte: Nielsen)



In questo scenario, nel 2016 Rai Pubblicità ha realizzato ricavi su tutti i mezzi gestiti pari a complessivi 702,3 milioni di Euro, rispetto ai 662,8 milioni di Euro dell'anno 2015, con un aumento del +6,0%.

Tali risultati beneficiano delle ottime performance della raccolta relativa ai grandi eventi sportivi del 2016 (Europei di Calcio e Olimpiadi) che hanno portato ricavi per complessivi 57 milioni di Euro. Parimenti, risentono dei mancati introiti derivanti dall'interruzione della raccolta pubblicitaria su tre dei canali delle tv specializzate (Rai YoYo, Rai 5, Rai Storia), raccolta che nel periodo maggio/dicembre 2015 aveva totalizzato oltre 11 milioni di Euro.

La televisione nel suo complesso registra un incremento del +6,3% con la tv generalista che cresce del +7,3% e le tv specializzate che, a fronte di un decremento del -3,2%, se confrontate più correttamente a perimetro omogeneo di canali, registrano una crescita del +15,9%. La radio cresce del +7,5 e il web del +17,6%.

In un contesto di mercato in profonda evoluzione in cui si assiste alla tendenza alla frammentazione ed all'aumento della competitività tra gli editori, alla crescita del digitale e della multimedialità, le risposte che Rai Pubblicità sta sviluppando sono:

- **change management:** sia attraverso nuovi e sofisticati strumenti (Business Intelligence) sviluppati in ottica di discontinuità con i processi organizzativi precedenti ed orientati ad affermare all'interno della Società una vision condivisa e globale del business, che anche definendo nuovi processi e modi di lavorare che integrino le competenze e le strutture della Società per rispondere all'esigenza di costruire una *Digital Media Company*;
- **verticalizzazione:** tramite il lancio di una piattaforma proprietaria per la pianificazione, *Open Square*. Un'offerta tecnologica, social e unica che punta alla massimizzazione del valore del bacino con logiche di *revenue management*, alla fidelizzazione del cliente e alla condivisione di trend e forecast del mercato;
- **sales Proposition innovativa:** che spinge sulla crossmedialità attraverso strumenti che permettono di valorizzare 'con lo stesso metro' i KPI di pianificazione di più mezzi, ponendo l'accento sui punti di copertura aggiuntivi che i differenti mezzi apportano alla pianificazione.

Commerciale

L'attività commerciale del Gruppo Rai è gestita dal 2014 dalla controllata totalitaria Rai Com.

Nel seguito sono indicate le principali attività svolte nel corso del 2016.

Convenzioni con la Pubblica Amministrazione, Enti Istituzionali ed Enti senza scopo di lucro

Nel corso del 2016 è proseguita la definizione e la gestione di accordi con la Pubblica Amministrazione ed Enti. A partire dal 15 novembre 2016, la competenza a stipulare contratti quadro e convenzioni con i Ministeri è stata riallocata in ambito Rai.

Tra le **Convenzioni Istituzionali** più significative stipulate nel 2016 si segnalano il rinnovo della collaborazione con il Ministero dell'Interno per la realizzazione di una campagna sui temi dell'immigrazione e dell'integrazione attraverso la realizzazione di ulteriori edizioni del programma *Radici*; la convenzione con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca per promuovere la formazione della cultura musicale attraverso la divulgazione del progetto *La piazza incantata*; le convenzioni con l'Isfol (Ministero del Lavoro) per la realizzazione di documentari dedicati ad approfondimenti sul tema dell'apprendistato per i titoli di studio quale innovativo cambiamento introdotto nei percorsi scolastici e sul tema relativo all'indagine PIAAC (*Programme for the International Assessment of Adult competencies*) sulle competenze della popolazione adulta e sull'autovalutazione sul target giovani.

È stato inoltre formalizzato un accordo con l'Enea – Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile – per realizzare e diffondere sulle reti generaliste della Rai un'importante campagna di comunicazione, promossa dal Ministero dello Sviluppo Economico, sul risparmio e l'efficienza energetica.

Da segnalare anche la prosecuzione delle campagne di comunicazione con il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali per la diffusione di messaggi legati ai temi dell'agroalimentare, anche attraverso la creazione di programmi ad hoc (*Friigo*, Rai 2).

È proseguita la gestione delle Convenzioni con la Presidenza del Consiglio dei Ministri per la realizzazione di trasmissioni a tutela delle minoranze linguistiche e per gli italiani all'estero e sono stati dapprima formalizzati due atti con validità 7 maggio 2016 – 31 ottobre 2016 e successivamente un'ulteriore proroga degli stessi dal 1° novembre al 29 gennaio 2017, in connessione con l'estensione della validità della concessione di Servizio Pubblico generale affidata a Rai SpA.

Si segnala infine la prosecuzione della commercializzazione di attività connesse all'Orchestra Sinfonica Nazionale (es. cessione in uso dell'Auditorium Rai di Torino) e la realizzazione di concerti in collaborazione con Istituzioni locali, nazionali ed estere.

Nonostante le minori risorse a disposizione degli Enti locali, che inevitabilmente impattano negativamente sui budget dedicati alla comunicazione, l'area **Convenzioni Varie** ha ottenuto nel 2016 un risultato positivo in termini ricavi, stringendo nuove collaborazioni e individuando nuovi partner istituzionali.

In particolare, è stata rinnovata la Convenzione triennale con la Provincia Autonoma di Bolzano per la programmazione a tutela delle minoranze di lingua tedesca e ladina e si è conclusa una importante partnership quadriennale con la Regione Basilicata, in vista dell'evento 'Matera 2019 – Capitale Europea della cultura', che prevede una serie di attività in funzione della valorizzazione del territorio e del patrimonio storico, artistico e culturale della Lucania, in un processo di accompagnamento fino al 2019 tra cui rientra il programma di Capodanno di Rai 1 in Basilicata.

Va segnalata inoltre la definizione di un importante accordo con Unicef per la realizzazione di un programma di prima serata andato in onda su Rai 1 nel mese di ottobre 2016. Tale accordo si inserisce nella collaborazione che Rai Com sta sempre più sviluppando con Onlus e associazioni benefiche (tra cui Telethon e Action Aid).

Merita infine di essere menzionata, per il suo intrinseco valore istituzionale, la Convenzione conclusa con la Regione Sardegna per la produzione di programmi televisivi in lingua sarda. Per quanto riguarda l'attività relativa ai Bandi Europei, si ricordano i bandi tecnologici sviluppati con il CRIT e un bando del Parlamento Europeo per un finanziamento finalizzato alla realizzazione e diffusione di una rubrica ad hoc che tratti di temi di interesse dell'Europa.

Edizioni musicali

Rai Com sviluppa e promuove il catalogo di edizioni musicali finalizzato alla sua utilizzazione nell'ambito della musica classica, contemporanea e non, nella programmazione radiotelevisiva e nella discografia. Essa, inoltre, acquisisce, produce, commercializza diritti e distribuisce, in Italia e all'estero, musica contemporanea, colonne sonore, musiche originali per la radio e la tv.

Per quanto riguarda le edizioni e produzioni collegate alla programmazione radiotelevisiva, ovvero le musiche originali dei programmi, sono state realizzate 30 nuove impaginazioni di programmi tv (di cui 22 per la tv generalista). Tra

queste: *Colors, Frontiere, I Fatti Vostri, Politics, Mi Manda Rai 3, Geo & Geo, Cartabianca, Tutta Salute, Protestantesimo, Agorà, Chi l'ha visto?, Voyager, Presa Diretta, Vertigo, Stracult, Frigo, I dieci Comandamenti, Natale con YoYo, Italian Beauty, Community, Rai Play e Gli imperdibili*; inoltre, sono da considerare le acquisizioni dei diritti delle musiche dei programmi *Made in Sud* e *Gazebo*. Sono stati anche realizzati 36 documentari per Rai Storia, Rai 1 e Rai 3 attraverso le musiche della Library.

L'area ha inoltre conseguito il *rebranding* dei canali generalisti, inclusa Rai 4, comprensivi dei nuovi jingles e i logo identificativi (completati dalle versioni natalizie).

Con Radio 2, e in collaborazione con l'Orchestra Sinfonica Nazionale Rai di Torino, sono stati registrati tutti i nuovi *identity* di rete (GR/Meteo/GR Sport). Nello specifico, si tratta di 15 nuove impaginazioni originali di vecchi e nuovi programmi con l'obiettivo di creare un'identità editoriale più omogenea. La medesima attività con Radio 1 ha invece comportato la creazione delle musiche per 8 nuovi programmi.

Significativa è la presenza delle edizioni e produzioni musicali Rai Com nell'ambito delle fiction prodotte in collaborazione con Rai. Infatti, nell'anno 2016 sono state editate e prodotte 23 colonne sonore originali di fiction, docufiction, serie web e serie animate tra le quali annoveriamo *7 nani ed io che*, grazie alla coproduzione tra Rai e Method Animation (famosa per la produzione della serie *Il piccolo principe*), ha garantito un ritorno in termini di prestigio e di richiamo a livello internazionale.

Grandissima l'attesa inoltre per l'uscita delle nuove serie *Non Uccidere 2* e *Il Paradiso delle Signore 2*, che hanno registrato un grande successo a livello mediatico.

Tra le colonne sonore vanno aggiunte le musiche originali per documentari e programmi culturali, solitamente per scopo scientifico e/o divulgativo (*Ulisse, Superquark, Passaggio a Nord Ovest, Radici e Speciali Storia*).

Il 2016 ha contribuito al consolidamento dei rapporti con l'Orchestra Sinfonica Nazionale, che tra le altre, ha reso possibile la registrazione delle colonne sonore di: *La Porta Rossa*, la serie *Sorelle*, il tv movie *In punta di piedi*.

In qualità di produttore e distributore musicale, Rai Com ha pubblicato un numero significativo di composizioni all'interno delle piattaforme digitali tra cui Amazon Music, Deezer, Google Play, Spotify, Cubomusic, Itunes, Emusic e Thumbplay. Tale scelta ha garantito, tra l'altro, un incremento del catalogo multimediale (a disposizione del

palinsesto radiotelevisivo) e di conseguenza la possibilità di prevedere nuove sinergie con i social network (non solo di Rai Com) e recensioni nelle riviste digitali di settore.

Al fine di rafforzare la qualità della reportistica nei confronti delle società di collecting (SIAE, SCF, AFI ecc.), è stato concluso, con un service dedicato, un progetto pilota per evidenziare e risolvere le criticità derivate dall'assenza/non completezza delle cd dichiarazioni contenuto programma. Il progetto ha messo in luce alcuni importanti elementi che a livello di Gruppo saranno la base per approfondire, anche con importanti provider internazionali, l'estensione di meccanismi di rendicontazione automatica pure a interi palinsesti di rete.

Fondamentali le iniziative finalizzate a migliorare il presidio dei rapporti con le società di collecting, soprattutto nei confronti della SIAE che, tra le società, rappresenta il soggetto più importante nell'ottica della gestione dei parametri di ripartizione degli incassi che ne derivano.

Le edizioni musicali di musica contemporanea hanno ulteriormente arricchito il proprio catalogo e sono state presenti all'interno delle trasmissioni Rai (Radio 3 e Filodiffusione), Radio CEMAT (la principale Web Radio italiana interamente dedicata alla Musica Contemporanea), ma anche all'estero su Radio France, Radio Suisse Romande, BBC Radio 3.

In Italia e all'estero le opere musicali sono state eseguite presso Festival prestigiosi quali Festival dei Due Mondi (Spoleto), Berlin Ultraschall, FFF Fast Forward Festival del Teatro dell'Opera di Roma, Cantiere Internazionale d'Arte di Montepulciano, Biennale di Venezia, Bologna Modern, Festival Aperto di Reggio Emilia, Romaeuropa Festival, Nuova Consonanza, Warsaw Autumn, Festival Musica Strasbourg, Klangspuren Schwaz, e sono state presentate alla Konzerthaus e Musikverein di Vienna, Theater Freiburg, Nationaltheater Mannheim, Philharmonie e Centre Pompidou di Parigi, Muziekgebouw di Amsterdam, London Guildhall School, Moscow Rachmaninov Hall Ozumi Hall di Osaka, Bronfmann Auditorium di Tel Aviv, San Francisco Center for New Music, New York Juilliard School.

Il 2016 ha anche segnato un importante riconoscimento al nostro compositore più importante, Salvatore Sciarrino, cui è stato assegnato il Leone d'Oro alla carriera da parte della Biennale di Venezia.

Nel corso del 2016, è stata coordinata l'acquisizione dei diritti di musica colta e prosa sia per soddisfare le esigenze di trasmissione delle reti Rai sia per la produzione di prodotti editoriali finalizzati alla commercializzazione e promozione a livello nazionale e internazionale.

Nell'ambito delle *performing arts*, in coordinamento con le reti Rai, sono stati acquisiti i diritti di ripresa di 40 concerti, 15 opere (tra cui l'inaugurazione della nuova stagione del Teatro alla Scala con l'Opera *Madama Butterfly*), 7 documentari, 18 spettacoli di prosa nonché di numerosi balletti.

Il 2016 per le edizioni musicali è stato l'anno del ritorno di *Melò*, il principale momento di confronto sui temi della musica "seria". L'evento, una sorta di stati generali della musica classica in Italia, tenutosi presso il Teatro alla Scala di Milano il 13 e il 14 giugno, ha facilitato il dialogo tra gli enti lirici italiani, le televisioni italiane e straniere, i distributori dei prodotti nei diversi canali, gli operatori e critici musicali, gli autori, gli artisti e gli editori e ha messo in luce l'importante presidio che Rai svolge nel settore della musica, a livello nazionale e internazionale.

Commercializzazione diritti estero: cinema, tv e musica

L'attività consiste nella distribuzione internazionale di prodotti televisivi e cinematografici di Rai e di terzi e nella commercializzazione delle produzioni musicali Rai.

Per quanto riguarda la distribuzione di contenuto televisivo e cinematografico, il 2016 ha raggiunto buoni risultati sia per le vendite cinema che per quelle televisive.

A livello macro-territoriale, i maggiori ricavi vengono dall'Europa, dai Paesi di lingua inglese (Usa, Uk, Aus), dai Paesi EMEA (Europa, Medio Oriente e Africa) e dall'Asia. Il calo delle performance nei territori dell'Europa Occidentale che aveva caratterizzato il 2015 è stato recuperato grazie a nuovi importanti titoli della fiction come *Non Uccidere*. Allo stesso tempo, in termini di prodotto tv, nel 2016 si registra una riduzione dei mandati di distribuzione relativi alle produzioni finanziate da Rai.

Tra i titoli che hanno contribuito maggiormente alla composizione del fatturato complessivo, segnaliamo le serie tv *Al Paradiso delle Signore*, il già citato *Non Uccidere* e i film *Lo chiamavano Jeeg Robot* e *Summertime*. Tra gli eventi non-fiction, si ricorda la vendita ad Abu Dhabi Media dei diritti live del Palio di Siena.

Nel 2016, l'attività di commercializzazione per i diritti della Musica Colta ha seguito un percorso che ha visto, da un lato, la fidelizzazione di media partners importanti sia europei (quali WDR, Radio Televisione Portoghese, ARTE, ZDF) sia extraeuropei (tra cui, Tohokushunsha e NHK per il Giappone); e

dall'altro, l'acquisizione di nuovi primari clienti che hanno favorito la divulgazione delle produzioni live o di catalogo. Da segnalare, tra le opere in catalogo, la nuova opera in 4K firmata da Sofia Coppola dal Teatro dell'Opera di Roma. Inoltre, nuove location per le trasmissioni cinematografiche sono state inserite nel già noto progetto *All'Opera* che ha finalmente riportato nei cinema le più belle opere italiane prodotte dalla Rai. Per l'evento legato all'inaugurazione del 7 dicembre dal Teatro alla Scala di Milano (*Madama Butterfly*), Rai Com ha curato direttamente la trasmissione cinematografica in oltre 40 sale in Italia ed ha già pianificato con la casa discografica DECCA l'uscita del DVD dell'opera nella primavera del 2017.

Infine, con Intesa Sanpaolo, sono stati formalizzati due accordi destinati alla divulgazione di prodotti audiovisivi promozionali relativi al Concerto di Natale di Assisi e all'opera *Il Barbiere di Siviglia* che Rai Com ha prodotto in tecnologia 4K presso il Teatro Regio di Torino.

Diritti sportivi

L'andamento della commercializzazione diritti sportivi nel corso del 2016 è stato positivo. In particolare, si segnalano:

- la definizione e/o la negoziazione di nuovi accordi di distribuzione dei canali Roma Tv, Lazio Style Tv e Juventus Tv, in aggiunta a quelli già precedentemente sottoscritti in 23 Paesi;
- la commercializzazione dei diritti d'archivio all'estero di alcuni Club di Serie A e B, tra i quali Juventus, Inter, Fiorentina, Sampdoria, Chievo, Atalanta, Bologna, Empoli, Cesena, Carpi e Frosinone;
- la distribuzione dei diritti d'archivio degli Europei di Ginnastica;
- la distribuzione dei diritti di archivio dei Club nella disponibilità di Rai Com per gli assegnatari del diritto live del Campionato di Calcio di Serie A e B;
- la commercializzazione dei diritti relativi alle partite amichevoli della Nazionale maggiore di Calcio (Italia-Francia e Italia-Germania), attraverso la definizione di nuovi accordi di distribuzione;
- la commercializzazione dei diritti relativi alle partite della Nazionale di Calcio Under 21;
- la definizione delle deleghe alla Lega Calcio anche per la Stagione Sportiva 2016/2017 delle riprese televisive delle partite interne di 7 Club di Serie A (Pescara, Atalanta, Bologna, Chievo Verona, Crotona, Sampdoria ed Empoli);
- la commercializzazione dei diritti nel mondo – con esclusione Italia – del Diving Grand Prix di Bolzano di nuoto e delle Paraolimpiadi.

Commercializzazione e distribuzione canali Rai all'estero

Il 2016 ha registrato un trend positivo riferibile alla ritrasmissione dei canali Rai Italia, Rai World Premium e Rai News 24 nei principali Paesi extra europei (Usa, America Latina ed Australia), la cui distribuzione e politica commerciale, tra l'altro basata sull'effettivo numero di abbonati, è affidata a due operatori specializzati in tali mercati.

Anche con riferimento alla distribuzione in Europa, dove sono offerti per la ritrasmissione i canali Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai News 24, Rai Storia e Rai Scuola, i risultati sono stati soddisfacenti.

La strategia di sviluppo, con nuove partnership con operatori e distributori, ha generato sensibili incrementi nel fatturato in Olanda, Germania e Romania, il consolidamento di Belgio, Francia, Scandinavia ed Est Europa, e l'avvio di rapporti commerciali in Regno Unito, Spagna, Russia, Polonia, Repubblica Ceca, Grecia e Turchia, ponendo le basi per un'ulteriore crescita del fatturato nei prossimi esercizi.

Commercializzazione library e consumer product

Grazie anche al consolidamento delle linee di ricavo generate dagli operatori OTT (Amazon, Netflix, Timvision ed altri), è proseguita l'attività di valorizzazione delle library e del consumer product. Di seguito le principali aree di attività:

- **teche:** sono stati rinnovati i principali accordi quadro con le emittenti italiane e con i broadcaster presenti sulle piattaforme pay per lo sfruttamento di contenuti di animazione;
- **home video Italia:** nonostante il mercato edicola abbia registrato un calo del 20% rispetto all'anno precedente, i risultati sono sopra le attese grazie alle buone performance delle collane in DVD delle fiction di maggior successo, quali *Il Commissario Montalbano*, *I Medici* e *Braccialetti Rossi*;
- **normal trade:** l'incremento delle edizioni realizzate, malgrado anche questo settore risulti in pesante flessione, ha consentito di ottenere risultati soddisfacenti;
- **licensing:** in presenza di rispettivi mercati in grave difficoltà, sia l'attività di publishing che il segmento edicola sono stati sostenuti, il primo, dal piano di sviluppo commerciale della property *Vita da Giungla*, che ha consentito di colmare le criticità del settore, e il secondo dal buon andamento delle riviste dedicate all'enigmistica (*L'Eredità* e *Reazione a Catena*), senza tuttavia riuscire a neutralizzare la pesantezza del settore;
- **area digitale:** nell'ambito delle attività sui *new media*, si assiste ad un importante tasso

di crescita dei mercati SVOD e EST/TVOD. Nel corso del 2016, la gestione dei diritti digitali del Gruppo Rai ha consentito infatti, in ambito SVOD, il raggiungimento di importanti accordi con tutti gli operatori del mercato (Netflix, TIMvision, Infinity) e, in ambito EST/TVOD, il consolidamento del posizionamento commerciale su tutte le piattaforme operanti sul mercato italiano. In calo, invece, i volumi totali nell'ambito delle attività di interazione telefonica (televoto e *call games*).

Rai Eri

Nel 2016, con l'obiettivo di conseguire efficienza e integrazione, è proseguito il progetto di rilancio dell'immagine e dell'attività del settore librario della Rai.

Se da un lato, infatti, tale progetto mira a costruire un programma commercialmente convincente, ristrutturando e potenziando le collane della casa editrice per rafforzare l'identità del marchio in un mercato editoriale affollato, dall'altro questa operazione deve essere fondata sull'integrazione con il patrimonio di artisti e talenti e con la *mission* di Servizio Pubblico della Concessionaria.

In quest'ottica si collocano alcuni progetti cardine del piano editoriale, grazie ai quali sono usciti con il marchio Rai Eri anche artisti Rai finora tradizionalmente pubblicati da editori terzi: ad esempio, la collana in edicola *Viaggio nella storia* di Alberto Angela, un progetto di qualità e grande respiro in 50 volumi; in libreria, il *coloring book* di Caterina Balivo; ma anche il libro di una trasmissione, simbolo del legame con il territorio, come *Sereno Variabile* di Osvaldo Bevilacqua. Iniziative che segnano la forte contiguità del lavoro di Rai Eri con i programmi del palinsesto Rai.

Per una programmazione di ampio respiro, il catalogo è stato anche arricchito con l'acquisizione di grandi nomi del panorama editoriale, creando – anche grazie alla collaborazione con il Laboratorio di scrittura – una nuova collana, *Come si racconta*, con autori bestseller del calibro di Giancarlo De Cataldo e Dacia Maraini. Per presentare e diffondere la serie, che comprende brevi saggi sul mestiere di scrivere, è stato avviato assieme ai *Bibliopoint* delle Biblioteche di Roma un progetto pilota di incontri nelle scuole che esordirà nel 2017 e verrà esteso anche ad altri volumi della produzione Rai Eri per contribuire a realizzare, con un progetto di promozione della lettura presso i giovani, l'impegno educativo e di Servizio Pubblico che è parte integrante dell'identità di Rai Eri.

Una particolare attenzione è stata riservata al mondo dei ragazzi e dei giovani, un settore commerciale stabile nella generale crisi che

caratterizza il mercato del libro oltre che una chiave importante di rinnovamento e rilancio identitario.

La serie di volumetti del popolare cartone animato *Vita da Giungla* è stata, in questa prospettiva, un esempio vincente insieme al primo romanzo del giovane rapper Mattia Briga, *Non odiare me*, che ha riportato per la prima volta il marchio Rai Eri nella classifica di Narrativa Italiana, riempiendo di giovani le librerie in un tour di presentazioni da tutto esaurito.

Sul versante quantitativo, il piano editoriale è lo specchio di una Rai Eri sempre più autonoma e solida, pur nelle difficoltà della competizione in un mercato caratterizzato da marchi forti e da una crescente concentrazione. Rispetto al 2015, i volumi realizzati in proprio da Rai Eri sono aumentati in modo significativo mentre sono diminuite le coedizioni con editori terzi.

Il programma di digitalizzazione dei titoli di interesse del catalogo, avviato nel 2015, è stato implementato progressivamente anche con la realizzazione di titoli *digital original*, un progetto pilota per rafforzare la presenza del marchio Rai Eri anche sul mercato dell'ebook, in lieve ma continua crescita. Tutte le principali novità editoriali Rai Eri escono ora contemporaneamente in edizione cartacea e in ebook.

È proseguito il lavoro per aumentare la visibilità di titoli e autori Rai Eri su quotidiani e periodici e nelle principali trasmissioni televisive, come nel caso di *Come si racconta... una storia nera* di Giancarlo De Cataldo a piena pagina in *Cultura* su Repubblica e *L'inviato non nasce per caso* di Giampiero Galeazzi ospite di *Che tempo che fa*.

Il Salone del Libro di Torino, con uno stand Rai Eri completamente rinnovato, è stato un momento

importante nell'ottica della valorizzazione della programmazione: ogni giorno, presentazioni affollatissime, con autori di primo piano, lunghe file per il firmacopie, un incremento del 15% delle vendite di volumi rispetto al 2015 e la presentazione di Mattia Briga al centro del servizio dedicato al Salone dal Tg2. Il romanzo di Briga è stato anche tra i protagonisti della stagione prenatalizia, accompagnando il lancio del nuovo album del musicista secondo una strategia integrata che ha permesso di allungare la vita del prodotto.

A ottobre, Rai Eri ha commercializzato il volume *Noi, i Medici*, ideale 'companion' alla serie più attesa dell'anno, primo esperimento di interazione sinergica con il mondo, editorialmente poco valorizzato, delle fiction prodotte da Rai che ha realizzato soddisfacenti risultati in termini di vendite e di visibilità.

Un altro importante progetto della stagione prenatalizia è stato *Non avere paura di perdonare*, l'autobiografia del 'confessore del Papa' a cura del vaticanista Andrea Tornielli, con cui è stato avviato un lavoro di scouting su progetti capaci di portare al pubblico le testimonianze di personaggi chiave e le grandi storie del nostro tempo. Inoltre, nelle settimane di dicembre, tradizionalmente le più forti per le vendite di libri in Italia, sono state proposte due ristampe del libro di Osvaldo Bevilacqua *L'Italia nascosta*.

Intenso anche l'impegno per la razionalizzazione delle procedure editoriali e produttive, il potenziamento del settore commerciale ed il rafforzamento delle fasi di promozione e distribuzione anche tramite la *promozione in-store*, oggi chiave del successo commerciale di un editore.

Altre attività

Attività tecnologiche

Nell'ultimo biennio, Rai ha impresso una grande velocità alle attività progettuali e realizzative funzionali a supportare il percorso strategico di trasformazione da *Broadcaster* a *Digital Media Company*.

Diversi sono stati i progetti avviati per migliorare il processo industriale di realizzazione e distribuzione del prodotto radiotelevisivo e multimediale sulle varie piattaforme, al fine di ottenere benefici sui prodotti e sui servizi offerti da Rai anche in termini di qualità end-to-end, agendo su quattro abilitatori tecnologici propri della *Digital Media Company*:

- la dematerializzazione, intesa soprattutto come digitalizzazione dei contenuti e dei processi operativi e di supporto;
- l'ampiamiento delle reti di diffusione e la neutralità dei contenuti rispetto ad esse, per consentire ai contenuti Rai di raggiungere i clienti ovunque e su ogni tipo di dispositivo, sia fisso che mobile;
- il conseguimento di una infrastruttura di IT coordinata, con impiego pervasivo delle tecnologie Full IP e Cloud che consentono conservazione e distribuzione efficace, efficiente e sicura dei contenuti dematerializzati lungo tutta la catena del valore;
- l'evoluzione dei modelli organizzativi e produttivi.

I benefici ed i risultati attesi dai progetti tecnologici possono declinarsi sulle tre seguenti direttive:

- **benefici per il pubblico:** contenuti radiotelevisivi e multimediali Rai disponibili su ogni terminale fisso e mobile, in Alta Definizione HD o in Ultra HD, con bassa latenza, miglioramento dei servizi ricevuti, ad esempio in termini di Guida ai Programmi e di servizi di Video on Demand o di Catch-up tv, maggior coinvolgimento, personalizzazione dell'offerta, sempre più efficace ricorso all'interattività;
- **efficientamento aziendale:** efficientamento e innovazione dei processi industriali ed operativi e dell'infrastruttura tecnologica, maggior flessibilità dei sistemi e dei processi in relazione ai cambiamenti del business, sicurezza dei contenuti e degli asset strategici in termini di Business Continuity e Disaster Recovery;
- **protezione e qualità del servizio:** miglioramento della ricezione radio e tv, sempre maggiore affidabilità della distribuzione digitale con riduzione dei tempi di latenza, aumento della qualità trasmissiva di contenuti e servizi.

Nel seguito, con riferimento alle diverse attività, vengono illustrate le principali iniziative che hanno caratterizzato l'esercizio.

Produzione televisiva

Progetto T-CUBE

Il sistema ha consentito di eliminare l'uso dei supporti fisici e di realizzare una filiera editoriale-produttiva completamente digitale e file based ed ha attualmente archiviato più di 100.000 ore di contenuti audio video ad alta qualità.

Il processo produttivo ha coinvolto 110 redazioni, 5 testate nazionali (Tg1, Tg2, Tg3, Rai News 24, Rai Sport), l'archivio della controllata Rai Com e parte dei nuovi flussi di Rai Digital, il progetto di digitalizzazione della TecaMaster, l'archivio di TecaNews nonché le attività di collaudo tecnico ed archiviazione dei nuovi prodotti di acquisto.

Sono state collegate anche le redazioni giornalistiche di 16 sedi regionali, permettendo di ridurre notevolmente la contribuzione via ponti radio verso i centri di produzione.

Digitalizzazione news nazionali

Nel corso del 2016 è stata completata l'infrastruttura unica per la produzione delle news nazionali, basata su due sistemi in ridondanza di campus all'interno dell'area di Saxa Rubra in Roma, sulla quale è stata anche rinnovata la piattaforma editoriale-produttiva di Rai News 24 e digitalizzata quella di Rai Parlamento.

Per quanto riguarda l'offerta di Rai Sport, sono stati messi a punto diversi interventi tecnologici tattici sull'area della produzione sportiva di Roma e Milano al fine di consentire una più efficace produzione in HD, in particolare per i grandi eventi (Olimpiadi ed Europei di Calcio). Inoltre, è stato progettato il nuovo sistema integrato di produzione di Rai Sport e ne sono state predisposte le specifiche tecniche per una gara europea che verrà avviata entro il primo semestre 2017.

Digitalizzazione news regionali/sedi regionali

È proseguito il processo di digitalizzazione dei sistemi produttivi delle news regionali avviato nel 2014. Nel corso del 2016 sono stati attivati i sistemi integrati di produzione nelle sedi di Cagliari, Ancona, Torino e Bologna; in questa sede è stato anche completato il rinnovo in HD degli impianti di studio e messa in onda. Le ultime due installazioni di Pescara e Napoli, compatibilmente con la conclusione di importanti opere edili, verranno completate entro il primo semestre del 2017. Sono state anche avviate le attività per l'integrazione del sistema digitale di produzione della TGR con il sistema di News Room e per il miglioramento dell'agibilità tecnico-editoriale delle sedi distaccate di Catania, Sassari ed Udine.

Sistemi per i controlli centrali e la messa in onda

Dal primo semestre 2016, la messa in onda dei tre canali generalisti avviene in simulcast automatico SD/HD. Il posto di trasmissione di Rai 4 è stato aggiornato nella prospettiva delle nuove esigenze editoriali. Inoltre è stato potenziato il nuovo impianto digitale in HD di messa in onda dei canali tematici presso il Centro di Produzione di Torino per consentire il simulcast dei canali in HD e SD.

Sono stati collegati alla nuova rete di contribuzione HD della controllata Rai Way tutti i Centri di Produzione e tutte le sedi regionali. È stato, infine, progettato ed avviato l'affidamento del nuovo Controllo Centrale di Milano.

Studi televisivi

Nel 2016 è stata avviata la progettazione del Centro di Produzione Nomentano, che comprende la realizzazione degli impianti di luce scenica e audio-video in HD dei 5 studi e delle relative regie, di tutte le sale di post-produzione per il montaggio e la grafica e di una sala apparati centrale che permette di servire in modo flessibile tutto il Centro.

A fine 2016 è stato avviato un progetto per il collegamento in HD degli studi TV1 e TV2 del Centro di Produzione di Roma e per il collegamento in HD degli studi del Centro di Produzione di Torino al nuovo controllo centrale digitale, con conseguente switch-off definitivo della matrice analogica.

Nel 2016 è proseguito il piano di passaggio in HD di tutti gli studi televisivi e dei mezzi di ripresa con importanti acquisizioni di mezzi tecnici audio, video e ottiche in alta definizione, nonché si è proceduto alla sostituzione di quadri elettrici e cavi per l'alimentazione del parco lampade, luci sceniche e corpi illuminanti con ampia adozione della tecnologia a LED che consentiranno di raggiungere nel reparto luci sceniche la quota complessiva di rinnovo dell'80%.

Riprese esterne

L'adeguamento in HD della flotta di mezzi di produzione per le riprese esterne, iniziato nel 2014, è proseguito anche nel corso del 2016, comprendendo:

- gli interventi di adeguamento su sei automezzi medi attrezzati a regie e l'upgrade in HD di due mezzi satellitari;
- la realizzazione di due regie HD in flight case e in progress due gruppi elettrogeni per esterne da 650 KVA;
- l'avvio di progetti per la realizzazione di otto mezzi leggeri satellitari monocamera (KA-SAT), otto gruppi elettrogeni per esterne da 135 KVA e otto per esterne da 40 KVA;

- il potenziamento e il rinnovo dei sistemi di ripresa in movimento. In particolare è stato effettuato l'upgrade in HD del sistema di ripresa in movimento montato sui mezzi di trasporto moto, elicotteri e aerei e sono stati progettati e acquisiti i nuovi ponti radio con tecnologia digitale per contribuzione delle riprese esterne in HD.

Per quanto riguarda la produzione presso le sedi delle Istituzioni, di rilievo l'intervento di rinnovo di regia ed impianti di ripresa e post-produzione del Palazzo del Quirinale della Presidenza della Repubblica e di Borgo Sant'Angelo (Rai Vaticano), digitalizzando anche i collegamenti tra i palazzi istituzionali ed il Centro di Produzione di Roma.

Sono stati infine realizzati interventi per l'upgrade da analogico ad HD degli impianti presso gli stadi di San Siro (Milano) e Olimpico (Roma).

Post-produzione

Nel 2016, per il pieno supporto dei nuovi formati HD, si è proceduto al rinnovo hardware e software di circa 60 sale di montaggio e 35 postazioni di grafica, portando la percentuale di rinnovo a circa il 70%. È proseguita l'acquisizione di sistemi di post-produzione necessari per la realizzazione negli stabilimenti produttivi interni di fiction.

Information and Communication Technology

La roadmap per la transizione al modello *Digital Media Company* ha comportato un considerevole impegno per l'innovazione delle piattaforme IT; il relativo piano di azione, strutturato in allineamento con la valutazione delle opportunità strategiche e degli impatti organizzativi ed economici, ha richiesto un importante governo in termini di integration architecture e change management.

L'insieme dei progetti aziendali sul core business delinea prospettive di cambiamento di portata considerevole nel lungo periodo e consente alla componente ICT di essere abilitante rispetto alle linee di indirizzo strategico dell'Azienda. Il cambiamento prevede:

- **trasformazione in Digital Media Company:**
 - la disponibilità del nuovo sistema di Gestione Diritti consente la governance del Portafoglio Diritti del Gruppo; la definizione di modelli e strumenti efficaci per descrivere i diritti nella loro totalità e gestirli nella loro complessità risponde alle crescenti aspettative di sfruttamento dei contenuti sulle diverse piattaforme;
 - l'obiettivo di monitorare il flusso di informazioni esistente all'interno dei principali social network, relativo ad argomenti di interesse per l'Azienda, si è concretizzato con l'avvio della prima fase di

- una iniziativa di Social CRM, incentrata su una soluzione di social management;
- nell'ottica di incrementare la base informativa a supporto delle decisioni, sono stati dedicati significativi investimenti all'evoluzione delle piattaforme di Business Intelligence e Big Data, per rendere disponibili strumenti per la comprensione delle dinamiche del business aziendale e del mercato di riferimento;
- al fine di realizzare un processo strutturato di gestione e valorizzazione del patrimonio audiovisivo dell'Azienda, è proseguita l'integrazione dei sistemi di multimedia asset management;
- lo sfruttamento di nuovi modelli di business che necessitano di rendere disponibili contenuti e metadati su piattaforme diversificate di accesso/distribuzione ha richiesto l'evoluzione della rete virtuale dedicata alla veicolazione dei file digitalizzati (Rete IP File Based); su tale contesto gli investimenti più rilevanti sono stati orientati al consolidamento dell'infrastruttura di trasmissione dei contenuti;
- **disponibilità di piattaforme digitali lungo tutta la catena del valore:**
 - l'agenda *Full Digital* inerente ai processi gestionali ha comportato interventi evolutivi nell'ambito degli approvvigionamenti, della gestione della documentazione contabile, della comunicazione con la Pubblica Amministrazione e interna all'Azienda, quest'ultima attraverso il Digital Workspace RaiPlace 2.0 e la disponibilità di strumenti integrati per l'accesso e la condivisione di informazioni;
 - nel sistema Palinsesti si è operato per integrare la pianificazione della messa in onda del palinsesto lineare (modulo Scheduler) con il sistema T-Cube di gestione digitale dei contenuti; i prossimi passi sono orientati al rilascio di questo risultato e all'estensione del modello alla programmazione non lineare;
 - progettazione di una nuova piattaforma digitale per le agenzie giornalistiche, integrando gli strumenti redazionali e quelli di elaborazione dei contenuti;
- **cambiamento dei modelli organizzativi e produttivi:**
 - nel contesto della pianificazione economica è stata realizzata un'evoluzione del Sistema Integrato di Pianificazione (SIP) orientata al governo e monitoraggio delle commesse editoriali; questo tassello, attualmente in fase di collaudo, consentirà di migliorare la capacità di pianificazione e controllo degli eventi economici primari (programmi), elementi indispensabili per attuare interventi reattivi a fronte dei cambiamenti del business e delle pressioni competitive del mercato esterno;
 - a supporto del processo produttivo, è stata completata la definizione dei requisiti del nuovo strumento *Primsys* per la pianificazione delle risorse di produzione in scenari temporali di natura strategica e operativa; quest'ultimo aspetto si è concretizzato con la disponibilità del modulo per la schedulazione dell'impegno delle risorse;
 - nell'ambito canone, i sistemi sono stati allineati al nuovo modello di riscossione dello stesso;
- **disponibilità di un layer 'Data Center IT':**
 - disegno del nuovo assetto dei Data Center Rai in ottica di *business continuity* e *disaster recovery*, in coerenza con la logica di realizzare un layer di piattaforme tecnologiche in grado di rispondere alle esigenze della *Digital Media Company* in termini di gestione strategica delle informazioni e dei contenuti; la relativa operatività è prevista nel 2018.

Ricerca e Sviluppo

La sperimentazione e l'implementazione di nuove piattaforme tecnologiche sono al centro delle strategie di ricerca e sviluppo di Rai, come premessa essenziale per un'evoluzione del prodotto coerente con la trasformazione in *Digital Media Company*.

La possibilità di distribuire i contenuti su media e dispositivi diversi, la capillare introduzione della banda larga e la disponibilità di schermi televisivi più grandi, a maggiore definizione (HD e Ultra-HD 4K) e con una migliore qualità di visione (HDR), sono d'altro canto i driver che guidano l'attuale evoluzione tecnologica del sistema radiotelevisivo. In questo ambito acquistano sempre maggiore valenza anche le dinamiche di valorizzazione del prodotto unite ad una più intensa interazione con gli utenti.

Nel corso del 2016 i principali temi di ricerca e sviluppo hanno riguardato l'evoluzione dei sistemi di produzione e codifica audio/video, lo studio di nuovi servizi multi-piattaforma e l'evoluzione delle reti di distribuzione sia fisse che mobili.

La transizione verso il formato **Full HD** – e in prospettiva verso formati ancora più evoluti – in un contesto di riduzione delle risorse frequenziali e di ri-pianificazione della tv digitale terrestre entro il 2020/2022 – ha comportato lo studio e la valutazione della qualità video con le tecniche di codifica disponibili (Mpeg-2, Mpeg-4, Hvc), al fine di contribuire alla definizione delle strategie aziendali per la gestione dei Multiplex digitali.

Dal lato produttivo, sono state studiate nuove tecnologie e apparati adatti al trattamento dei

segnali televisivi ad altissima qualità lungo tutta la filiera di produzione e distribuzione, con particolare attenzione alle problematiche di standardizzazione dei nuovi formati, anche nell'ottica di una transizione verso la tecnologia IP.

Rai ha proseguito lo studio e la sperimentazione della tecnologia **HDR (High Dynamic Range)** che permette di generare e trasmettere immagini ad alto contrasto dinamico, considerata un elemento fondamentale dei nuovi formati televisivi, sia UHD che HD. Il lavoro si è concentrato sul contributo alla definizione della nuova specifica per la trasmissione UHD in ambito DVB, effettuando prove soggettive e realizzando sequenze di test. È anche stata avviata un'iniziativa per l'impiego della tecnologia HDR e del formato UHD. I primi risultati tangibili sono stati la trasmissione in UHD sulla piattaforma Tivù Sat di alcune delle produzioni di punta della Rai, tra cui le partite della fase finale di Euro 2016 e la fiction *I Medici*. Inoltre, la ripresa con tecnologia HDR è stata sperimentata nella produzione dei documentari di Alberto Angela *Una notte a Firenze* e *Una notte a San Pietro*.

Il progetto di **digitalizzazione della Teca Master**, in piena fase attuativa, ha come obiettivo quello di trasformare il vecchio archivio analogico in un moderno archivio di file master digitali, automatizzando, dove possibile, tutte le operazioni di riversamento dai supporti esistenti. È operativo l'allestimento delle linee di riversamento dei nastri Betacam/IMX e parallelamente si sta procedendo alla realizzazione delle linee di riversamento della pellicola.

Relativamente al progetto della **rete DAB+**, il nuovo servizio di radiofonia digitale che affiancherà l'attuale diffusione in modulazione di frequenza FM, sono state elaborate e verificate sul campo soluzioni tecniche per la copertura e la continuità del servizio DAB anche all'interno delle gallerie autostradali. È stato realizzato un dimostratore che realizza la trasmissione parallela di tutti i notiziari regionali con commutazione automatica del ricevitore sul programma Radio 1 nazionale (mantenendo i requisiti di capacità trasmissiva a livelli accettabili in rete SFN). Inoltre, in collaborazione con altri membri EBU, è in corso lo sviluppo di nuovi servizi **Hybrid Radio** che consentono la personalizzazione dei contenuti e del palinsesto agli utenti dotati di ricevitori connessi.

Nel corso del 2016 è proseguito lo sviluppo di applicazioni interattive e servizi on-demand orientati all'arricchimento dell'offerta Rai sulle **Smart tv**. Sono state realizzate in questo contesto una serie di applicazioni collegate a Euro 2016 e alle Olimpiadi e Paralimpiadi di Rio 2016. Queste applicazioni hanno arricchito la

messa in onda degli avvenimenti con servizi che hanno permesso di rivedere subito sul televisore i frame più importanti, di consultare statistiche aggiornate in tempo reale, di rivedere, in qualsiasi momento, le registrazioni (integrali o di sintesi) delle partite e degli eventi olimpici già avvenuti, il tutto corredato da interviste e video esclusivi. Inoltre, a fine anno, è stata rilasciata la nuova versione dell'applicazione RaiPlay per televisori Smart tv che realizza un ponte tra il mondo televisivo lineare e contenuti on-demand. Attraverso una modifica dell'applicazione Telecomando, è stato contestualmente attivato un accesso diretto all'applicazione RaiPlay da tutti i canali Rai con contenuti dedicati e specifici per ogni canale.

Tra le altre iniziative si segnala il completamento della **SuperEPG tivùon**, lanciata ufficialmente nel mese di luglio 2016, e la definizione, nell'ambito di HD Forum Italia, della nuova specifica italiana HD-Book per i ricevitori che segna il passaggio della piattaforma interattiva dal sistema MHP al nuovo standard europeo HbbTV. Inoltre sono proseguite le attività relative allo studio e allo sviluppo di servizi a supporto dell'accessibilità dei prodotti Rai, nell'ottica di una crescente inclusione sociale e lavorativa dei disabili.

Nel 2016 è stata anche avviata un'attività finalizzata a realizzare una piattaforma di produzione di Data Journalism, attraverso l'integrazione di componenti e sistemi di analisi automatica delle news sviluppati dal Centro Ricerche Innovazione Tecnologica della Rai.

Nel contesto dei piani della Comunità Europea che prevedono il rilascio entro il 2020/2022 delle frequenze della banda 700MHz attualmente utilizzate per la diffusione televisiva, sono proseguiti gli studi nel campo dell'evoluzione delle **reti distributive terrestri**, in particolare con l'introduzione della modalità broadcast nelle tecnologie mobili di prossima generazione, attività quest'ultima svolta in collaborazione con l'Università tedesca di Braunschweig nella Bassa Sassonia. Inoltre, è proseguita la collaborazione con il Politecnico di Torino per uno studio comparativo tra le reti cellulari e le reti broadcast per la diffusione in tecnologia 5G-Broadcast, i cui risultati preliminari sono stati presentati durante la Conferenza Mondiale sulla Telefonia Mobile di Barcellona.

Con riferimento alla **messa in sicurezza** dei servizi attualmente forniti da Rai, sono state affrontate alcune problematiche relative alla diffusione del segnale DTT quali la corretta sincronizzazione dei trasmettitori di una rete DTT isofrequenza, un aspetto cruciale da cui dipendono la continuità e la qualità del servizio fornito all'utente. È stata condotta l'analisi sull'effettiva robustezza del sistema

GPS attualmente utilizzato analizzando possibili sistemi alternativi attraverso una sperimentazione in collaborazione con l'Istituto Nazionale di Ricerca Metrologica - INRIM e il consorzio Antares. Inoltre il Centro Ricerche, su invito del MiSE, ha partecipato a due campagne di test mirate a valutare i criteri di protezione da interferenza da adottare nell'ottica della prevista condivisione con servizi LTE di alcune bande di frequenza tradizionalmente utilizzate dalle radiocamere e dai ponti radio della controllata Rai Way.

Nel campo della **partecipazione a progetti finanziati**, è stata preparata la proposta per il progetto H2020 *MULTIDRONE*, che è stato approvato e ha preso avvio da inizio 2017, che prevede lo studio di un sistema di gestione coordinata di flotte di droni per le riprese televisive di eventi speciali. È iniziato il progetto *ESA SCORSESE* per lo studio e lo sviluppo di un'infrastruttura che consenta lo sfruttamento dei satelliti normalmente utilizzati per la diffusione dei segnali televisivi 'lineari' anche per l'alimentazione dei nodi delle reti a larga banda impiegate per l'invio di servizi multimediali e Video-on-Demand verso dispositivi 'connessi' (PC, tablet, smartphone). Sono stati infine conclusi i progetti *BRIDGET del Settimo Programma Quadro EU*, nel cui ambito è stato validato un insieme di tecnologie che abilitano alla creazione di collegamenti tra programmi televisivi e oggetti multimediali e *ESA HEVC for 4K satellite distribution* che si occupa della distribuzione satellitare di contenuti Ultra HD.

Nel corso del 2016 sono stati stipulati accordi con Università, Centri di ricerca, Associazioni di categorie di settore in particolare con l'obiettivo di avviare iniziative sperimentali finalizzate al miglioramento della qualità tecnica della programmazione radiotelevisiva della Rai nei confronti dell'utente.

Pianificazione frequenze e gestione dello spettro

L'attività si è focalizzata in particolare sulle seguenti direttrici:

a. Aumento dell'offerta in Alta Definizione

Sono state completate le attività che hanno consentito la riconfigurazione dei programmi contenuti nei MUX DTT Rai per conseguire l'aumento dell'offerta in HD: un canale durante le Olimpiadi di Rio e due ulteriori canali dallo scorso settembre.

L'attuale perimetro dell'offerta Rai attraverso la piattaforma DTT consente la diffusione dei seguenti canali:

- 13 canali SD (oltre 1 di un editore terzo);
- 6 canali HD (di cui 2 diffusi solo in alcuni città);
- 6 canali radiofonici;
- servizio di Televideo.

b. Consolidamento e difesa del servizio televisivo digitale terrestre (DTT) del Mux 1

Sono state svolte attività per minimizzare l'impatto interferenziale sulle reti Rai, in particolare sulla ricezione del Mux 1, generato dall'applicazione di disposizioni normative recenti (con particolare riferimento al decreto interministeriale c.d. di "rottamazione frequenze") volte a liberare le frequenze potenzialmente interferenti con l'estero, ma usate dall'emittenza locale, con riassegnazione alla stessa di risorsa alternativa.

Numerose e di entità rilevante sono state, infatti, le situazioni che hanno comportato interferenze a danno dell'utente finale a seguito dell'assegnazione di nuove frequenze agli operatori in ambito locale. L'attività è stata rivolta ad un costante monitoraggio della situazione, anche per il tramite della controllata Rai Way, ed accompagnata ad un intenso dialogo con il Ministero dello Sviluppo Economico – Comunicazioni, anche nelle sue articolazioni territoriali, al fine di risolvere nel minore tempo possibile i disservizi sulla rete. L'interazione continuativa con le direzioni tecniche del Ministero – nonché di AGCOM per talune fattispecie – è parte essenziale per la difesa della qualità tecnica del servizio del Mux 1 DTT che, per la sua peculiare configurazione regionale, richiede specifica protezione nel mutevole quadro di utilizzazione delle risorse frequenziali da parte delle emittenti locali operanti in aree adiacenti. Ulteriormente, a seguito di analisi interferenziali su base simulativa, è stata avviata la migrazione progressiva degli impianti Mux 1 in coerenza con le indicazioni del MiSE-Comunicazioni (es. liberazione del ch 25 UHF; ch 6 VHF in Campania).

c. Avvio del tavolo tecnico Rai-AGCOM-MiSE per la liberazione della banda 700 MHz e ipotesi di avvio del servizio in DVB-T2

A livello europeo, è stato fissato al 2022 il termine massimo per il rilascio della banda 700 MHz da parte dei servizi televisivi a favore dei servizi mobili. Per consentire il mantenimento dell'attuale numero di canali, sarà necessaria una migrazione al nuovo standard di diffusione DVB-T2 che consentirà di trasmettere gli stessi contenuti utilizzando meno banda.

Il conseguente indispensabile rinnovo dei televisori da parte dell'utenza ha già portato, in Italia, all'emanazione di una Legge che impone la vendita di televisori con ricevitori DVB-T2 (con codifica HEVC, a partire dal 1° gennaio 2017).

In questo contesto, è iniziato un approfondimento con le richiamate Istituzioni per consentire alla Rai di avviare, nelle principali città Italiane, un servizio in DVB-T2 che possa diffondere programmi in simulcast (già trasmessi in DVB-T1) sia in HD sia in

HD-HDR: tecnica quest'ultima che consente un notevole incremento della gamma dinamica delle immagini televisive, migliorando la luminosità massima (incremento dell'intensità da 3 a 10 volte), il dettaglio alle basse luci, la naturalezza e la saturazione dei colori.

d. Potenziamento della rete radiofonica in FM

Il servizio radiofonico in Modulazione di Frequenza continua ad essere un obiettivo industriale qualificante per Rai e tale modalità continuerà ad avere un ruolo preminente ancora per molti anni nell'ascolto dei programmi radiofonici.

Ancora oggi però il servizio Rai in MF risente di una complessa situazione interferenziale in continua evoluzione. In questo contesto, continuano le attività di recupero delle aree di servizio degradate da interferenze, operando essenzialmente lungo la direttrice della 'compatibilizzazione' radioelettrica con l'emittente privata.

Particolare attenzione è stata posta al miglioramento della copertura del servizio radio in corrispondenza di percorsi stradali ad alta intensità di percorrenza, per favorire la ricevibilità dei programmi da parte dell'utenza mobile.

Attività satellitare

Nel corso del 2016, in attuazione dei piani strategici aziendali e nel contesto di una visione integrata dello sviluppo delle reti e delle piattaforme nella transizione verso la *Media Company*, Rai ha progressivamente attuato il piano di distribuzione satellitare dell'offerta in alta definizione (Piano Full HD Sat). A tale scopo è stato necessario l'ampliamento della capacità diffusiva via satellite a quattro transponder e la loro riorganizzazione per un più efficace sfruttamento delle risorse. La ristrutturazione dell'offerta (rilasciata agli utenti il 5 gennaio 2017) ha comportato modifiche nei parametri trasmissivi (2 transponder DVB-S per i canali SD e 2 transponder DVB-S2 per i canali HD) e una nuova ripartizione dei canali fra i transponder.

È stata, inoltre, avviata la diffusione sulla piattaforma Tivù Sat in simulcast HD di tutta l'offerta Rai e a gennaio 2016 Rai 4 HD è stato reso disponibile anche agli abbonati Sky (LCN 104 su Sky).

Sviluppo della qualità tecnica

Il continuo miglioramento della qualità tecnica dei prodotti e dei servizi offerti dalla Rai è un elemento distintivo della natura di Concessionaria del Servizio Pubblico. Anche nel 2016, le attività di monitoraggio in questo ambito sono proseguite lungo tutta la filiera produttiva e distributiva, sia dal punto vista oggettivo che di percezione dell'utente finale.

Le attività principali hanno riguardato l'analisi dei dati disponibili dal sistema di rilevamento sul territorio dei segnali diffusi (EVA – *Signal Quality Evaluator*), il benchmarking tecnologico della qualità, il coordinamento della gestione dei disservizi (finalizzato all'attivazione delle opportune contromisure infrastrutturali) nonché il coordinamento delle norme di esercizio e la correlata valutazione comparativa.

Il sistema EVA è lo strumento utilizzato per il controllo della qualità tecnica dei segnali radiotelevisivi e per la gestione degli interventi sistemistici correttivi e le iniziative interstrutturali che garantisce una veloce ed efficace comunicazione dei disservizi tecnici. In questo ambito, sono stati avviati interventi operativi anche per lo sviluppo della radio digitale, grazie all'acquisto di sonde specifiche per la ricezione e la misura dello standard DAB+ che saranno installate presso i siti delle sedi regionali.

Sono proseguite, inoltre, le attività per il miglioramento della qualità tecnica nell'ambito della fiction, che si affianca ad altre analoghe iniziative per assicurare all'utenza i più alti standard qualitativi tecnici (dall'HD all'UHD), e le attività di monitoraggio e valutazione della qualità tecnica misurabile strumentalmente, anche in collaborazione con Rai Way (es. Radio, Fiction, Sport).

È stato poi ulteriormente aggiornato il sistema informatico (CQS) dedicato ai disservizi rilevati sulla rete di distribuzione dei segnali radiofonici e televisivi di Rai o segnalati dalla controllata Rai Way e sono state identificate iniziative puntuali e strutturali di miglioramento della rete distributiva allo scopo di aumentare la qualità tecnica del segnale e l'affidabilità complessiva della rete di distribuzione.

In questa prospettiva, è stato avviato il progetto per l'introduzione di strumenti di analisi statistica (supportato da una applicazione di *data mining*) per analizzare le tendenze dei valori misurati e operare aggregazioni su base geografica e temporale. Il sistema sarà completato con una serie di indicatori che offriranno una visualizzazione delle anomalie riscontrate su 'cruscotti' personalizzati, in modo parametrico e multidimensionale. Sarà inoltre dato avvio anche alla sperimentazione di sonde mobili, che potranno interconnettersi con un sistema centrale attraverso Internet, utilizzando le tecnologie wireless disponibili (WiFi, rete 3G, rete 4G).

In collaborazione con l'Università La Sapienza di Roma – Facoltà di Ingegneria, è stato realizzato un sistema in grado di effettuare la misurazione oggettiva 'Full Reference' della qualità di un segnale video HD e/o UHD, mediante la definizione di un indice QI (Quality Impairment)

per la determinazione del degrado del contenuto video end-to-end (dal punto di trasmissione al punto di ricezione utente). Il QI è stato definito utilizzando sia metriche riconosciute a livello internazionale, sia realizzate ad hoc per le esigenze Rai. Sono stati calcolati gli indici QI relativi alle prime trasmissioni Rai in UHD.

In collaborazione con l'Università di Parma – Facoltà di Ingegneria, è stato infine avviato uno studio di fattibilità per il miglioramento della percezione della qualità audio riprodotta dai televisori a schermo piatto, realizzando tre sistemi specifici relativi ai tre modelli di apparecchi televisivi da salotto (schermo 37" - 47") più venduti in Italia, per poterne migliorare soprattutto l'intelligibilità del parlato.

Da ultimo, nel corso del 2016 è stato realizzato un sistema di misura sperimentale in grado di valutare la qualità di ricezione – in ottica utente – del servizio radiofonico ricevibile da rete IP mobile (3G/4G). Tale strumento è in grado di rilevare, in maniera georeferenziata, la presenza e la qualità del segnale audio decodificato da uno smartphone (connesso alla rete ed utilizzando la APP RadioRai) mediante metriche che simulano la percezione utente.

Attività trasmissiva

Rai Way gestisce oltre 2.300 siti dotati di infrastrutture e impianti per la trasmissione e la diffusione dei segnali radiotelevisivi in Italia, dispone di 23 sedi operative distribuite sul territorio nazionale e si avvale di un organico altamente specializzato, composto da oltre 600 risorse. Gli asset tecnologici e il know-how specialistico sono le risorse chiave non solo per l'attuale offerta di servizi, ma anche per lo sviluppo di nuove attività.

I servizi forniti da Rai Way sono sintetizzabili nelle seguenti tipologie di attività:

- **Servizi di diffusione**, intesi come servizi di trasporto terrestre e satellitare dei segnali televisivi e radiofonici tramite le reti di diffusione presso gli utenti finali all'interno di un'area geografica.
- **Servizi di trasmissione** di segnali radiotelevisivi attraverso la rete di collegamento (ponti radio, satelliti, fibra ottica) e, in particolare, la prestazione di servizi di contribuzione, intesi come servizi di trasporto unidirezionale:
 - tra siti prestabiliti e/o fonia/dati tramite circuiti analogici o digitali;
 - del segnale a radiofrequenza dal satellite all'interno di un'area geografica di determinata ampiezza, e servizi connessi.
- **Servizi di Tower Rental**, intesi come:
 - ospitalità (hosting), ovvero servizi di alloggiamento di impianti di trasmissione nei punti di diffusione (postazioni) dei segnali radio-televisivi, di telefonia e di telecomunicazione;
 - servizi di gestione e manutenzione degli impianti di trasmissione ospitati nelle postazioni;
 - servizi complementari e connessi.
- **Servizi di rete o network services**, che includono a loro volta una vasta gamma di servizi eterogenei che la società può fornire in relazione alle reti di comunicazione elettronica e di telecomunicazioni in generale (attività di progettazione, realizzazione, installazione, manutenzione e gestione, servizi di consulenza, monitoraggio, radio protezione etc.).

La tipologia di clientela che si rivolge a Rai Way per usufruire dei richiamati servizi può essere convenzionalmente ricondotta nelle categorie dei broadcasters (emittenti radiotelevisive nazionali e locali, tra le quali rientra anche Rai), operatori TLC (prevalentemente operatori di telefonia mobile) e P.A. e Corporate (categoria residuale in cui rientrano pubbliche amministrazioni, enti e persone giuridiche), operatori FWAP (Fixed Wireless Access Provider).

Rai Way è un operatore leader nel mercato italiano delle infrastrutture di trasmissione radiotelevisiva. Nel mercato dell'emittenza

televisiva le principali piattaforme di trasmissione sono costituite da:

- DTT (Digital Terrestrial Television, sia in chiaro, sia pay tv);
- DTH (satellitare);
- IPTV (internet);
- TV via cavo.

Rispetto ad altri Paesi dell'Europa occidentale, l'Italia è caratterizzata da una diffusione di gran lunga maggiore della piattaforma DTT. Negli altri Paesi, la minore diffusione della piattaforma DTT è correlata alla più ampia e competitiva presenza della piattaforma satellitare (es. Regno Unito e Germania), cavo (es. Germania) e IPTV (es. Francia).

Il solido posizionamento della DTT nello scenario dell'emittenza televisiva italiana è ulteriormente sostenuto dall'assenza della tv via cavo (i soggetti in grado di erogare servizi televisivi via cavo rappresentano normalmente, a livello europeo, i concorrenti più forti sul mercato sia della televisione sia della banda larga) e, di fatto, anche della IPTV, la cui scarsa diffusione è dovuta, tra l'altro, alla presenza limitata di reti a banda larga veloci in grado di supportare i relativi servizi.

Per quanto riguarda il mercato italiano radiofonico, i programmi sono trasmessi nel formato analogico e digitale (DAB - Digital Audio Broadcasting) e non è prevista una scadenza per lo spegnimento del segnale analogico, in linea con molti altri Paesi europei.

Numerose le attività svolte nel 2016 sia a beneficio del Gruppo Rai che nella fornitura di servizi a operatori terzi.

Il Contratto di Servizio sottoscritto da Rai e Rai Way nel 2014 – oltre ai servizi base di diffusione e trasmissione – prevede e disciplina l'eventualità che, al manifestarsi di nuove esigenze del cliente, le parti possano negoziare la fornitura di servizi addizionali ovvero di servizi finalizzati allo sviluppo di nuove reti di comunicazione elettronica e di telecomunicazioni o, ancora, di nuove tecnologie e standard trasmissivi.

In questo contesto, tra i servizi di maggior rilievo svolti nel 2016, si segnalano i servizi di trasporto per la contribuzione dei segnali delle Olimpiadi e Paralimpiadi estive di Rio de Janeiro e dei Campionati Europei di Calcio di Francia, per i quali Rai Way ha fornito soluzioni tecnologiche sfruttando reti in fibra ottica e il supporto tecnico specialistico in loco, garantendo sempre un altissimo livello di affidabilità.

È stata completata la nuova rete in fibra ottica basata su tecnologia di codifica JPEG2000 e trasporto IP/MPLS, integrata all'attuale rete di contribuzione televisiva terrestre in esercizio; tale

servizio si inquadra nel progetto di evoluzione delle reti di trasmissione volto a soddisfare le nuove esigenze della Rai, conseguenti al processo di digitalizzazione degli impianti di produzione, ed alla necessità di trasportare contenuti prodotti in alta definizione (news, sport, fiction etc.).

Si segnala, nell'ambito del processo di miglioramento della qualità dell'offerta Rai, anche l'avvio del servizio di diffusione satellitare dei canali HD, con la riconfigurazione dei quattro transponder del satellite Eutelsat Hot Bird 13°Est. Relativamente al consolidamento dei servizi offerti dal Gruppo Rai, Rai Way ha realizzato ed avviato il servizio di distribuzione dei segnali televisivi in Australia, Nord e Sud America, attraverso fibra ottica e satellite.

Per quanto riguarda le attività svolte a favore di clientela terza, nel corso del 2016 Rai Way ha continuato a promuovere nei confronti degli operatori radiomobili una linea commerciale finalizzata a incentivare lo sviluppo delle reti di nuova generazione e a consolidare il rapporto della Società con il singolo operatore. A tal fine, sono state proposte tariffe incentivanti a favore dello sviluppo delle reti e delle infrastrutture di telecomunicazione presso siti nella disponibilità di Rai Way, anche a fronte dell'impegno da parte del cliente a non dismettere per un periodo determinato un numero di postazioni individuate nel contratto.

Nel 2016 è stato inoltre rinnovato l'accordo per l'erogazione di servizi di tower rental con EOLO SpA e si è registrato un incremento significativo delle richieste di ospitalità e di attivazioni da parte della clientela FAWP.

Nell'ambito delle attività del tower rental per clienti broadcast sono proseguite le attività commerciali con l'attivazione di ulteriori postazioni con i principali operatori.

Per quanto riguarda la clientela broadcast radiofonica, Rai Way ha dato inizio ad una riapertura verso il mercato radiofonico. È stato sottoscritto un accordo quadro con un network radiofonico nazionale ed altri accordi specifici sono stati siglati con emittenti locali. Sono stati avviati incontri con altri operatori radiofonici nazionali propedeutici alla sottoscrizione di nuovi accordi.

Inoltre, a seguito dell'assegnazione di frequenze agli operatori locali attraverso il *Beauty Contest* del MiSe, Rai Way ha concluso accordi con operatori locali per l'erogazione di servizi di diffusione su base regionale.

Con riferimento all'introduzione di servizi innovativi, il 2016 ha segnato per Rai Way l'avvio di iniziative nel mondo dell'IoT (*Internet of Things*) e più in particolare delle *Smart City*.

Gli ottimi risultati conseguiti con sperimentazioni in varie realtà italiane, tra le quali ad esempio il Comune di Ormea in Piemonte, sostengono le prospettive aziendali e le intenzioni di procedere rapidamente verso un ruolo centrale nello sviluppo di reti per l'IoT, adottando un modello di tipo federativo, ovvero integrando la propria rete anche con quelle di soggetti terzi disponibili alla condivisione.

Le sperimentazioni che Rai Way ha realizzato, utilizzando la tecnologia LoRa particolarmente performante nella realizzazione di reti di tipo LPWAN (*Low Power Wide Area Network*), hanno consentito di valutare positivamente l'adeguatezza delle infrastrutture Rai Way nello sviluppo dei servizi IoT non solo su scala cittadina o regionale ma anche nazionale.

Costante l'impegno nell'attività di ricerca e sviluppo, anche in collaborazione con il Centro Ricerche e Innovazione Tecnologica di Rai, orientata principalmente alla sperimentazione di nuovi servizi digitali applicati al mondo della trasmissione e diffusione di programmi radiofonici e televisivi.

Le principali iniziative hanno riguardato:

- **rete SFN**: è stato attivato uno stage in collaborazione con il Politecnico di Milano per valutare gli effetti dell'interferenza isocanale dovuta a sorgenti provenienti da altre direzioni rispetto a quella di riferimento, elaborando i dati raccolti con continuità da postazioni equipaggiate in modo specifico;
- **registrazioni di spettro**: nell'ambito della conclusione del progetto Europeo DEMETRA è stata installata presso Rai Way una postazione per la ricezione di un segnale di tempo trasmesso attraverso un satellite geostazionario dall'INRIM e coordinato con postazioni collocate in Spagna e Germania. I risultati comparati con il sistema GPS su di un periodo di tempo relativamente breve hanno dato risultati soddisfacenti contenendo lo scarto entro +/- 100 nanosecondi. È in fase di valutazione la prosecuzione dei test attraverso un accordo di collaborazione con INRIM e altri operatori di rete.

Comunicazione, relazioni esterne, istituzionali e internazionali

Oltre alla promozione dei principali prodotti dei canali e delle testate, i progetti di comunicazione di Rai hanno avuto come linea guida la necessità di valorizzare il ruolo di Servizio Pubblico della Concessionaria.

In particolare:

- sono state avviate una serie di azioni volte a rafforzare il ruolo della Rai come player europeo e internazionale e rilanciare la propria missione nel nuovo contesto globale. In questo quadro si inserisce il forte impegno nelle grandi associazioni di categoria europee ed extra-europee (EBU, COPEAM, CIRCOM, CMCA, ABU, ASBU, CRI-Comunità radiotelevisiva italoфона) per rilanciare una politica di cooperazione multilaterale – anche attraverso la partecipazione a progetti strategici – per migliorare il posizionamento internazionale di Rai. In tale contesto sono state organizzate iniziative di formazione, scambio di news e di condivisione di know how;
- nel quadro delle attività di promozione della lingua e della cultura italiana nel mondo, sono state attivate positive collaborazioni per l'utilizzo di contenuti Rai come supporti per l'insegnamento e l'apprendimento dell'italiano ed è stata implementata, attraverso la CRI, la rete di emittenti che nel mondo trasmettono in lingua italiana;
- nell'ambito delle coproduzioni internazionali e dei progetti speciali, si segnala la partecipazione a iniziative di grande impatto, quali l'*Eurovision Song Contest* (in entrambe le sue declinazioni di Senior e Junior), diventato un appuntamento atteso e seguito anche in Italia, e a *Generation What?*, progetto europeo finalizzato a delineare il ritratto dei cd *millennials* (giovani dai 16 ai 34 anni), promosso dai principali broadcaster europei di Servizio Pubblico, coordinati dall'EBU;
- è proseguita l'attività di rappresentanza verso le Istituzioni europee e sono stati presidiati, attraverso un costante monitoraggio, i principali dossier politico-legislativi europei di interesse aziendale (Direttiva AVMS, Spettro delle frequenze, pacchetto Telecom, 5G, Copyright, Net Neutrality, data protection ecc.) nel quadro della "Strategia per il mercato unico digitale" lanciata dalla Commissione Europea;
- sono stati inoltre definiti accordi internazionali/memorandum of understanding con partner esteri (ad es. Cina, Mongolia) finalizzati ad individuare iniziative di cooperazione nel settore radiotelevisivo quali collaborazioni nei settori radio, cinema, televisione, editoria, internet, attività di formazione e coproduzioni di programmi;
- per quanto concerne le audiodescrizioni, nel 2106 il Segretariato Sociale ha audiodescritto

960 ore rispetto alle 660 ore del 2015, frutto di una sempre maggiore attenzione al tema e in linea con le direttrici di sviluppo indicate dal vigente Contratto di Servizio;

- è stato realizzato internamente un documentario di circa 30 minuti dal titolo *Come ti chiami? 7 storie sull'autismo*, avvalendosi della collaborazione del MIUR, dell'ANGSA (Associazione Genitori Soggetti Autistici) e della FIA (Federazione Italiana Autismo), con lo scopo di dare voce ai ragazzi affetti da tale disturbo e con l'obiettivo di diffondere le buone pratiche di inclusione che vengono seguite in molte scuole pubbliche del nostro Paese;
- è stato realizzato *Non solo Sport*, un progetto di comunicazione per le Paralimpiadi di Rio 2016 in virtù di un accordo di Media Partnership sottoscritto con il Comitato Italiano Paralimpico. Rai ha realizzato una serie di iniziative per dare risalto alle attività sociali che il CIP ha realizzato a Rio contestualmente allo svolgimento dei giochi. Il CIP, infatti, in accordo con l'arcidiocesi di Rio, ha sostenuto alcuni progetti inseriti nel più ampio programma di sviluppo sociale "Rio se move", promosso da organizzazioni cattoliche brasiliane. In quest'occasione, Rai è stata al fianco del CIP per la realizzazione di un video backstage delle attività sociali e sportive che si sono svolte all'interno di Casa Italia e non solo, testimoniando il valore della diversità;
- venerdì 2 dicembre 2016 presso il Centro Italiano di Studi Superiori per la Formazione e l'Aggiornamento in Giornalismo Radiotelevisivo di Perugia si è svolta la premiazione del Concorso Qualit@Digitale indetto dalla Rai. Il concorso, riservato a installatori iscritti negli albi di competenza che avessero inviato segnalazioni e suggerimenti sulla qualità tecnica del servizio Rai utili al suo miglioramento, nasce con l'obiettivo di promuovere la Cultura della Qualità tra i professionisti coinvolti nella realizzazione degli impianti per la distribuzione dei segnali radiotelevisivi. In occasione della cerimonia di premiazione, in un contesto così drammatico per il Centro Italia colpito dal terremoto, Rai ha istituito un premio speciale per offrire un ulteriore contributo per sostenere concretamente l'attività dei professionisti che operano nei territori coinvolti dal sisma.

Nel rispetto di recenti disposizioni normative, con l'obiettivo di rendere maggiormente accessibili le principali informazioni che riguardano l'Azienda e di rafforzare anche per tale via un nuovo rapporto con la collettività e tutti gli stakeholder, è stata creata una specifica area dedicata alla Trasparenza.

Il quadro normativo e regolamentare

Il 2016 è stato caratterizzato dagli interventi legislativi di disciplina del settore radiotelevisivo di seguito illustrati.

Proroga del termine della Concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale

Il nuovo Codice dei contratti pubblici (Decreto Legislativo del 18 aprile 2016, n. 50, su cui v. *infra*) è intervenuto sul tema dell'affidamento della concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale prevedendo, all'articolo 216, comma 24, che *"al fine di consentire lo svolgimento, con la più ampia partecipazione, della consultazione pubblica di cui all'articolo 5, comma 5, della Legge 28 dicembre 2015, n. 220 (Legge di riforma Rai), e nelle more dell'aggiornamento della disciplina in materia di affidamento del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale"*, il termine della concessione previsto dall'articolo 49, comma 1 del Decreto Legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (*Testo Unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*, di seguito TUSMAR) fosse prorogato dal 6 maggio 2016 al 31 ottobre 2016.

Legge 26 ottobre 2016, n. 198, recante "Istituzione del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione e deleghe al Governo per la ridefinizione della disciplina del sostegno pubblico per il settore dell'editoria e dell'emittenza radiofonica e televisiva locale, della disciplina di profili pensionistici dei giornalisti e della composizione e delle competenze del Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti. Procedura per l'affidamento in concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale"

L'art. 9 ha previsto, tra l'altro, la modifica dell'art. 49 del TUSMAR prescrivendo una nuova procedura per l'affidamento in concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, di durata decennale e preceduto da una consultazione pubblica sugli obblighi del servizio medesimo. Il medesimo art. 9, introducendo il nuovo comma 1-sexies all'art. 49 TUSMAR ha stabilito che *"Sino alla data di entrata in vigore del decreto che dispone il nuovo affidamento del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, e comunque per un periodo non superiore a novanta giorni dalla data di scadenza del rapporto concessorio, continuano a trovare applicazione, ad ogni effetto, la concessione e la relativa convenzione già in atto"*. Detto articolo ha inoltre previsto che agli Amministratori, al personale dipendente, ai collaboratori e ai consulenti del soggetto affidatario della concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, la cui prestazione professionale non sia stabilita da tariffe regolamentate, si applichi il limite retributivo, pari a Euro 240.000, fissato dall'art. 13 del

D. L. 66/2014 (convertito con L. 89/2014), precisando che, ai fini del rispetto di tale limite, non si applichino le esclusioni previste dall'art. 23-bis del D. L. 201/2011 (L. 214/2011) relative alle società emittenti strumenti finanziari quotati nei mercati regolamentati e alle loro controllate. Rai ha proceduto all'implementazione della predetta normativa – effettiva dal 15 novembre 2016 – prevedendo, relativamente ai rapporti in essere con riferimento al personale dipendente e ai collaboratori e consulenti con contratti di natura non artistica, l'applicazione della stessa a partire dalle competenze del mese di dicembre 2016. Il Consiglio di Amministrazione, all'esito delle opportune valutazioni, nella seduta del 9 novembre 2016 ha anche deliberato di richiedere all'Azionista Ministero dell'Economia e delle Finanze e al Ministero dello Sviluppo Economico un'interpretazione puntuale della norma, attraverso la formulazione di uno specifico quesito.

Decreto Legge del 30 dicembre 2016, n. 244, recante "Proroga e definizione di termini" (c.d. "mille-proroghe")

L'art. 6, comma 3, del Decreto, attraverso un intervento sul novellato art. 49, comma 1-sexies del TUSMAR ha previsto che, nelle more dell'affidamento del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale (secondo le nuove procedure introdotte dall'art. 9 della L. 198/2016, nel quadro degli interventi già introdotti dalla L. 220/2015), e comunque per un periodo non superiore a centottanta giorni dal 31 ottobre 2016 (e cioè fino al 29 aprile 2017), continuano a trovare applicazione, ad ogni effetto, la concessione e la convenzione in atto, così prorogando, per il caso in cui non si addivenga prima al nuovo affidamento con Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, la vigenza dell'attuale concessione a Rai del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale.

Attuazione della Legge 28 dicembre 2015, n. 220 (Riforma della Rai e del Servizio Pubblico radiotelevisivo)

a) Consultazione pubblica CAMBIERAI e rinnovo del Contratto di Servizio

La Legge 28 dicembre 2015, n. 220 ha previsto lo svolgimento di una consultazione pubblica sugli obblighi del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale in vista dell'affidamento della concessione del servizio medesimo. Tale consultazione è terminata il 30 giugno scorso ed è stata presentata alla Camera dei Deputati il 27 luglio 2016.

Con riferimento al rinnovo del Contratto di Servizio tra Ministero dello Sviluppo Economico (di seguito MISE) e Rai, la medesima Legge ha stabilito che, in sede di prima applicazione, lo schema del nuovo contratto dovrà essere trasmesso dal Dicastero alla

Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, per il prescritto parere, entro sei mesi dall'affidamento della concessione; a regime, almeno sei mesi prima della scadenza del contratto vigente.

La stipula del Contratto nazionale di Servizio – di durata quinquennale e non più triennale – dovrà avvenire previa delibera del Consiglio dei Ministri recante gli indirizzi per l'emanazione delle linee guida (assunte d'intesa tra l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e il MISE) sul contenuto degli ulteriori obblighi del Servizio Pubblico generale radiotelevisivo.

b) Elenco degli ospiti partecipanti alle trasmissioni

La Società ha inoltre emanato indicazioni operative in ottemperanza al nuovo comma 12-ter dell'art. 49 TUSMAR, introdotto dalla Legge 220/2015, che ha previsto in capo al Consiglio di Amministrazione l'obbligo di riferire semestralmente alla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, prima dell'approvazione del bilancio, sulle attività svolte dalla Rai, consegnando l'elenco completo dei nominativi degli ospiti partecipanti alle trasmissioni.

Copertura del costo di fornitura del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale e determinazione della misura dei canoni di abbonamento alle radiodiffusioni – Decreto del Ministro dello Sviluppo Economico del 13 maggio 2016, n. 94, "Regolamento recante attuazione dell'articolo 1, comma 154, della Legge 28 dicembre 2015, n. 208 – (Canone Rai in bolletta)" – Provvedimenti dell'Agenzia delle Entrate – D. L. 17 ottobre 2016, n. 189 (Interventi urgenti in favore delle popolazioni colpite dagli eventi sismici del 2016) – Legge di Bilancio per il 2017

Com'è noto, la Legge 28 dicembre 2015, n. 208 (Legge di stabilità 2016) ha fissato in Euro 100,00 per il 2016 la misura del canone di abbonamento alle radioaudizioni per uso privato (art. 1, comma 152) e ha introdotto una nuova presunzione di detenzione di un apparecchio atto o adattabile alla ricezione delle radioaudizioni, che opera in caso di esistenza di un'utenza per la fornitura di energia elettrica nel luogo in cui un soggetto ha la sua residenza anagrafica.

Allo scopo di superare dette presunzioni (con conseguente non addebitabilità del canone), a decorrere dall'anno 2016 è ammessa esclusivamente una dichiarazione ai sensi dell'articolo 47 del Decreto del Presidente della Repubblica del 28 dicembre 2000, n. 445, da presentarsi all'Agenzia delle Entrate con le modalità definite con provvedimento del Direttore della stessa (adottato il 24 marzo 2016 e recante "Definizione delle modalità e dei termini di presentazione della dichiarazione sostitutiva relativa al canone di abbonamento alla televisione per uso

privato ai sensi dell'articolo 1, comma 153, lettera a), della Legge 28 dicembre 2015, n. 208, e approvazione del relativo modello", successivamente modificato con provvedimento del 21 aprile 2016). In attuazione dell'art. 1, comma 154 della Legge di Stabilità – che ha delegato ad un Decreto del Ministro dello Sviluppo Economico la determinazione, tra l'altro, dei termini e delle modalità per il riversamento all'Erario, da parte delle imprese elettriche, degli importi (suddivisi in dieci rate mensili) riscossi a titolo di canone e addebitati nelle fatture emesse dalle aziende erogatrici, nonché le misure tecniche attuative – il decreto del Ministro dello Sviluppo Economico del 13 maggio 2016, n. 94, "Regolamento recante attuazione dell'articolo 1, comma 154, della Legge 28 dicembre 2015, n. 208 – (Canone Rai in bolletta)" ha delineato gli snodi procedurali e temporali connessi alle nuove modalità di pagamento dell'imposta, occupandosi tra l'altro:

- dell'allineamento delle banche dati fra i "soggetti rilevanti" nel meccanismo di riscossione (Acquirente Unico SpA, Agenzia delle Entrate, imprese elettriche);
- dell'addebito del canone nelle fatture emesse dall'impresa elettrica e del successivo riversamento all'Erario dei canoni incassati da parte dei fornitori di energia (entro il giorno 20 del mese successivo a quello di incasso e, comunque, entro il 20 dicembre di ciascun anno con riferimento all'intero canone riscosso);
- delle modalità di comunicazione, da parte di Acquirente Unico SpA e delle imprese elettriche e nei confronti dell'Agenzia delle Entrate, dei dati utili ai fini del controllo;
- delle dichiarazioni, dei reclami e dei rimborsi delle somme non dovute, da effettuarsi con le modalità definite con provvedimento del Direttore dell'Agenzia delle Entrate (emanato il 2 agosto 2016 e recante "Definizione delle modalità di presentazione dell'istanza di rimborso del canone di abbonamento alla televisione per uso privato, pagato a seguito di addebito nelle fatture emesse dalle imprese elettriche ma non dovuto, e approvazione del relativo modello");
- dei profili di privacy e degli adempimenti in capo alle imprese elettriche.

L'art. 1, comma 40 della Legge 11 dicembre 2016, n. 232 (Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2017 e bilancio pluriennale per il triennio 2017-2019) ha successivamente previsto, per l'anno 2017, la riduzione a Euro 90,00 della misura del canone di abbonamento alla televisione per uso privato.

L'art. 14 (Proroga di termini relativi a interventi emergenziali), comma 2 del Decreto Legge del 30 dicembre 2016, n. 244 (c.d. "mille-proroghe") ha disposto, con riferimento ai Comuni individuati ai sensi del D. L. 17 ottobre 2016, n. 189 (Interventi urgenti in favore delle popolazioni colpite dagli eventi sismici del 2016) convertito, con modificazioni, dalla Legge 15 dicembre 2016, n. 229 e limitatamente ai soggetti danneggiati che dichiarino l'inagibilità del fabbricato, casa di

abitazione, studio professionale o azienda, l'ulteriore proroga di sei mesi della sospensione temporanea dei termini di pagamento delle fatture (relative, tra gli altri, ai settori dell'energia elettrica e della radiotelevisione pubblica), già disposta dall'art. 48, comma 2 del predetto D. L. 189/2016.

Decreto Legislativo 18 aprile 2016, n. 50, recante "Attuazione delle direttive 2014/23/UE, 2014/24/UE e 2014/25/UE sull'aggiudicazione dei contratti di concessione, sugli appalti pubblici e sulle procedure d'appalto degli enti erogatori nei settori dell'acqua, dell'energia, dei trasporti e dei servizi postali, nonché per il riordino della disciplina vigente in materia di contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture"

Il 19 aprile 2016 è entrato in vigore il nuovo Codice dei contratti pubblici che, attuando la Legge delega n. 11 del 28 gennaio 2016, ha tra l'altro abrogato il previgente Codice (di cui al Decreto Legislativo 12 aprile 2006, n. 163).

Rai sta adeguando le proprie procedure interne alle normative di riferimento per l'affidamento dei contratti pubblici, sia nel settore c.d. ordinario, sia nei settori che sono – per espressa previsione legislativa – esclusi dall'applicazione del Codice dei contratti pubblici, in particolare – con riferimento a questi ultimi – procedendo con la previsione di nuovi criteri e procedure di affidamento dei contratti di cui all'art. 49-ter TUSMAR.

Infatti, l'art. 49-ter, comma 1, del TUSMAR, introdotto dalle Legge di riforma della Rai, prevede che i contratti conclusi dalla Rai e dalle società da essa interamente partecipate aventi per oggetto l'acquisto, lo sviluppo, la produzione o la coproduzione e la commercializzazione di programmi radiotelevisivi e di opere audiovisive e le relative acquisizioni di tempo di trasmissione siano esclusi, ai sensi dell'art. 19 del D. Lgs. 12 aprile 2006, n. 163 (ora art. 17 del nuovo Codice), dall'applicazione della disciplina dettata dal codice dei contratti pubblici e che essi non siano soggetti all'obbligo procedurale dell'invito ad almeno cinque concorrenti previsto dall'art. 27, comma 1, secondo periodo del citato decreto n. 163 (procedura non più prevista dall'attuale Codice), fermo comunque restando il rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità (ai sensi dell'attuale art. 4).

Il successivo comma 2 dell'art. 49-ter TUSMAR stabilisce poi che i contratti conclusi dalla Rai e dalle società da essa interamente partecipate aventi ad oggetto lavori, servizi e forniture collegati, connessi o funzionali ai contratti individuati al periodo precedente, di importo inferiore alle soglie di rilevanza comunitaria, non siano soggetti agli obblighi procedurali per essi previsti dal codice dei contratti pubblici, fermo restando l'obbligo di affidamento nel rispetto dei sopra citati principi di matrice comunitaria.

Il D. Lgs. n. 50/2016 ha armonizzato le previsioni legislative con norme di coordinamento. Infatti, l'art. 216, al comma 24 stabilisce altresì espressamente che "All'articolo 49-ter del Decreto Legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e successive modificazioni, il rinvio agli articoli 19 e 27, comma 1, e alla disciplina del Codice dei contratti pubblici di cui al Decreto Legislativo 12 aprile 2006, n. 163, si intende riferito, rispettivamente, agli articoli 17 (n.d.r.: relativo agli appalti ed alle concessioni esclusi dall'applicazione del Codice e in buona parte coincidenti con i contratti di cui all'art. 19 del previgente D. Lgs. n. 163/2006), 4 (n.d.r.: che impone il rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, proporzionalità, pubblicità, tutela dell'ambiente ed efficienza energetica nell'affidamento dei contratti esclusi) e alla disciplina del presente codice".

Nelle more dell'adeguamento delle procedure aziendali, Rai continua ad applicare le vigenti Istruzioni Interne per l'affidamento dei contratti pubblici approvate dal Consiglio di Amministrazione nel novembre 2014, in quanto comunque compatibili con l'attuale quadro normativo.

Provvedimenti attuativi della Legge 124/2015 "Deleghe al Governo in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche" (c.d. Legge Madia)

a) Decreto Legislativo 25 maggio 2016, n. 97, recante "Revisione e semplificazione delle disposizioni in materia di prevenzione della corruzione, pubblicità e trasparenza, correttivo della Legge 6 novembre 2012, n. 190 e del Decreto Legislativo 14 marzo 2013, n. 33, ai sensi dell'articolo 7 della Legge 7 agosto 2015, n. 124, in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche"

Il Decreto Legislativo in oggetto, adottato in attuazione della delega contenuta nell'art. 7 della Legge 124/2015, provvede alla revisione e alla semplificazione delle disposizioni in materia di prevenzione della corruzione, pubblicità e trasparenza.

L'art. 3 del predetto Decreto, in particolare, ha inserito, dopo l'art. 2 del D. Lgs. n. 33 del 2013, il nuovo articolo 2-bis (*Ambito soggettivo di applicazione*), il cui comma 2 stabilisce che la medesima disciplina prevista per le pubbliche amministrazioni si applichi anche, in quanto compatibile, alle società in controllo pubblico come definite dal D. Lgs. 19 agosto 2016, n. 175, recante "Testo unico in materia di società a partecipazione pubblica" (come si dirà in vigore dal 23 settembre 2016 e su cui v. il paragrafo successivo), escludendo comunque le società quotate, come anch'esse definite dal medesimo Testo Unico, tra cui, in quanto emittente strumenti

finanziari quotati, Rai e le società dalla stessa controllate.

Per quanto riguarda l'attività di pubblico interesse svolta da Rai in quanto società concessionaria del Servizio Pubblico radiotelevisivo, gli obblighi di trasparenza previsti dal D. Lgs. n. 97/2016 per le società in partecipazione pubblica che gestiscono pubblici servizi sono specificatamente disciplinati all'interno della Legge di riforma (n. 220/2015). Inoltre, l'art. 41 del Decreto Legislativo ha modificato l'articolo 1 della Legge n. 190 del 2012 con l'inserimento del comma 2-bis, ai sensi del quale il Piano nazionale anticorruzione rappresenta l'atto di indirizzo, oltre che per le P.P.A.A. (ai fini dell'adozione dei propri piani triennali di prevenzione della corruzione), per gli altri soggetti di cui al sopra illustrato art. 2-bis, comma 2, del D. Lgs. n. 33/2013, ai fini dell'adozione di misure di prevenzione della corruzione integrative di quelle adottate ai sensi del Decreto Legislativo 8 giugno 2001, n. 231.

b) Decreto Legislativo 19 agosto 2016, n. 175, recante "Testo unico in materia di società a partecipazione pubblica"

Il Decreto Legislativo in oggetto, in vigore dal 23 settembre 2016, provvede al riordino – in attuazione della delega prevista dall'art. 18 della Legge 124/2015, "Deleghe al Governo in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche" (c.d. Legge Madia) – della disciplina delle partecipazioni societarie delle amministrazioni pubbliche.

Le disposizioni normative in argomento non trovano applicazione per le società quotate, tra cui rientrano le società a partecipazione pubblica che hanno emesso, alla data del 31 dicembre 2015, strumenti finanziari, diversi dalle azioni, quotati in mercati regolamentati (come Rai) e le società partecipate dalle stesse (come le società del Gruppo Rai) (art. 1, comma 5). L'art. 1, comma 4 del Decreto fa poi salve le specifiche disposizioni, contenute in leggi o regolamenti governativi o ministeriali, che disciplinano società a partecipazione pubblica di diritto singolare costituite per l'esercizio della gestione di servizi di interesse generale o di interesse economico generale o per il perseguimento di una specifica missione di pubblico interesse.

Si applicano, poiché espressamente previsto, alle società quotate, fermo restando quanto previsto dal citato art. 1, comma 4, le previsioni di cui agli artt. 8 (in materia di acquisto, da parte di pubbliche amministrazioni, di partecipazioni in società già costituite e quotate, unicamente nei casi in cui l'operazione comporti l'acquisto della qualità di socio) e l'art. 9 (in materia di gestione delle partecipazioni pubbliche, esercizio dei diritti del socio pubblico, patti parasociali, decorrenza dell'efficacia degli atti di nomina e di revoca degli organi sociali da parte del socio pubblico) del decreto.

Nuova disciplina sugli abusi di mercato (Regolamento UE n. 596/2014 e relativi Regolamenti di esecuzione. Direttiva n. 57/2014)

Il Regolamento n. 596/2014 sugli abusi di mercato, applicabile agli strumenti finanziari ammessi alla negoziazione su un mercato regolamentato di uno Stato membro (e, pertanto, anche al prestito obbligazionario emesso da Rai) e i relativi Regolamenti di esecuzione, unitamente alla Direttiva n. 57/2014 sulle sanzioni penali applicabili in materia di abusi di mercato hanno sostituito, nel corso del 2016, le disposizioni della Direttiva n. 6/2003 (c.d. "Direttiva abusi di mercato") e le correlate direttive attuative.

Nel mese di febbraio 2017 il Consiglio di amministrazione della Società ha proceduto all'approvazione del "Regolamento per la gestione delle informazioni privilegiate e delle operazioni di internal dealing, la tenuta del registro insiders e dell'elenco delle persone che esercitano funzioni di amministrazione, di controllo o di direzione e delle persone a loro strettamente associate", adottato in esecuzione del descritto quadro normativo. In particolare, è in corso l'aggiornamento del Registro delle persone aventi accesso alle informazioni privilegiate e del relativo Regolamento.

Decreto Legislativo 17 luglio 2016, n. 135, recante "Attuazione della direttiva 2014/56/UE che modifica la Direttiva 2006/43/CE concernente la revisione legale dei conti annuali e dei conti consolidati" - Revisione legale dei conti

Il Decreto Legislativo 17 luglio 2016, n. 135, recante "Attuazione della Direttiva 2014/56/UE che modifica la Direttiva 2006/43/CE concernente la revisione legale dei conti annuali e dei conti consolidati" ha modificato in più punti il Testo Unico sulla revisione legale dei conti (D. Lgs. 27 gennaio 2010, n. 39) ed in particolare il relativo Capo V dedicato alle disposizioni speciali riguardanti, tra l'altro, gli Enti di Interesse Pubblico, nel cui novero sono ricomprese le società italiane emittenti valori mobiliari ammessi alla negoziazione su mercati regolamentati italiani e dell'Unione Europea, come Rai (si veda il successivo paragrafo in merito all'affidamento dell'incarico di revisione legale).

Decreto del Ministro dell'Economia e delle Finanze, di concerto con il Ministro dello Sviluppo Economico del 19 luglio 2016, recante "Individuazione dei media specializzati ai fini della pubblicità di giochi con vincite in denaro"

Il Decreto rappresenta una misura attuativa della Legge di Stabilità 2016 e, in particolare, del relativo art. 1, comma 939 che, nel vietare la pubblicità di giochi con vincite in denaro nelle trasmissioni radiofoniche e televisive generaliste dalle ore 7:00 alle ore 22:00 di ogni giorno ha previsto, tra l'altro,

l'esclusione dal divieto dei media specializzati individuati con Decreto del Ministro dell'Economia e delle Finanze, di concerto con il Ministro dello Sviluppo Economico.

L'art. 2 del Decreto reca la definizione di "media specializzati", cui non possono in alcun caso essere ricondotti i canali televisivi o radiofonici, diffusi mediante qualsiasi rete di comunicazione elettronica, indirizzati in via esclusiva o prevalente ad un pubblico di minori.

Dal gennaio 2016, Rai ha sospeso la pianificazione di pubblicità tabellare dei giochi con vincita in denaro tra le ore 7:00 e le 22:00.

Piano Nazionale Anticorruzione 2016

Con delibera n. 831 del 3 agosto 2016 l'Autorità Nazionale Anticorruzione ha definitivamente approvato il Piano Nazionale Anticorruzione 2016, che costituisce il primo PNA adottato dall'ANAC a seguito della riforma del D. L. 90/2014.

Legge 12 agosto 2016, n. 170, recante delega al Governo per il recepimento delle Direttive europee e l'attuazione di altri atti dell'Unione Europea (Legge di delegazione europea 2015)

L'articolo 20 della Legge ha delegato il Governo all'attuazione della Direttiva 2014/26/UE sulla gestione collettiva dei diritti d'autore e dei diritti connessi e sulla concessione di licenze multi-territoriali per i diritti su opere musicali per l'uso online nel mercato interno, dettando specifici principi e criteri direttivi con particolare riferimento all'ordinamento e al funzionamento della Società italiana degli autori ed editori (SIAE) e degli altri organismi di gestione collettiva dei diritti, volti al miglioramento degli standard di governance e di trasparenza, efficienza e rappresentatività, attraverso una puntuale disciplina degli obblighi informativi e dei meccanismi di controllo di quanto amministrato per conto dei titolari dei diritti.

Con riguardo agli utilizzatori, i citati principi prevedono che essi siano obbligati a presentare alla SIAE e agli altri organismi di gestione collettiva, nel rispetto delle tempistiche richieste, rapporti periodici di utilizzo accurati, predisposti sulla base di un modello tipizzato, nonché ogni informazione necessaria relativa alle utilizzazioni oggetto delle licenze o dei contratti; in caso di violazione di tale obbligo, dovranno essere previste sanzioni amministrative, fermo restando il diritto alle azioni civili.

Inclusione di Rai nell'elenco ISTAT

Nella G.U. del 30 settembre 2016 è stato pubblicato l'elenco delle amministrazioni pubbliche inserite nel conto economico consolidato, individuate ai sensi dell'articolo 1, comma 3, della Legge 31 dicembre 2009, n. 196 (*Legge di contabilità e di finanza pubblica*) e s.m.i. che concorrono al perseguimento degli obiettivi di finanza pubblica e ne condividono le conseguenti responsabilità,

essendo soggette all'applicazione delle disposizioni in materia di finanza pubblica.

Rai, per la prima volta è stata inclusa in detto Elenco, nella sezione "Amministrazioni centrali - Enti produttori di servizi assistenziali, ricreativi e culturali".

Con nota del 15 dicembre 2016 il Dipartimento della Ragioneria Generale dello Stato del Ministero dell'Economia e delle Finanze ha comunicato a Rai la condivisione del criterio adottato dall'organo gestorio della Società nella seduta del 19 ottobre 2016 e relativo all'individuazione della tempistica di riferimento (a partire dal 1° gennaio 2017) per l'applicazione del complesso delle disposizioni normative previste dalla legislazione vigente a carico dei soggetti inclusi nell'elenco redatto dall'ISTAT.

Successivamente, l'art. 6, comma 4 del Decreto Legge del 30 dicembre 2016, n. 244, recante "*Proroga e definizione di termini*" (c.d. "mille-proroghe") ha differito al 1° gennaio 2018 la produzione degli effetti nei confronti di Rai delle norme finalizzate al contenimento di spesa in materia di gestione, organizzazione, contabilità, finanza, investimenti e disinvestimenti, previste dalla legislazione vigente a carico dei soggetti inclusi nell'elenco redatto dall'ISTAT, precisando che restano ferme le prescrizioni di cui all'articolo 49, commi 1-ter e 1-quater TUSMAR, in materia di limiti massimi retributivi.

Legge 14 novembre 2016, n. 220 – Disciplina del cinema e dell'audiovisivo

Il provvedimento – il cui termine di raffronto è costituito, principalmente, dal Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 28 (*Riforma della disciplina in materia di attività cinematografiche, a norma dell'articolo 10 della Legge 6 luglio 2002, n. 137*), abrogato a decorrere dal 1° gennaio 2017 – nel definire i principi fondamentali dell'intervento pubblico a sostegno del cinema e dell'audiovisivo, attività di rilevante interesse generale, disciplina i compiti dello Stato e delle Regioni ed è volto a riformare e razionalizzare, anche attraverso deleghe al Governo, la normativa in diverse materie, tra cui quella della promozione delle opere europee da parte dei fornitori di servizi di media audiovisivi. L'art. 5 della Legge delinea i requisiti di attribuzione della nazionalità italiana alle opere cinematografiche e audiovisive, parametro fondamentale cui è ancorata la possibilità di ottenere i contributi previsti, in particolare, dal Capo III (artt. 12-27) della Legge, dedicato alle diverse misure di finanziamento e fiscalità a sostegno del settore cinematografico e audiovisivo (tra cui crediti d'imposta e contributi automatici e selettivi). L'art. 13 ha istituito, a decorrere dall'anno 2017, il Fondo per lo sviluppo degli investimenti nel cinema e nell'audiovisivo, alimentato attraverso una percentuale delle entrate derivanti dal versamento, nell'anno precedente, delle imposte IRES e IVA da parte dei soggetti che operano nei settori rilevanti.

Corporate governance

Modifiche statutarie – Regolamento dei lavori del Consiglio di Amministrazione – Delega della supervisione delle attività di controllo interno alla Presidente

In ottemperanza alle innovazioni in materia di governance previste dalla Legge di riforma della Rai 28 dicembre 2015 n. 220 (e alle prescrizioni disciplinanti la fase transitoria) la Società ha predisposto due distinti statuti, approvati dapprima dall'organo gestorio in data 26 gennaio 2016 e poi dall'Assemblea Straordinaria degli Azionisti il successivo 3 febbraio 2016: il primo (Statuto "A"), che accoglie gli adeguamenti introdotti dalla Legge di riforma immediatamente applicabili, efficace fino al primo rinnovo del Consiglio di Amministrazione successivo alla data di entrata in vigore della medesima Legge; il secondo (Statuto "B"), che recepisce per intero il nuovo assetto di governance con riferimento alla composizione e nomina dell'organo consiliare e alla previsione dell'Amministratore Delegato, con efficacia differita a decorrere dal primo rinnovo del Consiglio successivo alla data di entrata in vigore della predetta Legge di riforma.

Nella seduta del Consiglio di Amministrazione di Rai del 3 febbraio 2016, in relazione al riformato quadro normativo e statutario, è stato dato atto del nuovo assetto dei poteri di governo dell'azienda (compiti del Consiglio di Amministrazione, del Direttore Generale) ed è stato approvato il testo del Regolamento dei lavori del Consiglio di Amministrazione; con la delibera del 16 marzo 2016, il Consiglio (tenuto conto della delibera dell'Assemblea del 10 marzo) ha delegato alla Presidente la supervisione delle attività di controllo interno.

Affidamento dell'incarico di revisione legale dei conti per gli esercizi 2015-2023

L'Assemblea Generale Ordinaria degli Azionisti Rai nella adunanza del 10 marzo 2016, preso atto che a partire dal 28 maggio 2015, data di quotazione sul mercato regolamentato irlandese del prestito obbligazionario emesso in esito alla positiva deliberazione assembleare del 25 marzo 2015, Rai ha acquisito lo status di Ente di Interesse Pubblico (EIP) ai sensi dell'art. 16 del D. Lgs. 39/2010, ha approvato la proposta motivata del Collegio Sindacale relativa all'affidamento dell'incarico di revisione legale dei conti per gli esercizi 2015-2023 alla società PricewaterhouseCoopers.

Adozione del Piano per la Trasparenza e la Comunicazione Aziendale da parte di Rai e pubblicazione dei dati sul sito internet della Società

Con delibera del Consiglio di Amministrazione del 26 maggio 2016 è stato approvato il Piano per la Trasparenza e la Comunicazione Aziendale di Rai SpA, in attuazione dell'art. 49, comma 10, lett. g) TUSMAR, così come modificato dall'art. 2 della Legge di riforma della Rai.

Attraverso il Piano la Società ha superato, a partire dal 23 giugno 2016 (data dell'entrata in vigore del D. Lgs. 25 maggio 2016, n. 97) il precedente Programma Triennale per la Trasparenza e l'Integrità.

Il Piano contiene le modalità con cui sono rese conoscibili le attività complessivamente svolte dal Consiglio di Amministrazione, nonché i criteri e le modalità di determinazione e aggiornamento (secondo tempistiche diversificate e precisamente individuate) dei dati, dei documenti e delle informazioni, oggetto di pubblicazione nella sezione dedicata del sito internet aziendale. Il documento rappresenta anche lo strumento per la comunicazione aziendale verso chiunque abbia interesse a conoscere l'attività svolta da Rai e prevede la pubblicazione, nella sezione "Corporate - Trasparenza" del sito internet aziendale, dei dati e delle informazioni relativi alla Concessionaria del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale previsti dalla Legge di riforma.

Adeguamento del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo

In conseguenza delle intervenute novità normative e dei mutamenti dell'assetto organizzativo e societario di Rai, il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, ex D. Lgs. n. 231/2001, è attualmente in fase di aggiornamento.

Relazione sul governo societario - il Modello di Control Governance di Rai e il Sistema di Controllo Interno e Gestione dei Rischi

Il Sistema di Controllo Interno e Gestione dei Rischi (SCIGR) è *"l'insieme di strumenti, strutture organizzative, norme e regole aziendali volte a consentire una conduzione dell'impresa sana, corretta e coerente con gli obiettivi aziendali definiti dal Consiglio di Amministrazione, attraverso un adeguato processo di identificazione, misurazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi, così come attraverso la strutturazione di adeguati flussi informativi volti a garantire la circolazione delle informazioni"*.

Il Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi di Rai è integrato nei più generali assetti organizzativi e di governo Societario ed è strutturato su 3 ruoli, rappresentati nello schema nella pagina seguente.

Un efficace SCIGR favorisce l'assunzione di decisioni consapevoli e concorre ad assicurare la salvaguardia del patrimonio sociale, l'efficienza e l'efficacia dei processi aziendali, l'affidabilità dell'informativa finanziaria, il rispetto di leggi e regolamenti, dello Statuto Sociale e degli strumenti normativi interni.

Anche se complessivamente adeguato e funzionante, il Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi può fornire solo una "ragionevole sicurezza" sulla realizzazione degli obiettivi aziendali.

Rai utilizza il CoSO Report quale framework di riferimento, internazionalmente riconosciuto, per l'implementazione, l'analisi e la valutazione del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi.

Le attività di controllo interno del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi di Rai si articolano quindi su 3 livelli:

- I livello: Management;
- Il livello: Responsabile per la Prevenzione della Corruzione (RPC) e Management con funzioni di monitoraggio – es. Pianificazione e Controllo, Risk Management etc.;
- III livello: Internal Auditing.

Gli Attori del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi di Rai SpA, cui sono attribuiti specifici ruoli e responsabilità, sono pertanto i seguenti:

- Consiglio di Amministrazione;
- Presidente del Consiglio di Amministrazione;
- Direttore Generale;
- Management;
- Collegio Sindacale, Società di Revisione e Magistrato della Corte dei Conti;
- Organismo di Vigilanza ex D. Lgs. 231/01;
- Dirigente Preposto;
- Internal Auditing;
- Commissione Stabile per il Codice Etico;

- Responsabile della Prevenzione della Corruzione (RPC);
- Responsabile per la Trasparenza/Titolare Potere Sostitutivo.

Il Consiglio di Amministrazione ha un ruolo di assoluta centralità nel Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi in quanto definisce le linee fondamentali dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile e le linee di indirizzo del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi in modo che i principali rischi afferenti alla Società risultino correttamente identificati, misurati, gestiti e monitorati.

Il Presidente opera nell'ambito delle attribuzioni previste dalla legge, dallo Statuto sociale, dal sistema di governance aziendale e dalle deleghe affidate ed è incaricato, tra l'altro, di presiedere e coordinare i lavori del Consiglio di Amministrazione. In relazione alle deleghe previste dalla Legge di Riforma Rai n. 220 del 2015, è stata conferita al Presidente la delega relativa alla supervisione delle attività in materia di controllo interno, fermo restando il riporto gerarchico della Direzione Internal Auditing, nel rispetto della Delibera consiliare approvata il 16 marzo 2016 con parere favorevole dell'azionista.

Il Direttore Generale è incaricato di sovrintendere alla funzionalità del Sistema di Controllo Interno, dando esecuzione alle linee di indirizzo definite dal Consiglio di Amministrazione. Il Direttore Generale provvede alla progettazione, realizzazione e gestione del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi, verificandone costantemente l'adeguatezza complessiva, l'efficacia e l'efficienza.

Il Management, nell'ambito delle funzioni ricoperte e nel conseguimento dei correlati obiettivi, garantisce nel tempo il corretto disegno e l'efficace operatività del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi. A tal fine, anche in funzione dei rischi gestiti, istituisce specifiche attività di controllo e processi di monitoraggio idonei ad assicurare l'efficacia e l'efficienza del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi e a prevenire e individuare irregolarità e/o atti fraudolenti.

Il Collegio Sindacale, ai sensi dell'art. 2403 del Codice Civile, come modificato dalla riforma del Diritto Societario, vigila sull'osservanza della legge, dello Statuto e sul rispetto dei principi di corretta amministrazione. Il Collegio vigila, in particolare, sull'efficacia del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi e sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile adottato dalla Società e sul suo concreto funzionamento.

La revisione legale dei conti è svolta ai sensi dell'art. 2409-bis del Codice Civile ed è

affidata a una Società di revisione iscritta all'apposito registro. Più precisamente, a seguito della quotazione sul mercato regolamentato irlandese di un prestito obbligazionario, Rai, a partire dal 28 maggio 2015, ha acquisito lo status di Ente di Interesse Pubblico (EIP) ai sensi dell'art. 16 del D. Lgs. 39/2010. Si applica pertanto, in materia di revisione, l'articolo 17, comma 1, il quale dispone che "l'incarico di revisione legale ha la durata di nove esercizi per le società di revisione". L'Assemblea degli Azionisti della Rai, nella seduta del 10 marzo 2016, preso atto della proposta del Collegio Sindacale, ha deliberato di riallineare l'incarico alla PricewaterhouseCoopers SpA per gli esercizi 2015-2023.

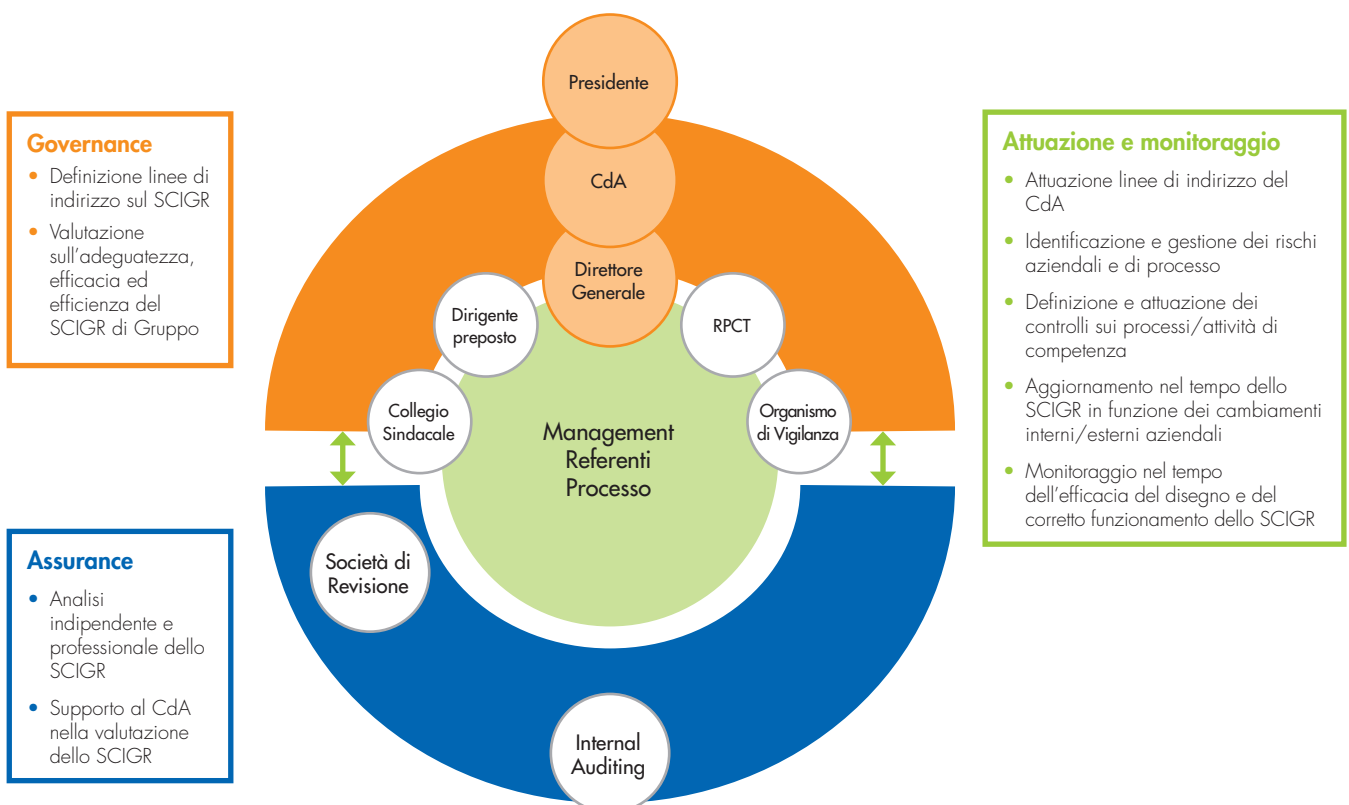
Inoltre, la Rai è tenuta a predisporre una contabilità separata dei ricavi derivanti dal gettito del canone e degli oneri sostenuti nell'anno solare precedente per la fornitura del servizio pubblico, sulla base dello schema approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM). Il controllo della contabilità separata di Rai viene effettuato, ai sensi dell'articolo 47 del D. Lgs. 177/2005 (Testo Unico - dei servizi di media audiovisivi e radiofonici - TUSMAR), da una Società di revisione che viene scelta dalla AGCOM, tra quelle iscritte nell'apposito albo

speciale tenuto presso la Consob ma diversa da quella incaricata della revisione legale del bilancio separato. L'Assemblea degli Azionisti, in conformità alla scelta effettuata da AGCOM e all'esito di gara, ha nominato, in data 17 novembre 2011, la Società di revisione Mazars SpA (ora BDO Italia SpA) per il periodo 2010-2018.

Inoltre, la gestione finanziaria di Rai SpA è sottoposta, dal 2010, al controllo della Corte dei Conti, che, ai sensi dell'art.12 della Legge 21 marzo 1958, n. 259, riferisce alle Presidenze delle due camere del Parlamento il risultato dei controlli eseguiti.

A tal fine, un Magistrato della Corte dei Conti assiste alle riunioni del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale di Rai SpA.

Rai SpA ha aderito alla normativa ex D. Lgs. 231/2001 in materia di responsabilità amministrativa degli enti, adottando il previsto Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo. Il Consiglio di Amministrazione Rai SpA adegua il Modello in funzione del progressivo ampliamento del campo di applicazione della normativa a nuove fattispecie di reato e delle modifiche organizzative che si succedono nel tempo. L'Organismo di Vigilanza vigila sul funzionamento e l'osservanza del Modello,



verificando la sua adeguatezza, ossia l' idoneità a prevenire i comportamenti illeciti, la sua attuazione e il suo aggiornamento. Con delibera del Consiglio di Amministrazione del 24 settembre 2015, è stato nominato l' Organismo di Vigilanza di Rai SpA in carica. L' Organismo riferisce periodicamente in merito alle attività di propria competenza nei confronti del Consiglio di Amministrazione, del Presidente, del Direttore Generale e del Presidente del Collegio Sindacale di Rai SpA.

Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari predispone adeguate procedure amministrative e contabili per la formazione del bilancio d' esercizio e del bilancio consolidato, nonché di ogni altra comunicazione di carattere finanziario, con specifici compiti e responsabilità previsti dalla Legge. L' art. 30 dello Statuto di Rai SpA prevede che il Consiglio di Amministrazione nomini, previo parere obbligatorio del Collegio Sindacale, per un periodo non inferiore alla durata in carica del Consiglio stesso e non superiore a sei esercizi, il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari di cui all' art. 154-bis del Testo Unico delle disposizioni in materia finanziaria. In ottemperanza a tale disposizione, il Consiglio di Amministrazione di Rai SpA ha nominato il Dirigente preposto.

Con apposita determinazione, il Direttore Generale ha approvato – dandone informativa al Consiglio di Amministrazione nella seduta del 25 gennaio 2017, anche in funzione della relativa attività di vigilanza in materia – il Regolamento del Dirigente Preposto della Società recante, nel rispetto delle previsioni di legge e dello Statuto per quanto riguarda obblighi e adempimenti, indicazioni operative di carattere generale in relazione allo svolgimento delle attività del Dirigente Preposto.

Internal Auditing

Le finalità, l' ambito di intervento e le modalità di funzionamento dell' Internal Audit sono definite nelle *Linee di indirizzo sulle attività di Internal Auditing* (c.d. Audit Charter) approvate, da ultimo, dal Consiglio di Amministrazione a luglio 2015 in linea con le *best practice* di riferimento.

L' Internal Auditing – a cui sono assicurati poteri e mezzi atti a garantire l' adeguato esercizio delle proprie funzioni in piena indipendenza operativa, anche in termini di autonomia di spesa, disponibilità di risorse quantitativamente adeguate e professionalmente competenti e accesso alle informazioni, ai dati, agli archivi e ai beni della Società e delle sue controllate – svolge gli interventi di audit in esecuzione del Piano annuale di attività elaborato con un approccio *risk based*.

La Direzione non è responsabile di alcuna attività operativa ed è posta alle dirette dipendenze del Presidente del CdA e funzionalmente del Direttore Generale in quanto questi è incaricato dal CdA di Rai SpA dell' istituzione e mantenimento di un efficace Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi. Tale modello organizzativo assicura un' attività indipendente e obiettiva, finalizzata al miglioramento dell' efficacia e dell' efficienza dell' organizzazione. Inoltre, la Direzione assiste l' organizzazione nel perseguimento dei propri obiettivi tramite un approccio professionale sistematico, che genera valore aggiunto in quanto finalizzato a valutare e migliorare i processi di controllo, di gestione dei rischi e di Corporate Governance.

I principali compiti dell' Internal Auditing sono:

- valutare, con i limiti propri degli strumenti di indagine a disposizione, l' operatività e l' adeguatezza del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi, sia in via continuativa sia in relazione a specifiche necessità e di fornire valutazioni e raccomandazioni al fine di promuoverne l' efficienza e l' efficacia;
- fornire supporto specialistico al management in materia di Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi al fine di favorire l' efficacia, l' efficienza e l' integrazione dei controlli nei processi aziendali e promuovere il costante miglioramento della governance e del risk management.

La responsabilità del corretto disegno e dell' efficace funzionamento nel tempo del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi, della definizione degli obiettivi aziendali e di processo, della prevenzione e individuazione di irregolarità, nonché della corrispondenza delle modalità di gestione dei rischi con i piani di contenimento definiti, è propria del management, ossia dei responsabili della gestione.

La Direzione Internal Auditing:

- predispone il Piano di Audit annuale, approvato dal Presidente del CdA previa condivisione con il Direttore Generale, sulla base di una proposta elaborata dal Direttore Internal Auditing. Il Piano di Audit è oggetto di informativa al CdA Rai da parte del Presidente del CdA. Il Piano di Vigilanza in materia di D. Lgs. n. 231/2001, approvato dall' Organismo di Vigilanza di Rai SpA, è parte integrante del Piano di Audit;
- cura i necessari flussi informativi sulle verifiche condotte e le relative attività di reportistica periodica nei confronti del Vertice aziendale, degli Organi di Controllo/Vigilanza di Rai SpA e del Responsabile per la Prevenzione della Corruzione di Rai SpA nonché dei Vertici, degli Organi di Controllo/Vigilanza

e dei Responsabile per la Prevenzione della Corruzione delle Società Controllate per i processi oggetto di verifica da parte dell'Internal Auditing di Rai SpA, attinenti il Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi di Gruppo, in linea con gli strumenti normativi in materia;

- monitora l'implementazione delle azioni correttive attraverso una periodica dichiarazione da parte del Management responsabile (c.d. Follow up documentale) e/o mediante verifica operativa dell'effettiva attuazione delle stesse (c.d. Follow up sul campo) nei casi di maggiore criticità (rating).

Recente evoluzione del SCIGR

Con riferimento all'evoluzione del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi della Rai intervenuta nel 2016, si segnalano in particolare:

- aggiornamento del Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione (PTPC) di Rai SpA e adozione del PTPC 2017-2019 (approvato dal CdA di Rai SpA con delibera del 25 gennaio 2017, di cui più oltre), predisposto dal Responsabile Prevenzione della Corruzione che contiene, in ottica di direzione e coordinamento, anche principi di riferimento e criteri attuativi per le Società Controllate ai fini dell'adozione della specifica disciplina. Inoltre è in corso di aggiornamento anche il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (MOGC) ex. D. Lgs. 231/01 ed il Codice Etico aziendale nell'ottica di avviare un processo di implementazione di un sistema integrato di controllo interno e di prevenzione;
- attivazione di ulteriori linee di intervento nell'ambito del monitoraggio delle azioni correttive che consentano di caratterizzare tale attività anche come uno strumento di prevenzione finalizzato a fornire supporto e consulenza al Management e non principalmente come strumento di controllo;
- adeguamento del corpo normativo interno in virtù della Legge n. 220 del 28 dicembre 2015 recante disposizioni in tema di "Riforma della Rai e del servizio pubblico radiotelevisivo" che ha modificato tra l'altro, l'assetto dei poteri tra Organi statuari;
- con riferimento al tema security & safety, vi è stato un aggiornamento del modello organizzativo a presidio con l'introduzione del ruolo di Chief Security Officer (CSO) e l'istituzione dell'apposita Direzione "Security & Safety", con il principale obiettivo di assicurare la tutela delle risorse umane, materiali, immateriali e del patrimonio informativo dell'Azienda mediante l'identificazione e l'attuazione delle politiche di prevenzione, protezione e contrasto dei rischi strategici, operativi, patrimoniali, reputazionali e di conformità. Inoltre, con riferimento alla tutela

della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro sono stati aggiornati compiti, ruoli e responsabilità di tutte le strutture aziendali preposte alla formazione sulla salute e sicurezza del lavoro, nonché le modalità di svolgimento e di gestione delle relative attività.

Attività relative ad Anticorruzione e Trasparenza

Di seguito viene fornita un'informativa circa l'attuazione del Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione 2016-2018 (PTPC) approvato dal Consiglio di Amministrazione nella seduta del 26 gennaio 2016 e successivamente integrato con delibera del 28 settembre 2016.

È opportuno innanzitutto segnalare che, a seguito dell'uscita dall'azienda del primo Responsabile per la Prevenzione della Corruzione, nominato con delibera del 18 dicembre 2014, il Consiglio di Amministrazione di Rai del 4 agosto 2016 ha affidato l'incarico in via transitoria al Direttore della Segreteria del Consiglio di Amministrazione.

Nel periodo di riferimento (gennaio - dicembre 2016) Rai ha proseguito il processo di attuazione della Legge Anticorruzione n. 190/2012 tenendo conto della Legge di Riforma Rai n. 220/2015 (entrata in vigore il 30 gennaio 2016) e identificando le linee guida e le attività programmatiche e propedeutiche all'adozione, sviluppo e aggiornamento del PTPC, con l'obiettivo di implementare un sistema di controllo interno e di prevenzione integrato con gli altri elementi già adottati dall'Azienda (in particolare, Codice Etico, Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D. Lgs. n. 231/2001), cogliendo altresì l'opportunità fornita dalle leggi succitate di introdurre nuove misure e/o rafforzare quelle esistenti, con un'azione coordinata per un più efficace contrasto ai fenomeni di corruzione e illegalità.

Una delle principali novità apportate dalla citata Legge di Riforma Rai, in combinato con il cd. Decreto Semplificazione n. 97/2016 (che ha riformato il D. Lgs. n. 33/2013) e il D. Lgs. n. 175/2016 (T.U. Partecipate), ha interessato il regime di trasparenza applicabile a Rai. Infatti, tali normative hanno determinato l'esclusione di Rai SpA dal perimetro soggettivo e oggettivo di applicazione del D. Lgs. n. 33/2013 – ivi inclusa la figura del Responsabile per la Trasparenza, l'istituto dell'accesso civico e l'adozione del Programma Triennale per la Trasparenza e l'Integrità – con la previsione di una disciplina speciale. Tale disciplina prevede tra i compiti dell'Amministratore Delegato di Rai SpA, ora transitoriamente del Direttore Generale, la predisposizione del Piano per la Trasparenza e la Comunicazione Aziendale (Piano TCA) che

è stato approvato con delibera del Consiglio di Amministrazione del 26 maggio 2016.

Di seguito si riportano le principali iniziative e attività intraprese in materia di Anticorruzione nel corso del 2016:

- **iniziative adottate sul modello di governo del PTPC:** nomina, ad integrazione di quelli precedentemente nominati, quali Referenti Anticorruzione e Trasparenza – responsabili, ciascuno per le aree di rispettiva competenza, del monitoraggio sull'efficace attuazione del Piano – dei Responsabili degli Uffici di Corrispondenza dall'Estero nonché dei Responsabili dei Centri di Produzione TV di Roma, Milano, Napoli e Torino;
- **iniziative di rafforzamento dei presidi di controllo:** in continuità con quanto già attuato nel corso del 2015, al fine di verificare il rispetto e l'adeguatezza del PTPC, il RPC ha agito attraverso quattro linee di intervento (Attività sul campo - Audit e Risk Assessment, analisi documentali, flussi informativi verso RPC e attestazione dei referenti), anche tramite il coinvolgimento operativo di altre strutture aziendali.
In continuità con l'approccio già seguito nel primo PTPC (2015-2017), l'elenco delle Aree potenzialmente esposte a rischio di Corruzione include, oltre alle Aree Generali specificamente individuate dal PNA, anche quelle emerse a seguito del Control Risk Self Assessment svolto nel 2015;
- **esecuzione del programma di formazione/informazione personale e referenti:** la formazione è stata erogata tramite modalità e-learning e seminari in aula.
A partire dal 23 dicembre 2015 è stato attivato un corso e-learning su anticorruzione e trasparenza che ha coinvolto progressivamente tutto il personale aziendale.
Alla fine del 2016, il corso risulta effettuato da 10.635 dipendenti su 11.945 interessati.
Le impossibilità oggettive di fruizione sono state gestite tramite una specifica formazione in aula alla quale hanno partecipato 43 dipendenti.
Inoltre, sono state organizzate sessioni formative ad hoc in aula presso i Centri di Produzione TV di Roma, Milano, Napoli e Torino con la partecipazione di 232 dipendenti, direttamente coinvolti nella predisposizione delle specifiche tecniche (capitolati) e nella gestione della fase esecutiva dei contratti, e del management interessato.
I dipendenti sono costantemente aggiornati sulle novità di settore, rese disponibili nella specifica sezione dell'intranet aziendale.
Anche i Referenti Anticorruzione e Trasparenza e i RPC delle Società del Gruppo, sono messi al corrente delle principali attività/

iniziative intraprese in tema di Anticorruzione e Trasparenza, con l'invio di una newsletter mensile;

- **attivazione e analisi dei macroflussi informativi da e verso RPC:** al fine di monitorare la corretta attuazione del Piano e il rispetto dei relativi Protocolli, sono stati implementati i flussi informativi già attivati nel corso del 2015 con le Direzioni competenti all'acquisto, la Direzione Risorse Umane e Organizzazione, la Direzione Internal Auditing e i Referenti. Inoltre, è stato attivato uno specifico flusso con la Direzione Affari Legali e Societari;
- **proposte di Aggiornamento del PTPC:** in attuazione dell'obbligo di aggiornamento annuale del Piano previsto dalla normativa di riferimento, la proposta per il PTPC 2017-2019 è stata presentata e approvata nella seduta del CdA del 25 gennaio 2017. Il PTPC 2017-2019 si inquadra nel piano di sviluppo e consolidamento previsto dal Piano Nazionale Anticorruzione (PNA), riproponendo struttura, metodologia e logica delle due precedenti edizioni del PTPC.
L'aggiornamento ha riguardato, in particolare, gli strumenti di intervento e supporto alla prevenzione del rischio nella parte relativa ai protocolli delle Aree Generali previste dal PNA e nello specifico, le aree "Affidamento di lavori, servizi e forniture" ed "Acquisizione e progressione del personale".
La rielaborazione dei suddetti protocolli si è resa necessaria a seguito delle innovazioni normative entrate in vigore successivamente alla pubblicazione del PTPC 2016-2018, nonché per recepire le raccomandazioni contenute nella Delibera ANAC n. 961 del 14 settembre 2016;
- **adempimenti in materia di trasparenza:** nel periodo antecedente l'approvazione del citato Piano TCA, si è provveduto a gestire e monitorare le richieste di accesso civico e l'aggiornamento del sito "Società Trasparente", in applicazione della normativa di riferimento.

L'analisi più approfondita delle citate attività ha costituito oggetto di informativa specifica a Presidente, Direttore Generale, Consiglio di Amministrazione e Organismi di Controllo e Vigilanza; le medesime informazioni sono state inoltre inserite nella Relazione annuale del RPC all'Autorità Nazionale Anti Corruzione pubblicata in data 16 gennaio 2017 sul sito istituzionale "Rai per la Trasparenza" alla sezione "Anticorruzione", come previsto dalla normativa di riferimento.

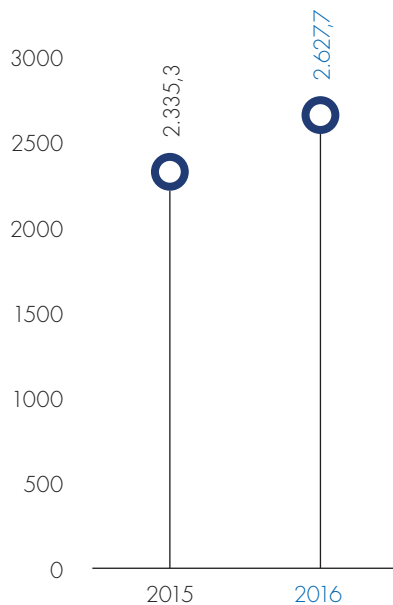
Sintesi economico-patrimoniale e finanziaria di Rai SpA

Highlights	116
Prospetti riclassificati	118
Analisi dei risultati di Rai SpA	119
Conto economico	119
Struttura patrimoniale	127

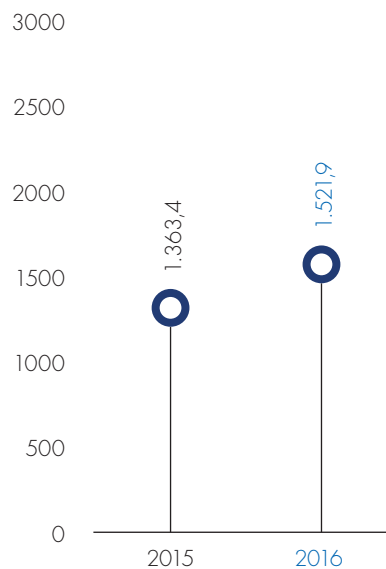
Highlights

(in milioni di Euro)

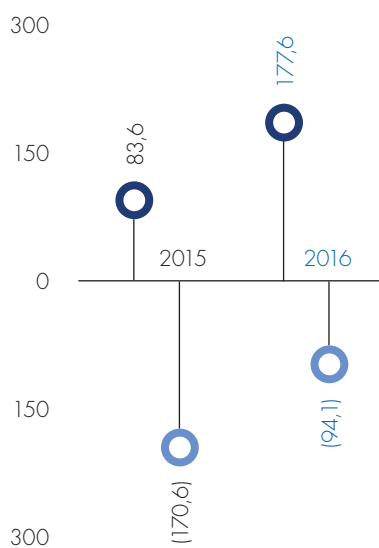
Ricavi



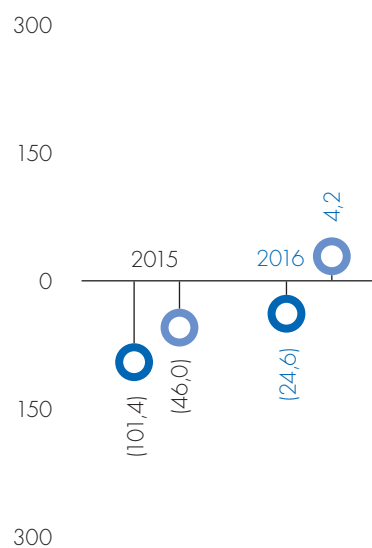
Costi esterni complessivi



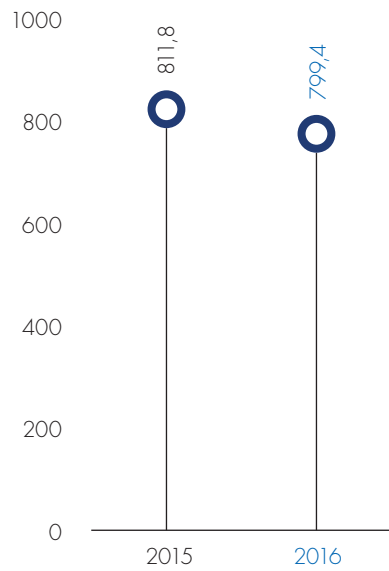
MOL - Risultato operativo



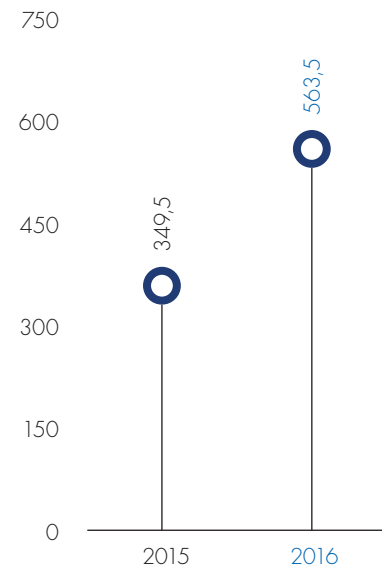
Risultato ante imposte Risultato dell'esercizio



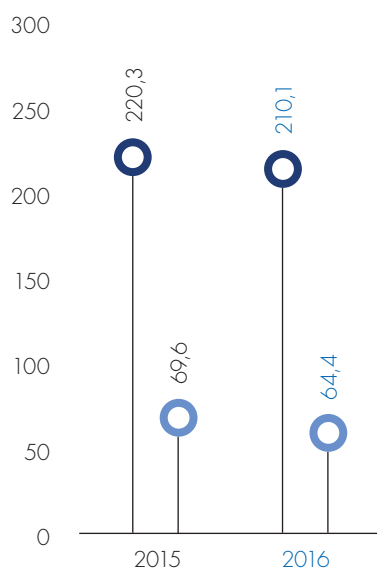
Capitale proprio



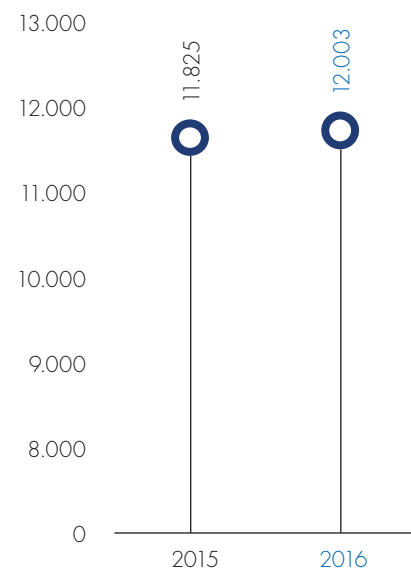
Indebitamento finanziario netto



Investimenti in programmi e tecnici



Personale al 31 dicembre (in unità)*



* Include personale a tempo determinato per 771 unità nel 2015 e 700 unità nel 2016

Prospetti riclassificati

Conto Economico

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Ricavi esterni	2.627,7	2.335,3	292,4
Costi esterni per beni e servizi	(1.382,3)	(1.363,4)	(18,9)
Grandi eventi sportivi	(139,6)	0,0	(139,6)
Costi esterni complessivi	(1.521,9)	(1.363,4)	(158,5)
Costo del personale	(928,2)	(888,3)	(39,9)
Margine operativo lordo	177,6	83,6	94,0
Ammortamenti e svalutazioni	(264,3)	(252,1)	(12,2)
Accantonamenti	(7,4)	(2,1)	(5,3)
Risultato operativo	(94,1)	(170,6)	76,5
Proventi (Oneri) finanziari netti	70,2	67,3	2,9
Risultato delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto	(0,7)	1,9	(2,6)
Risultato ante imposte	(24,6)	(101,4)	76,8
Imposte sul reddito	28,8	55,4	(26,6)
Risultato di esercizio	4,2	(46,0)	50,2
Altre componenti del risultato complessivo	(16,6)	29,4	(46,0)
Risultato complessivo dell'esercizio	(12,4)	(16,6)	4,2

Struttura Patrimoniale

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Immobilizzazioni	2.237,6	2.228,4	9,2
Capitale circolante netto	(159,9)	(354,4)	194,5
Fondi per rischi e oneri	(188,1)	(174,3)	(13,8)
Benefici ai dipendenti	(526,7)	(538,4)	11,7
Capitale investito netto	1.362,9	1.161,3	201,6
Capitale proprio	799,4	811,8	(12,4)
Indebitamento (disponibilità) finanziario netto	563,5	349,5	214,0
	1.362,9	1.161,3	201,6

Analisi dei risultati di Rai SpA

Il bilancio dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 presenta un utile netto di 4,2 milioni di Euro, in consistente miglioramento rispetto alla perdita di 46,0 milioni di Euro registrata nel precedente esercizio ed evidenzia una gestione caratterizzata da risultati economico-finanziari estremamente positivi, così come positivo è l'andamento dei principali indicatori di performance operativi.

In particolare, l'esercizio 2016 ha potuto beneficiare di maggiori risorse derivanti dal notevole successo del nuovo sistema di riscossione dei canoni ordinari che ha portato ad un significativo aumento del numero degli abbonati.

Considerando anche la complessiva crescita delle altre tipologie di ricavi, nonché i risparmi conseguenti a iniziative di ottimizzazione dei costi esterni, le maggiori risorse del 2016 rispetto all'esercizio precedente hanno consentito, oltre all'integrale copertura dell'onere per i Grandi Eventi Sportivi (Europei di Calcio e Olimpiadi estive), di perseguire due obiettivi paralleli e di eguale importanza:

- il potenziamento dell'offerta e degli investimenti nel digitale, coerentemente al processo strategico di trasformazione in Media Company;
- il rafforzamento della struttura patrimoniale e finanziaria.

Di seguito sono esposte alcune informazioni sulle principali voci del Conto economico e della Struttura patrimoniale, con le motivazioni degli scostamenti più significativi rispetto ai dati dell'esercizio precedente.

Conto economico

Ricavi esterni

Sono composti dai canoni, dagli introiti pubblicitari e dagli altri ricavi di natura commerciale.

Ammontano nel complesso a 2.627,7 milioni di Euro, con un incremento di 292,4 milioni di Euro (+12,5%) di seguito illustrato.

Ricavi da canone

I ricavi da canone ordinari e speciali di competenza del periodo, nonché quelli di competenza di esercizi precedenti riscossi in via coattiva tramite iscrizione a ruolo, ammontano a 1.909,7 milioni di Euro, con una crescita rispetto al 2015 di 272,2 milioni di Euro (+16,6%).

Tale incremento è sostanzialmente attribuibile ai canoni da utenze private (c.d. canoni ordinari), in aumento di 255,3 milioni di Euro rispetto al precedente esercizio (+16,6%), che beneficiano della nuova modalità di riscossione mediante addebito sulla bolletta elettrica che ha determinato come detto un significativo aumento del numero degli abbonati, consentendo di compensare l'effetto negativo derivante dalla riduzione del canone unitario a 100 Euro (113,5 Euro nel 2015).

Tenuto conto delle previsioni della Legge 190/2014 relativa alla riduzione delle somme da riversare a Rai del 5%, della Legge di Stabilità 2016 che riserva alla Rai il 67% dell'extra-gettito, nonché della tasso di concessione governativa e dell'IVA, si evidenzia che, in base alle risultanze dell'esercizio, il canone unitario medio effettivamente di competenza della Rai si riduce da 100 a 82,77 Euro.

Ricavi esterni

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Canoni	1.909,7	1.637,5	272,2
Pubblicità	615,7	585,5	30,2
Altri ricavi	102,3	112,3	(10,0)
Totale	2.627,7	2.335,3	292,4

Incidenza percentuale dei ricavi

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015
Canoni	72,7%	70,1%
Pubblicità	23,4%	25,1%
Altri ricavi	3,9%	4,8%
Totale	100,0%	100%

I ricavi da canone relativi alle utenze commerciali (c.d. canoni speciali) sono sostanzialmente stabili e ammontano a 77,8 milioni di Euro.

Pubblicità

Il mercato pubblicitario nel 2016, in un contesto macro-economico caratterizzato da una moderata espansione, presenta un andamento positivo, con una crescita dell'1,7% (dati Nielsen). Tale crescita è sostenuta soprattutto dal mezzo Tv (+5,4%), che conferma la leadership con il 60% del mercato. Per gli altri media in cui Rai è presente si segnala la crescita della radio (+2,3%) e la contrazione di internet (-2,3%).

In questo contesto, gli introiti pubblicitari di Rai dettagliati nella sottostante tabella, ammontano a 615,7 milioni di Euro e presentano una performance superiore rispetto al mercato, con una crescita di 30,2 milioni di Euro rispetto al 2015 (+5,2%).

Questo risultato è stato conseguito grazie all'aumento del prezzo medio dell'inserito e nonostante sia stata interrotta a partire dal mese di maggio la raccolta pubblicitaria per tre canali delle Tv specializzate (Rai YoYo, Rai 5, Rai

Storia), che nel periodo maggio-dicembre 2015 avevano raccolto un fatturato per la quota Rai nell'ordine di 10 milioni di Euro.

Si segnala inoltre il positivo risultato della pubblicità sul web che, pur presentando valori assoluti ancora contenuti, evidenzia una crescita del 16% in un contesto di mercato in contrazione e beneficiando dell'avvio di "Rai Play", avvenuto alla fine di agosto.

Altri ricavi

Ammontano a 102,3 milioni di Euro, con una diminuzione di 10,0 milioni di Euro (-8,9%) rispetto al 2015, come evidenziato nella tabella a fondo pagina.

Le principali riduzioni rispetto al 2015, come evidenziato nella tabella, sono principalmente relative a:

- Servizi speciali da convenzione e a fini istituzionali (-7,4 milioni di Euro), per i minori costi rimborsati nell'ambito della convenzione per la gestione dei canoni di abbonamento, in seguito alle diverse modalità di riscossione del canone e per il venir meno degli introiti connessi alla convenzione per Expo 2015;

Pubblicità

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Pubblicità televisiva su canali generalisti:			
- tabellare	408,5	389,4	19,1
- promozioni, sponsorizzazioni e altre iniziative	117,8	106,2	11,6
	526,3	495,6	30,7
Pubblicità televisiva su canali specializzati	58,5	61,2	(2,7)
Pubblicità radiofonica	26,5	24,9	1,6
Pubblicità su web	5,8	5,0	0,8
Altra pubblicità	0,4	0,5	(0,1)
Quote spettanti a terzi	(1,5)	(1,2)	(0,3)
Sopravvenienze	(0,3)	(0,5)	0,2
Totale	615,7	585,5	30,2

Altri ricavi

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Servizi speciali da convenzione e a fini istituzionali	45,4	52,8	(7,4)
Commercializzazioni diritti e canali	18,8	15,8	3,0
Service e altre prestazioni a partecipate	22,6	25,8	(3,2)
Altro	16,1	18,4	(2,3)
Quote competenza terzi su vendite	(0,6)	(0,5)	(0,1)
Totale	102,3	112,3	(10,0)

- Service e altre prestazioni a partecipate (-3,2 milioni di Euro), in conseguenza della variazione degli accordi con Rai Com riguardanti la realizzazione di programmi di musica colta e prosa, i cui costi di produzione non sono più oggetto di addebito alla società, con conseguente riduzione degli oneri per l'acquisizione dei passaggi e per la riduzione dei servizi amministrativi verso Rai Way che ha internalizzato parte delle attività.

Si evidenzia inoltre l'incremento della voce Commercializzazione diritti e canali (3,0 milioni di Euro) principalmente per la commercializzazione dei canali Rai all'estero gestita da Rai Com, peraltro parzialmente compensata dai maggiori costi connessi alla distribuzione del segnale,

conseguente all'adozione di un diverso modello di distribuzione del canale Rai Italia in America e in Australia.

Costi operativi

Sono costituiti dai Costi esterni complessivi e dal Costo del personale, vale a dire i costi sia interni che esterni attinenti l'ordinaria attività dell'impresa.

Ammontano complessivamente a 2.450,1 milioni di Euro e presentano, rispetto al 2015, un incremento di 198,4 milioni di Euro (+8,8%), dovuto per 139,6 milioni di Euro ai costi connessi ai Grandi eventi sportivi.

Costi operativi

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Costi esterni per beni e servizi	1.382,3	1.363,4	18,9
Grandi eventi sportivi	139,6	0,0	139,6
Costi esterni complessivi	1.521,9	1.363,4	158,5
Costo del personale	928,2	888,3	39,9
Totale	2.450,1	2.251,7	198,4

Costi esterni per beni e servizi

Ammontano a 1.382,3 milioni di Euro e includono gli acquisti di beni e le prestazioni di servizi necessarie alla realizzazione di programmi ad utilità immediata (acquisti di beni di consumo, servizi esterni, collaborazioni artistiche ecc.), i diritti di ripresa di eventi sportivi, i diritti d'autore, i servizi resi da società controllate, i costi di funzionamento e altri costi correlati alla gestione (imposte indirette e tasse, contributi diritti d'uso frequenze digitali tv e contributi da corrispondere alle Autorità di Controllo, gli oneri di bonifica ambientale di immobili aziendali ecc.).

La voce, dettagliata nella seguente tabella, presenta un incremento di 18,9 milioni di Euro (+1,4%).

I principali incrementi rispetto al precedente esercizio sono connessi a:

- potenziamento dell'offerta in particolare per la crescita dei Servizi per acquisizione e produzione programmi (+10,4 milioni di Euro);
- rafforzamento patrimoniale per l'accantonamento di oneri di bonifica ambientale di immobili aziendali (14,2 milioni di Euro).

Tra le voci in diminuzione si evidenziano la voce Altri servizi esterni (-16,1 milioni di Euro) determinata dalla significativa riduzione delle spese generali e di esercizio e minori costi per Diritti sportivi (-20,0 milioni di Euro), da ricondurre alla diversa stagionalità e distribuzione temporale degli eventi.

Il contributo dovuto allo Stato per i diritti d'uso per le frequenze digitali, introdotto dal D.M. 4 agosto 2016, ammonta nell'esercizio a 9,8 milioni di Euro; nel precedente esercizio tale onere era stato appostato, in attesa della norma che ne determinasse l'importo, alla voce Accantonamenti.

Costi esterni per beni e servizi

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Acquisti di materiali	12,1	14,3	(2,2)
Costi per servizi:			
Prestazioni di lavoro autonomo	131,1	128,8	2,3
Servizi per acquisizione e produzione programmi	183,3	172,9	10,4
Viaggi di servizio e costi accessori del personale	34,4	34,2	0,2
Diffusione e trasporto segnale - Rai Wway	202,0	197,0	5,0
Manutenzioni, riparazioni, trasporti e assimilati	35,0	35,6	(0,6)
Servizi di documentazione e assistenza sistemi informativi	46,3	42,9	3,4
Accantonamento per bonifica e ristrutturazione immobili	14,2	0,0	14,2
Altri servizi esterni (telefonata, servizi di erogazione, pulizia, postali, assicurazioni ecc.)	76,8	92,9	(16,1)
Acquisto passaggi da società controllate	324,2	324,1	0,1
Affitti passivi e noleggi	51,4	49,5	1,9
Diritti sportivi	112,0	132,0	(20,0)
Altri diritti di ripresa	13,6	11,7	1,9
Diritti di utilizzazione	110,6	103,4	7,2
Altro	(0,5)	0,4	(0,9)
Recuperi di spesa	(3,0)	(5,1)	2,1
Sopravvenienze	(12,9)	(13,3)	0,4
	1.318,5	1.307,0	11,5
Altri costi:			
Diritti d'uso frequenze digitali tv (*)	9,8	0,0	9,8
Premi e vincite	12,3	11,3	1,0
Contributo alle Autorità di Controllo	4,8	5,3	(0,5)
TASI / IMU	8,7	8,7	0,0
Altre imposte indirette, tasse e altri tributi	9,0	9,2	(0,2)
Quotidiani, periodici, libri e pubblicazioni	1,7	1,7	0,0
Quote e contributi associativi	3,3	3,4	(0,1)
Altri	2,9	2,3	0,6
Sopravvenienze	(0,8)	0,2	(1,0)
	51,7	42,1	9,6
Totale	1.382,3	1.363,4	18,9

(*) Nel 2015 allocato alla voce Accantonamenti.

Costo del personale

Il costo del personale, come evidenziato nel prospetto dedicato, è pari a 928,2 milioni di Euro con un incremento di 39,9 milioni di Euro rispetto al 2015 (+4,5%). Tale crescita è significativamente ascrivibile a poste straordinarie tra le quali la più significativa è relativa alle incentivazioni all'esodo.

La crescita del costo del personale al netto delle componenti straordinarie, si riduce significativamente ed è per la gran parte imputabile alle dinamiche fisiologiche di crescita del costo del lavoro derivanti dagli automatismi contrattuali legati all'anzianità, alla stabilizzazione del personale a tempo determinato e alle politiche gestionali.

Il **personale in servizio** al 31 dicembre 2016 è composto da 11.303 unità di personale in organico e da 700 unità di personale a tempo determinato. La crescita di 249 unità del personale in organico rispetto al 31 dicembre 2015 è determinata dall'uscita di 211 unità (di cui 6 per passaggi a società del gruppo e 46 per incentivazioni) e dall'assunzione di 460 unità (di cui 393 per stabilizzazione di personale a tempo determinato e per reintegro, 27 per ingressi da società del

Gruppo e 40 per ingressi finalizzati alla ricostituzione della forza lavoro dovuta a turn-over e all'acquisizione, coerente con il processo di trasformazione in media company, di professionalità specifiche non presenti in azienda).

Pertanto il personale complessivo, al netto di stabilizzazioni e reintegri, si riduce di 144 unità.

Il **numero medio dei dipendenti** in servizio nel periodo, comprensivo del personale a tempo determinato, è pari a 11.770 unità con un incremento di 94 unità rispetto al 2015, determinato dalla crescita del personale a tempo indeterminato di 253 unità e da una diminuzione di quello a tempo determinato di 159 unità.

Margine Operativo Lordo

Il consistente incremento dei proventi da canone, oltre – come sopra illustrato – a finanziare il potenziamento dell'offerta e il rafforzamento patrimoniale, nonché l'integrale copertura dei costi dei grandi eventi sportivi, ha determinato l'incremento di 94,0 milioni di Euro del Margine Operativo Lordo, che presenta un saldo positivo di 177,6 milioni di Euro (83,6 milioni di Euro nel precedente esercizio).

Costo del personale

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Costo ordinario organico	908,0	885,5	22,5
Costo incentivazioni all'esodo	21,5	6,3	15,2
Capitalizzazioni costo del personale	(13,3)	(17,6)	4,3
Altri costi e accantonamenti connessi ai rapporti di lavoro	12,0	14,1	(2,1)
Totale	928,2	888,3	39,9

Ammortamenti e svalutazioni

La voce che si riferisce ad ammortamenti di programmi e di immobilizzazioni tecniche oltre alle svalutazioni di attività il cui valore è evidenziato nel sottostante prospetto, presenta un saldo pari a 264,3 milioni di Euro, in crescita di 12,2 milioni di Euro (+4,8%) rispetto al 2015.

Le principali variazioni della voce sono relative a:

- incremento dell'ammortamento programmi di fiction (+7,6 milioni di Euro) in conseguenza

sia del maggior valore di investimenti di esercizi precedenti entrati in ammortamento nell'esercizio, sia per una maggiore concentrazione nel primo semestre 2016, rispetto all'analogo periodo dell'esercizio precedente, dei diritti entrati in funzione;

- incremento della svalutazione degli investimenti in attivazioni di fiction di produzione risalenti ad esercizi precedenti in relazione alla non ancora intervenuta realizzazione dei progetti originali (+7,5 milioni di Euro).

Ammortamenti e svalutazioni

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Ammortamenti			
Ammortamento programmi			
Fiction	131,1	123,5	7,6
Cartoni animati	10,6	10,5	0,1
Altri	4,8	6,9	(2,1)
	146,5	140,9	5,6
Altri ammortamenti			
Delle attività materiali			
Fabbricati	11,9	11,5	0,4
Impianti e macchinario	49,4	47,7	1,7
Attrezzature industriali e commerciali	1,3	1,3	0,0
Altri beni	5,5	5,1	0,4
	68,1	65,6	2,5
Delle attività immateriali			
Software	4,0	4,0	0,0
Digitale Terrestre	1,1	3,4	(2,3)
Altri diritti	0,3	0,3	0,0
	5,4	7,7	(2,3)
	73,5	73,3	0,2
Totale ammortamenti	220,0	214,2	5,8
Svalutazioni (ripristini di valore)			
Delle attività immateriali			
Programmi in ammortamento	31,0	24,8	6,2
Programmi in corso	8,6	6,4	2,2
Altro	0,0	1,4	(1,4)
	39,6	32,6	7,0
Delle partecipazioni valutate al costo	2,8	0,0	2,8
Delle altre attività non correnti	0,7	2,4	(1,7)
Dei crediti commerciali e delle altre attività correnti	1,2	2,9	(1,7)
Totale svalutazioni	44,3	37,9	6,4
Totale	264,3	252,1	12,2

Accantonamenti

La voce, che rileva gli accantonamenti a fondi per rischi e oneri ed eventuali rilasci non classificabili in voci specifiche del conto economico, presenta un saldo negativo di 7,4 milioni di Euro (2,1 milioni di Euro nel 2015) determinato da rilasci di quote di fondi accantonati in precedenti esercizi in relazione al venir meno del connesso rischio per 20,9 milioni di Euro e da accantonamenti per 28,3 milioni di Euro principalmente da riferirsi alle controversie civili e relative spese legali e ad altri rischi gestionali.

Risultato operativo

Le dinamiche già illustrate in merito all'andamento del Margine Operativo Lordo unitamente a quanto evidenziato alle voci Ammortamenti e svalutazioni e Accantonamenti hanno determinato un Risultato operativo negativo di 94,1 milioni di Euro, che non tiene conto dei proventi derivanti

dalla distribuzione dei dividendi delle società controllate rilevati alla successiva voce Proventi (oneri) finanziari netti, in forte miglioramento di 76,5 milioni di Euro rispetto al 31 dicembre 2015 (-170,6 milioni di Euro).

Proventi (oneri) finanziari netti

La voce presenta un risultato positivo di 70,2 milioni di Euro (67,3 milioni di Euro nel 2015), in incremento di 2,9 milioni di Euro rispetto al 2015.

La voce, dettagliata nella tabella in fondo, evidenzia gli effetti economici derivanti dalla distribuzione dei dividendi da parte delle società controllate, dalla rilevazione degli interessi attuariali per benefici ai dipendenti oltre agli effetti propri della gestione finanziaria, quali interessi attivi/passivi verso banche, società del Gruppo e obbligazionisti e oneri/proventi di cambio.

Proventi (oneri) finanziari netti

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Dividendi			
Rai Cinema	43,7	44,2	(0,5)
Rai Way	25,3	21,8	3,5
Rai Com	6,7	6,5	0,2
Rai Pubblicità	8,0	7,9	0,1
	83,7	80,4	3,3
Altri proventi (oneri) finanziari			
Interessi attivi (passivi) netti verso banche	(1,3)	(5,4)	4,1
Interessi attivi (passivi) netti verso controllate e collegate	2,0	3,2	(1,2)
Interessi passivi su prestiti obbligazionari	(6,1)	(3,6)	(2,5)
Interessi su obbligazioni per benefici a dipendenti	(7,0)	(4,9)	(2,1)
Proventi (oneri) di cambio netti	(0,1)	(0,4)	0,3
Proventi (oneri) su <i>Interest Rate Swap</i>	0,0	(1,4)	1,4
Sopravvenienze attive (passive) nette	0,0	0,6	(0,6)
Altri	(1,0)	(1,2)	0,2
	(13,5)	(13,1)	(0,4)
Proventi (oneri) finanziari netti	70,2	67,3	2,9

Di seguito si evidenziano rispetto all'esercizio precedente:

- incremento per 3,3 milioni di Euro dei dividendi da società controllate;
- minori interessi passivi netti per 1,6 milioni di Euro verso banche e obbligazionisti determinati dalla rilevazione per l'intero esercizio degli effetti positivi derivanti dall'estinzione effettuata nel corso del 2015 di finanziamenti *amortising* con istituti di credito e dalla contestuale accensione del prestito obbligazionario a condizioni più favorevoli;
- maggiori oneri per 2,1 milioni di Euro derivanti dalla valutazione attuariale delle obbligazioni per benefici ai dipendenti (principalmente TFR, Fondo pensionistico integrativo aziendale in *run-off*);
- minori oneri di *Interest Rate Swap* per 1,4 milioni di Euro, in relazione alla chiusura nel 2015 di tali strumenti finanziari correlata all'estinzione del finanziamento *amortising* resasi possibile a seguito dell'emissione del prestito obbligazionario;
- minori interessi attivi netti per 1,2 milioni di Euro verso controllate e collegate per la riduzione dei tassi di interesse applicati.

Il costo medio dei finanziamenti, costituiti da linee di credito *uncommitted*, stand-by, a medio-lungo termine e dal prestito obbligazionario 2015-2020 diminuisce all'1,6% rispetto al 2,3% del precedente esercizio, in relazione al minor tasso di interesse riconosciuto agli obbligazionisti rispetto al preesistente finanziamento *amortising*.

Risultato delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto

La voce presenta un saldo negativo di 0,7 milioni di Euro (positivo di 1,9 milioni di Euro nel 2015) determinato dalla valutazione con il metodo del patrimonio netto delle società collegate, come dettagliato nel prospetto dedicato.

Imposte sul reddito

La voce, valore positivo pari a 28,8 milioni di Euro (55,4 milioni di Euro nel 2015), è determinata dal saldo tra fiscalità corrente e differita come dettagliato nella tabella in fondo.

Per le imposte correnti IRES e IRAP, identicamente al 2015, non si è rilevato alcun importo in quanto il risultato ai fini fiscali è negativo.

Le imposte differite passive determinano un effetto economico positivo pari a 2,3 milioni di Euro (22,4 milioni di Euro nel 2015), in relazione al rientro delle differenze temporanee rilevate nei precedenti esercizi. Lo scostamento rispetto al dato dell'esercizio precedente è determinato principalmente dall'adeguamento, rilevato nel 2015, delle passività per imposte differite in precedenza iscritte a seguito della riduzione dell'aliquota IRES dal 27,5% al 24% a decorrere dal periodo d'imposta 2017.

Le imposte differite attive evidenziano un effetto economico positivo di 26,5 milioni di Euro (32,5 milioni di Euro nel 2015) determinato principalmente dall'iscrizione a fronte della perdita fiscale dell'esercizio, che compensa parte dei redditi apportati dalle società del Gruppo in sede di consolidato fiscale.

Risultato delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
Rivalutazioni (Svalutazioni)			
Euronews	(1,5)	1,0	(2,5)
San Marino	(0,1)	0,0	(0,1)
Tivù	0,9	0,9	0,0
Totale	(0,7)	1,9	(2,6)

Imposte sul reddito

(in milioni di Euro)	Esercizio 2016	Esercizio 2015	Variazione
IRES	0,0	0,0	0,0
IRAP	0,0	0,0	0,0
Imposte differite passive	2,3	22,4	(20,1)
Imposte differite attive	26,5	32,5	(6,0)
Imposte dirette di esercizi precedenti	0,0	0,5	(0,5)
Totale	28,8	55,4	(26,6)

Struttura patrimoniale

Immobilizzazioni

Ammontano a 2.237,6 milioni di Euro, in crescita di 9,2 milioni di Euro rispetto al 31 dicembre 2015, sono esposte nel prospetto dedicato.

Le **Immobilizzazioni materiali**, dettagliate nel prospetto sottostante, presentano una diminuzione di 13,1 milioni di Euro.

Le **Immobilizzazioni in programmi**, in incremento di 24,0 milioni di Euro, esposte in dettaglio nella tabella a fondo pagina, sono per lo più rappresentate dal genere Fiction, sul quale, come già evidenziato, si è concentrata la maggior parte degli investimenti.

Immobilizzazioni

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Immobilizzazioni materiali	872,1	885,2	(13,1)
Immobilizzazioni in programmi	425,3	401,3	24,0
Immobilizzazioni finanziarie	921,6	926,5	(4,9)
Altre	18,6	15,4	3,2
Totale	2.237,6	2.228,4	9,2

Immobilizzazioni materiali

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Terreni	370,1	370,1	0,0
Fabbricati	306,4	313,4	(7,0)
Impianti e macchinario	131,9	140,0	(8,1)
Attrezzature industriali e commerciali	3,8	3,4	0,4
Altri beni	21,2	21,8	(0,6)
Immobilizzazioni in corso e acconti	38,7	36,5	2,2
Totale	872,1	885,2	(13,1)

Immobilizzazioni in programmi

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Fiction	325,1	297,8	27,3
Cartoni animati	27,6	26,1	1,5
Diritti di utilizzazione library	72,5	77,1	(4,6)
Altro	0,1	0,3	(0,2)
Totale	425,3	401,3	24,0

Le **Immobilizzazioni finanziarie**, composte da partecipazioni societarie e da altre attività finanziarie scadenti oltre i 12 mesi, presentano una riduzione di 4,9 milioni di Euro, determinata principalmente dalla svalutazione della società in liquidazione Rai Corporation. Nella tabella è esposto il dettaglio della voce.

Le **Altre immobilizzazioni**, dettagliate nel prospetto di riferimento, presentano un incremento di 3,2 milioni di Euro riferito al software.

Gli **investimenti** del 2016, dettagliati nel prospetto sottostante, ammontano a 274,5 milioni di Euro, in diminuzione di 15,4 milioni di Euro (-5,3%) rispetto al 2015 in relazione a slittamenti nelle tempistiche di avanzamento dei progetti tecnici e da differimenti all'anno successivo di produzioni di programmi.

Immobilizzazioni finanziarie

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Partecipazioni in imprese controllate:			
Rai Cinema SpA	267,8	267,8	0,0
Rai Com SpA	107,1	107,1	0,0
Rai Way SpA	506,3	507,1	(0,8)
Rai Pubblicità SpA	31,1	31,1	0,0
Rai Corporation (in liquidazione)	0,1	2,9	(2,8)
	912,4	916,0	(3,6)
Partecipazioni in imprese collegate:			
Auditel Srl	0,7	0,7	0,0
Euronews	2,3	3,8	(1,5)
Tivù Srl	3,4	3,2	0,2
San Marino RTV SpA	2,0	2,1	(0,1)
	8,4	9,8	(1,4)
Altre partecipazioni	0,7	0,7	0,0
Altro	0,1	0,0	0,1
Totale	921,6	926,5	(4,9)

Altre immobilizzazioni

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Software	14,1	9,5	4,6
Diritti commerciali con club calcio	4,5	4,8	(0,3)
Digitale terrestre frequenze	0,0	1,1	(1,1)
Totale	18,6	15,4	3,2

Investimenti

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Fiction	197,5	205,7	(8,2)
Cartoni animati	12,6	14,6	(2,0)
Investimenti in programmi	210,1	220,3	(10,2)
Investimenti materiali	55,7	63,6	(7,9)
Software	8,7	6,0	2,7
Investimenti tecnici	64,4	69,6	(5,2)
Totale investimenti	274,5	289,9	(15,4)

Capitale circolante netto

Le variazioni più significative rispetto al 31 dicembre 2015 riguardano le seguenti voci:

Crediti commerciali in aumento di 215,1 milioni di Euro in relazione ai crediti verso l'Amministrazione Finanziaria per canoni di abbonamento da riscuotere, pari a 228,9 milioni di Euro, il cui incasso è atteso nel corso del primo semestre 2017.

Altri crediti in riduzione di 25,3 milioni Euro, principalmente per effetto degli anticipi, iscritti nel precedente esercizio, per l'acquisizione dei diritti dei Grandi eventi sportivi disputatisi nell'esercizio.

Altri debiti in diminuzione di 37,1 milioni di Euro, principalmente per gli acconti su canoni di abbonamento iscritti nel bilancio 2015 per 52,5 milioni di Euro.

Passività nette per imposte differite in aumento di 14,4 milioni di Euro causato principalmente dall'effetto combinato della riduzione dei crediti per imposte differite attive a seguito dell'utilizzo di perdite fiscali pregresse in compensazione con redditi apportati dalle altre società del Gruppo nel consolidato fiscale e dell'incremento degli stessi a seguito della perdita fiscale stimata.

Fondi per rischi e oneri

La voce Fondi per rischi e oneri, pari a 188,1 milioni di Euro, presenta un incremento di 13,8 milioni rispetto al 31 dicembre 2015.

Le principali variazioni riguardano i Fondi per costi competenza maturate (+30,4 milioni di Euro) e Bonifica e ristrutturazione immobili (+12,9 milioni di Euro), per le quali si rimanda a quanto illustrato alle correlate voci di Conto economico.

La voce risente altresì dell'azzeramento del Fondo canone concessione 2014/2015 – Contributo uso frequenze digitali (nel 2015 pari a 35,8 milioni di Euro), che è stato oggetto di utilizzo nell'esercizio per 19,7 milioni di Euro.

Benefici ai dipendenti

La voce Benefici ai dipendenti, pari a 526,7 milioni di Euro, presenta una riduzione di 11,7 milioni di Euro rispetto al 31 dicembre 2015.

La variazione della voce è collegata a elementi di valutazione attuariale connessi ad assunzioni finanziarie e demografiche, come dettagliatamente esposto alla nota 14.2 "Benefici ai dipendenti" delle Note illustrative al Bilancio Separato.

Nella tabella in fondo sono evidenziati il dettaglio degli appostamenti e le relative variazioni rispetto al 31 dicembre 2015.

Capitale circolante netto

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Rimanenze di magazzino	0,2	0,2	0,0
Crediti commerciali	557,7	342,6	215,1
Altri crediti	256,6	281,9	(25,3)
Debiti commerciali	(560,4)	(542,4)	(18,0)
Altri debiti	(378,2)	(415,3)	37,1
Attività (Passività) per imposte differite	(35,8)	(21,4)	(14,4)
Totale	(159,9)	(354,4)	194,5

Benefici ai dipendenti

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Tattamento di fine rapporto	(258,4)	(262,2)	3,8
Fondo pensionistico integrativo aziendale in run off	(143,6)	(146,9)	3,3
Indennità preavviso giornalisti	(109,2)	(113,7)	4,5
Fondo assistenza FASDIR pensionati	(14,8)	(14,9)	0,1
Altro	(0,7)	(0,7)	0,0
Totale	(526,7)	(538,4)	11,7

Posizione finanziaria netta

La posizione finanziaria netta a fine esercizio, determinata secondo lo schema ESMA, è negativa per 563,5 milioni di Euro (in peggioramento rispetto al 2015 di 214,0 milioni di Euro) ed è composta come specificato nella tabella dedicata.

Il flusso di cassa dell'esercizio, negativo per 214,0 milioni di Euro, è determinato da un autofinanziamento (composto da risultato complessivo dell'esercizio, ammortamenti, svalutazioni per complessivi 251,9 milioni di Euro) inferiore al fabbisogno determinato dalla variazione netta di capitale circolante, fondi per rischi e oneri, benefici per i dipendenti (per un totale pari a 191,4 milioni di Euro) e dagli investimenti (274,5 milioni di Euro).

In merito si evidenzia che il fabbisogno di capitale circolante è totalmente ascrivibile al credito verso l'Amministrazione finanziaria per canoni di abbonamento pari a 228,9 milioni di

Euro, conseguente alle tempistiche di liquidazione dei maggiori ricavi dovuti all'Azienda in base alla nuova modalità di riscossione che, applicata per la prima volta nel 2016, non ha determinato maggiori riversamenti nell'esercizio.

Il flusso di cassa, rettificato di tale componente che la cui liquidazione è prevista nel corso del primo semestre 2017, è quindi positivo di 15 milioni di Euro, con conseguente miglioramento dell'indebitamento finanziario netto.

La posizione finanziaria media è negativa per 355 milioni di Euro (-155 milioni di Euro nel 2015), in incremento di circa 200 milioni di Euro in seguito a quanto sopra illustrato.

Nel mese di dicembre 2016 è stato confermato da Moody's il rating Long-Term Issuer Baa3 (*investment grade*), con variazione dell'*outlook* da "stabile" a "negativo", in conseguenza del downgrade dello Stato italiano, azionista di riferimento della Società.

Posizione finanziaria netta

(in milioni di Euro)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Liquidità:			
- cassa	0,3	0,3	0,0
- depositi, conti correnti bancari e postali	4,2	66,8	(62,6)
	4,5	67,1	(62,6)
Crediti finanziari correnti:			
- verso controllate	107,0	100,2	6,8
- attività finanziarie correnti su derivati	1,7	8,4	(6,7)
- titoli immobilizzati - quota corrente	0,0	2,3	(2,3)
- c/c vincolati	5,5	3,0	2,5
- altri	0,1	0,1	0,0
	114,3	114,0	0,3
Indebitamento finanziario corrente:			
- verso banche	(170,1)	(6,0)	(164,1)
- passività finanziarie correnti su derivati	0,0	0,0	0,0
- verso controllate e collegate	(130,2)	(132,5)	2,3
- altro	(0,1)	(1,1)	1,0
	(300,4)	(139,6)	(160,8)
Indebitamento finanziario non corrente:			
- verso banche	(35,0)	(45,0)	10,0
- prestito obbligazionario	(346,9)	(346,0)	(0,9)
- passività finanziarie non correnti su derivati	0,0	0,0	0,0
- verso controllate	0,0	0,0	0,0
- altro	0,0	0,0	0,0
	(381,9)	(391,0)	9,1
Disponibilità (Indebitamento) finanziario netto	(563,5)	(349,5)	(214,0)
di cui:			
- verso controllate/collegate	(23,2)	(32,3)	9,1
- verso terzi	(540,3)	(317,2)	(223,1)
Totale	(563,5)	(349,5)	(214,0)

L'analisi effettuata in base a indici di struttura patrimoniale e finanziaria evidenzia che:

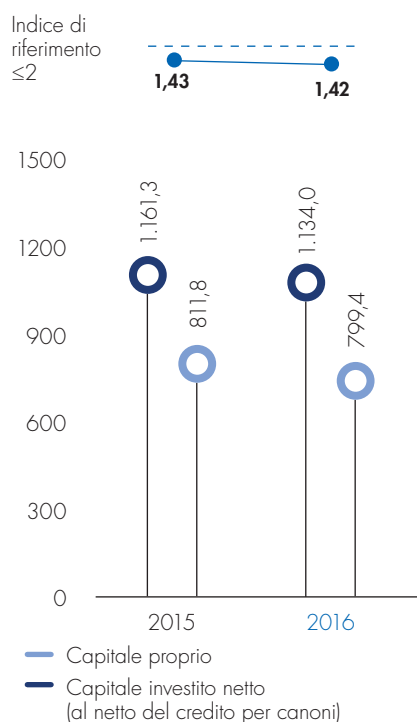
- l'indice di copertura del capitale investito netto, determinato dal rapporto tra capitale investito netto (al netto del credito per canoni) e mezzi propri è pari a 1,42 (1,43 al 31 dicembre 2015);
- l'indice di copertura dei debiti finanziari, determinato dal rapporto tra indebitamento finanziario netto (al netto del credito per canoni) e mezzi propri è pari a 0,42 (0,43 al 31 dicembre 2015);
- l'indice di disponibilità, individuato dal rapporto tra attività correnti (rimanenze, attivo circolante al netto del credito per canoni, disponibilità liquide e crediti finanziari) e passività correnti (passivo del circolante e debiti finanziari), è pari a 0,57 (0,73 al 31 dicembre 2015).

Tutti gli indici rientrano nei limiti di riferimento.

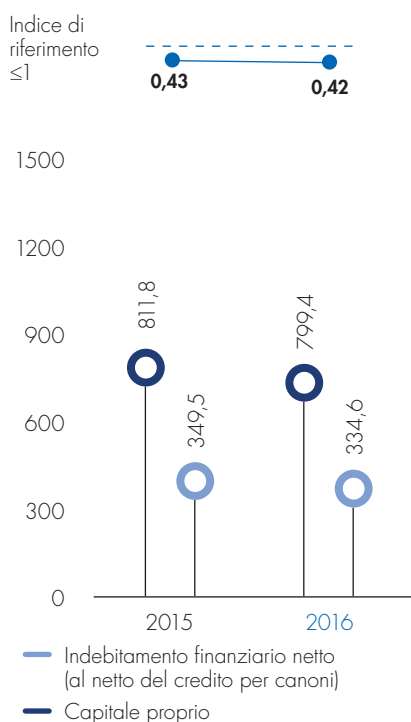
I rischi finanziari ai quali è esposta la Società sono monitorati con opportuni strumenti informatici e statistici. Una policy regola la gestione finanziaria secondo le migliori pratiche, con l'obiettivo di preservare il valore aziendale attraverso un atteggiamento avverso al rischio, perseguito con un monitoraggio attivo dell'esposizione e l'attuazione di opportune strategie di copertura, anche per conto delle società del Gruppo (ad eccezione di Rai Way).

Le informazioni di dettaglio sui rischi finanziari sono riportate nella specifica sezione delle Note illustrative al bilancio, alla quale si rimanda.

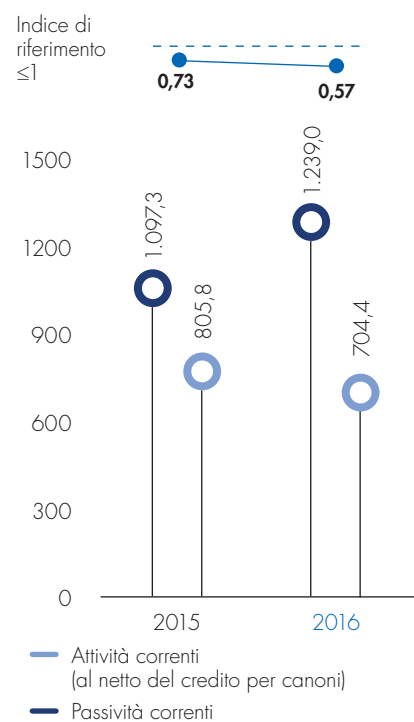
Indice di copertura del capitale investito



Indice di copertura dei debiti finanziari



Indice di disponibilità



Altre informazioni

Risorse Umane e Organizzazione	134
Security & Safety	138
Rapporti Intersocietari	140
Fatti occorsi dopo la chiusura dell'esercizio	142
Prevedibile evoluzione della gestione	142
Informazioni supplementari	142

Altre informazioni

Risorse Umane e Organizzazione

Nel 2016 sono proseguiti gli interventi di razionalizzazione delle risorse, privilegiando la mobilità interna, anche attraverso il ricorso mirato al *job posting* e la riconversione di profili professionali; è proseguito, inoltre, l'inserimento mirato di giovani attraverso lo strumento contrattuale dell'apprendistato. Sono stati avviati ex novo strumenti di sviluppo del personale, secondo logiche strutturate ed integrate, tese a garantire la piena conoscenza delle singole risorse in termini di valutazione della prestazione, mappatura delle competenze, analisi del potenziale, fabbisogni formativi.

La gestione di tali informazioni, anche attraverso una coerente evoluzione degli strumenti informativi di riferimento, che è in fase progettuale, consentirà la messa a punto di un sistema integrato di sviluppo e gestione delle risorse, funzionale al conseguimento degli obiettivi aziendali.

Analizzando il dettaglio numerico, l'organico aziendale, comprensivo delle figure apicali con forma contratto a tempo determinato, è passato dalle 11.054 unità di inizio anno alle 11.303

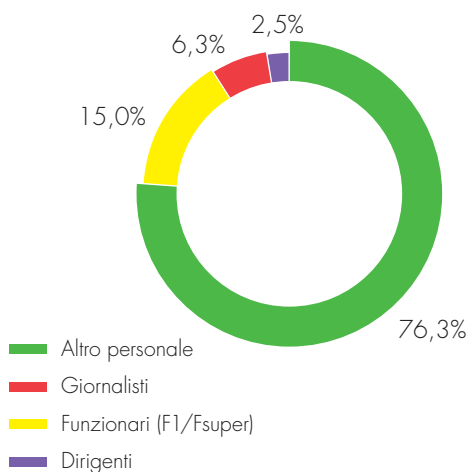
di fine 2016. Nei grafici si evidenziano le ripartizioni per macro categorie e per genere.

La movimentazione ha registrato 211 cessazioni di cui 30 per raggiungimento dei requisiti pensionistici, 46 per incentivazione, 6 per mobilità infragruppo, 20 per risoluzione consensuale, 74 per dimissioni e 460 assunzioni (v. grafici).

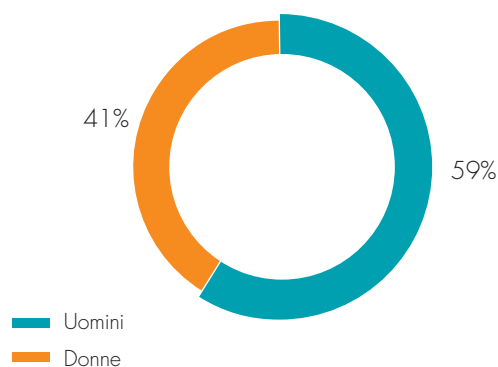
Le assunzioni possono essere dettagliate secondo le seguenti causali: 312 in applicazione di accordi sindacali riguardanti i bacini; 27 per mobilità infragruppo; 29 per reintegro a seguito di contenzioso; 92 per ingressi finalizzati a una ricostituzione della forza lavoro dovuta a turn-over, al potenziamento di alcune strutture o per nuove esigenze (di cui 15 con contratto di apprendistato, 4 per ricostituzione dei ruoli mancanti nell'Orchestra Sinfonica Nazionale di Torino e 51 da selezione collaboratori c.d. "atipici").

Risorse Artistiche – è stata posta particolare attenzione a consolidare la politica di contenimento dei compensi avviata nei passati esercizi. Tale approccio ha riguardato pure gli artisti che, per effetto della notorietà acquisita anche con la partecipazione a programmi

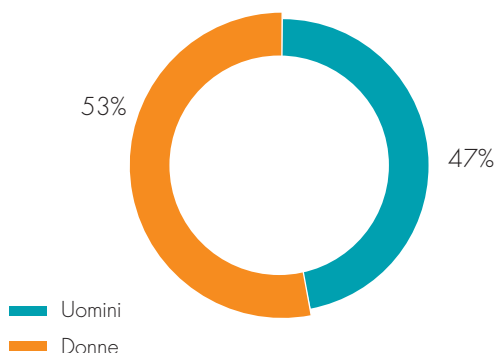
Organico per macro categorie



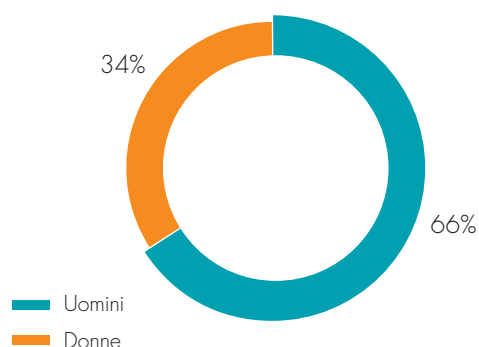
Ripartizione dell'organico tra uomini e donne



Incidenza delle donne nelle assunzioni



Ripartizione delle cessazioni tra uomini e donne



realizzati da Rai, hanno accresciuto il loro *appeal* sul mercato.

Nell'ambito dell'attività del settore 'Casting', è stata effettuata la ricerca di concorrenti, attori e opinionisti per 11 produzioni televisive nonché di attori da impiegare per telepromozioni per conto di Rai Pubblicità. Il settore dispone di un database che nel corso del 2016 è stato incrementato con i provini di 6.780 risorse potenzialmente utilizzabili.

Per quanto riguarda le attività concernenti la **Comunicazione Interna**, con la finalità di ampliare e rendere più efficace la comunicazione tra azienda e dipendenti, sono proseguite le fasi di analisi e sviluppo del progetto relativo alla realizzazione del nuovo portale intranet che sarà più ricco di contenuti e maggiormente integrato con i sistemi informativi aziendali.

Aspetti organizzativi – nel periodo di riferimento sono state attuate azioni specifiche, molte ad alto impatto strutturale, tese ad istituire presidi di indirizzo, coordinamento e governo di fenomeni e processi complessi.

Tra i principali interventi organizzativi realizzati in tal senso si segnalano:

- l'istituzione della Direzione Editoriale per l'Offerta Informativa per il coordinamento funzionale delle Testate giornalistiche e della relativa offerta;
- la fusione della Direzione Comunicazione e Relazioni Esterne e della Direzione Relazioni Istituzionali e Internazionali in un'unica Direzione;
- l'istituzione della Direzione Security & Safety, affidata al Chief Security Officer e posta a presidio dell'attività di impostazione, sviluppo e coordinamento dei piani complessivi per la gestione, il controllo, la tutela del patrimonio aziendale;
- l'istituzione e la definizione dell'articolazione organizzativa della Direzione Coordinamento Editoriale Palinsesti Televisivi per il presidio del coordinamento editoriale tv in stretto raccordo con le attività di palinsesto e marketing;
- la riallocazione organizzativa della Direzione New Media Platforms in ambito editoriale, collocata a primo riporto del Direttore Generale con la nuova denominazione di Direzione Digital privilegiandone la componente strategica di definizione del prodotto rispetto alla natura tecnologica della stessa; sono inoltre confluite in tale ambito, al fine di massimizzare le sinergie possibili fra la gestione dei contenuti e l'offerta digitale, la Direzione Teche e la struttura Servizi di Pubblica Utilità con istituzione del ruolo del Chief Digital Officer;

- la riorganizzazione dell'area Finanza e Pianificazione, con interventi di sinergia e semplificazione dell'assetto implementati nella Direzione Amministrazione e Finanza e nella Direzione Pianificazione Strategica e Controllo di Gestione, l'inclusione in perimetro della Direzione Coordinamento Sedi Regionali ed Estere e la nuova definizione degli assetti interni e responsabilità della Direzione Amministrazione Finanza nonché della Struttura Affari Fiscali.

È proseguita, inoltre, l'attività di ottimizzazione dell'assetto organizzativo finalizzata alla razionalizzazione delle Direzioni e delle loro articolazioni organizzative, così come il completamento delle articolazioni degli assetti, responsabilità e *mission* di Direzioni di recente istituzione al fine di renderne piena e definita l'operatività.

Tra i principali interventi organizzativi realizzati in tal senso si segnalano:

- definizione della *mission*, dell'assetto e delle responsabilità di dettaglio della Direzione Creativa e della Direzione Security e Safety;
- nuova articolazione organizzativa della Direzione Rai Gold con confluenza in tale ambito della Direzione Rai World, al fine di migliorare la sinergia tra canali specializzati riducendo al contempo il numero dei riporti diretti al Direttore Generale;
- nell'ambito della Direzione Radio, definizione dell'assetto interno e responsabilità organizzative della struttura Marketing Operativo Strategico e Palinsesto;
- riorganizzazione delle attività di staff nonché dei canali di Pubblica Utilità e dell'offerta delle Radio tematiche digitali, attraverso il coordinamento di un'unica Direzione artistica;
- trasferimento delle attività di ideazione e realizzazione dei cartoni animati di produzione e delle relative risorse della Direzione Rai Fiction alla Direzione Rai Ragazzi, con l'obiettivo di potenziare con sinergie interne l'ambito 'ragazzi'.

È infine proseguita l'attività di revisione di alcuni processi di funzionamento (es. realizzazione *Prix Italia*, gestione richieste straordinarie per la *Scheda Proposta Prodotto*, utilizzo di opere dell'ingegno nei prodotti editoriali Rai, monitoraggio in materia di pubblicità, avvio operativo del sistema informativo per la richiesta e contrattualizzazione dei collaboratori), nonché la predisposizione di specifiche indicazioni procedurali e istruzioni operative a supporto dell'esecuzione di attività significative (es. partecipazione delle associazioni consumatori ai programmi/prodotti, procedura negoziata competitiva nell'ambito delle procedure di affidamento dei contratti esclusi, semplificazione iter di alcune autorizzazioni che prevedevano

il ricorso al Direttore Generale, assegnazione e utilizzo delle dotazioni di fonia mobile e dati, dichiarazioni agli organi di informazione, reclutamento del personale e conferimento incarichi ai collaboratori esterni, titoli di viaggio per collaboratori esterni a titolo oneroso, trasferte del personale, collaudo di prestazioni nelle lavorazioni di monitoraggio/post produzione). Da segnalare infine la procedura per l'Ottimizzazione delle Risorse Editoriali la quale, nell'ottica delle politiche di valorizzazione e conoscenza delle risorse interne, fornisce alla Direzione editoriali strumenti di supporto nelle attività di ricognizione e allocazione del personale dipendente impegnato nei programmi (programmisti registi e assistenti ai programmi).

Relazioni Industriali – è proseguito, per il personale disciplinato dal CCL per quadri, impiegati e operai, il percorso di attuazione del Testo Unico sulla Rappresentanza del 10 gennaio 2014. In particolare, a completamento del Protocollo delle Relazioni Industriali e dell'Accordo sulle 'agibilità sindacali', sottoscritti nel 2015, con accordo siglato il 3 novembre 2016, sono stati definiti gli aspetti operativi relativi alla fruizione dei permessi sindacali, all'attivazione e alla gestione della bacheca sindacale elettronica ed alla informatizzazione dei dati relativi alle deleghe sindacali. Inoltre, a seguito della presentazione della piattaforma contrattuale da parte delle OO.SS., sono state formalmente avviate le trattative per il rinnovo del Contratto Collettivo di Lavoro, anche mediante l'istituzione di tre commissioni tecniche sui temi dei profili professionali, sugli aspetti normativi e sul mercato del lavoro. Sono inoltre proseguiti i lavori della commissione nazionale tecnica Azienda/Sindacato in tema di formazione, nel cui ambito si è svolto il confronto sulle attività di formazione erogate nel 2016 e sulle linee di intervento di massima che Rai prevede per il 2017.

Anche per quanto riguarda l'Orchestra, è stata presentata dalle OO.SS. firmatarie del CCL per i Professori d'Orchestra la piattaforma contrattuale, alla quale è seguito il formale avvio del confronto con l'Azienda.

In ambito giornalistico, nel quadro della discussione con l'Usigrai finalizzata al recepimento del nuovo Contratto Collettivo Nazionale ed al rinnovo dell'integrativo, sono stati avviati dei tavoli tecnici di confronto su specifiche tematiche contrattuali.

Inoltre, è proseguito il confronto sul percorso di digitalizzazione delle redazioni regionali della TGR, ormai sostanzialmente completato ad eccezione di due redazioni rinviate al primo semestre dell'anno successivo.

Sempre nella TGR, al termine di un serrato confronto con la rappresentanza sindacale, è stato impostato il progetto mirato alla

definizione della presenza sul web e sui social dell'informazione regionale, individuando la redazione toscana quale 'pilota' per la sperimentazione del modello ipotizzato.

Contenzioso e Normativa - nell'ottica di intraprendere azioni volte a prevenire e/o ridurre l'entità del contenzioso giuslavoristico, si è proceduto alla sottoscrizione di 46 verbali di transazione in sede sindacale, così da chiudere 25 giudizi pendenti e prevenire 21 potenziali controversie. Inoltre, è stato dato supporto alla Direzione Affari Legali e Societari per la definizione in sede giudiziale di 40 posizioni, valutando le condizioni transattive di ciascun ricorrente.

Si è poi proceduto a formalizzare 45 transazioni cautelative con altrettanti lavoratori incentivati all'esodo (definendo contestualmente un giudizio pendente e tre rivendicazioni stragiudiziali), nonché a dare esecuzione definitiva (per la maggior parte con ricostruzione di carriera) a 35 sentenze passate in giudicato, per evitare ricorsi sul quantum.

In relazione alle novità legislative intervenute sono state, in particolare, fornite istruzioni in merito alla nuova disciplina di dimissioni e risoluzione consensuale del rapporto di lavoro, in vigore dal 12 marzo 2016 (art. 26 Decreto Legislativo 14 settembre 2015, n. 151 e Decreto del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali 15 dicembre 2015) e indicazioni interpretative in merito alle disposizioni dalla c.d. Legge di Stabilità 2016 in materia di congedo obbligatorio e facoltativo del padre, nonché con riferimento ai c.d. voucher per l'acquisto dei servizi di baby - sitting ed ai contributi per gli asili nido.

Si è, ancora, dato conto degli effetti sul rapporto di lavoro subordinato dell'istituzione delle unioni civili tra persone dello stesso sesso ad opera della Legge 20 maggio 2016, n. 76.

Disciplina – sono stati esaminati ed istruiti, a seguito di segnalazione da parte delle strutture interessate, nonché da parte della Commissione Stabile per il Codice Etico, quasi 200 casi potenzialmente rilevanti sotto il profilo disciplinare. Sulla base delle istruttorie effettuate, si è ritenuto di procedere disciplinarmente in oltre 60 casi, irrogando 68 sanzioni disciplinari, di cui 6 licenziamenti, mentre si annoverano quasi 40 procedimenti ancora in corso al 31 dicembre 2016.

Sono stati, inoltre, definiti i 36 procedimenti disciplinari pendenti al 31 dicembre 2015, di cui 4 con l'irrogazione del licenziamento.

Selezione – l'avvio e l'attuazione di alcuni progetti di conoscenza e valorizzazione del capitale umano presente in Rai, l'attivazione dei processi di selezione di risorse esterne per diversi profili professionali, la valutazione di alcune

risorse interne, la stesura di un piano di *employer branding* e l'inserimento in Azienda di studenti in regime di stage curriculare.

In particolare, per le risorse in organico hanno preso vita due iniziative per l'identificazione del nucleo di supporto al Direttore Editoriale per l'Offerta Informativa (86 adesioni al *job posting*) e per la valorizzazione delle professionalità interne come la mappatura giornalisti (1.765 unità coinvolte), progetto che si affianca alle attività di mappatura delle risorse editoriali già avviate.

In ambito impiegatizio e tecnico sono stati coinvolti in un percorso di valutazione del potenziale 13 risorse, facenti parte del bacino di reperimento professionale, in possesso di laurea in Giurisprudenza, Economia e Commercio, Scienze Politiche ed Ingegneria.

Sono proseguite, inoltre, le attività di sviluppo e valorizzazione di personale a T.D. o T.I. coinvolto in cambi mansione (32 risorse).

Per quanto riguarda le selezioni esterne sono state effettuate alcune iniziative, tramite avviso pubblico, per diverse figure professionali (tecnici ICT – valutate 8 risorse, giornalisti di lingua slovena – valutate 18 risorse, professori d'orchestra – valutate 56 risorse).

In relazione agli obblighi derivanti dalla Legge 68/99 – Norme per il diritto al lavoro dei disabili, sono state valutate 61 risorse appartenenti alle categorie protette.

In una logica di avvicinamento tra impresa e sistema formativo italiano si segnala che sono stati accolti in Azienda 120 tirocinanti curriculari provenienti dai principali Atenei e Scuole di Giornalismo riconosciute dall'Ordine Nazionale dei Giornalisti.

Nell'ambito delle attività di *employer branding*, settore di investimento finalizzato anche a lanciare la nuova immagine di Rai come *Media Company*, sono state realizzate alcune iniziative (*job meeting*, *career day*) volte ad incontrare studenti laureandi o masterizzandi da inserire in azienda in regime di stage curriculare (in queste occasioni sono stati incontrati circa 400 studenti).

Formazione – attivazione, nell'ambito del processo in atto di *change management*, di iniziative utili sia all'acquisizione da parte del personale di attitudini e atteggiamenti organizzativi adeguati all'attuazione delle strategie aziendali sia alla riqualificazione professionale dei dipendenti. Con riguardo a quest'ultimo aspetto, da segnalare il corso destinato ai programmisti registi per l'acquisizione delle competenze che caratterizzano la figura del *video maker*.

Di particolare importanza, le iniziative di formazione manageriale per middle management, PER.FOR.MA MM, che hanno interessato, in due diverse edizioni, 80 quadri

con l'obiettivo di sviluppare e allineare nei partecipanti conoscenze e metodologie comuni di azione manageriale e promuovere approcci di gestione *people-oriented*. Perseguendo i medesimi obiettivi, è stata inoltre organizzata la terza edizione del corso PER.FOR.MA dedicato ai dirigenti.

Le iniziative formative a sostegno nell'innovazione tecnologica, in particolare in merito agli *upgrade* del sistema "Infrastruttura Unica", dedicato alle Testate nazionali, nonché all'estensione del nuovo sistema di produzione news a Rai Parlamento e alle Sedi Regionali pianificate nel 2016, e che hanno coinvolto trasversalmente giornalisti e tecnici, sono state determinanti circa il buon esito del rilevante impegno di Rai in quest'ambito.

I continui processi di implementazione e rinnovamento dei sistemi informatici aziendali, inoltre, sono stati sistematicamente accompagnati da formazione ad hoc.

Molti progetti formativi hanno avuto come obiettivo lo sviluppo e il consolidamento della cultura aziendale in merito ai temi della *compliance* normativa; tra le operazioni con maggiore impatto sotto il profilo del coinvolgimento, si menziona il lancio del corso *e-learning* sulla Legge Anticorruzione e sul Piano Anticorruzione della Rai, completato a fine anno dalla quasi totalità dei dipendenti, nonché il riavvio della campagna formativa sul MOGC 231. Sono stati inoltre progettati e organizzati numerosi incontri, *sartorializzati* sulle specifiche esigenze delle strutture aziendali interessate, in merito agli impatti del Codice degli Appalti Pubblici, sotto il profilo gestionale ed organizzativo, sia in fase di affidamento che in fase di esecuzione dei contratti.

Queste iniziative si sono affiancate alle consuete attività riguardanti la formazione obbligatoria, quali ad esempio la formazione sulla Sicurezza, l'addestramento degli addetti alle Squadre di Primo Intervento, i corsi per gli Addetti al Servizio di Prevenzione e Protezione e per i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza. In questo ambito si segnala l'organizzazione di edizioni pilota dei corsi destinati ai Preposti, in vista di una campagna massiva che riguarderà il 2017 e coinvolgerà circa mille persone.

Security & Safety

La Rai adotta un'attenta politica di tutela della sicurezza e della salute delle sue persone. Sul piano della sicurezza, nel corso del 2016 è stata istituita la figura del CSO - Chief Security Officer, cui risponde la Direzione Security & Safety, responsabile dello sviluppo e della supervisione delle politiche e dei programmi destinati alla mitigazione e/o riduzione dei rischi e delle strategie in materia di tutela delle persone e beni, nonché del Servizio Sanitario Aziendale e di quello di Prevenzione e Protezione.

Il Servizio Sanitario Aziendale ha svolto l'attività di sorveglianza sanitaria per la tutela della salute prevista nei luoghi di lavoro dal D. Lgs. 81/08 con l'effettuazione, nel corso dell'anno, di 4.950 visite mediche, preventive e periodiche, presso le sedi Rai dislocate sul territorio nazionale oltre agli altri adempimenti normativamente correlati. Ha predisposto 20 piani di assistenza sanitaria per grandi eventi produttivi per i quali sono stati strutturati protocolli di tutela ad hoc ed ha attuato le procedure di tutela sanitaria per le 149 missioni all'estero in aree geografiche che presentano rischi per la salute. È stata inoltre resa disponibile, in cooperazione con gli enti pubblici di riferimento, la vaccinazione antinfluenzale in tutti gli insediamenti aziendali. Il Servizio Sanitario ha anche svolto le attività di sorveglianza sanitaria per le Consociate, in armonizzazione con gli standard della Capogruppo.

Per quanto riguarda la Prevenzione e Protezione ex. D. Lgs. 81/08 nel 2016, è confermata la progressiva diminuzione dell'indice di frequenza relativa degli infortuni, con conseguente riduzione percentuale da parte dell'INAIL dei premi assicurativi dovuti. Tra le attività realizzate in questo ambito, si segnalano l'aggiornamento del regolamento interno, del sistema di deleghe e del mantenimento della certificazione dell'azienda, ai sensi della norma OHSAS 18001, e il continuo monitoraggio, anche grazie a costanti audit interni, in materia di salute e sicurezza dei lavoratori su ciascuna sede aziendale certificata. Sono stati avviati il piano di implementazione della procedura per la gestione dei rifiuti, finalizzata alla razionalizzazione delle attività e al pieno recepimento degli obblighi normativi in materia, e le attività propedeutiche alla messa in esercizio di un sistema di gestione ambientale ai sensi della norma UNI EN ISO 14001.

Con l'obiettivo di fissare uno standard che consenta a Rai di confrontarsi a livello internazionale con altri player, è stata avviata la stesura di un modello di accordo-quadro di collaborazione con attori istituzionali rilevanti

– tra i quali il Ministero degli Esteri e il Ministero della Difesa – ed un'attività di benchmarking con l'obiettivo di monitorare e introdurre nel Gruppo le best practices internazionali in materia di security aziendale.

La Rai è entrata a far parte in ambito EBU del *Network & Learn for Security Officers* per il quale ha organizzato a Roma nel mese di novembre un seminario specialistico internazionale tra esperti del settore.

Ai fini della tutela delle Informazioni, il Chief Security Officer ha effettuato la survey delle politiche aziendali esistenti in materia, sul loro grado di aggiornamento e sulla soglia di efficacia residua. Le criticità riscontrate sono state graduate in base al rischio e sono stati disposti i necessari interventi correttivi. Sono state inoltre svolte attività di indirizzo e proposta in materia di sicurezza delle comunicazioni del personale in missione e nell'esercizio del fleet di fonia mobile, tutela delle informazioni classificate, rafforzamento del perimetro degli accessi logici e fisici, verifica presenze, sviluppo di un sistema di accreditamento per eventi, *data loss prevention*.

Sono stati effettuati *vulnerability assessment* e *penetration test* negli ambiti critici ed intrapresi percorsi di mitigazione delle carenze con analisi, rafforzamento e monitoraggio dei flussi informativi tecnici ed editoriali afferenti le produzioni aziendali a maggior impatto economico e reputazionale.

È stata poi svolta attività di *open source intelligence* per il monitoraggio delle potenziali minacce attuando interventi di prevenzione e contrasto in collaborazione con operatori e istituzioni.

Sono state espletate attività di *social engineering* volte a mitigare il grado di "esposizione digitale" dei soggetti aziendali dai profili maggiormente critici e sono stati implementati strumenti informatici atti a garantire una maggior tutela delle informazioni classificate attraverso la crittazione.

Le attività sono state svolte in collaborazione con i principali player del settore Cybersecurity, sia istituzionali che privati, anche a livello internazionale.

Per quanto attiene agli aspetti di *asset protection*, sono stati presidiati tutti i maggiori eventi Rai svolti nei cespiti aziendali o nelle location esterne di maggior risalto aziendale sotto il profilo della sicurezza.

È stato introdotto – ed è attualmente in fase di sperimentazione – un nuovo piano di controllo degli accessi, con procedure di pre-profilazione e

con l'introduzione della tecnologia RFID, di cui si prevede la progressiva espansione a tutti i cespiti aziendali. In tale ottica si sono compiute diverse valutazioni e scouting tecnologici per la verifica delle tecnologie disponibili sul mercato.

Sono state inoltre avviate, per la migliore pianificazione e supporto alle attività, azioni mirate per individuare, valutare, gestire e controllare tutti i tipi di eventi critici con un approccio basato principalmente su un metodo auto-diagnostico per l'identificazione delle minacce e dei rischi. In tale ottica, sono state effettuate valutazioni preventive basate sulla conoscenza, esperienze e competenze, avendo cura di ottenere una partecipazione attiva dei titolari di processo anche per una maggiore diffusione della cultura della sicurezza.

Nel corso del 2016 sono state prodotte, anche per il tramite di collaborazioni con istituzioni ed agenzie pubbliche e private, analisi su 26 Paesi esteri, tra cui scenari di potenziale rischio come Egitto, Libia, Siria e Iraq e sono stati analizzati i siti di eventi complessi, in particolare Rio de Janeiro (Olimpiadi), Venezia (Mostra del Cinema), Cracovia (GMG 2016), Potenza (L'anno che verrà) etc..

Sono state redatte, inoltre, le linee guida di sicurezza per la valutazione di alcune categorie di rischi attraverso analisi predittive e la disposizione di azioni di mitigazione. A fronte di gravi emergenze – come nel caso del terremoto di Amatrice – l'Enterprise Risk Management aziendale funge da centro di gestione e coordinamento dell'emergenza anche per monitorare la continuità operativa aziendale. È in corso di sviluppo un piano speciale per la valutazione delle minacce e la messa in sicurezza integrata dei beni culturali di proprietà aziendale, in particolare per quanto attiene ai rischi connessi ad alterazioni ambientali e alle calamità naturali o connessi all'intervento umano e, in particolare, ad eventi criminosi e terroristici.

Sono state sviluppate procedure per il monitoraggio e la gestione delle missioni in Paesi esteri o in aree nazionali particolarmente critiche. Nel corso del 2016, sono state monitorate 1.094 risorse (compresi i giornalisti) in trasferta all'estero per un totale di 74 missioni pari a 13.019 giorni di trasferta. Numerose le collaborazioni con tutti i soggetti aziendali preposti alla gestione di eventi e manifestazioni particolarmente rilevanti per Rai: Olimpiadi, Paralimpiadi, Euro 2016, Giornata Mondiale della Gioventù, Prix Italia etc. per un totale di 53 eventi e di 11 grandi eventi. Svolte anche le attività di *personal protection* per le quali sono state condotte ricognizioni, sopralluoghi e interventi diretti alle specifiche attività.

Rapporti intersocietari

Nel 2016 il Gruppo Rai ha proseguito la propria operatività sulla base di un modello organizzativo che prevede che alcune attività siano gestite da società appositamente costituite.

I rapporti con le imprese controllate e collegate sono basati sulle normali contrattazioni negoziate con riferimento ai valori correnti e di mercato.

Per i dettagli riguardanti i rapporti commerciali e finanziari con le società del Gruppo si rinvia a quanto evidenziato alla nota n. 17.4 "Rapporti con parti correlate" delle note illustrative del bilancio separato.

In relazione alla società Rai Way si evidenzia che le relative azioni, quotate sul mercato Mercato Telematico Azionario di Borsa Italiana dal 19 novembre 2014 in seguito al completamento dell'Offerta Globale, hanno registrato nel corso del 2016 una performance negativa, con un calo del 24,1% (-21,1% rettificato per la distribuzione del dividendo) rispetto a una diminuzione dell'indice FTSE Italia All Share del 9,9% e dell'indice FTSE Italia Mid-cap dell'8,0%. Rai Way ha chiuso il 2016 con una capitalizzazione di 973,8 milioni di Euro. Durante l'esercizio 2016, la percentuale del capitale sociale di Rai Way detenuta da Rai SpA si è ridotta dal 65,073% al 64,971% (-0,102%) a seguito dell'attribuzione agli aventi diritto – come previsto nel Prospetto Informativo relativo all'Offerta Pubblica di Vendita e all'ammissione a quotazione sul Mercato Telematico Azionario – di azioni gratuite (bonus share) messe a disposizione

dall'Azionista Venditore Rai - Radiotelevisione italiana SpA.

In particolare, gli assegnatari delle azioni Rai Way nell'ambito della tranche dell'Offerta Pubblica rivolta al pubblico indistinto, che sono rimasti titolari delle azioni senza soluzione di continuità per dodici mesi dalla data di pagamento (ossia dal 19 novembre 2014), hanno maturato il diritto di ricevere n. 1 azione ordinaria della Società ogni n. 20 azioni assegnate nell'ambito dell'Offerta Pubblica, mentre gli assegnatari delle azioni nell'ambito della tranche dell'Offerta Pubblica rivolta ai Dipendenti del Gruppo Rai residenti in Italia, che sono rimasti titolari delle azioni senza soluzione di continuità per dodici mesi dalla data di pagamento, hanno maturato il diritto di ricevere n. 1 azione ordinaria della Società ogni n. 10 azioni assegnate nell'ambito della stessa Offerta Pubblica.

Highlights società controllate

(in milioni di Euro)	Rai Cinema		Rai Com		Rai Corporation		Rai Pubblicità		Rai Way	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015
Ricavi	354,0	348,0	57,0	51,5	-	-	706,0	665,9	215,6	212,6
Risultato operativo	75,5	72,5	13,7	11,8	(4,1)	-	4,2	10,9	65,6	61,9
Risultato dell'esercizio	50,1	46,6	6,9	7,2	(4,1)	-	(0,4)	8,0	41,8	38,9
Risultato complessivo dell'esercizio	46,8	46,8	6,9	7,2	(4,1)	-	(0,6)	8,3	41,2	39,0
Patrimonio netto	287,2	284,0	113,1	112,9	0,1	4,1	29,3	37,9	161,5	159,3
Posizione finanziaria netta	(106,1)	(95,0)	102,9	90,0	4,1	4,1	22,7	28,9	(9,4)	(41,6)
Investimenti	262,3	254,0	0,2	0,5	-	-	2,0	1,5	19,5	30,1

(in unità)

Organico effettivo (in unità)	136	139	110	116	-	-	359	359	622	639
include personale a tempo determinato per	2	5	10	6			22	12	7	16

Saldi patrimoniali di Rai SpA con società controllate e collegate al 31 dicembre 2016 e 2015

(in migliaia di Euro)	Rai Pubblicità	Rai Cinema	Rai Com	Rai Way	Rai Corporation in liquidazione	Totale Controllate	Auditel	San Marino Rtv	Tivù	Tavolo Editori Radio	Totale Collegate
Attività finanziarie correnti											
Al 31 dicembre 2016	-	107.033	-	-	-	107.033	-	-	-	-	-
Al 31 dicembre 2015	-	100.185	-	-	-	100.185	-	-	-	-	-
Crediti commerciali correnti											
Al 31 dicembre 2016	214.690	3.414	85.092	5.252	-	308.448	-	83	260	-	343
Al 31 dicembre 2015	227.137	4.622	75.280	4.839	2	311.880	-	50	169	-	219
Altri crediti e attività correnti											
Al 31 dicembre 2016	4.196	19.613	3.837	19.375	-	47.021	-	-	-	-	-
Al 31 dicembre 2015	2.815	18.725	231	18.173	-	39.944	-	-	-	-	-
Passività finanziarie correnti											
Al 31 dicembre 2016	(22.647)	(920)	(102.623)	(117)	(3.865)	(130.172)	-	(73)	-	(13)	(86)
Al 31 dicembre 2015	(33.351)	(5.138)	(89.968)	(228)	(3.754)	(132.439)	-	(91)	-	-	(91)
Debiti commerciali											
Al 31 dicembre 2016	(391)	(20.935)	(8.855)	(61.790)	-	(91.971)	(2.711)	-	(1.026)	-	(3.737)
Al 31 dicembre 2015	(115)	(20.122)	(7.124)	(59.914)	-	(87.275)	-	-	(449)	-	(449)
Altri debiti e passività correnti											
Al 31 dicembre 2016	(2.768)	(3.056)	(3.048)	(2.456)	-	(11.328)	-	-	-	-	-
Al 31 dicembre 2015	(5.086)	(3.523)	(53)	(2.456)	-	(11.118)	-	-	-	-	-

Saldi economici di Rai SpA con società controllate e collegate al 31 dicembre 2016 e 2015

(in migliaia di Euro)	Rai Pubblicità	Rai Cinema	Rai Com	Rai Way	Rai Corporation in liquidazione	Totale Controllate	Auditel	San Marino Rtv	Tivù	Totale Collegate
Ricavi da vendite e prestazioni										
Al 31 dicembre 2016	617.307	-	63.391	55	-	680.753	-	-	512	512
Al 31 dicembre 2015	586.774	(18)	59.027	44	-	645.827	-	-	487	487
Altri ricavi e proventi										
Al 31 dicembre 2016	3.542	4.637	4.254	11.990	-	24.423	-	22	45	67
Al 31 dicembre 2015	3.261	4.853	6.425	12.661	-	27.200	-	17	90	107
Costi per acquisto di materiale di consumo										
Al 31 dicembre 2016	-	-	(1)	-	-	(1)	-	-	-	-
Al 31 dicembre 2015	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costi per servizi										
Al 31 dicembre 2016	114	(320.291)	(10.775)	(202.683)	9	(533.626)	(7.440)	3	(1.681)	(9.118)
Al 31 dicembre 2015	89	(316.362)	(9.254)	(196.926)	2	(522.451)	(6.220)	1	(1.795)	(8.014)
Costi per il personale										
Al 31 dicembre 2016	1.781	1.181	906	646	-	4.514	-	169	-	169
Al 31 dicembre 2015	1.330	962	1.208	428	-	3.928	-	164	-	164
Altri costi										
Al 31 dicembre 2016	-	-	(504)	-	-	(504)	-	-	-	-
Al 31 dicembre 2015	(35)	(9)	(358)	-	-	(402)	-	-	-	-
Ammortamenti e svalutazioni										
Al 31 dicembre 2016	-	-	(480)	-	(2.822)	(3.302)	-	-	-	-
Al 31 dicembre 2015	-	-	(8)	-	-	(8)	-	-	-	-
Accantonamenti										
Al 31 dicembre 2016	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Al 31 dicembre 2015	-	-	129	-	-	129	-	-	-	-
Proventi finanziari										
Al 31 dicembre 2016	8.016	45.644	6.700	25.307	-	85.667	-	3	-	3
Al 31 dicembre 2015	7.915	47.512	6.507	21.842	-	83.776	-	3	-	3
Oneri finanziari										
Al 31 dicembre 2016	(94)	(4)	-	(14)	-	(112)	-	-	-	-
Al 31 dicembre 2015	(156)	(1)	(22)	(4)	-	(183)	-	-	-	-

Fatti occorsi dopo la chiusura dell'esercizio

Rinnovo concessione

Nella seduta del 10 marzo 2017 il Consiglio dei Ministri ha dato avvio alla procedura di rinnovo della concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, approvando:

- lo schema di decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri concernente l'affidamento a Rai, per una durata decennale, dell'esercizio del predetto Servizio Pubblico (art. 49, comma 1-quinquies TUSMAR);
- l'annesso schema di convenzione (art. 49, comma 1-septies TUSMAR).

Tali atti, unitamente alla relazione del Ministro dello Sviluppo Economico sugli esiti della consultazione pubblica svolta in merito agli obblighi del Servizio Pubblico, sono stati trasmessi alla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, che dovrà rendere il prescritto parere entro trenta giorni.

Rinnovo linee di credito

Nel mese di gennaio 2017 si è conclusa la procedura di rinnovo delle linee di credito *Revolving Credit Facility*, destinate alla copertura e al back-up dei fabbisogni di cassa del Gruppo (ad esclusione di Rai Way). Il finanziamento è utilizzato per far fronte alle esigenze di liquidità infrannuali derivanti dal versamento in quattro rate trimestrali, da parte del Ministero dell'Economia e delle Finanze, dei canoni versati dagli utenti.

La linea è concessa da un pool di quattro primarie banche per complessivi 270 milioni di Euro, con scadenza a cinque anni, e spread dell'1,17% sull'Euribor, in linea con i tassi di recenti operazioni effettuate da prenditori di primario standing creditizio.

Prevedibile evoluzione della gestione

L'andamento dei principali indicatori macroeconomici in Italia evidenzia, seppure ancora non consolidati, segnali di ripresa, confermati dal progressivo miglioramento della crescita del PIL, sebbene con valori inferiori rispetto all'area Euro.

Sul fronte dei ricavi, tenendo conto della loro struttura e composizione, l'andamento ancora moderatamente espansivo dell'attività economica si riflette solo sulla componente pubblicitaria – che peraltro non beneficerà della presenza

in palinsesto di Grandi Eventi Sportivi – e di sfruttamento commerciale dell'offerta del Gruppo.

Per quanto riguarda le risorse derivanti dai canoni di abbonamento, la principale fonte di finanziamento di Rai, il 2017 registrerà, in forza del vigente quadro normativo, risorse inferiori a quelle dello scorso esercizio, per un importo prossimo ai 150 milioni di Euro; l'ammontare dei ricavi da canoni tornerebbe pertanto sul livello registrato nel 2013.

In tale contesto, le proiezioni economico finanziarie per l'esercizio in corso presentano un risultato in sostanziale pareggio per effetto di una serie di interventi selezionati cercando di minimizzare l'impatto su qualità e competitività dell'offerta e senza mettere a rischio il percorso di trasformazione di Rai in *Digital Media Company*. Tale previsione non tiene conto degli effetti, significativi ma allo stato attuale non stimabili con un sufficiente grado di affidabilità, che potrebbero derivare dall'implementazione di normative di recente introduzione connesse all'esercizio del Servizio Pubblico.

Informazioni supplementari

La Rai, in relazione alle esigenze tecniche connesse con l'obbligo di redazione del Bilancio Consolidato, ai sensi dell'art. 16 comma 4 dello Statuto Sociale, si avvale della facoltà prevista dall'art. 2364 del Codice Civile che consente di convocare l'Assemblea ordinaria per l'approvazione del Bilancio entro 180 giorni dalla chiusura dell'esercizio sociale.

Si precisa, infine, che la Società non possiede azioni proprie, neppure tramite società fiduciarie o per interposta persona e che, nel decorso esercizio, la Società non ha posto in essere azioni di acquisto o di alienazione delle predette azioni.

Prospetti contabili Rai SpA

Prospetti contabili Rai SpA

Situazione patrimoniale-finanziaria

(in Euro)	Nota	Esercizio chiuso al	
		31 dicembre 2016	31 dicembre 2015
Attività materiali	11.1	872.115.035	885.127.267
Attività immateriali	11.2	443.992.869	416.722.055
Partecipazioni	11.3	921.501.668	926.509.313
Attività finanziarie non correnti	11.4	61.125	59.111
Attività per imposte anticipate	11.5	-	-
Altre attività non correnti	11.6	11.427.603	14.547.668
Totale attività non correnti		2.249.098.300	2.242.965.414
Rimanenze	12.1	211.450	246.576
Crediti commerciali	12.2	556.921.033	341.414.152
Attività finanziarie correnti	12.3	114.293.756	114.045.940
Crediti tributari	12.4	134.438.450	106.688.189
Altri crediti e attività correnti	12.5	111.537.605	161.897.285
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	12.6	4.562.378	67.110.708
Totale attività correnti		921.964.672	791.402.850
Totale attività		3.171.062.972	3.034.368.264
Capitale sociale		242.518.100	242.518.100
Riserve		582.406.215	881.111.639
Utili (perdite) portati a nuovo		(25.454.658)	(311.844.194)
Totale patrimonio netto	13	799.469.657	811.785.545
Passività finanziarie non correnti	14.1	381.946.357	391.067.941
Benefici per i dipendenti	14.2	526.709.937	538.355.592
Fondi per rischi ed oneri non correnti	14.3	188.109.677	174.323.248
Passività per imposte differite	14.4	35.816.269	21.427.982
Altri debiti e passività non correnti	14.5	3.623.884	6.286.016
Totale passività non correnti		1.136.206.124	1.131.460.779
Debiti commerciali	15.1	560.424.279	542.414.534
Passività finanziarie correnti	15.2	300.427.300	139.669.846
Debiti tributari	15.3	81.258.262	73.774.023
Altri debiti e passività correnti	15.1	293.277.350	335.263.537
Totale passività correnti		1.235.387.191	1.091.121.940
Totale passività		2.371.593.315	2.222.582.719
Totale patrimonio netto e passività		3.171.062.972	3.034.368.264

Prospetto di Conto economico

(in Euro)	Nota	Esercizio chiuso al	
		31 dicembre 2016	31 dicembre 2015
Ricavi da vendite e prestazioni	16.1	2.594.625.823	2.297.721.722
Altri ricavi e proventi	16.2	33.105.134	37.529.830
Totale ricavi		2.627.730.957	2.335.251.552
Costi per acquisto di materiale di consumo	16.3	(12.286.131)	(14.250.498)
Costi per servizi	16.3	(1.457.870.961)	(1.307.002.290)
Altri costi	16.3	(51.767.589)	(42.083.782)
Costi per il personale	16.4	(928.176.200)	(888.278.719)
Ammortamenti e svalutazioni	16.5	(264.353.948)	(252.119.448)
Accantonamenti	16.6	(7.391.768)	(2.088.357)
Totale costi		(2.721.846.597)	(2.505.823.094)
Risultato operativo		(94.115.640)	(170.571.542)
Proventi finanziari	16.7	87.447.106	87.278.380
Oneri finanziari	16.7	(17.233.153)	(19.938.349)
Risultato delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto	16.8	(657.314)	1.844.370
Risultato prima delle imposte		(24.559.001)	(101.387.141)
Imposte sul reddito	16.9	28.825.320	55.404.418
Risultato dell'esercizio - Utile (perdita)		4.266.319	(45.982.723)

Prospetti contabili Rai SpA

Prospetto di Conto economico complessivo

(in Euro)

	Esercizio chiuso al	
	31 dicembre 2016	31 dicembre 2015
Risultato dell'esercizio	4.266.319	(45.982.723)
Voci che possono essere riclassificate a conto economico:		
Utile/(perdita) sugli strumenti di copertura di flussi finanziari (cash flow hedge)	(2.107.747)	1.246.175
Effetto fiscale	703.080	(2.656)
Totale	(1.404.667)	1.243.519
Voci che non possono essere riclassificate a conto economico:		
Rideterminazione dei piani a benefici definiti	(15.177.540)	28.173.068
Totale	(15.177.540)	28.173.068
Risultato complessivo dell'esercizio	(12.315.888)	(16.566.136)

Rendiconto finanziario

(in migliaia di Euro)	Nota	Esercizio chiuso al	
		31 dicembre 2016	31 dicembre 2015
Utile prima delle imposte		(24.559)	(101.387)
Rettifiche per:			
Ammortamenti e svalutazioni	16.5	264.354	252.119
Accantonamenti e (rilasci) di fondi relativi al personale e altri fondi		87.193	64.968
Oneri (Proventi) finanziari netti	16.7	(70.214)	(67.340)
Risultato delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto	16.8	657	(1.844)
Altre poste non monetarie		(230)	204
Flussi di cassa generati dall'attività operativa prima delle variazioni del capitale circolante netto		257.201	146.720
Variazione delle rimanenze		35	114
Variazione dei crediti commerciali	12.2	(216.302)	(7.941)
Variazione dei debiti commerciali	15.1	18.010	(1.786)
Variazione delle altre attività e passività		26.852	44.559
Utilizzo dei fondi rischi	14.3	(37.727)	(31.772)
Pagamento benefici ai dipendenti e ai fondi esterni	14.2	(65.112)	(65.250)
Flusso di cassa netto generato dall'attività operativa		(17.043)	84.644
Investimenti in attività materiali	11.1	(55.672)	(63.602)
Dismissioni di attività materiali	11.1	550	461
Investimenti in attività immateriali	11.2	(218.847)	(226.305)
Dismissioni di attività immateriali	11.2	89	-
Investimenti in partecipazioni		(4)	-
Dividendi incassati	11.3	84.410	80.882
Interessi incassati		43	85
Variazione delle attività finanziarie	11.4 12.3	(7.066)	(20.953)
Flusso di cassa netto generato dall'attività di investimento		(196.497)	(229.432)
Accensione di finanziamenti a lungo termine	14.1	-	345.558
Rimborsi di finanziamenti a lungo termine	14.1	(5.000)	(296.126)
Incremento (Decremento) di finanziamenti a breve e altri finanziamenti	15.2	160.995	54.169
Interessi pagati netti (*)		(5.004)	(5.202)
Flusso di cassa netto generato dall'attività finanziaria		150.991	98.399
Variazione disponibilità liquide e mezzi equivalenti		(62.549)	(46.389)
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti all'inizio dell'esercizio	12.6	67.111	113.500
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti alla fine dell'esercizio	12.6	4.562	67.111

(*) Riferiti ad attività/passività di natura finanziaria

Prospetti contabili Rai SpA

Prospetto delle variazioni di patrimonio netto

(in migliaia di Euro)	Capitale sociale	Riserva legale	Altre riserve	Utili (perdite) portati a nuovo	Totale patrimonio netto
Saldi al 1° gennaio 2015	242.518	9.160	822.844	(246.171)	828.351
Destinazione del risultato	-	2.393	45.471	(47.864)	-
Risultato dell'esercizio	-	-	-	(45.983)	(45.983)
Componenti di conto economico complessivo	-	-	1.244	28.174	29.418
Risultato complessivo dell'esercizio	-	-	1.244	(17.809)	(16.565)
Saldi al 31 dicembre 2015	242.518	11.553	869.559	(311.844)	811.786
Saldi al 1° gennaio 2016	242.518	11.553	869.559	(311.844)	811.786
Destinazione del risultato	-	-	(297.301)	297.301	-
Risultato dell'esercizio	-	-	-	4.266	4.266
Componenti di conto economico complessivo	-	-	(1.405)	(15.178)	(16.583)
Risultato complessivo dell'esercizio	-	-	(1.405)	(10.912)	(12.317)
Saldi al 31 dicembre 2016	242.518	11.553	570.853	(25.455)	799.469

Note illustrative al bilancio Rai SpA al 31 dicembre 2016

1) Informazioni generali

Rai Radiotelevisione italiana SpA (di seguito "Rai", la "Società" o la "Capogruppo") è una società per azioni costituita e domiciliata in Italia, con sede legale a Roma in Viale Mazzini 14, e organizzata secondo l'ordinamento giuridico della Repubblica Italiana.

Il bilancio separato al 31 dicembre 2016 (di seguito "Bilancio separato"), come di seguito descritto, è redatto in accordo con gli *International Financial Reporting Standards* ("IFRS").

La Società e le sue controllate (congiuntamente il "Gruppo") operano in Italia, nel ruolo di Servizio Pubblico generale radiotelevisivo. La Capogruppo, in forza di apposite fonti normative, nazionali e comunitarie, è tenuta ad adempiere a precise obbligazioni in tema di qualità e quantità della programmazione, ulteriormente dettagliate nel Contratto di Servizio stipulato con il Ministero dello Sviluppo Economico (di seguito anche il "Contratto").

Il Contratto di Servizio attualmente vigente è quello riferito al triennio 2010-2012 tutt'ora in vigore per effetto di quanto previsto all'articolo 36 del Contratto stesso.

Il Contratto di Servizio prevede per Rai prescrizioni rispetto ai livelli di servizio e vincoli nello svolgimento della propria attività editoriale, nel tempo crescenti e stabilisce una connessione evidente tra la Rai, gli individui e la collettività, rispondendo a bisogni rilevanti per la crescita dell'individuo e per la creazione di una coscienza sociale. Tra i temi editoriali sono degni di menzione l'attenzione alla formazione e al lavoro, all'informazione e all'approfondimento, ai temi sociali e culturali, ai bambini e agli adolescenti, alla figura femminile, allo sport e all'intrattenimento, alle minoranze linguistiche e alla promozione all'estero del Paese per gli stranieri così come per le tante comunità di italiani che vi risiedono.

La Legge n. 89/2014 ha precisato che Rai debba garantire l'informazione pubblica a livello nazionale e quella a livello regionale attraverso la presenza in ciascuna regione e provincia autonoma di proprie redazioni e strutture adeguate alle specifiche produzioni. Il nuovo comma 3-bis dell'art. 17 della Legge n. 112/2004 prevede inoltre che le sedi di Bolzano, di Trento, della Valle d'Aosta e del Friuli-Venezia Giulia mantengano la loro autonomia finanziaria e contabile e che fungano anche da centro di produzione decentrato per le esigenze di promozione delle culture e degli strumenti linguistici locali e che le altre sedi regionali e provinciali la mantengano fino alla definizione di un nuovo assetto territoriale da parte di Rai.

La Legge 28 dicembre 2015, n. 220, recante "Riforma della Rai e del Servizio Pubblico Radiotelevisivo" ha previsto che il rinnovo del contratto nazionale di servizio tra il Ministero dello Sviluppo Economico e Rai venga stipulato, con cadenza quinquennale e non più triennale, nel quadro della concessione che riconosce a Rai il ruolo di gestore del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale.

In data 19 aprile 2016 è entrato in vigore il nuovo Codice dei contratti pubblici (D. Lgs. 18 aprile 2016, n. 50). Tale Decreto, all'articolo 216, comma 24, prevede che "al fine di consentire lo svolgimento, con la più ampia partecipazione, della consultazione pubblica di cui all'articolo 5, comma 5, della Legge 18 dicembre 2015, n. 220 (Legge di riforma Rai), e nelle more dell'aggiornamento della disciplina in materia di affidamento del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale", il termine della concessione sia prorogato dal 6 maggio 2016 al 31 ottobre 2016.

La Legge 26 ottobre 2016, n. 198, recante "Istituzione del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione e deleghe al Governo per la ridefinizione della disciplina del sostegno pubblico per il settore dell'editoria e dell'emittenza radiofonica e televisiva locale, della disciplina di profili pensionistici dei giornalisti e della composizione e delle competenze del Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti. Procedura per l'affidamento in concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale", ha stabilito la nuova procedura per l'affidamento in concessione del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale. Tale concessione, di durata decennale, è preceduta da una consultazione pubblica sugli obblighi del servizio medesimo ai sensi del sopra citato articolo 5, comma 5, della Legge 18 dicembre 2015, n. 220 (Legge di riforma Rai).

Il Decreto Legge del 30 dicembre 2016 n. 244, recante "Proroga e definizione di termini" (c.d. "mille-proroghe"), all'art. 6, comma 3 ha previsto che, nelle more dell'affidamento del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale (secondo le nuove procedure introdotte dall'art. 9 della L. 198/2016, nel quadro degli interventi già introdotti dalla Legge 220/2015), e comunque per un periodo non superiore a centottanta giorni dal 31 ottobre 2016 (e cioè fino al 29 aprile 2017), continuino a trovare applicazione, ad ogni effetto, la concessione e la convenzione in atto, così prorogando, per il caso in cui non si addivenga prima al nuovo affidamento con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, la vigenza dell'attuale concessione a Rai del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale.

Il capitale della Società è detenuto rispettivamente da:

- Ministero dell'Economia e delle Finanze (99,5583%)
- SIAE Società Italiana Autori Editori (0,4417%).

Il Bilancio separato è sottoposto a revisione legale da parte della società PricewaterhouseCoopers SpA (di seguito la "Società di Revisione") alla quale l'Assemblea Generale Ordinaria degli Azionisti Rai, su proposta motivata del Collegio Sindacale, nell'adunanza del 10 marzo 2016 ha affidato l'incarico per gli esercizi fino al 2023, in considerazione dell'acquisizione da parte di Rai dello status di Ente di Interesse Pubblico.

2) Criteri di redazione

La Società, in relazione a quanto previsto dal Decreto Legislativo 28 febbraio 2005, n. 38, applica per la redazione del proprio Bilancio separato gli *International Financial Reporting Standards* (nel seguito "IFRS" o "principi contabili internazionali") emanati dall'*International Accounting Standards Board* (di seguito IASB) e adottati dalla Commissione Europea secondo la procedura di cui all'art. 6 del Regolamento (CE) n. 1606/2002 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 19 luglio 2002. Per IFRS si intendono anche tutti i principi contabili internazionali ("IAS") e tutte le interpretazioni dell'*International Financial Reporting Standard Interpretations Committee* ("IFRIC"), precedentemente denominate "*Standard Interpretations Committee*" (SIC). Per la redazione del presente Bilancio separato la Società ha fornito una informativa completa, applicando gli IFRS in modo coerente ai periodi esposti nel presente Bilancio separato.

La struttura del Bilancio separato scelta dalla Società prevede che:

- le voci della Situazione patrimoniale-finanziaria siano classificate in correnti e non correnti;
- le voci del Conto economico siano classificate per natura;
- il prospetto di Conto economico complessivo sia presentato in forma separata rispetto al Conto economico e indichi il risultato economico integrato dei proventi e oneri che per espressa disposizione degli IFRS sono rilevati direttamente a patrimonio netto;
- il rendiconto finanziario sia predisposto secondo il "metodo indiretto", rettificando il risultato (utile/perdita prima delle imposte) dell'esercizio delle componenti di natura non monetaria; e
- il prospetto delle variazioni del patrimonio netto presenti i proventi (oneri) complessivi dell'esercizio, le operazioni con gli azionisti e le altre variazioni del patrimonio netto.

Questa impostazione riflette al meglio gli elementi che hanno determinato il risultato economico dell'esercizio oltre la sua struttura finanziaria e patrimoniale.

Il Bilancio separato è stato redatto applicando il metodo del costo storico, tenuto conto ove appropriato delle rettifiche di valore, con l'eccezione delle voci di bilancio che secondo gli IFRS devono essere rilevate al *fair value*, come indicato nei criteri di valutazione e fatti salvi i casi in cui le disposizioni IFRS consentano un differente criterio di valutazione.

Il Bilancio separato è stato redatto nel presupposto della continuità aziendale, in quanto non si ritiene sussistano indicatori di carattere finanziario, gestionale o di altro genere che possano segnalare criticità circa la capacità della Società di far fronte alle proprie obbligazioni nel prevedibile futuro e in particolare nei prossimi 12 mesi.

La descrizione delle modalità attraverso le quali la Società gestisce i rischi finanziari è contenuta nella successiva nota 7 relativa alla "Gestione dei rischi finanziari".

I valori esposti nelle tabelle riportanti la Situazione patrimoniale e finanziaria, il Prospetto di Conto economico, il Prospetto di Conto economico complessivo, il Prospetto delle variazioni del patrimonio netto sono esposti all'unità di Euro, mentre il prospetto di Rendiconto finanziario e le note illustrative al bilancio, tenuto conto della loro rilevanza, sono espressi in migliaia di Euro, salvo quando diversamente indicato.

3) Criteri di valutazione

Di seguito sono brevemente descritti i principi contabili e i criteri di valutazione più significativi utilizzati per la redazione del Bilancio separato.

Attività correnti

Rimanenze. Le rimanenze finali di materiali tecnici sono valutate al costo di acquisto, determinato con il metodo del costo medio ponderato, rettificato in relazione all'andamento del mercato ed alle presumibili mancate utilizzazioni legate a fenomeni di obsolescenza e lento rigiro.

Crediti commerciali - Altri crediti e attività correnti - Attività finanziarie correnti. I crediti commerciali, gli altri crediti e attività correnti e le attività finanziarie correnti sono inizialmente iscritti al *fair value* (valore equo) rettificato dei costi di transazione direttamente attribuibili e successivamente valutati col criterio del costo ammortizzato in base al metodo del tasso di interesse effettivo (ossia del tasso che rende uguali, al momento della rilevazione iniziale, il valore attuale dei flussi di cassa attesi e il valore di iscrizione), opportunamente rettificato per tenere conto di eventuali svalutazioni, mediante l'iscrizione di un fondo svalutazione crediti. I crediti verso clienti e le altre attività finanziarie sono inclusi nell'attivo corrente, a eccezione di quelli con scadenza contrattuale superiore ai dodici mesi rispetto alla data di bilancio, che sono classificati nell'attivo non corrente.

Riduzione di valore di attività finanziarie. A ciascuna data di riferimento del bilancio, tutte le attività finanziarie, diverse da quelle valutate al *fair value* (valore equo) con contropartita a Conto economico, sono analizzate al fine di verificare se esiste un'obiettiva evidenza che un'attività o un gruppo di attività finanziarie abbia subito una perdita di valore. Una perdita di valore è rilevata solo nel caso in cui tale evidenza esista come conseguenza di uno o più eventi accaduti dopo la sua rilevazione iniziale, che hanno un impatto sui flussi di cassa futuri attesi dell'attività.

L'evidenza obiettiva di una perdita di valore include indicatori osservabili quali, ad esempio:

- la significativa difficoltà finanziaria dell'emittente o del debitore;
- una violazione del contratto, come un inadempimento o mancato pagamento degli interessi o del capitale;
- l'evidenza che il debitore possa entrare in una procedura concorsuale o in un'altra forma di riorganizzazione finanziaria;
- una diminuzione sensibile dei flussi di cassa futuri stimati.

Le perdite che si prevede derivino a seguito di eventi futuri non sono rilevate.

Per le attività finanziarie contabilizzate col criterio del costo ammortizzato, quando una perdita di valore è stata identificata, il valore di un'attività viene misurato come differenza tra il valore contabile dell'attività e il valore attuale dei flussi di cassa futuri attesi, scontati sulla base del tasso di interesse effettivo originario. Questo valore è rilevato a Conto economico.

Se l'importo di una perdita di valore rilevata in passato diminuisce e la diminuzione può essere obiettivamente collegata a un evento verificatosi successivamente alla rilevazione della perdita di valore, essa è riaccreditata a Conto economico.

Eliminazione contabile delle attività e passività finanziarie. Le attività finanziarie sono eliminate contabilmente quando è soddisfatta una delle seguenti condizioni:

- il diritto contrattuale a ricevere i flussi di cassa dall'attività è scaduto;
- la Società ha sostanzialmente trasferito tutti i rischi e benefici connessi all'attività, cedendo i suoi diritti a ricevere flussi di cassa dall'attività oppure assumendo un'obbligazione contrattuale a riversare i flussi di cassa ricevuti a uno o più eventuali beneficiari in virtù di un contratto che rispetta i requisiti previsti dallo IAS 39 (c.d. "pass through test");
- la Società non ha né trasferito né mantenuto sostanzialmente tutti i rischi e benefici connessi all'attività finanziaria ma ne ha ceduto il controllo.

Nel caso di operazioni di *factoring* che non prevedono sostanzialmente il trasferimento, in capo al *factor*, dei rischi e dei benefici connessi ai crediti ceduti (pertanto la Società rimane esposta al rischio di insolvenza e/o ritardato pagamento – c.d. cessioni pro-solvendo) l'operazione viene assimilata all'accensione di un finanziamento garantito dal credito oggetto di cessione. In tale circostanza, il credito ceduto rimane rappresentato nella situazione patrimoniale e finanziaria della Società fino al momento dell'incasso da parte del *factor* e, in contropartita dell'eventuale anticipazione ottenuta dal *factor*, viene iscritto un debito di natura finanziaria. Il costo finanziario per le operazioni di *factoring* è rappresentato

da interessi sugli ammontari anticipati imputati a Conto economico nel rispetto del principio della competenza, che vengono classificati fra gli oneri finanziari. Le commissioni che maturano su cessioni sono incluse fra gli oneri finanziari.

Le passività finanziarie sono eliminate contabilmente quando sono estinte, ossia quando l'obbligazione contrattuale è adempiuta, cancellata o prescritta.

Compensazione di attività e passività finanziarie. La Società compensa attività e passività finanziarie se e solo se:

- esiste un diritto legalmente esercitabile di compensare i valori rilevati in bilancio; e
- vi è l'intenzione o di compensare su base netta o di realizzare l'attività e regolare la passività simultaneamente.

Disponibilità liquide e mezzi equivalenti. Le disponibilità liquide e mezzi equivalenti comprendono la cassa, i depositi a vista nonché le attività finanziarie con scadenza all'origine uguale o inferiore ai tre mesi, prontamente convertibili in cassa e sottoposte a un irrilevante rischio di variazione di valore. Gli elementi inclusi nelle disponibilità liquide e mezzi equivalenti sono valutati al *fair value (valore equo)*. Le operazioni di incasso sono registrate per data di operazione bancaria; per le operazioni di pagamento si tiene altresì conto della data di disposizione.

Attività non correnti

Attività materiali. Le attività materiali sono rilevate secondo il criterio del costo e iscritte al prezzo di acquisto o al costo di produzione comprensivo degli oneri accessori di diretta imputazione necessari a rendere le attività pronte all'uso. In presenza di obbligazioni attuali per lo smantellamento, la rimozione delle attività e il ripristino dei siti, il valore di iscrizione include i costi stimati (attualizzati) da sostenere al momento dell'abbandono delle strutture, rilevati in contropartita a uno specifico fondo (il trattamento contabile delle revisioni di stima di questi costi, del trascorrere del tempo e del tasso di attualizzazione è indicato alla nota n. 1.5.3 "Fondi per rischi e oneri non correnti"). Non è ammesso effettuare rivalutazioni delle attività materiali, neanche in applicazione di leggi specifiche.

I costi per migliorie, ammodernamento e trasformazione aventi natura incrementativa delle attività materiali sono rilevati all'attivo patrimoniale quando è probabile che incrementino i benefici economici futuri attesi dall'utilizzo o dalla vendita del bene.

Le attività materiali sono ammortizzate sistematicamente a quote costanti lungo la loro vita utile economica tecnica, intesa come la stima del periodo in cui l'attività sarà utilizzata dall'impresa. Periodo che decorre dal mese in cui inizia o avrebbe potuto iniziare l'utilizzazione del bene. Quando l'attività materiale è costituita da più componenti significative aventi vite utili differenti, l'ammortamento è effettuato per ciascuna componente. Il valore da ammortizzare è rappresentato dal valore di iscrizione ridotto del presumibile valore netto di cessione al termine della sua vita utile. Non sono oggetto di ammortamento i terreni, anche se acquistati congiuntamente a un fabbricato, le opere d'arte, nonché le attività materiali destinate alla vendita. Eventuali modifiche al piano di ammortamento, derivanti dalla revisione della vita utile dell'attività materiale, del valore residuo ovvero delle modalità di ottenimento dei benefici economici dell'attività, sono rilevate prospetticamente.

La vita utile stimata delle principali attività materiali è la seguente:

	Vita utile in anni	
	Min	Max
Fabbricati	10	50
Impianti e macchinario	4	8
Attrezzature industriali e commerciali	5,3	5,3
Altri beni	4	8,3

Le spese di manutenzione e riparazione ordinarie sono rilevate a Conto economico nell'esercizio in cui sono sostenute.

Attività immateriali. Le attività immateriali riguardano le attività identificabili prive di consistenza fisica, controllate dalla Società e in grado di produrre benefici economici futuri, nonché l'avviamento quando acquisito a titolo oneroso. L'identificabilità è definita con riferimento alla possibilità di distinguere l'attività immateriale acquisita dall'avviamento. Questo requisito normalmente è soddisfatto quando:

- l'attività immateriale è riconducibile a un diritto legale o contrattuale; oppure
- l'attività è separabile, ossia può essere ceduta, trasferita, data in affitto o scambiata autonomamente oppure come parte integrante di altre attività.

Il controllo della Società consiste nel diritto di usufruire dei benefici economici futuri derivanti dall'attività e nella possibilità di limitarne l'accesso ad altri.

Le attività immateriali sono iscritte al costo di acquisto o di produzione comprensivo degli oneri accessori di diretta imputazione necessari a rendere le attività pronte all'uso. Non è ammesso effettuare rivalutazioni, neanche in applicazione di leggi specifiche.

Le attività immateriali aventi vita utile definita sono ammortizzate sistematicamente lungo la loro vita utile intesa come la stima del periodo in cui le attività saranno utilizzate dalla Società e si articolano in:

- a) Programmi: i costi di acquisizione e di produzione dei programmi, formati dai costi esterni direttamente imputabili a ciascuna produzione e dai costi delle risorse interne utilizzate per la realizzazione dei singoli programmi, sono rappresentati secondo i seguenti criteri:
- 1) i costi riferiti a produzioni televisive ad utilità ripetuta sono capitalizzati fra le attività immateriali e, se tali produzioni risultano pronte all'uso a fine esercizio, sono assoggettati ad ammortamento per quote costanti, a partire dal mese di approntamento o di disponibilità del diritto, con riguardo alla durata della loro presumibile utilità futura. Se invece tali produzioni ad utilità ripetuta non risultano ancora utilizzabili a fine esercizio, i relativi costi vengono rinviati come immobilizzazioni in corso e acconti.

La vita utile dei programmi a utilità ripetuta, tenendo conto delle difficoltà oggettive nell'individuare elementi in grado di garantire una corretta correlazione tra i ricavi da pubblicità e da canone e l'ammortamento dei diritti, alle quali si somma l'indeterminabilità delle multiformi modalità di sfruttamento, è riportata nella seguente tabella:

	Vita utile in anni
Fiction e cartoni animati	3
Diritti di sfruttamento di library di natura calcistica	4

I costi riferiti a diritti in concessione per durate inferiori sono ammortizzati con quote corrispondenti al periodo di disponibilità. Nel caso in cui i diritti abbiano esaurito i passaggi disponibili contrattualmente, il valore residuo viene interamente speso.

- 2) I costi riferiti a produzioni televisive destinate ad una fruizione immediata affluiscono a Conto economico in un unico esercizio, che solitamente coincide con quello di utilizzazione. Più precisamente:
 - *Informazione giornalistica, intrattenimento leggero, documentari, musica colta, prosa e l'intera produzione radiofonica.* I costi sono rilevati nell'esercizio in cui sono sostenuti, che coincide, di norma, con quello di messa in onda.
 - *Eventi sportivi.* I costi sono rilevati nell'esercizio in cui si svolge la manifestazione.

- b) Le licenze d'uso di software sono ammortizzate in tre anni a partire dal mese in cui sono disponibili all'uso, generalmente coincidente con il mese di entrata in funzione.

- c) I costi inerenti alla realizzazione della rete digitale terrestre sono iscritti al netto delle quote di ammortamento e ammortizzati, a quote costanti, in relazione alla durata prevista di utilizzazione a partire dalla data di disponibilità del servizio, in genere coincidente con la sua attivazione.

- d) I marchi sono ammortizzati in dieci esercizi a partire dal momento in cui sono disponibili all'uso, generalmente corrispondente con l'anno in cui inizia l'utilizzo.

L'avviamento e le altre attività immateriali aventi vita utile indefinita non sono oggetto di ammortamento; la recuperabilità del loro valore di iscrizione è verificata almeno annualmente e comunque quando si verificano eventi che fanno presupporre una riduzione del valore.

Riduzione di valore di attività non finanziarie. A ciascuna data di riferimento del bilancio, le attività non finanziarie sono analizzate per verificare l'esistenza di indicatori di un'eventuale riduzione del loro valore. Quando si verificano eventi che fanno presumere una riduzione del valore delle attività non finanziarie, la loro recuperabilità è verificata confrontando il valore di iscrizione con il relativo valore recuperabile rappresentato dal maggiore tra il *fair value* (valore equo), al netto degli oneri di dismissione, e il valore d'uso. Il valore d'uso è determinato sulla base di assunzioni ragionevoli e dimostrabili rappresentative della migliore stima delle future condizioni economiche che si verificheranno nella residua vita utile del bene, dando rilevanza alle indicazioni provenienti dall'esterno. Quando vengono meno i motivi delle svalutazioni effettuate, il valore delle attività è ripristinato e la rettifica è rilevata a Conto economico come rivalutazione (ripristino di valore). Il ripristino è effettuato al minore tra il valore recuperabile e il valore di iscrizione al lordo delle svalutazioni precedentemente effettuate e ridotto delle quote di ammortamento che sarebbero state stanziare qualora non si fosse proceduto alla svalutazione.

Contributi pubblici. I contributi pubblici, inclusi i contributi non monetari valutati al *fair value* (valore equo), sono rilevati quando esiste una ragionevole certezza che saranno ricevuti e che la Società rispetterà tutte le condizioni previste per la loro erogazione.

Il beneficio di un finanziamento pubblico a un tasso di interesse inferiore a quello di mercato è trattato come un contributo pubblico. Il finanziamento è inizialmente rilevato al *fair value* (valore equo) e il contributo pubblico è misurato come differenza tra il valore contabile iniziale e la provvista ricevuta. Il finanziamento è successivamente valutato conformemente alle disposizioni previste per le passività finanziarie.

I contributi in conto esercizio sono presentati come componente positiva nel Conto economico, all'interno della voce "Altri ricavi e proventi".

I contributi pubblici ricevuti per l'acquisto, la costruzione o l'acquisizione di attività immobilizzate (materiali o immateriali) sono rilevati a diretta riduzione del relativo costo di acquisto o di produzione ovvero iscritti a provento in relazione alla relativa vita utile.

Attività finanziarie (correnti e non correnti). Le **partecipazioni in imprese controllate** sono iscritte al costo rettificato in presenza di perdite di valore. Tali perdite di valore sono quantificate sulla base del valore recuperabile determinato con riferimento ai flussi di cassa che l'impresa partecipata sarà in grado di produrre prospetticamente. La differenza positiva, emergente all'atto dell'acquisto, tra il costo di acquisizione e la quota di patrimonio netto a valori correnti della partecipata di competenza della Società è, pertanto, inclusa nel valore di carico della partecipazione. Eventuali svalutazioni di tale differenza positiva non sono ripristinate nei periodi successivi anche qualora vengano meno le condizioni che avevano portato alla svalutazione.

Le **partecipazioni in joint venture e in imprese collegate** sono valutate con il metodo del patrimonio netto.

In applicazione del metodo del patrimonio netto, le partecipazioni sono inizialmente iscritte al costo di acquisto, attribuendo l'eventuale differenza tra il costo sostenuto e la quota di interessenza nel *fair value* (valore equo) delle attività nette identificabili della partecipata in modo analogo a quanto previsto dall'IFRS 3 "Aggregazioni aziendali". Successivamente il valore di iscrizione è adeguato per tener conto:

- della quota di pertinenza della partecipante dei risultati economici della partecipata realizzati dopo la data di acquisizione; e
- della quota di pertinenza delle altre componenti di Conto economico complessivo della partecipata.

Le variazioni del patrimonio netto di una partecipata, diverse da quelle sopra indicate, sono rilevate a Conto economico quando rappresentano nella sostanza gli effetti di una cessione di una quota dell'interessenza nella partecipata. I dividendi distribuiti dalla partecipata sono rilevati a riduzione del valore di iscrizione della partecipazione.

In presenza di obiettive evidenze di perdita di valore, la recuperabilità è verificata confrontando il valore di iscrizione con il relativo valore recuperabile determinato adottando i criteri indicati al punto "Riduzione di valore di attività non finanziarie". Quando vengono meno i motivi delle svalutazioni effettuate, il valore delle partecipazioni è ripristinato nei limiti delle svalutazioni effettuate con imputazione dell'effetto a Conto economico.

La cessione di quote di partecipazione che comporta la perdita del controllo congiunto o dell'influenza notevole sulla partecipata determina la rilevazione a Conto economico:

- dell'eventuale plusvalenza/minusvalenza calcolata come differenza tra il corrispettivo ricevuto e la corrispondente frazione del valore di iscrizione della partecipazione ceduta;
- dell'effetto della rivalutazione dell'eventuale partecipazione residua mantenuta per allinearla al relativo *fair value* (valore equo);
- degli eventuali valori rilevati nelle altre componenti di Conto economico complessivo relativi alla partecipata per i quali sia prevista la riclassifica a Conto economico.

Il valore dell'eventuale partecipazione mantenuta, allineato al relativo *fair value* (valore equo) alla data di perdita del controllo congiunto o dell'influenza notevole, rappresenta il nuovo valore di iscrizione e pertanto il valore di riferimento per la successiva valutazione secondo i criteri di valutazione applicabili.

Dopo che una partecipazione valutata con il metodo del patrimonio netto, o una quota di tale partecipazione, è classificata come destinata alla vendita, in quanto rispetta i criteri previsti per tale classificazione, la partecipazione, o quota di partecipazione, non è più valutata con il metodo del patrimonio netto. Le eventuali quote di tale partecipazione non classificate come destinate alla vendita sono valutate con il metodo del patrimonio netto fino alla conclusione della dismissione della quota di partecipazione classificata come destinata alla vendita. Successivamente alla dismissione, l'eventuale quota residua mantenuta è valutata in base ai criteri di valutazione applicabili.

Le **altre partecipazioni** iscritte tra le attività non correnti sono valutate al *fair value* (valore equo) con imputazione degli effetti nella riserva di patrimonio netto afferente le altre componenti di Conto economico complessivo; le variazioni del *fair value* (valore equo) rilevate nel patrimonio netto sono imputate a Conto economico all'atto della svalutazione o del realizzo. Quando le partecipazioni non sono quotate in un mercato regolamentato e il *fair value* (valore equo) non può essere attendibilmente determinato, le stesse sono valutate al costo rettificato per perdite di valore; le perdite di valore non sono oggetto di ripristino.

La **quota di pertinenza della partecipante di eventuali perdite della partecipata**, eccedente il valore di iscrizione della partecipazione, è rilevata in un apposito fondo nella misura in cui la partecipante è impegnata ad adempiere a obbligazioni legali o implicite della partecipata, o comunque, a coprirne le perdite.

I **crediti e le attività finanziarie detenuti fino alla scadenza** sono iscritti al costo rappresentato dal *fair value* (valore equo) del corrispettivo iniziale, incrementato degli eventuali costi di transazione. Il valore di iscrizione iniziale è successivamente rettificato per tener conto dei rimborsi in quota capitale, delle eventuali svalutazioni e dell'ammortamento della differenza tra il valore di rimborso e il valore di iscrizione iniziale; l'ammortamento è effettuato sulla base del tasso di interesse effettivo (c.d. criterio del costo ammortizzato).

In presenza di obiettive evidenze di perdita di valore, la svalutazione è determinata confrontando il relativo valore di iscrizione con il valore attuale dei flussi di cassa attesi attualizzati al tasso di interesse effettivo definito al momento della rilevazione iniziale. I crediti e le attività finanziarie da mantenersi sino alla scadenza sono esposti al netto del relativo fondo svalutazione.

Passività correnti e non correnti

Passività finanziarie - Debiti commerciali - Altri debiti e passività. I finanziamenti e i debiti commerciali sono iscritti quando la Società diviene parte delle relative clausole contrattuali e sono valutati inizialmente al *fair value* (valore equo) rettificato dei costi di transazione direttamente attribuibili.

Successivamente sono valutati con il criterio del costo ammortizzato, utilizzando il metodo del tasso di interesse effettivo.

Fondi per rischi e oneri. I fondi per rischi e oneri riguardano costi e oneri di natura determinata e di esistenza certa o probabile che alla data di chiusura del bilancio sono indeterminati nell'ammontare e/o nella data di accadimento. Gli accantonamenti a tali fondi sono rilevati quando:

- è probabile l'esistenza di un'obbligazione attuale, legale o implicita, derivante da un evento passato;
- è probabile che l'adempimento dell'obbligazione sia oneroso;
- l'ammontare dell'obbligazione può essere stimato attendibilmente.

Gli accantonamenti sono iscritti al valore rappresentativo della migliore stima dell'ammontare che l'impresa ragionevolmente pagherebbe per estinguere l'obbligazione o per trasferirla a terzi alla data di

chiusura del bilancio. Quando l'effetto finanziario del trascorrere del tempo è significativo e le date di pagamento delle obbligazioni sono attendibilmente stimabili, l'accantonamento è determinato attualizzando i flussi di cassa attesi determinati tenendo conto dei rischi associati all'obbligazione; l'incremento del fondo connesso al trascorrere del tempo è rilevato a Conto economico alle voci "Proventi finanziari" ovvero "Oneri finanziari".

I costi che l'impresa prevede di sostenere per attuare programmi di ristrutturazione sono iscritti nell'esercizio in cui viene definito formalmente il programma e si è generata nei soggetti interessati la valida aspettativa che la ristrutturazione avrà luogo.

I fondi sono periodicamente aggiornati per riflettere le variazioni delle stime dei costi, dei tempi di realizzazione e del tasso di attualizzazione; le revisioni di stima sono imputate alla medesima voce di Conto economico che ha precedentemente accolto l'accantonamento. I fondi per rischi ed oneri sono soggetti ad attualizzazione nel caso in cui sia possibile stimare ragionevolmente il momento della manifestazione delle uscite monetarie. Quando la passività è relativa ad attività materiali (es. smantellamento e ripristino siti), le variazioni di stima del fondo sono rilevate in contropartita all'attività a cui si riferiscono nei limiti dei valori di iscrizione; l'eventuale eccedenza è rilevata a Conto economico.

Qualora sia previsto che tutte le spese (o una parte di esse) richieste per estinguere un'obbligazione siano rimborsate da terzi, l'indennizzo, quando virtualmente certo, è rilevato come un'attività distinta.

Per i contratti i cui costi non discrezionali necessari per adempiere alle obbligazioni assunte sono superiori ai benefici economici che si prevede siano ottenibili dal contratto (contratti onerosi), la Società rileva un accantonamento pari al minore tra il costo necessario all'adempimento e qualsiasi risarcimento o sanzione derivante dall'inadempienza del contratto.

L'esistenza di **passività potenziali**, rappresentate da obbligazioni possibili, ma non probabili, derivanti da eventi passati, la cui esistenza sarà confermata solo al verificarsi o meno di uno o più eventi futuri incerti non totalmente sotto il controllo dell'impresa, ovvero il cui ammontare non può essere stimato attendibilmente, non dà luogo alla rilevazione di passività iscritte in bilancio, ma è oggetto di illustrazione in un'apposita nota all'interno del Bilancio separato.

Benefici per i dipendenti. I benefici successivi al rapporto di lavoro, tenendo conto delle loro caratteristiche, sono distinti in piani "a contributi definiti" e "a benefici definiti". Nei piani a contributi definiti, l'obbligazione dell'impresa, limitata al versamento dei contributi allo Stato ovvero a un patrimonio o a un'entità giuridicamente distinta, è determinata sulla base dei contributi dovuti. I costi relativi a tali piani sono rilevati a Conto economico sulla base della contribuzione effettuata nel periodo. Nei piani a benefici definiti, invece, l'obbligazione dell'impresa è determinata, separatamente per ciascun piano, sulla base di ipotesi attuariali stimando (in conformità con il metodo di proiezione unitaria del credito) l'ammontare dei benefici futuri che i dipendenti hanno maturato alla data di riferimento. Più precisamente, il valore attuale dei piani a benefici definiti è calcolato utilizzando un tasso determinato in base ai rendimenti di mercato, alla data di riferimento di bilancio, di titoli obbligazionari di aziende primarie ovvero, in assenza di un mercato attivo in cui queste ultime siano scambiate, di titoli di Stato. La passività è rilevata per competenza durante il periodo di maturazione del diritto. La valutazione della passività è effettuata da attuari indipendenti. Se le attività a servizio del piano eccedono il valore attuale della relativa passività, l'eccedenza è rilevata come attività.

Gli interessi netti (c.d. *net interest*) includono la componente di rendimento delle attività al servizio del piano e del costo per interessi da rilevare a Conto economico. Il *net interest* è determinato applicando alle passività, al netto delle eventuali attività al servizio del piano, il tasso di sconto definito per le passività; il *net interest* di piani a benefici definiti è rilevato nel Conto economico tra i "Proventi finanziari" ovvero "Oneri finanziari".

Gli utili e le perdite attuariali derivanti dalla valutazione attuariale dei piani a benefici definiti e il rendimento delle attività a servizio del piano (al netto dei relativi interessi attivi) sono rilevati nell'ambito delle altre componenti del Conto economico complessivo. Per gli altri benefici a lungo termine, gli utili e perdite attuariali sono rilevati a Conto economico. In caso di modifica di un piano a benefici definiti o di introduzione di un nuovo piano, l'eventuale costo previdenziale relativo alle prestazioni di lavoro passate è rilevato a Conto economico.

Strumenti finanziari derivati. Un derivato è uno strumento finanziario o un altro contratto:

- il cui valore cambia in relazione alle variazioni di un parametro definito *underlying*, quale tasso di interesse, prezzo di un titolo o di una merce, tasso di cambio in valuta estera, indice di prezzi o di tassi, rating di un credito o altra variabile;

- che richiede un investimento netto iniziale pari a zero, o minore di quello che sarebbe richiesto per contratti con una risposta simile ai cambiamenti delle condizioni di mercato;
- che è regolato a una data futura.

Gli strumenti derivati sono classificati come attività o passività finanziarie a seconda del *fair value* (valore equo) positivo o negativo e sono classificati come "detenuti per la negoziazione" e valutati al *fair value* (valore equo) rilevato a Conto economico, a eccezione di quelli designati come efficaci strumenti di copertura.

I derivati sono designati come strumenti di copertura quando la relazione tra il derivato e l'oggetto della copertura è formalmente documentata e l'efficacia della copertura, verificata periodicamente, è elevata. Quando i derivati coprono il rischio di variazione dei flussi di cassa degli strumenti oggetto di copertura (*cash flow hedge*), es. copertura della variabilità dei flussi di cassa di attività/passività per effetto delle oscillazioni dei tassi di cambio, le variazioni del *fair value* (valore equo) dei derivati considerate efficaci sono inizialmente rilevate nella riserva di patrimonio netto afferente le altre componenti del Conto economico complessivo e successivamente imputate a Conto economico coerentemente agli effetti economici prodotti dall'operazione coperta. Le variazioni del *fair value* (valore equo) dei derivati che non soddisfano le condizioni per essere qualificati come di copertura sono rilevate a Conto economico.

Valutazione del *fair value*

Le valutazioni al *fair value* e la relativa informativa sono effettuate o predisposte applicando l'IFRS 13 "Valutazione del *fair value*". Il *fair value* (valore equo) rappresenta il prezzo che si percepirebbe per la vendita di un'attività ovvero che si pagherebbe per il trasferimento di una passività nell'ambito di una transazione ordinaria posta in essere tra operatori di mercato, alla data di valutazione.

La valutazione al *fair value* (valore equo) si fonda sul presupposto che l'operazione di vendita dell'attività o di trasferimento della passività abbia luogo nel mercato principale, ossia nel mercato in cui avviene il maggior volume e livello di transazioni per l'attività o la passività. In assenza di un mercato principale, si suppone che la transazione abbia luogo nel mercato più vantaggioso al quale la Società ha accesso, ossia il mercato suscettibile di massimizzare i risultati della transazione di vendita dell'attività o di minimizzare l'ammontare da pagare per trasferire la passività.

Il *fair value* (valore equo) di un'attività o di una passività è determinato considerando le assunzioni che i partecipanti al mercato utilizzerebbero per definire il prezzo dell'attività o della passività, nel presupposto che gli stessi agiscano secondo il loro migliore interesse economico. I partecipanti al mercato, sono acquirenti e venditori indipendenti, informati, in grado di entrare in una transazione per l'attività o la passività e motivati ma non obbligati né indotti ad effettuare la transazione.

Nella valutazione del *fair value* (valore equo), la Società tiene conto delle caratteristiche delle specifiche attività o passività; in particolare, per le attività non finanziarie, della capacità di un operatore di mercato di generare benefici economici impiegando l'attività nel suo massimo e migliore utilizzo o vendendola a un altro operatore di mercato capace di impiegarlo nel suo massimo e miglior utilizzo. La valutazione del *fair value* (valore equo) delle attività e delle passività è effettuata utilizzando tecniche adeguate alle circostanze e per le quali sono disponibili dati sufficienti, massimizzando l'utilizzo di *input* osservabili.

Ricavi e costi

I ricavi sono rilevati nella misura in cui alla Società affluiscono i benefici economici e siano determinati in modo attendibile; i ricavi delle prestazioni di servizi sono rilevati al compimento della prestazione, i ricavi delle vendite quando si verifica l'effettivo trasferimento dei rischi e dei benefici tipici della proprietà dei beni ceduti.

Relativamente ai servizi più rilevanti per la Società, il riconoscimento dei ricavi avviene:

- per i proventi da canone, in relazione al versamento effettuato allo Stato, anche mediante addebito in bolletta elettrica, per i canoni ordinari o alla Rai per i canoni speciali, relativamente alla quota di competenza del periodo (sono esclusi gli importi versati in anticipo rispetto al periodo di competenza); sono inoltre inclusi i versamenti effettuati nel periodo relativi a canoni riferiti a esercizi precedenti e i canoni relativi a esenzioni concesse a particolari categorie di abbonati;
- per i proventi pubblicitari, con la diffusione dell'inserzione pubblicitaria.

Gli stanziamenti di ricavi relativi a servizi parzialmente resi sono rilevati per il corrispettivo maturato, sempreché sia possibile determinarne attendibilmente lo stadio di completamento e non sussistano incertezze di rilievo sull'ammontare e sull'esistenza del ricavo e dei relativi costi; diversamente sono rilevati nei limiti dei costi sostenuti recuperabili.

I ricavi sono rilevati per l'ammontare pari al *fair value* (valore equo) del corrispettivo ricevuto o da ricevere, al netto di resi, sconti, abbuoni e premi, nonché delle imposte direttamente connesse.

I costi sono iscritti per competenza quando relativi a servizi e beni acquistati o consumati nell'esercizio o per ripartizione sistematica ovvero quando non si possa identificare l'utilità futura degli stessi.

I canoni relativi a *leasing* operativi sono imputati a Conto economico lungo la durata del contratto.

I proventi e gli oneri finanziari sono rilevati a Conto economico nel corso dell'esercizio nel quale sono maturati.

Differenze cambio

I ricavi e i costi relativi a operazioni in moneta diversa da quella funzionale sono iscritti al cambio corrente del giorno in cui viene rilevata l'operazione.

Le attività e passività monetarie in moneta diversa da quella funzionale sono convertite nella moneta funzionale applicando il tasso di cambio corrente alla data di riferimento del bilancio con imputazione dell'effetto a Conto economico. Le attività e passività non monetarie espresse in moneta diversa da quella funzionale valutate al costo sono iscritte al cambio di rilevazione iniziale; quando la valutazione è effettuata al *fair value* (valore equo) ovvero al valore recuperabile o di realizzo, è adottato il cambio corrente alla data di determinazione di tale valore.

Dividendi

I dividendi sono rilevati alla data di assunzione della delibera da parte dell'Assemblea che stabilisce il diritto a ricevere il pagamento, salvo quando sia ragionevolmente certa la cessione delle azioni prima dello stacco della cedola.

I dividendi deliberati dall'Assemblea degli Azionisti sono rappresentati come movimento del patrimonio netto nell'esercizio in cui sono approvati.

Imposte sul reddito

Le imposte correnti iscritte tra i Debiti tributari al netto degli acconti versati ovvero nella voce Crediti tributari quando il saldo netto risulti a credito, sono determinate in base alla stima del reddito imponibile e in conformità alla normativa fiscale. In particolare tali debiti e crediti sono calcolati applicando le aliquote fiscali in vigore alla data di riferimento.

Le imposte correnti sono rilevate nel Conto economico, fatta eccezione per quelle relative a voci imputabili direttamente al patrimonio netto.

Le imposte sul reddito, differite e anticipate, sono calcolate sulle differenze temporanee tra i valori patrimoniali iscritti in bilancio e i corrispondenti valori riconosciuti ai fini fiscali, applicando l'aliquota in vigore alla data in cui la differenza temporanea si riverterà, in base alle aliquote previste alla data di riferimento. Una passività fiscale differita viene rilevata per tutte le differenze temporanee imponibili, fatta eccezione per l'avviamento. Le attività per imposte anticipate sulle differenze temporanee, le perdite fiscali e i crediti d'imposta non utilizzati sono rilevati se e quando il loro recupero è probabile in previsione che possano realizzarsi imponibili fiscali positivi, per Rai e per il Gruppo, in futuri periodi d'imposta. Ad ogni chiusura di periodo si procede ad una nuova valutazione sull'iscrivibilità delle imposte anticipate.

Le imposte sul reddito differite e anticipate sono rilevate nel Conto economico, fatta eccezione per quelle relative a voci imputabili direttamente al patrimonio netto.

Le imposte sul reddito differite e anticipate, conseguenti all'applicazione di normative riferibili alla medesima autorità fiscale, sono compensate se esiste un diritto legalmente esercitabile di compensare le attività fiscali correnti con le passività fiscali correnti che si genereranno al momento del loro riversamento.

Le attività per imposte anticipate e le passività per imposte differite sono classificate tra le attività e le passività non correnti e sono compensate a livello di singola giurisdizione fiscale, se riferite a imposte compensabili. Il saldo della compensazione, se attivo, è iscritto alla voce Attività per imposte anticipate, se passivo, alla voce Passività per imposte differite.

Parti correlate

Per Parti correlate si intendono quelle che condividono con Rai il medesimo soggetto controllante, le società che direttamente o indirettamente la controllano, sono controllate, oppure sono soggette a controllo congiunto e quelle nelle quali la Società detiene una partecipazione tale da poter esercitare un'influenza notevole. Nella definizione di Parti correlate rientrano, inoltre, le entità che gestiscono piani di benefici successivi alla fine del rapporto di lavoro esclusivi per i dipendenti della Società (nello specifico indicati alla nota n. 17.4 "Rapporti con Parti correlate") e i dirigenti con responsabilità strategiche, cioè coloro che hanno il potere e la responsabilità, diretta o indiretta, della pianificazione, della direzione, del controllo delle attività della Società, compresi gli Amministratori.

Conformemente con quanto disciplinato dallo IAS 24 "Informativa di bilancio sulle operazioni con parti correlate", paragrafo 26, Rai è dispensata dai requisiti informativi di cui al paragrafo 18 (secondo il quale la Società deve indicare la natura del rapporto con la parte correlata, oltre a fornire informazioni su tali operazioni e sui saldi in essere, inclusi gli impegni, necessarie agli utilizzatori del bilancio per comprendere i potenziali effetti di tale rapporto sul bilancio separato) nel caso di rapporti con un'altra entità che è una parte correlata perché lo stesso ente governativo ha il controllo sia sull'entità che redige il bilancio sia sull'altra entità.

4) Utilizzo di stime

L'applicazione degli IFRS per la redazione del Bilancio separato comporta l'effettuazione di stime contabili, spesso basate su valutazioni complesse e/o soggettive, fondate su esperienze passate e ipotesi considerate ragionevoli e realistiche in relazione alle informazioni conosciute al momento della stima. L'uso di queste stime si riflette sul valore di iscrizione delle attività e delle passività e sull'informativa relativa alle attività e passività potenziali alla data del bilancio, nonché sull'ammontare dei ricavi e dei costi nel periodo contabile rappresentato. I risultati effettivi possono differire da quelli stimati a causa dell'incertezza che caratterizza le ipotesi e le condizioni sulle quali le stime sono basate. Le stime e le assunzioni sono riviste periodicamente e gli effetti di ogni variazione sono riflessi nel Conto economico.

Per una migliore comprensione del Bilancio separato, di seguito sono indicate le stime più significative del processo di redazione del Bilancio separato perché comportano un elevato ricorso a giudizi soggettivi, assunzioni e stime relativi a tematiche per loro natura incerte. Le modifiche delle condizioni alla base di giudizi e assunzioni adottati potrebbero avere un impatto rilevante sui risultati successivi.

Svalutazioni

Le attività sono svalutate quando eventi o circostanze manifestatesi successivamente alla loro rilevazione contabile iniziale facciano ritenere che tale valore non sia recuperabile. La decisione se procedere a una svalutazione e la quantificazione della stessa dipendono da valutazioni effettuate sulla base di assunzioni ragionevoli e dimostrabili, rappresentative della migliore stima delle future condizioni economiche che si verificheranno nella residua vita utile dell'attività, dando rilevanza alle indicazioni provenienti dall'esterno.

La svalutazione è determinata confrontando il valore di iscrizione con il relativo valore recuperabile, rappresentato dal maggiore tra il *fair value* (valore equo), al netto degli oneri di dismissione, e il valore d'uso. Quest'ultimo è determinato dall'utilizzo dell'attività al netto degli oneri di dismissione e quantificati alla luce delle informazioni disponibili al momento della stima sulla base di giudizi soggettivi sull'andamento di variabili future (quali ad esempio i prezzi, i costi, i tassi di crescita della domanda).

Recupero delle imposte anticipate

Nel Bilancio separato sono iscritte attività per imposte anticipate connesse alla rilevazione di perdite fiscali utilizzabili in successivi periodi d'imposta. L'ammontare delle suddette imposte anticipate è subordinato alla recuperabilità determinata dal conseguimento di utili imponibili futuri sufficientemente capienti per l'assorbimento delle predette perdite fiscali o fino alla concorrenza della fiscalità differita passiva. Significativi giudizi del management sono richiesti per determinare l'ammontare delle imposte anticipate che possono essere rilevate in bilancio in base alla tempistica e all'ammontare dei redditi imponibili futuri. Qualora in futuro si dovesse verificare che la Società non fosse in grado di recuperare in tutto o in parte le imposte anticipate iscritte in bilancio, la relativa rettifica verrà imputata al Conto economico.

Benefici per i dipendenti

Una parte dei dipendenti della Società è iscritta a piani che erogano benefici successivi alla fine del rapporto di lavoro (quali, il Trattamento di Fine Rapporto oltre ai fondi pensionistici integrativi indicati alla nota n. 14.2 "Benefici per i dipendenti"). La quantificazione dei costi e delle passività associate a tali piani sono basati su stime effettuate da attuari, che utilizzano una combinazione di fattori statistico-attuariali, tra cui dati statistici relativi agli anni passati e previsioni dei costi futuri. Sono inoltre considerati come componenti di stima gli indici di mortalità e di recesso, le ipotesi relative all'evoluzione futura dei tassi di sconto, dei tassi di crescita delle retribuzioni, dei tassi inflazionistici, nonché l'analisi dell'andamento tendenziale dei costi dell'assistenza sanitaria. Accade normalmente che, in occasione della rimisurazione periodica del saldo delle suddette passività, si manifestino delle differenze derivanti, tra l'altro, dalle modifiche delle ipotesi attuariali utilizzate, dalla differenza tra le ipotesi attuariali precedentemente adottate e quelle che si sono effettivamente realizzate e dal differente rendimento delle attività al servizio del piano rispetto a quello considerato nel calcolo del *net interest*. Gli impatti delle rimisurazioni sono rilevati nel prospetto di Conto economico complessivo per i piani a benefici definiti e a Conto economico per i piani a contributi definiti.

Contenziosi

La Società è parte in diversi contenziosi legali relativi a questioni amministrative, civili, tributarie e attinenti al diritto del lavoro. La natura di tali contenziosi rende oggettivamente non prevedibile l'esito finale delle vertenze. Sono stati pertanto costituiti fondi destinati a coprire tutte le passività significative per i casi in cui i legali (interni alla Società e i consulenti terzi di cui si avvalgono) abbiano ritenuto sussistere la probabilità di un esito sfavorevole e sia stato possibile elaborare una stima ragionevole degli oneri derivanti dall'eventuale soccombenza.

Smantellamento e ripristino siti

La Società ha rilevato delle passività relative agli obblighi di smantellamento delle attività materiali e di ripristino di alcune aree condotte in locazione operativa al termine del periodo di utilizzo delle stesse. La stima dei costi futuri di smantellamento e di ripristino è un processo complesso e richiede l'apprezzamento e il giudizio nella valutazione delle passività da sostenersi a distanza di molti anni, spesso non compiutamente definiti da leggi, regolamenti o clausole contrattuali. La criticità delle stime degli oneri di smantellamento e di ripristino deriva, inoltre, (i) dalla contabilizzazione di tali oneri il cui valore attuale è inizialmente iscritto ad incremento del costo dell'attività a cui sono riferiti, in contropartita al fondo rischi; e (ii) dalla complessità e soggettività del processo valutativo da svolgere in sede di rilevazione iniziale e da aggiornare con periodicità almeno annuale per determinare il tasso di attualizzazione da utilizzare.

Valutazione del *fair value* (valore equo) di strumenti finanziari

Il *fair value* (valore equo) degli strumenti finanziari quotati è determinato osservando i prezzi direttamente rilevabili sul mercato, mentre per gli strumenti finanziari non quotati, utilizzando specifiche tecniche di valutazione che facciano uso del maggior numero possibile di input osservabili sul mercato. Nelle circostanze in cui ciò non fosse possibile, gli input sono stimati dal management tenendo conto delle caratteristiche degli strumenti oggetto di valutazione. Variazioni nelle assunzioni effettuate nella stima dei dati di input potrebbero avere effetti sul *fair value* (valore equo) rilevato in bilancio per tali strumenti.

5) Principi contabili di recente emanazione

Principi contabili omologati dall'Unione Europea ma non ancora applicabili

- Con regolamento n. 2016/1905 emesso dalla Commissione Europea in data 22 settembre 2016 è stato omologato il principio contabile IFRS 15 "Revenue from Contracts with Customers" (di seguito IFRS 15), che disciplina la rilevazione dei ricavi derivanti da contratti con i clienti. In particolare, l'IFRS 15 prevede che la rilevazione dei ricavi sia basata sui seguenti cinque passaggi:
 1. identificazione del contratto con il cliente;
 2. identificazione delle *performance obligations* (ossia gli impegni contrattuali a trasferire beni e/o servizi al cliente);
 3. determinazione del prezzo della transazione;
 4. allocazione del prezzo della transazione alle *performance obligations* identificate sulla base del prezzo di vendita stand alone di ciascun bene o servizio; e
 5. rilevazione del ricavo quando la relativa *performance obligations* risulta soddisfatta.

Le disposizioni dell'IFRS 15 sono efficaci a partire dagli esercizi che hanno inizio il, o dopo il, 1° gennaio 2018.

- Con regolamento n. 2016/2067 emesso dalla Commissione Europea in data 22 novembre 2016 è stato omologato il principio contabile IFRS 9 "Financial Instruments" (di seguito IFRS 9). In particolare, il nuovo standard riduce il numero delle categorie di attività finanziarie previste dallo IAS 39 e definisce: (i) le modalità di classificazione e valutazione delle attività finanziarie; (ii) le modalità di impairment degli strumenti finanziari; (iii) le modalità di applicazione dell'*hedge accounting* e (iv) la contabilizzazione delle variazioni del merito creditizio nella misurazione a fair value delle passività.

Le disposizioni dell'IFRS 9 sono efficaci a partire dagli esercizi che hanno inizio il, o dopo il, 1° gennaio 2018.

Allo stato la Società sta analizzando i principi indicati e valutando se la loro adozione avrà un impatto significativo sul proprio bilancio.

Principi contabili non ancora omologati dall'Unione Europea

- In data 14 gennaio 2016, lo IASB ha emesso l'IFRS 16 "Leasing". Il nuovo standard definisce il nuovo modello di contabilizzazione del leasing eliminando la distinzione tra leasing operativo e finanziario. L'IFRS 16 è efficace a partire dagli esercizi che hanno inizio il, o dopo il, 1° gennaio 2019.
- In data 19 gennaio 2016, lo IASB ha emesso le modifiche allo IAS 12 "Income taxes". La modifica chiarisce la modalità di contabilizzazione di una perdita non realizzata su uno strumento di debito misurato al fair value che dà luogo alla creazione di una differenza temporanea deducibile quando il proprietario dello strumento si aspetta di mantenerlo fino alla scadenza. Tali modifiche sono efficaci dal 1° gennaio 2017.
- In data 29 gennaio 2016, lo IASB ha emesso le modifiche allo IAS 7 "Statement of cash flows". La modifica richiede che in bilancio siano fornite informazioni circa i cambiamenti delle passività finanziarie. L'obiettivo è quello di fornire informative che permettano agli utilizzatori del bilancio di valutare i cambiamenti nelle passività derivanti da attività di finanziamento. Tali modifiche sono efficaci dal 1° gennaio 2017.
- In data 12 aprile 2016 lo IASB ha emesso i chiarimenti all'IFRS 15 "Revenue from Contracts with Customers". Tali chiarimenti, efficaci a partire dal 1° gennaio 2018, riguardano:
 - l'identificazione delle obbligazioni contrattuali correlate al raggiungimento di performance;
 - l'attribuzione del ruolo di *principal* o di *agent*;
 - la determinazione del momento di riconoscimento dei proventi derivanti dalla concessione di una licenza.
- In data 20 giugno 2016 lo IASB ha emesso le modifiche all'IFRS 2: "Classification and Measurement of Share-based Payment Transactions". Le modifiche chiariscono i requisiti e le modalità di rilevazione dei pagamenti basati su azioni. Tali modifiche sono efficaci dal 1° gennaio 2018.
- In data 12 settembre 2016 lo IASB ha emesso le modifiche all'IFRS 4 "Applying IFRS 9 Financial Instruments with IFRS 4 Insurance Contracts". Le modifiche rispondono alle criticità derivanti dall'introduzione dell'IFRS 9 in attesa del principio che sostituirà l'attuale IFRS 4. Tali modifiche sono efficaci dal 1° gennaio 2018.
- In data 8 dicembre 2016 lo IASB ha emesso "Ciclo annuale di miglioramenti agli IFRS 2014-2016", contenente modifiche, essenzialmente di natura tecnica e redazionale, di alcuni principi contabili internazionali. Le modifiche indicate nel summenzionato documento sono efficaci a partire dagli esercizi

che inizieranno il, o successivamente al, 1° gennaio 2018. Le modifiche contenute nel ciclo di miglioramenti 2014-2016 sono le seguenti:

- IFRS 1: vengono eliminate l'esenzioni di breve periodo previste ai paragrafi E3-E7, perché sono venuti meno i motivi della loro previsione;
- IFRS 12: viene chiarito il fine dello standard specificando che i requisiti di informativa, eccetto per quelli previsti dai paragrafi B10-B16, si applicano agli interessi di un'entità elencata al paragrafo 5 che sono classificate come detenute per la vendita, per la distribuzione o come discontinued operation ex IFRS5;
- IAS 28: viene chiarito che la decisione di misurare al fair value attraverso il Conto economico un investimento in una società controllata o in una joint venture detenuta da una società di venture capital è possibile per ogni investimento in controllate o joint venture sin dalla loro rilevazione iniziale.
- In data 8 dicembre 2016 lo IASB ha emesso l'IFRIC Interpretation 22 "Foreign Currency Transactions and Advance Consideration". L'interpretazione tratta delle operazioni in valuta estera nel caso in cui un'entità riconosca una attività o una passività non monetaria proveniente dal pagamento o dall'incasso di un anticipo prima che l'entità si riconosca il relativo asset, costo o ricavo. Quanto definito non deve essere applicato alle imposte, ai contratti assicurativi o riassicurativi. L'IFRIC è efficace a partire dagli esercizi che hanno inizio il, o dopo il, 1° gennaio 2018.
- In data 8 dicembre 2016 lo IASB ha emesso le modifiche allo IAS 40: "Transfers of Investment Property." Le modifiche chiariscono le modalità per il cambiamento di classificazione da o verso gli Investimenti Immobiliari. Tali modifiche sono efficaci dal 1° gennaio 2018.

Allo stato la Società sta analizzando i principi indicati e valutando se la loro adozione avrà un impatto significativo sul proprio bilancio.

6) Informativa per settore operativo

L'IFRS 8 "Settori operativi", identifica il "Settore operativo" come una componente di una entità: (i) che svolge attività in grado di generare flussi di ricavi e di costi autonomi; (ii) i cui risultati operativi sono rivisti periodicamente al più alto livello decisionale operativo, che coincide con il Consiglio di Amministrazione della Società, con lo scopo di assumere decisioni circa l'allocazione delle risorse e valutarne i risultati; e (iii) per il quale sono predisposte informazioni economico-patrimoniali separate. La Società ha identificato un solo settore operativo e l'informativa gestionale, predisposta e resa periodicamente disponibile al Consiglio di Amministrazione per le finalità sopra richiamate, considerano l'attività svolta come un insieme indistinto; conseguentemente nel Bilancio separato non è presentata alcuna informativa per settore operativo. Le informazioni circa i servizi svolti dalla Società, l'area geografica (che corrisponde pressoché interamente con il territorio dello Stato italiano) in cui essa svolge la propria attività e i principali fruitori degli stessi sono fornite nelle pertinenti note illustrative al presente Bilancio separato, alle quali, pertanto, si rinvia.

7) Gestione dei rischi finanziari

I rischi finanziari ai quali la Società è esposta sono gestiti secondo l'approccio e le procedure definiti all'interno di una specifica policy. Tali documenti stabiliscono procedure, limiti, strumenti per il monitoraggio e la minimizzazione del rischio finanziario, con l'obiettivo di preservare il valore aziendale.

I principali rischi individuati dalla Società sono:

- il rischio di mercato, derivante dall'esposizione alle fluttuazioni dei tassi di interesse e dei rapporti di cambio, connesse alle attività e passività finanziarie rispettivamente possedute/originarie e assunte;
- il rischio di credito, derivante dalla possibilità che una o più controparti possano essere insolventi;
- il rischio di liquidità, derivante dall'incapacità della Società di ottenere le risorse finanziarie necessarie per far fronte agli impegni finanziari di breve termine.

7.1 Rischio di mercato

Il rischio di mercato consiste nella possibilità che variazioni dei tassi di interesse e di cambio possano influire negativamente sul valore delle attività, delle passività o dei flussi di cassa attesi.

Rischio tasso di interesse

Il rischio tasso di interesse è originato dal possibile incremento degli oneri finanziari netti in conseguenza di variazioni sfavorevoli dei tassi di mercato sulle posizioni finanziarie a tasso variabile. Al fine di limitare

tale rischio la policy aziendale prevede che i finanziamenti a medio/lungo termine a tasso variabile siano convertiti a tasso fisso per un minimo del 50% tramite l'utilizzo di prodotti derivati, quali *Interest Rate Swaps*.

Al 31 dicembre 2016 l'indebitamento a medio/lungo termine risulta interamente a tasso fisso; pertanto gli effetti della variazione dei tassi ricadono unicamente sulle posizioni a breve termine di durata e segno variabile in corso d'anno.

Sensitivity analysis

Nella tabella sottostante è esposta la *sensitivity analysis* effettuata sulle posizioni finanziarie non coperte al 31 dicembre 2016, costituite dalle sole posizioni finanziarie a breve termine. In considerazione del livello minimo già raggiunto dai tassi (negativi sulla parte di curva a breve), è stata considerata, per il 2016, unicamente l'ipotesi di uno shift parallelo della curva dei tassi di +50 bp., con i seguenti effetti:

(in migliaia di Euro)	Variazione tasso di interesse	Variazione risultato economico al lordo dell'effetto fiscale
Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	+50 bp.	863
	-	-
Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	+50 bp.	206
	-10 bp.	(41)

Rischio di cambio

Il rischio di cambio della Società è relativo principalmente all'esposizione in dollari statunitensi originata dall'acquisto di diritti sportivi da parte di Rai. Nel corso del 2016 tali impegni hanno generato pagamenti per circa USD 35 milioni (USD 34 milioni nel 2015). Ulteriori valute di esposizione, con esborsi frazionati e di importo complessivamente modesto sono il Franco svizzero e la Sterlina inglese per circa Euro 4 milioni.

La gestione del rischio di cambio è realizzata a far data dalla sottoscrizione dell'impegno commerciale, spesso di durata pluriennale e ha come obiettivo la salvaguardia del controvalore in Euro degli impegni, così come stimati in sede di ordine (o di budget). La policy ne regola la gestione secondo le migliori pratiche internazionali, con l'obiettivo di minimizzare il rischio, perseguito attraverso il monitoraggio attivo dell'esposizione e l'attuazione di strategie di copertura da parte di Rai, anche per conto delle società controllate (ad eccezione di Rai WWay, dotata di policy e gestione autonoma). Le deleghe per la realizzazione degli interventi di copertura sono attribuite in via gerarchica e progressiva, con una percentuale minima di intervento del 50% dell'importo contrattuale in divisa.

Le strategie di copertura sono attuate attraverso strumenti finanziari derivati - quali acquisti a termine e strutture opzionali - senza assumere carattere di speculazione finanziaria. A tal fine, mediante opportuni sistemi, vengono realizzati test di efficacia a preventivo e a consuntivo, che consentono di individuare, secondo quanto meglio dettagliato nella nota n. 15.2 "Passività finanziarie correnti", la quota efficace ed inefficace della copertura.

Si riporta di seguito il dettaglio delle attività e passività in valuta differente dall'Euro:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016		Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	
	Valuta USD	Altre valute estere	Valuta USD	Altre valute estere
Crediti commerciali	3	16	61	102
Debiti commerciali (*)	(7.511)	(720)	(8.160)	(806)
Disponibilità liquide	405	79	675	100
Attività finanziarie correnti (**)	-	2	-	-
Passività finanziarie correnti (**)	(4.088)	-	(4.093)	-
Altre attività non correnti	52	78	8	90
Altri crediti e attività correnti	1	24	23	8
Altri debiti e passività correnti	(70)	(132)	(65)	(251)

(*) ammontare coperto da strumenti derivati per un valore nominale:

- pari a USD 5.750 migliaia al 31/12/2016
- pari a USD 5.750 migliaia al 31/12/2015

(**) esclusi strumenti finanziari derivati

Sensitivity analysis

Per quanto sopra illustrato l'esposizione al rischio cambio risulta significativa unicamente per il cambio EUR/USD. È stata pertanto realizzata una *sensitivity analysis* al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015, sulle posizioni di credito e di debito non coperte, sui derivati a copertura di impegni a fronte di contratti già sottoscritti e sulle disponibilità in divisa. È stata simulata una variazione simmetrica del 10% del cambio rispetto al valore presente alla data di riferimento, a parità di ogni altra condizione. Tale valutazione evidenzia l'effetto a Conto economico delle disponibilità in divisa e dei crediti/debiti non oggetto di copertura, nonché l'effetto, interamente rilevato nell'apposita riserva di patrimonio netto, dei derivati a copertura di *cash-flow* su impegni futuri, con efficacia prospettica confermata.

Gli effetti sono indicati nella seguente tabella. In particolare si evidenzia che un deprezzamento dell'Euro al 31 dicembre 2016 avrebbe determinato, da un lato effetti economici negativi sull'ammontare delle posizioni non coperte, dall'altro un incremento della Riserva di *cash-flow hedge* conseguente al maggior valore delle coperture. Per contro l'apprezzamento dell'Euro comporterebbe minor oneri economici e un decremento della Riserva di *cash-flow hedge* per effetto del minor valore delle coperture.

(in migliaia di Euro)	Cambio Eur/Usd	Variazione cambio Eur/Usd	Cambio Eur/Usd ricalcolato	Variazione c/e (lordo imposte)	Variazione Riserva <i>cash-flow hedge</i>
Esercizio chiuso al					
31 dicembre 2016	1,0541	-10%	0,9487	(627)	1.185
		+10%	1,1595	513	(977)
31 dicembre 2015	1,0887	-10%	0,9798	(699)	1.591
		+10%	1,1976	572	(1.552)

7.2 Rischio di credito

L'esposizione teorica al rischio di credito per la Società è riferita principalmente al valore contabile delle attività finanziarie e dei crediti commerciali iscritti in bilancio.

Per quanto riguarda il rischio di controparte, per la gestione del credito commerciale sono adottate procedure di valutazione dei partner commerciali. L'analisi viene svolta periodicamente sulla situazione delle

partite scadute e può portare all'eventuale costituzione in mora dei soggetti interessati dall'emersione di problemi di solvibilità. Gli elenchi delle partite scadute oggetto di analisi vengono ordinati per importo e per cliente, aggiornati alla data di analisi ed evidenziano le situazioni che richiedono maggiore attenzione.

La struttura aziendale della Società preposta al recupero del credito promuove azioni di sollecito in via bonaria nei confronti delle controparti che risultano debtrici di importi relativi a partite scadute. Qualora tali attività non conducano all'incasso delle somme, dopo aver proceduto alla formale costituzione in mora dei soggetti debitori, la struttura avvia di concerto con la funzione legale le opportune azioni volte al recupero del credito (diffida, decreto ingiuntivo ecc.). Gli accantonamenti al fondo svalutazione crediti sono effettuati in maniera specifica sulle posizioni creditorie che presentano elementi di rischio peculiari. Sulle posizioni creditorie che non presentano tali caratteristiche, sono invece effettuate le valutazioni, per il segmento di clientela di appartenenza, per eventuali accantonamenti sulla base dell'inesigibilità media.

Di seguito è riportata l'analisi dei crediti per scadenza (al lordo del fondo svalutazione crediti):

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Fatture da emettere	386.429	146.584
A scadere	159.972	180.832
Scaduti da 0-90 giorni	1.370	351
Scaduti da 91-180 giorni	131	570
Scaduti da oltre 180 giorni	17.675	21.025
Fatture emesse	179.148	202.778
Totale crediti commerciali	565.577	349.362

Il rischio di credito sugli impieghi di liquidità è limitato in quanto la policy aziendale prevede, per i periodi di eccedenze di cassa, l'utilizzo di strumenti finanziari a basso rischio e con controparti di rating elevato. Nel corso dell'esercizio 2016 e dell'esercizio 2015 sono stati utilizzati unicamente depositi vincolati o a vista con controparti bancarie con rating *Investment grade*.

7.3 Rischio di liquidità

In forza di specifici contratti con le società controllate, con la sola esclusione della controllata Rai Way, Rai gestisce le risorse finanziarie del Gruppo attraverso un sistema di *cash-pooling* che prevede il trasferimento giornaliero dei saldi bancari delle consociate sui conti correnti della Rai, che concede le linee di credito *intercompany* necessarie per l'attività delle stesse società. Rai Way, dalla data della quotazione, è dotata di tesoreria e risorse finanziarie autonome.

La struttura finanziaria della Società è costituita, per quanto riguarda il medio/lungo termine, da un prestito obbligazionario con scadenza nel maggio 2020 per Euro 350 milioni (per maggiori dettagli si rimanda alla nota n. 14.1 "Passività finanziarie non correnti e quote correnti di passività finanziarie non correnti") e da un finanziamento BEI a valere sul progetto di implementazione del digitale terrestre per 45 milioni di Euro.

In considerazione della significativa oscillazione dell'indebitamento infrannuale, correlata alla liquidazione in quattro rate trimestrali da parte del Ministero dell'Economia e delle Finanze dei canoni, la Società ha in essere linee bancarie *uncommitted* per circa Euro 370 milioni e, dal mese di gennaio 2017, una linea *revolving* a cinque anni con un pool di banche per complessivi Euro 270 milioni.

La situazione di cassa è costantemente monitorata tramite un processo di previsione finanziaria che consente di evidenziare con largo anticipo eventuali criticità finanziarie per mettere in atto le opportune azioni.

Le seguenti tabelle includono l'analisi per scadenze delle passività finanziarie al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015. I saldi presentati sono quelli contrattuali non attualizzati ad eccezione degli strumenti derivati su cambi. Per quanto riguarda i contratti derivati a termine e le opzioni su valute, i flussi rappresentati riportano il *fair value* (valore equo) degli stessi, in quanto indicativo dell'effetto sui flussi di cassa nello specifico periodo.

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016				Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015			
	< 1 anno	2-5 anni	>5 anni	Totale	< 1 anno	2-5 anni	>5 anni	Totale
Debiti commerciali e altre passività:								
Debiti commerciali	560.424	-	-	560.424	542.415	-	-	542.415
Altri debiti e passività	293.279	3.294	330	296.903	335.264	5.734	552	341.550
Passività finanziarie a medio/lungo termine:								
Finanziamenti a medio/lungo termine	10.887	36.462	-	47.349	6.044	42.297	5.052	53.393
Obbligazioni	5.250	365.750	-	371.000	5.250	371.000	-	376.250
Passività finanziarie a breve termine:								
Debiti verso Banche	160.143	-	-	160.143	966	-	-	966
Verso controllate (saldo negativi di c/c)	129.475	-	-	129.475	127.640	-	-	127.640
Verso collegate	86	-	-	86	91	-	-	91
Altre passività finanziarie	-	-	-	-	1.126	-	-	1.126
Strumenti finanziari derivati:								
Strumenti derivati su cambi verso Terzi	26	-	-	26	49	2	-	51
Strumenti derivati su cambi infragruppo	697	-	-	697	4.799	-	-	4.799

8) Gestione del rischio di capitale

Gli obiettivi della Società nella gestione del capitale sono ispirati alla salvaguardia della capacità di continuare a garantire un'ottimale solidità patrimoniale anche attraverso il costante miglioramento dell'efficienza operativa e finanziaria. La Società persegue l'obiettivo di mantenere un adeguato livello di capitalizzazione che permetta di realizzare un ritorno economico e l'accessibilità a fonti esterne di finanziamento. La Società monitora costantemente l'evoluzione del livello di indebitamento in rapporto al patrimonio netto. Nello specifico il rapporto tra mezzi propri e il totale delle passività comprensive del patrimonio netto è evidenziato nella sottostante tabella:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Patrimonio netto	799.469	811.786
Totale passivo e patrimonio netto	3.171.063	3.034.368
Indice	25,2%	26,8%

Alla nota n. 19.2 "Appendice" è riportata la posizione finanziaria netta della Società per i periodi oggetto di analisi.

9) Valutazione del fair value (valore equo)

Di seguito sono riportati i valori al *fair value* (valore equo) degli strumenti finanziari classificati sulla base di una gerarchia di livelli che rifletta la significatività degli input utilizzati nella determinazione del *fair value* (IFRS 13 "Valutazione del *fair value*").

- **Livello 1:** prezzo quotato (mercato attivo): i dati utilizzati nelle valutazioni sono rappresentati da prezzi quotati su mercati in cui sono scambiate attività e passività identiche a quelle oggetto di valutazione;
- **Livello 2:** utilizzo di parametri osservabili sul mercato (ad esempio, per i derivati, i tassi di cambio rilevati dalla Banca d'Italia, curve dei tassi di mercato, volatilità fornita da Reuters, *credit spread* calcolati sulla base dei *Credit default swap* ecc.) diversi dai prezzi quotati del livello 1;
- **Livello 3:** utilizzo di parametri non osservabili sul mercato (assunzioni interne, ad esempio, flussi finanziari, spread rettificati per il rischio ecc.).

Gli strumenti finanziari a *fair value* (valore equo) a bilancio sono costituiti dai derivati finanziari di copertura, valutati attraverso un modello finanziario che utilizza le più diffuse e accettate formule di mercato (valore attuale netto per le operazioni di acquisto valuta a termine e applicazione della formula di Black&Scholes per le opzioni), oltre ai seguenti dati di input forniti dal provider Reuters: tassi di cambio spot BCE, curve tassi Euribor e IRS, volatilità e spread creditizi delle diverse controparti bancarie e dei titoli emessi dallo Stato italiano. Il *fair value* (valore equo) degli strumenti derivati rappresenta la posizione netta tra valori attivi e valori passivi relativi alle coperture attivate su flussi monetari denominati in USD che si manifesteranno successivamente alla data di riferimento del bilancio. Per maggiori informazioni in

Note illustrative al bilancio Rai SpA

merito agli strumenti derivati attivi e passivi si rimanda alle note n. 12.3 "Attività finanziarie correnti" e n. 15.2 "Passività finanziarie correnti".

(in migliaia di Euro)			
Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016			
Descrizione	Livello 1	Livello 2	Livello 3
Derivati su tassi di cambio	-	967	-

(in migliaia di Euro)			
Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015			
Descrizione	Livello 1	Livello 2	Livello 3
Derivati su tassi di cambio	-	3.642	-

10) Riconciliazione tra classi di attività e passività finanziarie e le tipologie di attività e passività finanziarie

A completamento dell'informativa sui rischi finanziari, si riporta di seguito una riconciliazione tra classi di attività e passività finanziarie e le tipologie di attività e passività finanziarie identificate sulla base dei requisiti dell'IFRS 7:

Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Crediti e finanziamenti	Attività finanziarie disponibili alla vendita	Attività e passività finanziarie al <i>fair value</i> con contropartita conto economico (**)	Strumenti finanziari di copertura	Totale attività e passività finanziarie	Note (*)
(in migliaia di Euro)						
Attività						
Crediti commerciali (***)	557.733	-	-	-	556.921	12.2
Attività finanziarie correnti	112.604	-	1.039	651	114.294	12.3
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	4.562	-	-	-	4.562	12.6
Attività finanziarie non correnti	61	-	-	-	61	11.4
Totale attività finanziarie	674.148	-	1.039	651	675.838	
Passività						
Debiti commerciali	(560.424)	-	-	-	(560.424)	15.1
Passività finanziarie correnti	(289.704)	-	(723)	-	(290.427)	15.2
Quota corrente di finanziamenti a medio/lungo termine	(10.000)	-	-	-	(10.000)	15.2
Passività finanziarie non correnti	(381.946)	-	-	-	(381.946)	14.1
Totale passività finanziarie	(1.242.074)	-	(723)	-	(1.242.797)	

(*) I numeri sopra riportati indicano i paragrafi all'interno delle note illustrative cui sono dettagliate le attività e le passività sopra esposte.

(**) Comprende il *fair value* dei derivati attivati da Rai per conto di Rai Cinema, i cui effetti sono riflessi in Rai Cinema, senza effetti economici in Rai.

(***) Il dato comprende la quota non corrente dei crediti commerciali (fatture da emettere).

Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	Crediti e finanziamenti	Attività finanziarie disponibili alla vendita	Attività e passività finanziarie al <i>fair value</i> con contropartita conto economico (**)	Strumenti finanziari di copertura	Totale attività e passività finanziarie	Note (*)
(in migliaia di Euro)						
Attività						
Crediti commerciali (***)	342.622	-	-	-	341.414	12.2
Attività finanziarie correnti	105.554	-	5.813	2.679	114.046	12.3
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	67.111	-	-	-	67.111	12.6
Attività finanziarie non correnti	59	-	-	-	59	11.4
Totale attività finanziarie	514.138	-	5.813	2.679	522.630	
Passività						
Debiti commerciali	(542.415)	-	-	-	(542.415)	15.1
Passività finanziarie correnti	(129.822)	-	(4.844)	(4)	(134.670)	15.2
Quota corrente di finanziamenti a medio/lungo termine	(5.000)	-	-	-	(5.000)	15.2
Passività finanziarie non correnti	(391.066)	-	-	(2)	(391.068)	14.1
Totale passività finanziarie	(1.068.303)	-	(4.844)	(6)	(1.073.153)	

(*) I numeri sopra riportati indicano i paragrafi all'interno delle note illustrative in cui sono dettagliate le attività e le passività sopra esposte.

(**) Comprende il *fair value* dei derivati attivati da Rai per conto di Rai Cinema, i cui effetti sono riflessi in Rai Cinema, senza effetti economici in Rai.

(***) Il dato comprende la quota non corrente dei crediti commerciali (fatture da emettere).

Note illustrative al bilancio Rai SpA

11) Attività non correnti

11.1 Attività materiali

Le attività materiali, pari ad Euro 872.115 migliaia (Euro 885.127 migliaia al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Terreni	Fabbricati	Impianti e macchinari	Attrezzature industriali e commerciali	Altri beni	Immobilizzazioni in corso e acconti	Totale
Costo	370.146	449.653	1.358.559	66.205	111.367	36.397	2.392.327
Fondo ammortamento	-	(136.238)	(1.218.536)	(62.851)	(89.575)	-	(1.507.200)
Saldo al 31 dicembre 2015	370.146	313.415	140.023	3.354	21.792	36.397	885.127
Movimentazione dell'esercizio							
Incrementi e capitalizzazioni	-	2.829	21.816	1.503	3.259	26.265	55.672
Dismissioni [1]	-	(7)	(21)	(5)	(368)	(198)	(599)
Riclassifiche	-	2.078	19.434	270	2.013	(23.795)	-
Ammortamenti	-	(11.884)	(49.391)	(1.309)	(5.501)	-	(68.085)
Saldo al 31 dicembre 2016	370.146	306.431	131.861	3.813	21.195	38.669	872.115
<i>così articolato:</i>							
Costo	370.146	454.175	1.387.739	67.370	110.857	38.669	2.428.956
Fondo ammortamento	-	(147.744)	(1.255.878)	(63.557)	(89.662)	-	(1.556.841)
<i>[1] di cui:</i>							
Costo	-	(385)	(12.070)	(608)	(5.782)	(198)	(19.043)
Fondo ammortamento	-	378	12.049	603	5.414	-	18.444
	-	(7)	(21)	(5)	(368)	(198)	(599)

Gli investimenti dell'esercizio, pari ad Euro 55.672 migliaia (Euro 63.602 migliaia nell'esercizio 2015) rientrano nell'ambito delle iniziative di ammodernamento e sviluppo tecnologico poste in essere dalla Società.

L'ammontare degli impegni contrattuali in essere per l'acquisto di immobili, impianti e macchinari è indicato alla nota n. 17.2 "Impegni".

11.2 Attività immateriali

Le attività immateriali, pari ad Euro 443.993 migliaia (Euro 416.722 migliaia al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Programmi	Software	Digitale terrestre	Marchi	Altri diritti	Immobilizzazioni in corso e acconti	Totale
Costo	430.924	8.309	40.538	70	965	212.181	692.987
Fondo ammortamento	(176.199)	(3.609)	(39.417)	(42)	(814)	-	(220.081)
Svalutazioni	(33.192)	(23)	-	-	(48)	(22.921)	(56.184)
Saldo al 31 dicembre 2015	221.533	4.677	1.121	28	103	189.260	416.722
Movimentazione dell'esercizio							
Incrementi e capitalizzazioni	118.155	1.694	-	-	-	98.998	218.847
Riclassifiche [1]	93.889	4.009	-	-	500	(98.398)	-
Dismissioni / radiazioni [2]	-	(7)	-	-	-	(89)	(96)
Svalutazioni	(30.982)	-	-	-	-	(8.635)	(39.617)
Utilizzo fondo svalutazione	21.450	23	-	-	48	-	21.521
Ammortamenti	(167.874)	(4.030)	(1.121)	(7)	(352)	-	(173.384)
Saldo al 31 dicembre 2016	256.171	6.366	-	21	299	181.136	443.993
<i>così articolato:</i>							
Costo [3]	622.649	10.163	-	70	1.465	204.311	838.658
Fondo ammortamento [3]	(323.667)	(3.797)	-	(49)	(1.166)	-	(328.679)
Svalutazioni	(42.811)	-	-	-	-	(23.175)	(65.986)
[1] di cui:							
costo	93.976	-	-	-	-	(98.485)	(4.509)
fondo svalutazione	(87)	-	-	-	-	87	-
	93.889	-	-	-	-	(98.398)	(4.509)
[2] di cui:							
costo	-	(10)	-	-	-	(8.383)	(8.393)
fondo ammortamento	-	3	-	-	-	-	3
svalutazione	-	-	-	-	-	8.294	8.294
	-	(7)	-	-	-	(89)	(96)
[3] valori al netto dei cespiti totalmente ammortizzati, pari a:	20.406	3.839	40.538	-	-	-	64.783

Gli investimenti, pari ad Euro 218.847 migliaia (Euro 226.303 migliaia al 31 dicembre 2015) sono riferiti principalmente a programmi del genere fiction per Euro 197.527 migliaia e cartoni animati per Euro 12.572 migliaia.

L'ammontare delle immobilizzazioni in corso e acconti si riferisce a programmi per Euro 169.177 migliaia, a software per Euro 7.758 migliaia e ad altri diritti per Euro 4.201 migliaia.

Le svalutazioni iscritte nell'esercizio ammontano ad Euro 39.617 migliaia e sono state apportate al fine di adeguare gli asset al loro valore recuperabile stimato.

L'ammontare degli impegni contrattuali in essere per l'acquisto di attività immateriali è indicato alla nota n. 17.2 "Impegni".

11.3 Partecipazioni

Le partecipazioni ammontano a Euro 921.501 migliaia (Euro 926.509 migliaia al 31 dicembre 2015) e si analizzano come segue:

Partecipazioni in imprese controllate

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	Movimentazione dell'esercizio		Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016
		Cessioni	Svalutazioni	
	Valore a bilancio			Valore a bilancio
Rai Cinema SpA	267.848	-	-	267.848
Rai Com SpA	107.156	-	-	107.156
Rai Corporation (in liquidazione)	2.891	-	(2.822)	69
Rai Pubblicità SpA	31.082	-	-	31.082
Rai Way SpA	507.059	(799) ^(a)	-	506.260
Totale partecipazioni in imprese controllate	916.036	(799)	(2.822)	912.415

(a) Conseguente all'esercizio dell'opzione prevista in sede di IPO della Società (Bonus Share).

- *Rai Cinema SpA* (100% Rai): il capitale sociale, pari a Euro 200.000 migliaia, risulta composto da n. 38.759.690 azioni del valore nominale di Euro 5,16 cadauna. La partecipazione risulta iscritta per un valore di Euro 267.848 migliaia. Nel corso del 2016 è stato erogato un dividendo di Euro 43.700 migliaia contabilizzato alla voce "Proventi finanziari".
- *Rai Com SpA* (100% Rai): il capitale sociale, pari a Euro 10.320 migliaia, risulta composto da n. 2.000.000 di azioni del valore nominale di Euro 5,16 cadauna. La partecipazione risulta iscritta per un valore di Euro 107.156 migliaia. Nel corso del 2016 è stato erogato un dividendo di Euro 6.700 migliaia contabilizzato alla voce "Proventi finanziari".
- *Rai Corporation in liquidazione* (100% Rai): il capitale sociale, pari a USD 500.000 è rappresentato da n. 50.000 azioni del valore nominale unitario di USD 10 cadauna. Al 31 dicembre 2016 è stata effettuata una svalutazione pari a Euro 2.822 migliaia al fine di adeguare l'importo di iscrizione della partecipazione al valore recuperabile di Euro 69 migliaia corrispondente al patrimonio netto della società al cambio in vigore al 31 dicembre 2016.
- *Rai Pubblicità SpA* (100% Rai): il capitale sociale ammonta a Euro 10.000 migliaia ed è composto da n. 100.000 azioni del valore nominale di Euro 100 cadauna. La partecipazione risulta iscritta per un valore di Euro 31.082 migliaia. Nel corso del 2016 è stato erogato un dividendo di Euro 8.000 migliaia contabilizzato alla voce "Proventi finanziari".
- *Rai Way SpA* (64,971% Rai): il capitale sociale ammonta a Euro 70.176 migliaia, ed è ripartito in n. 272.000.000 azioni ordinarie senza indicazione del valore nominale. La partecipazione risulta iscritta per un valore di Euro 506.260 migliaia. Nel corso del 2016 è stato erogato un dividendo di Euro 38.950 migliaia a valere sul risultato 2015. L'importo di spettanza Rai, pari a Euro 25.306 migliaia, è stato contabilizzato alla voce "Proventi finanziari". Durante l'esercizio 2016, la percentuale del capitale sociale di Rai Way detenuta da Rai si è ridotta di 0,102 punti percentuali a seguito dell'attribuzione agli aventi diritto - come previsto nel Prospetto Informativo relativo all'Offerta Pubblica di Vendita e all'ammissione a quotazione sul Mercato Telematico Azionario - di azioni gratuite (bonus share) messe a disposizione agli assegnatari delle azioni Rai Way che sono rimasti titolari delle azioni senza soluzione di continuità per dodici mesi dalla data di pagamento (ossia dal 19 novembre 2014).

Partecipazioni in Joint ventures e imprese collegate

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015			Movimentazione dell'esercizio			Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016		
	Costo	Adeguamento al patrimonio netto	Valore a Bilancio	Acquisizioni	Risultato	Decremento per dividendi	Costo	Adeguamento al patrimonio netto	Valore a Bilancio
Joint ventures:									
San Marino RTV SpA	258	1.841	2.099	-	(44)	-	258	1.797	2.055
Tivù Srl	483	2.678	3.161	-	907	(703)	483	2.882	3.365
Altre collegate:									
Audiradio Srl (in liquidazione)	1.428	(1.428)	-	-	-	-	1.428	(1.428)	- (a)
Auditel Srl	10	659	669	-	-	-	10	659	669 (b)
Euronews Sa	850	2.988	3.838	-	(1.564)	-	850	1.424	2.274
Tavolo Editori Radio Srl	-	-	-	17	-	-	17	-	17 (c)
Totale partecipazioni in joint ventures e imprese collegate	3.029	6.738	9.767	17	(701)	(703)	3.046	5.334	8.380

(a) Il deficit patrimoniale di spettanza Rai, sulla base delle risultanze del Bilancio al 31.12.2015 (ultimo bilancio approvato), ammontante a Euro 9 migliaia, è coperto da un fondo per oneri di pari importo.

(b) Valutazione relativa al Bilancio al 31.12.2015, ultimo disponibile.

(c) La partecipazione è valutata al costo sostenuto di costituzione.

- *Audiradio Srl in liquidazione* (27% Rai): il capitale sociale ammonta a Euro 258 migliaia ed è composto da n. 258.000 quote del valore nominale di 1 Euro cadauna. Il valore lordo della partecipazione pari a Euro 1.428 migliaia, è completamente svalutato in base al bilancio predisposto alla data del 31 dicembre 2015, ultimo disponibile, che evidenzia un patrimonio netto negativo di 34 migliaia di Euro. La quota parte del deficit patrimoniale pari a Euro 9 migliaia è accantonata in un apposito fondo per oneri.
- *Auditel Srl* (33% Rai): il capitale sociale, pari a Euro 300 migliaia, è composto da n. 300.000 quote del valore nominale di 1 Euro cadauna. La partecipazione risulta iscritta per un valore di Euro 669 migliaia corrispondente alla percentuale di spettanza Rai sul patrimonio netto della società risultante dal bilancio al 31 dicembre 2015, ultimo disponibile.
- *Euronews - Société Anonyme* (9,66% Rai): il capitale sociale, pari a Euro 8.581 migliaia è composto da n. 572.034 azioni del valore nominale di Euro 15 cadauna. Al 31 dicembre 2016 la partecipazione, iscritta per un valore di Euro 2.274 migliaia, è stata svalutata per un ammontare pari a Euro 1.564 migliaia per adeguarla alla percentuale di spettanza Rai sul valore di patrimonio netto della società.
- *San Marino Rtv SpA* (50% Rai): la società, costituita nel 1991 con quote paritetiche Rai ed E.R.A.S. - Ente di Radiodiffusione Sammarinese - ex Legge 9 aprile 1990 n. 99 di ratifica del trattato di collaborazione fra la Repubblica Italiana e la Repubblica di San Marino in materia radiotelevisiva, ha un capitale sociale pari a Euro 516 migliaia composto da n. 1.000 azioni del valore nominale di Euro 516,46 cadauna. In relazione al risultato negativo conseguito dalla società nel 2016, pari a Euro 89 migliaia, è stata registrata una svalutazione per la quota di spettanza Rai pari a Euro 44 migliaia. La partecipazione risulta iscritta per un valore di Euro 2.055 migliaia corrispondente alla quota di spettanza Rai sul patrimonio netto della società.
- *Tavolo Editori Radio Srl* (15,8% Rai): la società è stata costituita in data 1° aprile 2016 con un capitale sociale di Euro 110 migliaia ripartito tra Editori nazionali (70%) - di cui Rai 15,8% - e locali (30%). L'obiettivo prioritario della società è progettare e realizzare un sistema di ricerche proprietario, finalizzato a misurare l'ascolto del mezzo radio e delle emittenti radiofoniche su tutte le piattaforme trasmissive, in attuazione delle linee guida formulate in materia da Agcom e in dialogo con le rappresentanze degli investitori pubblicitari, nella prospettiva di un nuovo Joint Industry Committee della Radiofonia italiana. La società ha avuto nel corso dell'esercizio 2016 un'operatività limitata correlata alla fase di avvio societario.
- *Tivù Srl* (48,16% Rai): il capitale sociale pari a Euro 1.002 migliaia è sottoscritto da Rai e da R.T.I. - Reti Televisive Italiane SpA - con quote paritetiche del 48,16%, e da altri operatori con quote minoritarie. Nel corso del 2016 è stata deliberata la distribuzione di un dividendo di Euro 1.460 migliaia a valore sul risultato 2015. L'importo di spettanza Rai, pari a Euro 703 migliaia, è stato contabilizzato

Note illustrative al bilancio Rai SpA

in riduzione del valore di iscrizione della partecipazione. In relazione al risultato positivo conseguito dalla società nel 2016, pari a Euro 1.884 migliaia, la partecipazione è stata rivalutata per la quota di spettanza Rai pari a Euro 907 migliaia. La partecipazione risulta iscritta per un valore di Euro 3.365 migliaia corrispondente alla quota di spettanza Rai sul patrimonio netto della società.

Partecipazioni in altre imprese

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015			Movimentazione dell'esercizio	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016		
	Costo	Svalutazioni	Valore a Bilancio		Costo	Svalutazioni	Valore a Bilancio
Almaviva SpA	324	-	324	-	324	-	324
Banca di Credito Cooperativo di Roma	1	-	1	-	1	-	1
Int. Multimedia University Umbria Srl	52	(52)	-	-	52	(52)	-
Ist. Enciclopedia Treccani SpA	513	(132)	381	-	513	(132)	381
Totale altre partecipazioni	890	(184)	706	-	890	(184)	706

- *Almaviva – The Italian Innovation Company SpA* (0,83% Rai): il valore della partecipazione, pari a Euro 324 migliaia, è invariato rispetto all'esercizio precedente. Il capitale sociale pari a Euro 154.899 migliaia è rappresentato da n. 107.567.301 azioni ordinarie e da n. 47.331.761 azioni speciali entrambe del valore nominale di Euro 1,00 cadauna.
- *Banca di Credito Cooperativo di Roma S.c.p.a.* (società a capitale variabile, percentuale detenuta da Rai non significativa): risulta iscritta per un valore di Euro 1 migliaia equivalente a quanto versato in data 16 gennaio 2009 per l'acquisizione di n. 100 azioni.
- *International Multimedia University Umbria Srl* (1,533% Rai): il valore della partecipazione è stato totalmente svalutato poiché non esiste più la certezza del recupero delle quote versate.
- *Istituto Enciclopedia Treccani SpA* (0,81% Rai): la partecipazione è iscritta per un valore lordo di Euro 513 migliaia, svalutato per Euro 132 migliaia in conseguenza delle perdite subite dalla società. Il capitale sociale è rappresentato da n. 44.491.545 azioni del valore nominale di Euro 1,00 cadauna.

11.4 Attività finanziarie non correnti

Le attività finanziarie non correnti, pari a Euro 61 migliaia (Euro 59 migliaia al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Crediti finanziari verso dipendenti	240	238
- Fondo svalutazione attività finanziarie non correnti	(179)	(179)
Totale attività finanziarie non correnti	61	59

Le attività finanziarie non correnti sono esposte al netto del fondo svalutazione di Euro 179 migliaia (invariato rispetto al 31 dicembre 2015).

La scadenza delle attività finanziarie, correnti e non correnti, si analizza come di seguito indicato:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016			
	Entro 12 mesi	Tra 1 e 5 anni	Oltre 5 anni	Totale
Crediti verso controllate - rapporti di c/c	107.007	-	-	107.007
Conti Correnti vincolati	5.536	-	-	5.536
Attività per derivati di copertura - cambi	966	-	-	966
Attività per derivati attivati per conto Rai Cinema	697	-	-	697
Crediti verso Controllata Rai Cinema per strumenti derivati	26	-	-	26
Crediti finanziari verso dipendenti	55	61	-	116
Altre attività finanziarie correnti	7	-	-	7
Totale attività finanziarie	114.294	61	-	114.355

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015			
	Entro 12 mesi	Tra 1 e 5 anni	Oltre 5 anni	Totale
Crediti verso controllate - rapporti di c/c	100.140	-	-	100.140
Conti Correnti vincolati	3.051	-	-	3.051
Crediti verso Controllata Rai Cinema per strumenti derivati	45	-	-	45
Attività per derivati di copertura - cambi	3.647	-	-	3.647
Attività per derivati attivati per conto Rai Cinema	4.799	-	-	4.799
Crediti finanziari verso dipendenti	54	59	-	113
Titoli	2.285	-	-	2.285
Altre attività finanziarie correnti	25	-	-	25
Totale attività finanziarie	114.046	59	-	114.105

La quota a breve delle attività finanziarie, pari ad Euro 114.294 migliaia è inclusa tra le componenti correnti dello schema di stato patrimoniale descritte alla nota n. 12.3 "Attività finanziarie correnti".

Le informazioni relative ai rischi oggetto di copertura e alle politiche di *hedging* sono indicate alla nota n. 7.1 "Rischio di mercato".

11.5 Attività per imposte anticipate

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Attività per imposte anticipate compensabili	129.513	146.891
Passività per imposte differite compensabili	(165.329)	(168.319)
Passività per imposte differite	(35.816)	(21.428)

Al 31 dicembre 2016 così come al 31 dicembre 2015 il saldo netto delle attività per imposte anticipate e passività per imposte differite evidenzia un importo negativo ed è quindi esposto nel passivo della situazione patrimoniale finanziaria. Si rinvia pertanto alla nota n. 14.4 "Passività per imposte differite" per le relative analisi.

Le imposte sul reddito sono commentate alla nota n. 16.9 "Imposte sul reddito".

11.6 Altre attività non correnti

Le altre attività non correnti, pari ad Euro 11.428 migliaia (Euro 14.548 migliaia al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Anticipi per iniziative commerciali	8.959	10.430
Anticipazioni per manifestazioni sportive	6.902	7.388
Importi vincolati a cauzione presso terzi	1.737	1.748
Quota non corrente di crediti commerciali	811	1.207
Crediti verso il personale	341	501
- Fondo svalutazione altri crediti e attività non correnti	(7.322)	(6.726)
Totale altre attività non correnti	11.428	14.548

Le poste sopra riportate riguardano sostanzialmente quote non correnti di attività descritte alla nota n. 12.5 "Altri crediti e attività correnti", alla quale si rimanda.

Il fondo svalutazione relativo alle altre attività non correnti, pari ad Euro 7.322 migliaia (Euro 6.726 migliaia al 31 dicembre 2015), è di seguito analizzato:

(in migliaia di Euro)	Saldi al 31 dicembre 2015	Accantonamenti	Utilizzi	Saldi al 31 dicembre 2016
Fondo svalutazione anticipi per manifestazioni sportive	(6.046)	(555)	-	(6.601)
Fondo svalutazione anticipi per iniziative commerciali	(680)	(150)	150	(680)
Fondo svalutazione altre attività non correnti	-	(41)	-	(41)
Totale fondo svalutazione altre attività non correnti	(6.726)	(746)	150	(7.322)

12) Attività correnti

12.1 Rimanenze

Le rimanenze, al netto del relativo fondo di svalutazione, pari ad Euro 211 migliaia (Euro 247 migliaia al 31 dicembre 2015) si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Rimanenze	12.365	12.583
Fondo svalutazione rimanenze	(12.154)	(12.336)
Totale rimanenze	211	247

Le rimanenze finali di materiali tecnici, si riferiscono a scorte e ricambi per la manutenzione e l'esercizio dei beni strumentali tecnici, assimilabili a materiali di consumo in quanto la loro utilità si esaurisce in un periodo che in genere non eccede i 12 mesi.

12.2 Crediti commerciali

I crediti commerciali, pari ad Euro 556.921 migliaia (Euro 341.414 migliaia al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Verso clienti:		
- Ministero Economia e Finanze per canoni	228.889	-
- Agenzia delle Entrate per servizi da convenzione	14.813	22.490
- Altri crediti	12.596	14.765
- Fondo svalutazione crediti verso clienti	(8.168)	(7.940)
Verso controllate:		
- Crediti	308.936	311.889
- Fondo svalutazione crediti verso controllate (Rai Com)	(488)	(8)
Verso collegate	343	218
Totale crediti commerciali	556.921	341.414

I crediti verso imprese controllate e verso imprese collegate sono riferiti a:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Verso controllate:		
. Rai Corporation	-	2
. Rai Pubblicità SpA	214.690	227.137
. Rai Way SpA	5.252	4.839
. Rai Com SpA	85.092	75.281
. Rai Cinema SpA	3.414	4.622
Crediti verso imprese controllate	308.448	311.881
Verso collegate:		
. San Marino RTV SpA	83	50
. Tivù Srl	260	168
Crediti verso imprese collegate	343	218

Note illustrative al bilancio Rai SpA

L'articolazione per area geografica dei crediti commerciali evidenzia una prevalenza nazionale.

Il credito verso il Ministero dell'Economia e delle Finanze per canoni ammonta a 228.889 migliaia di Euro e rappresenta le quote ancora da riversare alla Rai.

I crediti verso l'Agenzia delle Entrate ammontano a Euro 14.813 migliaia con un decremento di Euro 7.677 migliaia rispetto a quanto esposto al 31 dicembre 2015 e sono interamente riferiti alla gestione dei canoni ordinari, di cui Euro 10.347 migliaia relativi all'esercizio 2015 e Euro 4.466 migliaia all'esercizio 2016.

Gli altri crediti sono iscritti per un valore nominale di Euro 12.596 migliaia con un decremento di Euro 2.169 migliaia rispetto a quanto esposto al 31 dicembre 2015 e rappresentano crediti per cessione diritti e per prestazioni di diversa natura.

I crediti verso parti correlate sono indicati alla nota n. 17.4 "Rapporti con parti correlate".

I crediti commerciali sono esposti al netto del fondo svalutazione di Euro 8.656 migliaia (Euro 7.948 migliaia al 31 dicembre 2015) di seguito dettagliato:

(in migliaia di Euro)	Saldi al 31 dicembre 2015	Accantonamenti	Utilizzi e altri g/c patrimoniali	Assorbimento a conto economico	Saldi al 31 dicembre 2016
Fondo svalutazione crediti commerciali	(7.940)	(315)	87	-	(8.168)
Fondo svalutazione crediti commerciali verso Controllata Rai Com	(8)	(488)	-	8	(488)
Totale fondi svalutazione crediti commerciali	(7.948)	(803)	87	8	(8.656)

I crediti in valuta diversa dall'Euro ammontano a Euro 19 migliaia (Euro 163 migliaia al 31 dicembre 2015) come indicato alla nota n. 7.1 "Rischio di mercato".

12.3 Attività finanziarie correnti

Le attività finanziarie correnti, pari a Euro 114.294 migliaia (Euro 114.046 migliaia al 31 dicembre 2015), presentano un incremento di Euro 248 migliaia. La composizione della voce e il confronto con l'esercizio precedente sono evidenziati nel dettaglio sottostante:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Crediti verso controllate - c/c Rai Cinema	107.007	100.140
Conti Correnti vincolati	5.536	3.051
Attività per derivati di copertura	966	3.647
Attività per derivati attivati per conto Rai Cinema	697	4.799
Crediti verso Controllata Rai Cinema per strumenti derivati	26	45
Crediti finanziari verso dipendenti	55	54
Titoli	-	2.285
Altre attività finanziarie correnti	7	25
Totale attività finanziarie correnti	114.294	114.046

I depositi bancari vincolati, pari ad Euro 5.536 migliaia (Euro 3.051 migliaia al 31 dicembre 2015), si riferiscono a somme pignorare su conti correnti per contenziosi legali in corso.

Gli strumenti finanziari derivati, iscritti al *fair value* (valore equo), sono di seguito analizzati nella componente attiva, comprensiva della quota corrente e non corrente:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Attività per derivati di copertura - cambi	966	3.647
Attività per derivati attivati per conto Rai Cinema	697	4.799
Crediti verso Controllata Rai Cinema per strumenti derivati	26	45
Totale strumenti finanziari derivati - Quota corrente	1.689	8.491

Il *fair value* (valore equo) degli strumenti finanziari derivati è stato determinato considerando modelli di valutazione diffusi in ambito finanziario e i parametri di mercato alla data di redazione del bilancio, come meglio indicato alla nota n. 9 "Valutazione del *fair value* (valore equo)". Le operazioni di *cash-flow hedge* riguardano l'attività di copertura dal rischio di cambio su contratti per l'acquisto di diritti per la trasmissione di eventi sportivi denominati in USD. Sono inoltre attivate coperture dal rischio di cambio per conto della controllata Rai Cinema in relazione all'acquisto di diritti televisivi relativi a prodotti seriali e cinematografici denominati in USD, così come descritto alla nota 17.4 "Rapporti con Parti correlate".

La rilevazione degli effetti sul Conto economico e il realizzo dei flussi di cassa delle transazioni future oggetto di copertura, ritenute altamente probabili, sono previsti in un arco temporale che si chiude nel terzo trimestre 2017.

Nel corso del 2016 non vi sono stati casi in cui, a fronte di operazioni qualificate precedentemente come copertura, la realizzazione dell'oggetto di copertura non sia stata più considerata altamente probabile.

Gli strumenti finanziari derivati al 31 dicembre 2016 ammontano a Euro 1.689 migliaia (Euro 8.491 migliaia al 31 dicembre 2015). In particolare:

- la quota corrente dei derivati di copertura cambi attivati per impegni di Rai, pari a Euro 966 migliaia (Euro 3.647 migliaia al 31 dicembre 2015), è stata sospesa a patrimonio netto nella riserva di *cash-flow hedge* per Euro 572 migliaia, a riduzione degli anticipi per manifestazioni sportive per Euro 312 migliaia e attribuita a incremento dei proventi finanziari per Euro 82 migliaia. Non si rilevano quote non correnti;
- la quota corrente dei derivati attivati in forza del mandato conferito da Rai Cinema, pari a Euro 697 migliaia (Euro 4.799 migliaia al 31 dicembre 2015), si riflette attraverso i conti intercompany nel debito finanziario verso la controllata stessa (vedi nota 15.2 "Passività finanziarie correnti"). Non si rilevano quote non correnti;
- la quota corrente dei crediti verso la controllata Rai Cinema, pari a Euro 26 migliaia (Euro 45 migliaia al 31 dicembre 2015), è riferita alla quota corrente degli strumenti derivati di copertura (con *fair value* negativo) attivati da Rai in forza del mandato ricevuto da Rai Cinema, i cui effetti transitano dai conti intercompany. Non si rilevano quote non correnti.

Le informazioni relative ai rischi oggetto di copertura e alle politiche di *hedging* sono indicate alla nota n. 7.1 "Rischio di mercato".

12.4 Crediti tributari

I crediti tributari, pari ad Euro 134.438 migliaia (Euro 106.688 migliaia al 31 dicembre 2015), sono specificati come di seguito:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
IVA chiesta a rimborso	59.649	23.882
IVA di Gruppo	54.071	62.195
IRES chiesta a rimborso per deducibilità IRAP per spese del personale dipendente e assimilato	16.905	16.905
Credito IRAP	2.460	3.161
Ritenute su cessioni a imprese estere	818	-
Altre imposte chieste a rimborso	493	475
Altri crediti tributari	42	70
Totale crediti tributari	134.438	106.688

Il credito IRAP, pari a Euro 2.460 migliaia (Euro 3.161 migliaia al 31 dicembre 2015) si riferisce agli acconti IRAP versati all'Erario in precedenti esercizi.

Le imposte sono commentate alla nota n. 16.9 "Imposte sul reddito".

12.5 Altri crediti e attività correnti

Gli altri crediti e attività correnti, pari ad Euro 111.538 migliaia (Euro 161.898 migliaia al 31 dicembre 2015) sono composti come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Crediti verso imprese controllate	47.021	39.944
Crediti verso il personale	11.896	12.208
Anticipazioni per manifestazioni sportive	11.636	53.572
Anticipi a fornitori, collaboratori e agenti	11.286	13.766
Crediti verso enti, società, organismi ed altri	5.888	7.453
Crediti verso enti previdenziali e assistenziali	2.723	9.223
Anticipi per iniziative commerciali	700	100
Crediti per sovvenzioni e contributi da Stato, UE ed altri enti pubblici	266	814
Anticipo contributo diritti d'uso frequenze digitali	-	10.519
Altri crediti (risconti correnti)	23.403	17.863
- Fondo svalutazione altri crediti e attività correnti	(3.281)	(3.564)
Totale altri crediti e attività correnti	111.538	161.898

Di seguito è riportato il dettaglio dei crediti verso controllate:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
. Rai Pubblicità SpA	4.196	2.815
. Rai Way SpA	19.375	18.172
. Rai Com SpA	3.837	232
. Rai Cinema SpA	19.613	18.725
Crediti verso imprese controllate	47.021	39.944

Si precisa inoltre che:

- i crediti verso enti previdenziali e assistenziali si riferiscono ad anticipi erogati a fronte di contributi dovuti per collaborazioni artistiche e per altre causali;
- i crediti verso controllate sono costituiti principalmente dall'apporto delle società al Consolidato fiscale (si veda nota n. 17.4 "Rapporti con Parti correlate");
- i crediti verso il personale sono relativi a varie fattispecie, illustrate nel dettaglio seguente ed includono nella voce "Altri" i crediti derivanti dall'applicazione della Legge 89/2014:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Spese di trasferta	3.999	3.362
Cause di lavoro	3.194	3.607
Anticipi spese di produzione	2.387	2.438
Altri	2.316	2.801
Crediti verso il personale	11.896	12.208

Il fondo svalutazione altri crediti e attività correnti, pari ad Euro 3.281 migliaia (Euro 3.564 migliaia al 31 dicembre 2015) è di seguito analizzato:

(in migliaia di Euro)	Saldi al 31 dicembre 2015	Accantonamenti	Utilizzi e altri g/c patrimoniali	Assorbimento a conto economico	Saldi al 31 dicembre 2016
Fondo svalutazione altri crediti e attività correnti	(3.564)	(278)	404	305	(3.133)
Fondo svalutazione minimi garantiti	-	(148)	-	-	(148)
Fondo svalutazione altri crediti e attività correnti	(3.564)	(426)	404	305	(3.281)

Considerato il breve periodo di tempo intercorrente tra il sorgere del credito e la sua scadenza, non si ritiene sussistano significative differenze fra il valore contabile dei crediti commerciali, degli altri crediti e delle attività finanziarie correnti e i rispettivi *fair value* (valori equi).

12.6 Disponibilità liquide e mezzi equivalenti

Le disponibilità liquide e mezzi equivalenti, pari a Euro 4.562 migliaia (Euro 67.111 migliaia al 31 dicembre 2015), sono articolate nelle seguenti voci:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Depositi bancari e postali	4.217	66.780
Assegni	16	9
Denaro e altri valori in cassa	329	322
Totale disponibilità liquide e mezzi equivalenti	4.562	67.111

I depositi bancari e postali ammontano ad Euro 4.217 migliaia (Euro 66.780 migliaia al 31 dicembre 2015) ed esprimono le disponibilità a vista o a breve risultanti da rapporti di deposito o di conto corrente con istituti di credito, istituti finanziari e con l'amministrazione postale.

Il denaro, assegni e altri valori in cassa ammontano ad Euro 345 migliaia (Euro 331 migliaia al 31 dicembre 2015) e comprendono i fondi liquidi rappresentati dal denaro e valori assimilabili (valori bollati, assegni circolari o comunque garantiti da Istituti di credito, etc.) giacenti al 31 dicembre 2016 presso le casse sociali.

Note illustrative al bilancio Rai SpA

Nella seguente tabella si riportano le disponibilità liquide della Società per valuta al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Disponibilità liquide in Euro	4.078	66.336
Disponibilità liquide in dollaro statunitense	405	675
Disponibilità liquide in altre valute	79	100
Totale diponibilità liquide e mezzi equivalenti	4.562	67.111

13) Patrimonio netto

Si riporta di seguito la composizione del patrimonio netto:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Capitale sociale	242.518	242.518
Riserva legale	11.553	11.553
Riserva non distribuibile di prima adozione IFRS	536.417	543.390
Riserva distribuibile di prima adozione IFRS	34.029	232.099
Riserva di <i>cash-flow hedge</i>	407	1.812
Avanzo di fusione	-	5.315
Riserva distribuibile da valutazione partecipazioni	-	49.298
Altre riserve	-	37.645
Totale altre riserve	570.853	869.559
Riserve attuariali per benefici ai dipendenti	(29.721)	(14.543)
Utili (perdite) portati a nuovo	-	(251.318)
Utile (perdita) dell'esercizio	4.266	(45.983)
Totale utili (perdite) portati a nuovo	(25.455)	(311.844)
Totale patrimonio netto	799.469	811.786

Patrimonio netto - Possibilità di utilizzazione

(in migliaia di Euro)	Importo	Possibilità di utilizzazione (*)	Quota disponibile	Riepilogo delle utilizzazioni effettuate nei tre precedenti esercizi	
				per copertura perdite	per altre ragioni
Capitale sociale	242.518				
Riserva legale	11.553	2	11.553		
Riserva non distribuibile da prima adozione IFRS	536.417	1 - 4	536.417		
Riserva distribuibile da prima adozione IFRS	34.029	1 - 2 - 3	34.029	205.043	-
Riserva di <i>cash-flow hedge</i>	407				
Avanzo di fusione	-	1 - 2 - 3	-	5.315	-
Riserva distribuibile da valutazione partecipazioni	-	1 - 2 - 3	-	49.298	-
Altre	-	1 - 2 - 3	-	37.645	-
Totale Altre riserve	570.853				
Riserve attuariali per benefici ai dipendenti	(29.721)		(29.721)		
Totale Perdite portate a nuovo	(29.721)		-		
Utile dell'esercizio	4.266		4.266		
Totale patrimonio netto	799.469		556.544	297.301	-
Quota non distribuibile:					
Riserva legale			(11.553)		
5% utile dell'esercizio			(213)		
Rivalutazioni partecipazioni valutate a patrimonio netto			(951)		
Riserva da prima adozione IFRS non distribuibile			(536.417)		
Totale distribuibile			7.410		

(*) *Legenda:*

1 per aumento di capitale - 2 per copertura perdite - 3 per distribuzione ai soci - 4 per copertura perdite - in tal caso non si può dar luogo a distribuzione di utili fino al reintegro, salvo riduzione in misura corrispondente assunta con deliberazione dell'Assemblea Straordinaria - D.lgs. 28/2/2005, n.38 art. 7, c.6.

Capitale sociale

Al 31 dicembre 2016 il capitale sociale è rappresentato da n. 242.518.100 azioni ordinarie del valore nominale unitario pari a Euro 1. Il capitale, interamente sottoscritto e versato, è di proprietà:

- del Ministero dell'Economia e delle Finanze (MEF) per n. 241.447.000 azioni, pari al 99,55835% del capitale; e
- della Società Italiana Autori Editori (S.I.A.E.) per n. 1.071.100 azioni, pari allo 0,4417% del capitale.

Riserva legale

La riserva legale risulta essere pari a Euro 11.553 migliaia.

Altre riserve e utili (perdite) portati a nuovo

Le altre riserve, pari a Euro 570.853 migliaia (Euro 869.559 migliaia al 31 dicembre 2015) e gli utili (perdite) portati a nuovo, pari ad Euro 25.455 migliaia (Euro 311.844 migliaia al 31 dicembre 2015), comprensivi dell'utile dell'esercizio, si analizzano come segue:

- la riserva da prima adozione IFRS è rilevata a incremento del patrimonio netto per Euro 570.446 migliaia (Euro 775.489 migliaia al 31 dicembre 2015). Tale riserva è ulteriormente suddivisa, in relazione alle quote liberatesi successivamente alla sua costituzione, tra:
 - riserva non distribuibile da prima adozione IFRS, per un valore pari a Euro 536.417 migliaia;
 - riserva distribuibile da prima adozione IFRS, per un valore pari a Euro 34.029 migliaia;
- la riserva di *cash-flow hedge*, iscritta al netto dell'effetto fiscale per un valore pari a Euro 407 migliaia, include la valutazione al *fair value* (valore equo) dei derivati di copertura dei flussi finanziari, la cui variazione determina effetti positivi sul Conto economico complessivo pari a Euro 1.405 migliaia, conseguente alla variazione del *fair value* (valore equo) dei derivati di cambio;
- le riserve attuariali per benefici ai dipendenti sono iscritte in riduzione del patrimonio netto per Euro 29.721 migliaia;
- l'utile dell'esercizio ammonta a Euro 4.266 migliaia.

14) Passività non correnti

14.1 Passività finanziarie non correnti e quote correnti di passività finanziarie non correnti

Le passività finanziarie non correnti, comprensive delle quote correnti, sono pari a Euro 391.946 migliaia (Euro 396.068 migliaia al 31 dicembre 2015) e si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016			Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015		
	Quota non corrente	Quota corrente	Totale	Quota non corrente	Quota corrente	Totale
Obbligazioni	346.946	-	346.946	346.066	-	346.066
Debiti verso banche a m/l termine	35.000	10.000	45.000	45.000	5.000	50.000
Passività per derivati di copertura - cambi	-	-	-	2	-	2
Totale	381.946	10.000	391.946	391.068	5.000	396.068

Le passività finanziarie non correnti, comprensive delle quote correnti, si decrementano di Euro 4.122 migliaia rispetto al 31 dicembre 2015, principalmente per il rimborso della prima rata del finanziamento della Banca Europea per gli Investimenti ("BEI").

I debiti a medio-lungo termine sono composti al 31 dicembre 2016 da un'emissione obbligazionaria con importo nozionale di Euro 350.000 migliaia e da un prestito *amortising* della BEI con scadenza 2021 per Euro 45.000 migliaia, concesso a Rai per lo sviluppo dell'infrastruttura del digitale terrestre. Tale finanziamento prevede il rispetto dei seguenti indici parametrico/patrimoniali a valere sul bilancio consolidato IFRS:

- Indebitamento Finanziario Netto (rettificato) al netto dei crediti verso lo Stato per canoni/patrimonio netto $\leq 1,3$;
- Indebitamento Finanziario Netto (rettificato) al netto dei crediti verso lo Stato per canoni/Margine Operativo Lordo $\leq 1,0$.

Tali indici risultano alla data di bilancio ampiamente rispettati, attestandosi rispettivamente a 0,67 e 0,51.

Il prestito obbligazionario emesso da Rai a fine maggio 2015 è quotato presso l'Irish Stock Exchange. Il titolo, interamente sottoscritto da investitori istituzionali internazionali, ha un tasso nominale dell'1,5% con scadenza maggio 2020, è totalmente *unsecured* e contiene gli usuali *covenants* per emissioni con rating di pari livello. Tra i quali:

- *Negative Pledge* ovvero il divieto di concedere garanzie su altre emissioni obbligazionarie dell'Emittente o delle "controllate rilevanti", a meno di concedere la stessa garanzia agli obbligazionisti esistenti;
- *Cross-default* ovvero, in caso di default sul debito di ammontare superiore ad Euro 50 milioni dell'Emittente o di "controllate rilevanti", la possibilità per gli obbligazionisti di richiedere il *default* sul bond;
- *Change of Control* ovvero la possibilità per gli obbligazionisti di esercitare una opzione "*Put*" alla pari qualora il Ministero dell'Economia e delle Finanze cessi di detenere la maggioranza dei voti dell'Assemblea Ordinaria e Straordinaria di Rai.

Al riguardo si segnala che Rai nel corso del primo semestre 2015 ha ottenuto, ai fini dell'emissione del prestito obbligazionario, il rating Long-Term Issuer Baa3 ("Investment grade") di Moody's, che equipara sostanzialmente la solvibilità di Rai a quella dello Stato italiano. Nel mese di dicembre 2016 è stata rilasciata una "Credit Opinion" che conferma il rating indicato con modifica dell'outlook da "stable" a "negative", in conseguenza dell'analogo movimento del rating dello Stato italiano.

Note illustrative al bilancio Rai SpA

Le scadenze delle passività finanziarie (correnti e non correnti) risultano come di seguito indicato:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016			
	Entro 12 mesi	Tra 1 e 5 anni	Oltre 5 anni	Totale
Obbligazioni	-	346.946	-	346.946
Debiti verso controllate - rapporti di c/c	129.475	-	-	129.475
Debiti verso Controllata Rai Cinema per strumenti derivati	697	-	-	697
Debiti verso banche a m/l termine	10.000	35.000	-	45.000
Debiti verso banche a breve termine	160.143	-	-	160.143
Debiti verso collegate - rapporti di c/c	73	-	-	73
Debiti verso collegate - decimi da versare	13	-	-	13
Passività per derivati attivati per conto Rai Cinema	26	-	-	26
Totale	300.427	381.946	-	682.373

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015			
	Entro 12 mesi	Tra 1 e 5 anni	Oltre 5 anni	Totale
Obbligazioni	-	346.066	-	346.066
Debiti verso controllate - rapporti di c/c	127.640	-	-	127.640
Debiti verso Controllata Rai Cinema per strumenti derivati	4.799	-	-	4.799
Debiti verso banche a m/l termine	5.000	40.000	5.000	50.000
Debiti verso banche a breve termine	966	-	-	966
Debiti verso collegate - rapporti di c/c	91	-	-	91
Passività per derivati attivati per conto Rai Cinema	45	-	-	45
Passività per derivati di copertura - cambi	4	2	-	6
Altre passività finanziarie	1.125	-	-	1.125
Totale	139.670	386.068	5.000	530.738

L'indebitamento a medio-lungo termine è interamente a tasso fisso.

Il *fair value* (valore equo) delle passività finanziarie non correnti (diverse dagli strumenti finanziari derivati), è di seguito indicato ed è stato valutato secondo i seguenti criteri:

- Il titolo obbligazionario emesso dalla Società nel maggio 2015 presenta un *fair value* che corrisponde al prezzo di mercato pari a 103,06, comprensivo di rateo interessi;
- Il *fair value* del finanziamento BEI (compresa la parte a breve termine), è stato calcolato scontando i flussi per capitale e interessi ai tassi impliciti nella curva Euro alla data di rendicontazione incrementati del *credit spread* di Rai, stimato sulla base dei titoli emessi dallo Stato italiano e risulta sostanzialmente in linea con il valore di bilancio.

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016		Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	
	Valore di bilancio	Fair Value	Valore di bilancio	Fair value
Rai - Prestito Obbligazionario	346.946	360.702	346.066	350.267
Rai - Finanziamento BEI	45.000	46.032	50.000	51.665

Il dettaglio della determinazione del *fair value* (valore equo) degli strumenti derivati è indicato alla nota n. 9 "Valutazione del *fair value* (valore equo)".

14.2 Benefici per i dipendenti

I benefici per i dipendenti, pari a Euro 526.710 migliaia (Euro 538.356 migliaia al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Fondo trattamento di fine rapporto	258.424	262.186
Fondo pensione integrativa (*)	143.607	146.854
Fondo indennità preavviso giornalisti	109.154	113.666
Fondo assistenza sanitaria dei dirigenti Rai (FASDIR)	14.857	14.930
Altri	668	720
Totale benefici per i dipendenti	526.710	538.356

(*) Al netto del patrimonio attivo Fipdrai.

Il fondo trattamento di fine rapporto, disciplinato dall'art. 2120 del Codice Civile, accoglie la stima dell'obbligazione, determinata sulla base di tecniche attuariali, relativa all'ammontare da corrispondere ai dipendenti all'atto della cessazione del rapporto di lavoro. L'indennità è calcolata sulla base della retribuzione corrisposta in dipendenza del rapporto di lavoro, rivalutata fino al momento della cessazione dello stesso. Per effetto delle modifiche legislative introdotte a partire dal 1° gennaio 2007, il trattamento di fine rapporto maturando è destinato, in funzione della scelta operata da ciascun dipendente, ai fondi pensione ovvero al fondo di tesoreria istituito presso l'INPS. Questo comporta che la passività relativa al trattamento di fine rapporto maturata antecedentemente al 1° gennaio 2007 continui a rappresentare un piano a benefici definiti da valutare secondo tecniche attuariali, mentre una quota del trattamento di fine rapporto maturando sia classificato come un piano a contributi definiti in quanto l'obbligazione dell'impresa si esaurisce col versamento dei contributi al fondo pensione ovvero all'INPS.

Il fondo pensionistico integrativo accoglie la stima degli oneri a carico della Società per l'erogazione di trattamenti pensionistici integrativi riconosciuti ad alcuni ex dipendenti che al momento della cessazione del rapporto di lavoro, come previsto dai precedenti accordi sindacali, hanno optato per la pensione integrativa. Più precisamente, gli ex quadri, impiegati e operai e i loro familiari hanno diritto ad un trattamento integrativo alle pensioni erogate dall'Assicurazione Generale Obbligatoria dell'ENPALS, mentre gli ex dirigenti e i loro familiari hanno diritto a un trattamento integrativo alle pensioni erogate dall'Assicurazione Generale Obbligatoria dell'INPS. Tali pensioni integrative sono a loro volta erogate direttamente dai fondi negoziali, cui è demandata la gestione della previdenza complementare del personale Rai dal 1989, C.Rai.P.I. (Cassa di Previdenza Integrativa dei dipendenti Rai, di seguito "Craipi") per gli ex quadri, impiegati e operai, e F.I.P.D.Rai (Fondo Integrativo Previdenza dei Dirigenti Rai, di seguito "Fipdrai") per gli ex dirigenti. In sintesi, le principali caratteristiche che contraddistinguono tali trattamenti integrativi sono le seguenti: (i) le pensioni integrative sono reversibili ai superstiti secondo le aliquote previste per gli aventi diritto dalle leggi vigenti in materia di assicurazione obbligatoria; (ii) i trattamenti integrativi subiranno le variazioni che, per effetto dei mutamenti familiari del pensionato, saranno apportate alla misura della pensione a lui corrisposta dall'Assicurazione Generale Obbligatoria; (iii) le somme corrisposte per fini integrativi non saranno soggette a diminuzioni per effetto degli aumenti della pensione liquidata dall'Assicurazione Generale Obbligatoria; (iv) l'ammontare spettante ai beneficiari sarà soggetto ad una rivalutazione annuale in base ai coefficienti previsti dall'INPS. In fase di quantificazione del fondo pensioni, si è tenuto conto anche del patrimonio attivo di Fipdrai, frutto dell'attività d'investimento da parte del fondo delle somme ad esso erogate dall'azienda al momento della cessazione del rapporto di lavoro dei propri dipendenti, di ammontare pari ad Euro 3.139 migliaia (Euro 4.798 migliaia al 31 dicembre 2015).

Il fondo indennità preavviso dei giornalisti accoglie la stima della somma che dovrà essere corrisposta, secondo quanto previsto dall'ultimo CNLG recepito da Rai, ai giornalisti dipendenti della Società. In base a tale accordo, i giornalisti hanno diritto all'accantonamento a loro nome di un capitale erogato in occasione di: (i) licenziamento per giustificato motivo; (ii) licenziamento per raggiungimento dei requisiti pensionistici; (iii) decesso del giornalista. Non è prevista, invece, una liquidazione in caso di dimissioni o di licenziamento per giusta causa. Il summenzionato accantonamento, che include i relativi oneri contributivi, è pari a 7 mensilità di retribuzione del mese antecedente la risoluzione del rapporto di lavoro, anche per i giornalisti residenti all'estero, aumentata di una mensilità per i giornalisti aventi qualifica di capo servizio o redattore senior, di due mensilità per quelli aventi la qualifica di vice capo redattore, di tre mensilità per quelli aventi la qualifica di redattore capo, corrispondente da Roma o capo dell'Ufficio romano di corrispondenza, e di sei mensilità per quelli aventi la qualifica di direttore, condirettore e vice

Note illustrative al bilancio Rai SpA

direttore. L'indennità spettante è aumentata di una mensilità per tutti i giornalisti che, al momento della risoluzione del rapporto di lavoro, abbiano un'anzianità di servizio di almeno venti anni.

Il fondo assistenza sanitaria dei dirigenti Rai (di seguito "Fasdir") è stato costituito nel 1980 e garantisce assistenza sanitaria integrativa a tutti i dirigenti in servizio, ai dirigenti pensionati e ai superstiti di dirigenti, aventi diritto e iscritti al Fasdir (di seguito "Soci"), nonché ai loro familiari. Il finanziamento del Fasdir è realizzato con il versamento delle quote annuali associative dei Soci e con il versamento di quote di intervento aziendale (contributo annuo pro capite per ciascun dirigente attivo e contributo annuo integrativo forfetario per i dirigenti pensionati). Storicamente, attraverso il contributo annuo integrativo forfetario erogato dalla Rai al Fasdir per i dirigenti pensionati, il fondo ha coperto il disavanzo che si era formato in ciascun anno. In un contesto nel quale non esiste un'obbligazione legale ma solo implicita in capo a Rai a coprire gli eventuali futuri disavanzi del fondo e la Società non ha accesso a tutte le informazioni, di dominio del fondo, necessarie a valutare con tecniche attuariali la passività che rappresenti il potenziale impegno nei confronti del Fasdir, si è ritenuto appropriato formulare una stima basata sull'ammontare dei contributi medi annui versati dalla Società negli ultimi 5 anni, moltiplicato per la durata media residua dei dirigenti pensionati alla data di valutazione, che al 31 dicembre 2016 risulta essere pari a 12 anni.

I fondi per benefici ai dipendenti valutati applicando tecniche attuariali si analizzano come di seguito indicato:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016					Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015				
	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione	Indennità preavviso giornalisti	Fasdir	Altri benefici	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione	Indennità preavviso giornalisti	Fasdir	Altri benefici
Valore attuale dell'obbligazione all'inizio dell'esercizio	262.186	151.652	113.666	14.930	720	281.199	176.493	117.483	15.053	744
Costo corrente per piani a benefici definiti	-	-	7.110	-	5	-	-	7.199	-	6
Costo corrente per piani a contributi definiti	40.270	-	-	922	-	39.696	-	-	980	-
Interessi passivi	3.112	2.097	1.624	206	-	2.111	1.580	1.151	134	-
Rivalutazioni:										
- Utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi demografiche	380	2.135	(461)	-	-	2.654	861	(351)	-	-
- Utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi finanziarie	11.252	7.347	3.908	-	-	(9.082)	(8.768)	(5.959)	-	-
- Effetto dell'esperienza passata	(3.418)	(4.394)	(1.527)	-	-	(1.085)	(5.990)	(420)	-	-
Costo per prestazioni passate e Utili/perdite per estinzione			(12.407)					(2.135)		
Benefici pagati	(10.536)	(12.091)	(2.759)	(1.201)	(51)	(10.841)	(12.524)	(3.302)	(1.237)	(31)
Trasferimenti a fondi esterni per piani a contributi definiti	(40.480)					(39.757)				
Altri movimenti	(4.342)				(6)	(2.709)				1
Valore attuale dell'obbligazione alla fine dell'esercizio (a)	258.424	146.746	109.154	14.857	668	262.186	151.652	113.666	14.930	720
Attività al servizio del piano all'inizio dell'esercizio		(4.798)					(5.921)			
Interessi attivi		(37)					(49)			
Rendimento delle attività al servizio del piano		(43)					(33)			
Benefici pagati		1.739					1.205			
Attività al servizio del piano alla fine dell'esercizio (b)	-	(3.139)	-	-	-	-	(4.798)	-	-	-
Totale passività netta (a+b)	258.424	143.607	109.154	14.857	668	262.186	146.854	113.666	14.930	720

I costi per benefici ai dipendenti, determinati utilizzando ipotesi attuariali, rilevati a Conto economico si analizzano come di seguito indicato:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016					Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015				
	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione	Indennità preavviso giornalisti	FASDIR	Altri benefici	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione	Indennità preavviso giornalisti	FASDIR	Altri benefici
Costo corrente per piani a benefici definiti	-	-	(7.110)	-	(5)	-	-	(7.199)	-	(6)
Costo corrente per piani a contributi definiti	(40.270)	-	-	(922)	-	(39.696)	-	-	(980)	-
Costo per prestazioni passate e Utili/perdite per estinzione	-	-	12.407	-	-	-	-	2.135	-	-
Interessi passivi (attivi) netti:										
- interessi passivi sull'obbligazione	(3.112)	(2.097)	(1.624)	(206)	-	(2.111)	(1.580)	(1.151)	(134)	-
- interessi attivi sulle attività al servizio del piano	-	37	-	-	-	-	49	-	-	-
Totale interessi passivi (attivi) netti	(3.112)	(2.060)	(1.624)	(206)	-	(2.111)	(1.531)	(1.151)	(134)	-
Totale	(43.382)	(2.060)	3.673	(1.128)	(5)	(41.807)	(1.531)	(6.215)	(114)	(6)
di cui rilevato nel costo lavoro	(40.270)	-	5.297	(922)	(5)	(39.696)	-	(5.064)	(980)	(6)
di cui rilevato nei proventi (oneri) finanziari	(3.112)	(2.060)	(1.624)	(206)	-	(2.111)	(1.531)	(1.151)	(134)	-

I costi per piani a benefici definiti rilevati tra le altre componenti del Conto economico complessivo si analizzano come di seguito indicato:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016					Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015				
	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione	Indennità preavviso giornalisti	FASDIR	Altri benefici	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione	Indennità preavviso giornalisti	FASDIR	Altri benefici
Rivalutazioni:										
- utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi demografiche	(380)	(2.135)	461	-	-	(2.654)	(861)	351	-	-
- utili/perdite attuariali risultanti da variazioni nelle ipotesi finanziarie	(11.252)	(7.347)	(3.908)	-	-	9.082	8.768	5.959	-	-
- effetto dell'esperienza passata	3.418	4.394	1.527	-	-	1.085	5.990	420	-	-
- rendimento delle attività al servizio del piano	-	43	-	-	-	-	33	-	-	-
Totale	(8.214)	(5.045)	(1.920)	-	-	7.513	13.930	6.730	-	-

Le attività al servizio del fondo pensione Fipdrai si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016		Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015	
	Con prezzi quotati in mercati attivi	Con prezzi non quotati in mercati attivi	Con prezzi quotati in mercati attivi	Con prezzi non quotati in mercati attivi
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	-	946	-	1.286
Strumenti rappresentativi di debito	-	(224)	-	(251)
Titoli emessi da Stati o organismi internazionali	2.417	-	3.663	-
Altri titoli quotati	-	-	100	-
Totale attività al servizio del piano	2.417	722	3.763	1.035

Le principali ipotesi attuariali adottate sono di seguito indicate:

	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Assunzioni finanziarie		
Tassi di attualizzazione:		
. TFR	0,65%	1,21%
. Fondi Pensione	0,91%	1,44%
. Fondo indennità preavviso giornalisti	1,15%	1,63%
Tasso di inflazione		
. TFR	1,50%	1,50%
. Fondi Pensione	-	-
. Fondo indennità preavviso giornalisti	1,50%	1,50%
Tasso atteso di incremento retributivo (*):		
. TFR	N.A.	N.A.
. Fondi Pensione	1,21%	1,21%
. Fondo indennità preavviso giornalisti	3,00%	3,00%
Assunzioni demografiche		
Età massima di collocamento a riposo:		
. TFR	Secondo disposizioni legge	Secondo disposizioni legge
. Fondi Pensione	-	-
. Fondo indennità preavviso giornalisti	65 anni	65 anni
Tavole di mortalità		
	SI 2014 Modificata	SI 2013 Modificata
Percentuale media annua di uscita del personale:		
. TFR	7,56%	7,02%
. Fondi Pensione	-	-
. Fondo indennità preavviso giornalisti	6,75%	7,16%
Probabilità annua di richiesta di anticipo:		
. TFR	1,50%	1,50%
. Fondi Pensione	-	-
. Fondo Preavviso e Altri	-	-

(*) Inflazione inclusa

Il tasso di attualizzazione adottato è stato determinato considerando i rendimenti di titoli obbligazionari di aziende primarie, specificando la classe di rating, oppure altri riferimenti (es. titoli di stato in assenza di titoli emessi da aziende primarie). Al fine della definizione delle ipotesi attuariali ed in particolare del tasso di attualizzazione, considerando la definizione dei titoli "Investment grade", sono stati considerati i soli titoli emessi da emittenti corporate compresi nella classe "AA" di rating.

Le tavole demografiche adottate sono SI 2014, distinte per sesso ed opportunamente modificate in funzione di uno studio specifico sulla mortalità della collettività della Società.

Gli effetti derivanti da una modifica ragionevolmente possibile del tasso di attualizzazione alla fine dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 e dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2015 sono di seguito indicati:

Fondo TFR - Analisi di sensitività

(in migliaia di Euro)	Sensitivity	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Tasso di Attualizzazione	+0,50%	249.435	252.846
	-0,50%	267.973	272.115

Fondi pensione - Analisi di sensitività

(in migliaia di Euro)	Sensitivity	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Tasso di Attualizzazione	+0,50%	140.500	145.245
	-0,50%	153.488	158.566

Fondo indennità preavviso giornalisti - Analisi di sensitività

(in migliaia di Euro)	Sensitivity	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Tasso di Attualizzazione	+0,50%	105.105	109.769
	-0,50%	113.467	117.804

Il profilo di scadenza delle obbligazioni per piani a benefici definiti per i dipendenti è di seguito indicato:

(in migliaia di Euro)	RAI				
	Pagamenti previsti	Indennità di preavviso giornalisti	Trattamento di fine rapporto	Fondi pensione	
				ex dipendenti	ex dirigenti
Pagamenti previsti al 31.12.2017	8.251	20.539	6.961	4.729	
Pagamenti previsti al 31.12.2018	8.856	22.655	6.736	4.542	
Pagamenti previsti al 31.12.2019	9.894	22.551	6.496	4.351	
Pagamenti previsti al 31.12.2020	9.591	25.019	6.242	4.157	
Pagamenti previsti al 31.12.2021	10.716	22.300	5.974	3.963	
Pagamenti previsti dall'1.01.2022 al 31.12.2026	55.947	81.955	25.513	16.872	

14.3 Fondi per rischi ed oneri non correnti

I fondi per rischi e oneri non correnti, pari a Euro 188.110 migliaia (Euro 174.323 migliaia al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Saldi al 31 dicembre 2015	Accantonamenti	Utilizzi	Assorbimento	Altri movimenti	Saldi al 31 dicembre 2016
Fondo controversie legali	69.000	15.529	(12.940)	(3.589)	-	68.000
Fondo canone di concessione 2014 - 2015	35.800	-	(19.670)	(16.130)	-	-
Fondo bonifica e ristrutturazione immobili	15.098	14.155	(1.253)	-	-	28.000
Fondo smantellamento e ripristino	2.421	1.363	(7)	-	550	4.327
Fondo costi competenze maturate	10.962	30.447	-	-	-	41.409
Fondo contenzioso previdenziale	10.000	-	(396)	(6.604)	-	3.000
Fondo rischi di regresso perdite su crediti concessionarie Rai Pubblicità e Rai Com	10.353	429	(1.182)	-	-	9.600
Fondo ISC ICM Agenti	1.303	72	(679)	(21)	-	675
Altri fondi	19.386	16.875	(1.599)	(1.265)	(298)	33.099
Totale fondi per rischi e oneri	174.323	78.870	(37.726)	(27.609)	252	188.110

Il fondo rischi per controversie legali, pari a Euro 68.000 migliaia, accoglie la stima prudenziale e prognostica degli oneri conseguenti ai procedimenti giudiziari in corso, in cui la Società è a vario titolo coinvolta. Più in particolare essi si riferiscono (importi comprensivi delle spese legali) a controversie civili, amministrative e penali per Euro 41.000 migliaia e in materia giuslavoristica per Euro 27.000 migliaia.

Il fondo bonifica e ristrutturazione immobili, pari a Euro 28.000 migliaia, accoglie la stima dei costi che la Società si attende di dover sostenere prevalentemente in relazione alla rimozione di strutture contenenti amianto presenti all'interno degli immobili di proprietà. L'obbligazione implicita a procedere alla bonifica e conseguente ristrutturazione dei summenzionati immobili, trova origine nelle manifestazioni di volontà a procedere in tal senso che la Società ha formulato in più di un'occasione agli organi di rappresentanza sindacale aziendale.

Il fondo smantellamento e ripristino, di importo pari a Euro 4.327 migliaia, accoglie i costi stimati per lo smantellamento, la rimozione delle installazioni e modifiche effettuate e il ripristino dei locali condotti dalla Società sulla base di contratti di locazione operativa che prevedono l'obbligo, per il locatario, di ripristinare i locali assunti in locazione al termine della stessa (con ciò intendendo la circostanza del rilascio dei locali in assenza del rinnovo della locazione).

Il fondo costi competenze maturate, pari ad Euro 41.409 migliaia, accoglie la stima degli oneri complessivamente previsti in relazione ai rapporti di lavoro in essere.

Il fondo rischi per contenzioso previdenziale, pari a Euro 3.000 migliaia, accoglie la stima degli oneri derivanti da procedimenti giurisdizionali pendenti con enti previdenziali.

Il fondo rischi di regresso per perdite su crediti delle concessionarie Rai Pubblicità e Rai Com, pari a Euro 9.600 migliaia, rileva gli oneri derivanti dal rischio di retrocessione di quote di provento, finanziariamente già riconosciute alla Società, a seguito del mancato incasso di crediti da parte delle stesse.

Il fondo indennità suppletiva di clientela agenti (ISC) e il fondo indennità di clientela meritocratica agenti (ICM) pari a Euro 675 migliaia include le somme da corrispondere agli agenti all'atto dello scioglimento del contratto di agenzia per fatto non imputabile all'agente, determinato anche in base a stime che tengono conto dei dati storici della Società e in relazione allo sviluppo del portafoglio clienti o dell'incremento d'affari con i clienti già presenti nel medesimo.

14.4 Passività per imposte differite

Le passività per imposte differite, pari a Euro 35.816 migliaia sono indicate al netto delle attività per imposte anticipate compensabili pari a Euro 129.513 migliaia. Il saldo netto al 31 dicembre 2015 evidenziava passività per imposte differite per Euro 21.428 migliaia.

La natura delle differenze temporanee che hanno determinato passività per imposte differite e attività per imposte anticipate compensate è la seguente:

(in migliaia di Euro)	Saldi al 31 dicembre 2015	Variazioni			Saldi al 31 dicembre 2016
		Conto economico	Altre componenti di risultato complessivo	Patrimoniali	
Differenze civilistico fiscali su attività materiali	(160.698)	2.261	-	-	(158.437)
Derivati su cambi	(868)	-	703	-	(165)
Differenza civilistico fiscali partecipazioni	(6.753)	26	-	-	(6.727)
Passività per imposte differite compensabili	(168.319)	2.287	703	-	(165.329)
Imponibile fiscale negativo IFRS	142.198	26.538	-	(39.223)	129.513
Svalutazione programmi	3.669	-	-	(3.669)	-
Differenza civilistico/fiscale programmi	1.024	-	-	(1.024)	-
Attività per imposte anticipate compensabili	146.891	26.538	-	(43.916)	129.513
Passività per imposte differite	(21.428)	28.825	703	(43.916)	(35.816)

Nella determinazione delle attività per imposte anticipate si è tenuto conto della ragionevole certezza del loro futuro recupero.

Le variazioni relative alle altre componenti di risultato complessivo riguardano essenzialmente le imposte differite rilevate a patrimonio netto e riferite all'effetto fiscale degli strumenti di copertura di flussi finanziari rilevati secondo l'*hedge accounting*.

Le imposte anticipate sulle perdite fiscali portate a nuovo sono pari a Euro 129.513 migliaia: il loro utilizzo è probabile in relazione alla possibilità di compensazione con gli imponibili apportati dalle società del Gruppo che partecipano al Consolidato fiscale e con il riversamento a Conto economico della fiscalità differita passiva.

14.5 Altri debiti e passività non correnti

Gli altri debiti e passività non correnti, interamente riferiti a partite in Euro, sono pari a Euro 3.624 migliaia (Euro 6.286 migliaia al 31 dicembre 2015) e si riferiscono per Euro 3.613 migliaia (Euro 6.236 migliaia al 31 dicembre 2015) a risconti passivi per la quota non corrente dei contributi erogati dall'allora Ministero per le Comunicazioni a sostegno delle iniziative per il processo di transizione al Digitale Terrestre. Si rimanda alla nota n. 15.1 "Debiti commerciali e altri debiti e passività correnti" per ulteriori commenti in merito a tali contributi.

I debiti verso parti correlate sono indicati alla nota n. 17.4 "Rapporti con Parti correlate".

15) Passività correnti

15.1 Debiti commerciali e Altri debiti e passività correnti

I Debiti commerciali e gli Altri debiti e passività correnti, pari complessivamente a Euro 853.702 migliaia (Euro 877.678 migliaia al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Debiti verso fornitori	464.716	454.690
Debiti commerciali verso controllate	91.971	87.276
Debiti commerciali verso collegate	3.737	449
Totale debiti commerciali	560.424	542.415
Debiti verso il personale	189.190	175.494
Debiti verso istituti di previdenza sociale	73.043	71.033
Debiti verso controllate	11.250	11.065
Debiti diversi per accertamenti di competenza	7.000	8.512
Altri debiti	4.942	5.298
Acconti:		
- Canoni di abbonamento ordinari	-	52.454
- Altri acconti	1.391	1.708
Ratei per commissioni e interessi	3.141	3.137
Risconti:		
- Canoni di abbonamento	590	853
- Contributo per transizione al Digitale Terrestre	2.610	5.559
- Altri risconti	121	150
Totale altri debiti e passività correnti	293.278	335.263
Totale debiti commerciali e altri debiti e passività correnti	853.702	877.678

L'articolazione dei Debiti commerciali e degli Altri debiti verso controllate e collegate è presentata nel prospetto seguente:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Controllate		
Rai Pubblicità SpA	391	115
Rai Way SpA	61.790	59.914
Rai Com SpA	8.855	7.125
Rai Cinema SpA	20.935	20.122
Debiti commerciali verso controllate	91.971	87.276

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Collegate		
Auditel Srl	2.711	-
Tivù Srl	1.026	449
Debiti commerciali verso collegate	3.737	449

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Controllate		
Rai Pubblicità SpA	2.768	5.086
Rai Way SpA	2.456	2.456
Rai Cinema SpA	3.056	3.523
Rai Com SpA	2.970	-
Altri debiti verso controllate	11.250	11.065

I debiti commerciali, pari a Euro 560.424 migliaia, aumentano di Euro 18.009 migliaia rispetto al 31 dicembre 2015.

Gli Altri debiti e passività correnti si riducono di Euro 41.985 migliaia, per il venir meno degli acconti per canoni iscritti nell'esercizio precedente.

I debiti verso il personale ammontano a Euro 189.190 migliaia (Euro 175.494 migliaia al 31 dicembre 2015) e si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Ferie non fruita	72.224	78.680
Mancati riposi compensativi	50.567	51.760
Accertamento retribuzioni	46.258	40.035
Incentivazioni all'esodo	17.855	2.687
Altri	2.286	2.332
Debiti verso il personale	189.190	175.494

Nella voce Risconti per Contributo per transizione al Digitale Terrestre figura iscritta per a Euro 2.610 migliaia la quota corrente dei contributi erogati dall'allora Ministero per le Comunicazioni dal 2007 al 2011 a sostegno delle iniziative per l'accelerazione del processo di transizione al Digitale Terrestre. Tali iniziative sono consistite in interventi su impianti e adeguamento infrastrutturale di siti per l'estensione delle aree con copertura digitale e il miglioramento dell'omogeneità di ricezione e della qualità del servizio all'utente. Il compito di effettuare tali tipologie di investimento è affidato alla società controllata Rai WWay, alla quale sono demandate, tra l'altro, la progettazione, l'installazione, la realizzazione, la manutenzione, l'implementazione, lo sviluppo e la gestione delle reti di telecomunicazione. Il contributo è imputato nel Conto economico di ciascun esercizio in relazione alla quota d'ammortamento che si sarebbe rilevata nel caso in cui l'investimento fosse stato effettuato da Rai, tenuto conto del rapporto tra l'ammontare dei contributi riscossi e gli investimenti effettuati per la realizzazione dei progetti ad essi correlati.

I debiti verso istituti di previdenza sociale ammontano a Euro 73.043 migliaia (Euro 71.033 migliaia al 31 dicembre 2015) e si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Debiti verso Fondi Integrativi Previdenza personale	22.960	22.193
Debiti verso INPS ex ENPALS	18.591	17.960
Debito verso INPGI	14.672	15.230
Debito verso INPS	6.633	6.472
Debito verso INAIL	20	42
Debito verso CASAGIT	1.454	1.437
Contributi su retribuzioni accertate	8.360	7.329
Altri debiti	353	370
Debiti verso istituti di previdenza sociale	73.043	71.033

L'ammontare dei debiti in valute diverse dall'Euro è evidenziato alla nota n. 7.1 "Rischio di mercato".

I debiti verso parti correlate sono indicati alla nota n. 17.4 "Rapporti con parti correlate".

15.2 Passività finanziarie correnti

Le passività finanziarie correnti, pari ad Euro 300.427 migliaia (Euro 139.670 migliaia al 31 dicembre 2015), sono evidenziate nella sottostante tabella:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Debiti verso controllate - rapporti di c/c	129.475	127.640
Debiti verso Controllata Rai Cinema per strumenti derivati	697	4.799
Debiti verso banche a m/l termine (quota corrente)	10.000	5.000
Debiti verso banche a breve termine	160.143	966
Passività per derivati di copertura - cambi	-	4
Passività per derivati attivati per conto Rai Cinema	26	45
Debiti verso collegate - c/c San Marino RTV	73	91
Debiti verso collegate - decimi da versare	13	-
Altri debiti	-	1.125
Totale passività finanziarie correnti	300.427	139.670

I debiti verso controllate – rapporti di c/c sono in crescita di Euro 1.835 migliaia; il dettaglio per società è rappresentato nel seguente prospetto:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Rai Corporation (in liquidazione)	3.865	3.754
Rai Pubblicità SpA	22.647	33.351
Rai Way SpA	117	228
Rai Com SpA	102.623	89.968
Rai Cinema SpA	223	339
Debiti verso controllate - rapporti di c/c	129.475	127.640

Le quote correnti di passività finanziarie non correnti sono già evidenziate e commentate alla nota n. 14.1 "Passività finanziarie non correnti".

I debiti verso banche a breve termine, pari a Euro 160.143 migliaia (Euro 966 migliaia al 31 dicembre 2015), sono determinati dal saldo negativo di conto corrente con alcuni Istituti di credito, la cui crescita è ascrivibile alle tempistiche di liquidazione dei maggiori canoni dovuti alla Società in base alla nuova modalità di riscossione che, applicata per la prima volta nell'esercizio in oggetto, non ha determinato maggiori riversamenti nell'esercizio 2016, che saranno invece liquidati, a saldo, nell'esercizio 2017.

Le operazioni di *cash-flow hedge* di Rai riguardano l'attività di copertura del rischio di cambio su contratti per l'acquisto di diritti per la trasmissione di eventi sportivi denominati in USD. Sono inoltre attivate coperture dal rischio di cambio per conto della controllata Rai Cinema in relazione all'acquisto di diritti televisivi relativi a prodotti seriali e cinematografici denominati in USD, così come descritto alla nota n. 17.4 "Rapporti con Parti correlate".

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Passività per derivati di copertura - cambi	-	4
Passività per derivati attivati per conto Rai Cinema	26	45
Debiti verso Controllata Rai Cinema per strumenti derivati	697	4.799
Totale strumenti finanziari derivati - Quota corrente	723	4.848
Passività per derivati di copertura - cambi	-	2
Totale strumenti finanziari derivati - Quota non corrente	-	2
Totale strumenti finanziari derivati	723	4.850

Gli strumenti finanziari derivati passivi, iscritti al *fair value*, al 31 dicembre 2016 pari ad Euro 723 migliaia (Euro 4.850 migliaia al 31 dicembre 2015) si riferiscono alla:

- quota corrente dei derivati attivati in forza del mandato conferito da Rai Cinema, pari a Euro 26 migliaia (Euro 45 migliaia al 31 dicembre 2015), che si riflette attraverso i conti intercompany nel credito finanziario verso la controllata stessa, così come illustrato alla nota n. 12.3 "Attività finanziarie correnti". Non si rilevano quote non correnti;
- quota corrente dei debiti verso la controllata Rai Cinema pari a Euro 697 migliaia (Euro 4.799 migliaia al 31 dicembre 2015), riferita agli strumenti derivati di copertura (con *fair value* positivo) attivati da Rai in forza del mandato conferito da Rai Cinema, i cui effetti transitano dai conti intercompany. Non si rilevano quote non correnti.

Le informazioni relative ai rischi oggetto di copertura e alle politiche di *hedging* sono indicate alla nota n. 7.1 "Rischio di mercato".

15.3 Debiti tributari

I debiti tributari, pari a Euro 81.258 migliaia (Euro 73.774 migliaia al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Debiti per IRES da consolidato fiscale nazionale	46.628	38.020
Totale debiti per imposte dirette	46.628	38.020
Debiti per IVA in sospensione	1.503	1.771
Totale debiti per IVA in sospensione	1.503	1.771
Trattenute da riversare su redditi da lavoro subordinato e autonomo	32.924	33.703
Ritenute diverse e imposte sostitutive	203	247
Totale debiti per trattenute operate quale sostituto d'imposta	33.127	33.950
Altri debiti tributari	-	33
Totale debiti tributari	81.258	73.774

Per quanto riguarda i debiti verso l'Erario per IRES, pari ad Euro 46.628 migliaia (Euro 38.020 migliaia al 31 dicembre 2015), va rilevato che la Società ha optato per la tassazione di Gruppo, con il trasferimento alla stessa, in qualità di soggetto consolidante, degli adempimenti connessi alla liquidazione e al versamento dell'imposta IRES relativamente alle società incluse nel Consolidato fiscale. La procedura di consolidamento degli imponibili fiscali di Gruppo è regolata da apposito accordo tra la Capogruppo e le società controllate.

Le imposte sul reddito sono commentate alla nota n. 16.9 "Imposte sul reddito".

16) Conto economico

16.1 Ricavi da vendite e prestazioni

Di seguito sono analizzate le principali voci che compongono i "Ricavi da vendite e prestazioni".

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Canoni	1.909.658	1.637.548
Pubblicità	615.699	585.511
Altri ricavi	69.269	74.663
Totale ricavi da vendite e prestazioni	2.594.626	2.297.722

L'articolazione per area geografica dei ricavi evidenzia una provenienza prevalentemente nazionale.

Ricavi da canoni

I ricavi da canoni, nell'esercizio 2016 pari a Euro 1.909.658 migliaia (Euro 1.637.548 migliaia nel 2015), si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Canoni dell'esercizio - utenze private	1.792.732	1.537.358
Canoni dell'esercizio - utenze speciali	77.837	75.623
Canoni da riscossione coattiva	39.539	25.975
Restituzione canoni	(450)	(1.408)
Totale canoni	1.909.658	1.637.548

In merito ai ricavi da canoni (per la cui definizione si rimanda alla nota n. 3 "Criteri di valutazione") si precisa che nella determinazione dell'ammontare dei canoni per utenze private sono state utilizzate le informazioni e i dati resi disponibili con riferimento alle nuove modalità di riscossione, tenuto conto di quanto previsto dalla Legge 23 dicembre 2014, n. 190 (art. 1, comma 293), che aveva disposto la riduzione del 5 per cento, a decorrere dall'anno 2015, delle somme da riversare a Rai per la copertura del costo di fornitura del Servizio Pubblico.

Le nuove modalità di riscossione sono state introdotte dalla Legge n. 208 del 28 dicembre 2015 (c.d. Legge di Stabilità 2016) che all'art.1, commi 152 e seguenti, ha disposto, a partire dal 1° gennaio 2016, la riscossione del canone TV per uso privato attraverso l'addebito - con distinta voce - sulle fatture emesse dalle imprese elettriche.

Tale norma ha introdotto, al fine di contrastare il fenomeno dell'evasione, il meccanismo in base al quale la detenzione di un apparecchio TV si presume nel caso in cui esista un'utenza per la fornitura di energia elettrica nel luogo in cui un soggetto ha la sua residenza anagrafica. Tale presunzione di detenzione della TV può essere superata esclusivamente attraverso una dichiarazione sostitutiva rilasciata ai sensi del Testo Unico di cui al Decreto del Presidente della Repubblica 28 dicembre 2000, n. 445, la cui mendacia comporta effetti anche penali.

La citata Legge di Stabilità 2016 ha inoltre stabilito che, per gli anni dal 2016 al 2018, le eventuali maggiori entrate rispetto a quanto previsto nel bilancio di previsione dello Stato per l'anno 2016 sono riversate a Rai nella misura del 67% per l'anno 2016 e del 50% per ciascuno degli anni 2017 e 2018.

Il meccanismo di determinazione del canone unitario previsto dal Testo Unico dei media audiovisivi e radiofonici (cosiddetta "contabilità separata"), finalizzato ad assicurare la proporzionalità tra costi sostenuti dalla Rai per lo svolgimento delle attività di Servizio Pubblico ad essa affidate, certificati da revisore indipendente, e le risorse da canone, evidenzia una carenza di queste ultime per il periodo 2005 - 2015 per un importo pari a oltre Euro 2,6 miliardi.

Ricavi da pubblicità

I ricavi da pubblicità, nell'esercizio 2016 pari a Euro 615.699 migliaia (Euro 585.511 migliaia al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Pubblicità televisiva su canali generalisti:		
- tabellare	408.538	389.427
- promozioni, sponsorizzazioni e iniziative speciali	113.652	102.615
- product placement	4.111	3.560
Pubblicità televisiva su canali specializzati	58.483	61.172
Pubblicità radiofonica	26.524	24.935
Pubblicità su web	5.777	4.997
Altra pubblicità	395	467
Quote competenza terzi	(1.451)	(1.191)
Sopravvenienze	(330)	(471)
Totale ricavi da pubblicità	615.699	585.511

I ricavi da pubblicità presentano un incremento pari ad Euro 30.188 migliaia rispetto al dato del 2015, beneficiando degli ottimi risultati conseguiti con la raccolta relativa ai Grandi Eventi Sportivi (in particolare il Campionato Europeo di Calcio).

È altresì da rilevare che a partire dal mese di maggio la Società ha deciso di interrompere la raccolta pubblicitaria per tre canali delle Tv specializzate (Rai YoYo, Rai 5, Rai Storia), che nel periodo maggio-dicembre 2015 era stata nell'ordine di un fatturato di circa 11 milioni di Euro.

Altri ricavi

Gli altri ricavi da vendite e prestazioni, nell'esercizio 2016 pari a Euro 69.269 migliaia (Euro 74.663 migliaia al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Servizi speciali da convenzione	38.341	44.222
Ricavi per distribuzione e commercializzazione canali	11.342	9.674
Commercializzazione diritti ed edizioni musicali	7.301	6.067
Servizi diversi, principalmente a fini istituzionali	7.079	8.658
Servizi di diffusione segnale tecnica digitale terrestre	2.925	2.925
Servizi di produzione e facilities	770	481
Accordi con operatori telefonici	388	569
Ricavi da distribuzione home video	201	155
Altro	1.268	1.408
Quote terzi	(585)	(519)
Sopravvenienze	239	1.023
Totale ricavi da vendite e prestazioni - altri ricavi	69.269	74.663

16.2 Altri ricavi e proventi

Gli altri ricavi e proventi, nell'esercizio 2016 pari ad Euro 33.105 migliaia (Euro 37.530 migliaia al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Recuperi e rimborsi di spesa	863	969
Contributi in conto esercizio	5.733	6.192
Proventi degli investimenti immobiliari	238	233
Risarcimento danni	427	1.067
Altri proventi da controllate	22.577	25.937
Altro	2.802	3.475
Sopravvenienze	465	(343)
Totale altri ricavi e proventi	33.105	37.530

Con riferimento agli "Altri proventi da controllate" di seguito è riportato il dettaglio per controparte. Tali proventi, come specificato nella nota n. 17.4 "Rapporti con parti correlate", si riferiscono ad accordi di fornitura di servizi da parte di Rai:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Rai Pubblicità SpA	2.814	2.452
Rai Way SpA	11.827	12.962
Rai Com SpA	3.365	5.735
Rai Cinema SpA	4.571	4.788
Altri proventi da controllate	22.577	25.937

16.3 Costi per acquisto di materiale di consumo, per servizi e altri costi

I costi per acquisto di materiale di consumo, per servizi e altri costi, complessivamente pari ad Euro 1.521.925 migliaia (Euro 1.363.337 migliaia al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Acquisti materiali di consumo	12.286	14.250
Costi per servizi	1.457.871	1.307.003
Altri costi	51.768	42.084
Totale costi per acquisto di materiale di consumo, per servizi e altri costi	1.521.925	1.363.337

Gli acquisti di materiali di consumo, pari ad Euro 12.286 migliaia (Euro 14.250 migliaia al 31 dicembre 2015), sono articolati nel seguente prospetto:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Acquisto carburante e combustibile	2.824	3.480
Materiali vari non di produzione	2.231	3.636
Materiali vari di produzione	3.839	3.615
Materiali tecnici per magazzino	1.083	1.250
Variazione delle rimanenze di magazzino	35	114
Altri materiali	2.408	2.251
Sconti, abbuoni, omaggi e premi su acquisti	-	(1)
Sopravvenienze	(134)	(95)
Acquisti materiali di consumo	12.286	14.250

I costi per servizi, il cui dettaglio è presentato nel sottostante prospetto, ammontano complessivamente a Euro 1.457.871 migliaia (Euro 1.307.003 migliaia al 31 dicembre 2015) al netto degli sconti e abbuoni ottenuti. Comprendono, tra l'altro, gli emolumenti, le indennità di carica e i rimborsi spese corrisposti agli Amministratori per Euro 539 migliaia ed ai Sindaci per Euro 171 migliaia.

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Prestazioni di lavoro autonomo	131.384	128.760
Servizi per la produzione di programmi	186.727	172.910
Diarie, viaggi di servizio e costi accessori del personale	37.303	34.133
Diffusione e trasporto segnale Rai Way	202.704	196.975
Manutenzioni, riparazioni, trasporti e assimilati	35.485	35.630
Servizi di documentazione e assistenza sistemi informativi	46.293	42.900
Altri servizi esterni	91.193	92.905
Acquisto passaggi	324.166	324.168
Affitti e noleggi	52.836	49.476
Diritti di ripresa	255.563	143.717
Diritti di utilizzazione	110.624	103.414
(Proventi) Oneri da IPO Rai Way	(452)	399
Recuperi di spesa	(3.008)	(5.054)
Sopravvenienze	(12.947)	(13.330)
Costi per servizi	1.457.871	1.307.003

Ai sensi dell'art. 2427, n. 16 bis, del C.C. si precisa che i corrispettivi di competenza dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 per i servizi dalla società di revisione per la revisione legale annuale dei conti, per la revisione della situazione semestrale, per servizi diversi dalla revisione sono rispettivamente pari a Euro 154 migliaia, Euro 24 migliaia ed Euro 61 migliaia.

Gli altri costi, pari ad Euro 51.768 migliaia (Euro 42.084 migliaia al 31 dicembre 2015), si riferiscono principalmente a premi e vincite su concorsi radiotelevisivi, imposte indirette e altri tributi, contributo diritti d'uso frequenze digitali tv e altri contributi.

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Premi e vincite	12.352	11.278
Contributo diritti d'uso frequenze digitali TV e altri contributi	10.332	111
Contributi alle autorità di controllo	4.791	5.242
IMU/TASI	8.704	8.732
Altre imposte indirette, tasse e altri tributi	9.008	9.208
Quotidiani, periodici, libri e pubblicazioni	1.667	1.656
Quote e contributi associativi	3.319	3.369
Minusvalenze da alienazioni	65	165
Altri	2.290	2.107
Sopravvenienze	(760)	216
Altri costi	51.768	42.084

16.4 Costi per il personale

I costi per il personale pari a Euro 928.176 migliaia (Euro 888.279 migliaia al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Salari e stipendi	680.631	649.714
Oneri sociali	187.083	187.620
Trattamento di fine rapporto	40.269	39.571
Trattamenti di quiescenza e simili	13.004	12.308
Altri	10.160	18.209
Costi del personale	931.147	907.422
Oneri di incentivazione all'esodo	21.546	6.301
Recuperi di spesa	(5.382)	(4.829)
Costi del personale capitalizzati	(13.331)	(17.561)
Altri costi del personale	2.833	(16.089)
Sopravvenienze e rilasci di fondi	(5.804)	(3.054)
Totale costi del personale	928.176	888.279

Gli oneri per benefici ai dipendenti includono oneri per piani a contributi definiti per Euro 41.192 migliaia e proventi per piani a benefici definiti per Euro 5.292 migliaia al netto delle prestazioni passate, come analizzati alla nota n. 14.2 "Benefici per i dipendenti".

Nel Gruppo sono applicati cinque Contratti Collettivi di Lavoro, rispettivamente il CCL di lavoro per i quadri impiegati ed operai dipendenti delle società Rai, Rai Way, Rai Cinema e Rai Com, il CCL per i Professori d'Orchestra della Rai, il Contratto Nazionale di Lavoro Giornalistico, applicato in Rai secondo le modalità definite da una "Convenzione di estensione alla Rai del CNLG" ed il relativo Accordo Integrativo con Usigrai per il personale giornalistico, il CCNL per i Dirigenti di Aziende produttrici di beni e servizi ed il relativo Accordo Integrativo fra Rai e ADRAI e il CCNL per i dipendenti di Rai Pubblicità.

I contratti aziendali rispettivamente per quadri, impiegati e operai e per i Professori d'orchestra sono scaduti il 31 dicembre 2013.

Per il personale giornalistico, il Contratto Nazionale di Lavoro vigente (1/4/2013 – 31/3/2016 prorogato per ulteriori 6 mesi) non viene al momento applicato in azienda non essendo stato possibile raggiungere una intesa con l'Usigrai sulla Convenzione di estensione; l'Accordo Integrativo è scaduto il 31 dicembre 2013.

Per il personale con qualifica di dirigente, il Contratto Nazionale è vigente per il periodo 1/1/2015 – 31/12/2018 mentre il contratto integrativo Rai ADRAI per il periodo 2014 – 2016 è stato rinnovato il 23 dicembre 2015.

Il numero medio dei dipendenti della Società, ripartito per categoria, è il seguente:

	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016			Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015		
	Personale T.I. (n. unità medie) ⁽¹⁾	Personale T.D. (n. unità medie)	Totale	Personale T.I. (n. unità medie) ⁽¹⁾	Personale T.D. (n. unità medie)	Totale
- Dirigenti ⁽²⁾	274	-	274	261	-	261
- Funzionari e quadri	1.125	-	1.125	1.103	2	1.105
- Giornalisti	1.709	117	1.826	1.621	223	1.844
- Impiegati, impiegati di produzione, addetti alle riprese, addetti alla regia, tecnici	6.898	530	7.428	6.752	562	7.314
- Operai	897	89	986	911	109	1.020
- Orchestrali e altro personale artistico	119	4	123	121	3	124
- Medici ambulatoriali	8	-	8	8	-	8
Totale	11.030	740	11.770	10.777	899	11.676

(1) Di cui contratti di apprendistato

179

166

(2) Il dato include le figure apicali assunte con contratto a T.D.

Il numero medio dei dipendenti è calcolato come media aritmetica della consistenza giornaliera nel periodo considerato, ponderata in relazione all'impiego a tempo parziale del dipendente. Il numero medio dei dipendenti include il personale con contratto a tempo indeterminato e determinato.

16.5 Ammortamenti e svalutazioni

Gli ammortamenti e svalutazioni ammontano a Euro 264.354 migliaia (Euro 252.119 migliaia al 31 dicembre 2015) e si analizzano come di seguito indicato:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Attività materiali:		
Fabbricati	11.884	11.466
Impianti e macchinario	49.391	47.698
Attrezzature industriali e commerciali	1.309	1.283
Altri beni	5.501	5.146
Totale ammortamenti attività materiali	68.085	65.593
Attività immateriali:		
Programmi	146.424	140.941
Software	4.007	4.001
Frequenze Digitale Terrestre	1.121	3.364
Marchi	7	11
Altri diritti	304	252
Totale ammortamenti attività immateriali	151.863	148.569
Totale ammortamenti	219.948	214.162
Programmi in ammortamento	30.982	24.827
Programmi in corso	8.635	6.414
Altre attività immateriali	-	1.371
Partecipazioni valutate al costo	2.822	39
Altri crediti e attività non correnti	746	2.420
Crediti verso clienti	315	2.760
Crediti verso controllate	480	(121)
Altri crediti e attività correnti	426	247
Totale svalutazioni	44.406	37.957
Totale ammortamenti e svalutazioni	264.354	252.119

16.6 Accantonamenti

Gli accantonamenti netti, pari a Euro 7.392 migliaia (Euro 2.088 migliaia al 31 dicembre 2015) sono determinati da accantonamenti per Euro 28.313 migliaia, compensati da assorbimenti per Euro 20.921 migliaia e in gran parte si riferiscono a fondi rischi e oneri per controversie di varia natura.

16.7 Proventi e oneri finanziari

I proventi finanziari netti pari a Euro 70.214 migliaia (Euro 67.340 migliaia al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Proventi finanziari:		
Dividendi	83.706	80.432
Interessi attivi da imprese controllate	1.960	3.345
Interessi attivi da imprese collegate	3	3
Proventi su strumenti derivati - cambi	190	7
Proventi su strumenti derivati - tassi	-	771
Interessi attivi v/banche	36	335
Utili su cambi realizzati	307	369
Utili su cambi da valutazione	178	241
Altri	1.067	1.775
Totale proventi finanziari	87.447	87.278
Oneri finanziari:		
Interessi su obbligazioni per beneficiari dipendenti	(7.003)	(4.928)
Interessi passivi su prestiti obbligazionari	(6.130)	(3.644)
Interessi passivi v/banche	(1.348)	(5.733)
Oneri su strumenti derivati - cambi	(87)	(125)
Oneri su strumenti derivati - tassi	-	(2.128)
Perdite su cambi realizzate	(354)	(609)
Perdite su cambi da valutazione	(285)	(317)
Interessi passivi a imprese controllate	(28)	(85)
Altri	(1.998)	(2.369)
Totale oneri finanziari	(17.233)	(19.938)
Proventi (oneri) finanziari netti	70.214	67.340

Dettaglio dividendi

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Rai Pubblicità SpA	8.000	7.890
Rai Way SpA	25.306	21.842
Rai Com SpA	6.700	6.507
Rai Cinema SpA	43.700	44.193
Totale dividendi	83.706	80.432

16.8 Risultato delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto

Il risultato delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto, negativo per Euro 657 migliaia (positivo per Euro 1.844 migliaia al 31 dicembre 2015), si analizza come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Proventi (oneri) su partecipazioni		
- Euronews	(1.563)	972
- San Marino RTV	(45)	3
- Auditel	-	(2)
- Audiradio	44	3
- Tivù	907	868
Totale effetto della valutazione con il metodo del patrimonio netto	(657)	1.844

L'analisi della variazione delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto è indicata alla nota n. 11.3 "Partecipazioni".

16.9 Imposte sul reddito

Le imposte sul reddito, positive per Euro 28.825 migliaia (Euro 55.404 migliaia al 31 dicembre 2015) per effetto delle imposte differite, si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
IRES	-	-
IRAP	-	-
Totale imposte correnti	-	-
Imposte differite passive	2.287	22.433
Imposte differite attive	26.538	32.452
Totale imposte differite	28.825	54.885
Imposte dirette di esercizi precedenti	-	519
Totale imposte dell'esercizio	28.825	55.404

L'analisi della differenza tra la fiscalità teorica e quella effettiva è la seguente:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Perdita prima delle imposte	(24.559)	(101.387)
Aliquota fiscale IRES	27,50%	27,50%
Provento fiscale teorico	6.754	27.881
Imposte relative a esercizi precedenti	-	519
Differenze fiscali	22.071	27.004
IRAP	-	-
Totale imposte sul reddito	28.825	55.404

La voce Differenze fiscali rappresenta l'effetto economico, sulle imposte teoriche dell'esercizio, derivante dall'applicazione delle norme fiscali italiane che regolano la determinazione della base imponibile IRES e IRAP.

Per l'anno 2016 tali differenze sono da ricondurre principalmente alla dinamica delle variazioni dell'imponibile IRES/IRAP e, in misura minore, agli effetti derivanti dalla diminuzione dell'aliquota IRES (dal 27,5% al 24%) a partire dal periodo d'imposta 2017.

17) Altre informazioni

17.1 Garanzie

Le garanzie prestate, pari a Euro 38.353 migliaia (Euro 41.823 migliaia al 31 dicembre 2015), si analizzano come segue:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016		
	Garanzie personali Fidejussioni	Garanzie reali	Totale
Controllate	35.771	-	35.771
Joint venture e collegate	2.582	-	2.582
Totale	38.353	-	38.353

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015		
	Garanzie personali Fidejussioni	Garanzie reali	Totale
Controllate	36.970	-	36.970
Joint venture e collegate	2.582	-	2.582
Altri	-	2.271	2.271
Totale	39.552	2.271	41.823

Tra le garanzie prestate risulta iscritta l'assunzione di obbligo di pagamento nei confronti dell'Amministrazione Finanziaria, a garanzia del rimborso anticipato di eccedenze IVA pari a Euro 34.015 migliaia al 31 dicembre 2016 (Euro 35.065 migliaia al 31 dicembre 2015) a favore di imprese controllate.

La Società presenta inoltre garanzie prestate da terzi a fronte di obbligazioni commerciali e finanziarie della Società, pari a Euro 319.269 migliaia (Euro 292.540 migliaia al 31 dicembre 2015) che riguardano principalmente:

- i) garanzie ricevute da banche ed enti assicurativi diversi per:
 - l'acquisizione di beni e servizi;
 - l'esatto adempimento di contratti di realizzazione di produzioni radiotelevisive;
- ii) garanzie prestate da terzi per obbligazioni della Società:
 - a fronte di debiti – per fidejussione a garanzia del finanziamento a medio lungo termine BEI;
 - a fronte di altre obbligazioni – principalmente per fidejussioni rilasciate all'Amministrazione Finanziaria a garanzia dei concorsi a premio e del credito IVA oggetto di rimborso, per fidejussione rilasciata a UEFA per le qualificazioni ai Mondiali di Calcio del 2018.

17.2 Impegni

I principali impegni, anche di carattere pluriennale, collegati al prodotto o connessi a iniziative di ammodernamento e sviluppo tecnologico, già sottoscritti alla data di riferimento del bilancio, sono di seguito riportati:

(in milioni di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
Impegni futuri per:		
Diritti sportivi	159,8	263,6
Investimenti in fiction e cartoni animati	93,0	80,9
Diritti e servizi per la realizzazione di altri programmi	39,8	38,0
Investimenti tecnici	23,0	9,4
Totale impegni	315,6	391,9

17.3 Passività potenziali

La Società è parte in procedimenti civili, amministrativi, giuslavoristici e previdenziali connessi all'ordinario svolgimento delle proprie attività.

I contenziosi in materia civile e amministrativa che riguardano la Società attengono principalmente alle attività di produzione e trasmissione al pubblico di programmi radiotelevisivi. La quasi totalità dei contenziosi civili ha ad oggetto richieste di risarcimento di danni, in larga parte connesse alla diffamazione e alla lesione di diritti della personalità, mentre nell'ambito dei giudizi amministrativi riguardanti gli appalti, la domanda risarcitoria per equivalente viene formulata solo in via subordinata, poiché la domanda principale ha ad oggetto l'annullamento degli atti di gara e in alcuni casi il subentro nel contratto.

Al verificarsi, sulla base delle analisi condotte su tali tipologie di controversie, delle seguenti condizioni:

- disponibilità, al momento della redazione del bilancio, di informazioni che facciano ritenere probabile il sorgere di una passività;
- possibilità di stimare l'entità dell'onere con sufficiente ragionevolezza, tenuto conto del *petitum attoreo*, si procede all'appostazione del relativo onere mediante accantonamento nel fondo controversie legali.

Si evidenzia in proposito il procedimento, il cui rischio di soccombenza è ritenuto possibile, instaurato nei confronti della Rai in merito alla diffusione di contenuti Rai su piattaforme DVB-H. La Corte d'Appello di Milano ha rigettato integralmente le domande di controparte, confermando la sentenza del Tribunale. I termini di impugnazione non sono tuttavia ancora decorsi.

Per quanto attiene alla materia giuslavoristica e previdenziale la Società è parte di un elevato numero di contenziosi aventi ad oggetto, principalmente, richieste di reintegrazione, domande di accertamento di interposizioni fittizie di manodopera, richieste di qualifiche superiori o inquadramenti, domande di risarcimento danni per asserita dequalificazione e la dedotta inosservanza di obblighi di previdenza derivanti da contratti o accordi collettivi. Al fine di determinare l'eventuale somma da accantonare, considerato il numero di cause pendenti e la conseguente difficoltà di effettuare una valutazione puntuale per ciascuna di esse, sono state individuate tre sotto-categorie in relazione allo stato del giudizio e all'eventuale esito intermedio della controversia (cause non ancora definite in primo grado, soccombenza in grado intermedio ed esito favorevole in grado intermedio), per ciascuna delle quali si procede a stimare la percentuale di rischio con l'individuazione di un valore medio espresso in termini percentuali, al fine di quantificare lo stanziamento al fondo controversie legali.

La nota n.14.3 "Fondi per rischi e oneri non correnti" dettaglia gli accantonamenti effettuati a fronte di tali fattispecie.

Sulla base delle informazioni attualmente a disposizione, e tenuto conto dei fondi rischi esistenti, la Società ritiene congrui i valori accantonati nei fondi rischi esistenti.

17.4 Rapporti con Parti Correlate

Di seguito è riportato il dettaglio dei rapporti intrattenuti dalla Società con le Parti Correlate, individuate sulla base dei criteri definiti dallo IAS 24 "Informativa di bilancio sulle operazioni con parti correlate", per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015. La Società intrattiene rapporti principalmente di natura commerciale e finanziaria con le seguenti parti correlate:

- Rai Cinema;
- Rai Com;
- Rai Corporation;
- Rai Pubblicità;
- Rai Way;
- dirigenti con responsabilità strategiche ("Alta direzione");
- altre società collegate e *joint venture* verso le quali la Società possiede un'interessenza come indicate nella nota n. 11.3 "Partecipazioni"; società sotto il controllo o il controllo congiunto dell'Alta direzione ed entità che gestiscono piani di benefici successivi alla fine del rapporto di lavoro esclusivi per i dipendenti del Gruppo Rai ("Altre parti correlate").

Sebbene le operazioni con Parti Correlate siano effettuate a normali condizioni di mercato, non vi è garanzia che, ove le stesse fossero state concluse fra o con terze parti, queste ultime avrebbero negoziato e stipulato i relativi contratti, ovvero eseguito le operazioni stesse, alle medesime condizioni e con le stesse modalità.

Per "Alta direzione" si intendono i dirigenti con responsabilità strategica aventi il potere e la responsabilità diretta o indiretta della pianificazione, della direzione e del controllo delle attività della Società e comprende tra l'altro i componenti del Consiglio di Amministrazione della Società. Relativamente ai compensi dei Sindaci si rimanda a quanto riportato alla nota n. 16.3 "Costi per acquisto di materiali di consumo, per servizi e altri costi".

Nella seguente tabella sono dettagliati i saldi patrimoniali al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015 e gli effetti economici delle operazioni tra la Società e le Parti Correlate nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015:

(in migliaia di Euro)	Società controllate	Alta direzione	Altre Parti Correlate	Totale
Attività finanziarie correnti				
Al 31 dicembre 2016	107.033	-	-	107.033
Al 31 dicembre 2015	100.185	-	-	100.185
Crediti commerciali correnti				
Al 31 dicembre 2016	308.448	-	343	308.791
Al 31 dicembre 2015	311.880	-	219	312.099
Altri crediti e attività correnti				
Al 31 dicembre 2016	47.021	90	-	47.111
Al 31 dicembre 2015	39.944	407	-	40.351
Benefici ai dipendenti				
Al 31 dicembre 2016	-	(5.204)	(14.857)	(20.061)
Al 31 dicembre 2015	-	(6.243)	(14.930)	(21.173)
Passività finanziarie correnti				
Al 31 dicembre 2016	(130.172)	-	(86)	(130.258)
Al 31 dicembre 2015	(132.439)	-	(91)	(132.530)
Debiti commerciali				
Al 31 dicembre 2016	(91.971)	-	(3.737)	(95.708)
Al 31 dicembre 2015	(87.275)	-	(449)	(87.724)
Altri debiti e passività correnti				
Al 31 dicembre 2016	(11.328)	(5.709)	(14.042)	(31.079)
Al 31 dicembre 2015	(11.118)	(6.442)	(13.354)	(30.914)

Note illustrative al bilancio Rai SpA

(in migliaia di Euro)	Società controllate	Alta direzione	Altre Parti Correlate	Totale
Ricavi da vendite e prestazioni				
Al 31 dicembre 2016	680.753	-	512	681.265
Al 31 dicembre 2015	645.827	-	487	646.314
Altri ricavi e proventi				
Al 31 dicembre 2016	24.423	-	67	24.490
Al 31 dicembre 2015	27.200	-	107	27.307
Costi per acquisto materiale di consumo				
Al 31 dicembre 2016	(1)	-	-	(1)
Al 31 dicembre 2015	-	-	-	-
Costi per servizi				
Al 31 dicembre 2016	(533.626)	(796)	(9.176)	(543.598)
Al 31 dicembre 2015	(522.451)	(932)	(8.014)	(531.397)
Altri costi				
Al 31 dicembre 2016	(504)	-	-	(504)
Al 31 dicembre 2015	(402)	-	-	(402)
Costi per il personale				
Al 31 dicembre 2016	4.514	(18.908)	(12.807)	(27.201)
Al 31 dicembre 2015	3.929	(17.825)	(12.049)	(25.946)
Ammortamenti e svalutazioni				
Al 31 dicembre 2016	(3.302)	-	-	(3.302)
Al 31 dicembre 2015	(8)	-	-	(8)
Accantonamenti				
Al 31 dicembre 2016	-	-	-	-
Al 31 dicembre 2015	129	-	-	129
Proventi finanziari				
Al 31 dicembre 2016	85.667	-	3	85.670
Al 31 dicembre 2015	83.776	-	3	83.779
Oneri finanziari				
Al 31 dicembre 2016	(112)	-	-	(112)
Al 31 dicembre 2015	(183)	-	-	(183)

Di seguito si riporta una descrizione dei principali accordi in essere tra Rai e società controllate, collegate e *joint venture* sopra identificate.

Accordi di fornitura di servizi a Rai

Rai Pubblicità

Rai ha in essere una convenzione per la raccolta pubblicitaria sulla base della quale Rai Pubblicità gestisce in esclusiva l'acquisizione della pubblicità sulla radio e televisione generalista, sui canali specializzati digitali e satellitari in chiaro, sul televideo, sul dominio Rai e su altri mezzi minori.

Rai Com

Rai ha conferito a Rai Com un mandato senza rappresentanza avente principalmente ad oggetto:

- a) la commercializzazione di diritti di sfruttamento in sede televisiva, in sede radiofonica e/o cinematografica, in sede audiovisiva (intendendosi per tali i diritti di sfruttamento a mezzo *home* e *commercial video* eccetera), di sfruttamento multimediale interattivo e non e di diritti derivati;
- b) la gestione negoziale di contratti quadro e/o convenzioni con enti ed istituzioni, centrali e locali, nazionali ed internazionali, pubblici e privati;
- c) l'acquisizione e/o la realizzazione di opere musicali e/o teatrali: musica colta, prosa e edizioni musicali;
- d) la gestione dei servizi di biglietteria, nonché la realizzazione e/o gestione, di iniziative di interazione telefonica e/o di iniziative interattive;
- e) l'ideazione, lo sviluppo, la definizione, la stipula e/o la gestione di progetti finalizzati alla partecipazione della Rai a bandi di gara italiani ed europei aventi ad oggetto finanziamenti attivi a fondo perduto o a tasso agevolato;
- f) la negoziazione, definizione, formalizzazione e/o gestione dei contratti library sportive, inclusa la realizzazione e/o gestione di tutte le iniziative di carattere commerciale negli stessi previste;
- g) la negoziazione, definizione, formalizzazione e/o gestione di altri accordi di collaborazione con società terze, purché aventi natura e finalità commerciale; e
- h) le attività di commercializzazione all'estero di canali facenti capo alla Rai.

Rai Cinema

Con Rai Cinema è in essere uno specifico contratto con il quale la società si impegna a mettere a disposizione di Rai, in esclusiva, un catalogo di passaggi *free tv* relativi ad opere audiovisive dalla stessa Rai Cinema acquisite a vario titolo e Rai si obbliga ad acquistare da Rai Cinema, in esclusiva, i diritti di sfruttamento per passaggi *free tv* di opere audiovisive.

Rai Way

Rai Way e Rai hanno in essere un Contratto di Servizio, per effetto del quale Rai ha affidato a Rai Way, su base esclusiva, un insieme di servizi che permettano a Rai:

- i) la regolare trasmissione e diffusione, in Italia e all'estero, dei MUX che le sono stati assegnati in base alla normativa applicabile; e
- ii) il regolare assolvimento degli obblighi di Servizio Pubblico.

Il Contratto di Servizio prevede e disciplina, altresì, l'eventualità che in futuro, al manifestarsi di nuove esigenze di Rai, le parti possano negoziare la fornitura di servizi addizionali ovvero di servizi finalizzati allo sviluppo di nuove reti di comunicazione elettronica e di telecomunicazioni o, ancora, di nuove tecnologie e standard trasmissivi.

Accordi di natura finanziaria

Tra Rai e le società controllate - a eccezione di Rai Way che, in seguito al processo di quotazione, si è dotata di piena autonomia finanziaria - è in vigore un rapporto di gestione di tesoreria centralizzata, tramite *cash-pooling* bancario, al fine di garantire la copertura dei fabbisogni finanziari e l'ottimizzazione dei flussi di cassa.

Al fine della copertura del rischio di cambio gravante sulla controllata Rai Cinema, quest'ultima ha conferito specifico mandato a Rai al fine di negoziare valuta e strumenti finanziari per proprio conto, operando secondo le modalità gestionali previste nelle policy di Gruppo.

Con riferimento a Rai Way, sono inoltre in vigore:

- un contratto di conto corrente intersocietario, strumentale a fornire a Rai la provvista necessaria per regolare le reciproche posizioni di credito e di debito derivanti da taluni servizi di pagamento residuali previsti dal contratto di servizio di Rai nei confronti di Rai Way;

- un contratto di mandato in favore di Rai ad eseguire pagamenti e incassi, rispettivamente, dei debiti e crediti derivanti dalla liquidazione di talune partite infragruppo, prevalentemente nel contesto dell'attività di compensazione, per il tramite di Rai, delle posizioni di credito e di debito tra le società del Gruppo (c.d. attività di *netting*), restando inteso che tale attività non include i pagamenti rivenienti dal Contratto di Servizio e che il mandato non sarà utilizzato per autorizzare operazioni di copertura.

Accordi di fornitura di servizi da parte di Rai

La Rai fornisce una serie di prestazioni ad alcune società controllate, regolate da specifici contratti di servizio, che riguardano in particolare servizi amministrativi, servizi immobiliari, servizi informatici, servizi di collaudo e servizi di doppiaggio.

Consolidato Fiscale

Il Gruppo Rai applica il regime di tassazione di gruppo ai fini IRES definito "Consolidato fiscale nazionale", come previsto dagli articoli 117 e seguenti del TUIR e disciplinato inoltre dal D.M. 9 giugno 2004.

L'opzione per il Consolidato fiscale nazionale, avente durata triennale, è stata rinnovata dalla Capogruppo Rai per Rai Way, Rai Cinema e Rai Com sino al 31 dicembre 2018; per Rai Pubblicità l'opzione ha validità sino al periodo d'imposta 2016, e sarà rinnovata nella prossima dichiarazione dei redditi di Rai.

I rapporti di natura civilistica e patrimoniale tra le società partecipanti sono regolati da un apposito accordo sottoscritto tra le parti, aggiornato in relazione alle modifiche normative in materia che si verificano in vigenza dell'accordo medesimo.

Per effetto del Consolidato fiscale nazionale la Rai rileva un credito verso le società aderenti pari a Euro 46.128 migliaia al 31 dicembre 2016.

Regime IVA di Gruppo

La Società si avvale della procedura di compensazione dell'IVA di Gruppo prevista dal Decreto Ministeriale del 13 dicembre 1979, recante le norme di attuazione delle disposizioni di cui all'articolo 73, ultimo comma, del Decreto del Presidente della Repubblica del 26 ottobre 1972, n. 633.

L'opzione per l'esercizio della procedura IVA di Gruppo con valenza annuale è stata esercitata tra Rai e tutte le altre società controllate residenti in Italia sino al 31 dicembre 2016. I rapporti di natura civilistica e patrimoniale sono regolati da un apposito accordo sottoscritto fra le parti.

Altre parti correlate

La Società intrattiene con le Altre Parti Correlate rapporti di natura commerciale e finanziaria; tra i più rilevanti si indicano i seguenti.

San Marino RTV

È in essere con la Società un contratto di conto corrente intersocietario sul quale sono trasferiti i debiti e crediti derivanti dalle transazioni economiche e finanziarie tra le parti. È inoltre previsto un affidamento da parte di Rai di Euro 1.000 migliaia che la società può utilizzare per scoperti derivanti dalla gestione ordinaria. Tale linea è contro-garantita per il 50% dall'ERAS ("Ente per la Radiodiffusione Sammarinese").

Si segnala inoltre l'accordo di collaborazione in materia radiotelevisiva fra il Governo della Repubblica di San Marino e il Governo della Repubblica Italiana – Presidenza Consiglio dei Ministri, che prevede il riversamento di un contributo forfettario annuo a San Marino RTV, effettuato per il tramite di Rai Com.

Tivù

Sono in vigore accordi che prevedono:

- da parte di Rai: la fornitura dei servizi di elaborazione e di gestione dell'EPG (Electronic Program Guide), di servizi editoriali e di consulenza, nonché la messa a disposizione di capacità trasmissiva satellitare funzionale all'offerta dei servizi EPG;
- da parte di Tivù: la fornitura del servizio EPG per la piattaforma digitale terrestre e satellitare e il servizio di "encryption".

Auditel

Fornisce il servizio di rilevazione dei dati di ascolto dei canali televisivi.

18) Eventi successivi alla data di riferimento del bilancio

Rinnovo Concessione

Il Consiglio dei Ministri ha deliberato, con decreto del 28 aprile 2017 attualmente in via di pubblicazione, la concessione in esclusiva alla Rai, per una durata decennale a decorrere dal 30 aprile 2017, dell'esercizio del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale sull'intero territorio nazionale, approvando contestualmente l'annesso schema di convenzione.

Una volta completata la procedura, verrà poi negoziato e sottoscritto con il Ministero dello Sviluppo Economico il Contratto di Servizio quinquennale con cui saranno individuati diritti e obblighi della Società.

Rinnovo linee di credito

Nel mese di gennaio 2017 si è conclusa la procedura di rinnovo delle linee di credito *Revolving Credit Facility*, destinate alla copertura e al back-up dei fabbisogni di cassa del Gruppo (ad esclusione di Rai Way). Il finanziamento è utilizzato per far fronte alle esigenze di liquidità infrannuali derivanti dal versamento in quattro rate trimestrali, da parte del Ministero dell'Economia e delle Finanze, dei canoni versati dagli utenti.

La linea è concessa da un pool di quattro primarie banche per complessivi 270 milioni di Euro, con scadenza a cinque anni, e spread dell'1,17% sull'Euribor, in linea con i tassi di recenti operazioni effettuate da prenditori di primario standing creditizio.

Note illustrative al bilancio Rai SpA

19) Appendice

19.1 Partecipazioni di Rai in società controllate e collegate

La seguente tabella contiene le indicazioni delle partecipazioni di Rai in società per azioni anche estere.

Valori al 31 dicembre 2016	Sede Legale	N. Azioni/ Quote possedute	Valore Nominale (in Euro)	Capitale Sociale (in migliaia di Euro)	Patrimonio netto (in migliaia di Euro)	Utile (perdita) (in migliaia di Euro)	Quota partecipazione %	Valore di carico (in migliaia di Euro)
Imprese controllate								
Rai Cinema SpA	Roma	38.759.690	5,16	200.000	287.170	50.061	100,00%	267.848
Rai Com SpA	Roma	2.000.000	5,16	10.320	113.109	6.919	100,00%	107.156
Rai Corporation in liquidazione	New York (USA)	50.000	10,00 (1)	500 (2)	69 (3)	(3.855) (4)	100,00%	69
Rai Pubblicità SpA	Torino	100.000	100,00	10.000	29.332	(422)	100,00%	31.082 (5)
Rai Way SpA	Roma	176.721.110	- (6)	70.176	161.534	41.814	64,971% (7)	506.260
								912.415
Imprese collegate								
Audiradio Srl in liquidazione	Milano	69.660	1,00	258	(34) (8)	162 (8)	27,00%	- (9)
Auditel Srl	Milano	99.000	1,00	300	2.028 (8)	(5) (8)	33,00%	669
Euronews SA	Lyon (F)	55.271	15,00	8.581	23.543	(16.124)	9,66%	2.274
San Marino RTV SpA	S. Marino (RSM)	500	516,46	516	4.109	(89)	50,00%	2.055
Tavolo Editori Radio Srl	Milano	1	17.380,00	110	-	-	15,80%	17
Tivù Srl	Roma	1	482.500,00	1.002	6.987	1.884	48,16%	3.365
								8.380

(1) Valori in USD

(2) Valori in migliaia di USD

(3) USD 72.385 al cambio del 31.12.2016 di Euro/USD 1,0541

(4) USD 4.063.580 al cambio del 31.12.2016 di Euro/USD 1,0541

(5) Pur in presenza di un valore di carico superiore al valore di patrimonio netto della società, si è ritenuto di non procedere alla svalutazione della partecipazione in quanto i flussi di cassa attesi sono superiori al valore di iscrizione.

(6) Azioni ordinarie senza indicazione del valore nominale.

(7) La quota di partecipazione di Rai diminuisce dal 65,07353% al 64,971% in seguito alla concessione gratuita delle azioni, prevista in sede di Offerta Pubblica di Vendita, ai sottoscrittori che abbiano detenuto le azioni ininterrottamente per 12 mesi

(8) Risultante dal bilancio al 31.12.2015, ultimo disponibile

(9) Il deficit patrimoniale pari a 9 migliaia di Euro è coperto da un fondo per oneri di pari importo

19.2 Posizione finanziaria netta

La posizione finanziaria netta, determinata conformemente a quanto previsto dal paragrafo 127 delle raccomandazioni contenute nel documento predisposto dall'ESMA n. 319 del 2013, implementative del Regolamento (CE) 809/2004, è la seguente:

(in migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2016	Esercizio chiuso al 31 dicembre 2015
A. Cassa	329	322
B. Altre disponibilità liquide	4.234	66.789
C. Titoli detenuti per la negoziazione	-	-
D. Liquidità (A+B+C)	4.563	67.111
E. Crediti finanziari correnti	114.294	114.046
F. Debiti bancari correnti	(160.143)	(966)
G. Parte corrente dell'indebitamento non corrente	(10.000)	(5.000)
H. Altri debiti finanziari correnti	(130.285)	(133.704)
I. Indebitamento finanziario corrente (F+G+H)	(300.428)	(139.670)
J. Posizione finanziaria corrente netta (I+E+D)	(181.571)	41.487
K. Debiti bancari non correnti	(35.000)	(45.000)
L. Obbligazioni emesse	(346.946)	(346.066)
M. Altri debiti finanziari non correnti	-	(2)
N. Indebitamento finanziario non corrente (K+L+M)	(381.946)	(391.068)
O. Posizione finanziaria netta (J+N)	(563.517)	(349.581)

20) Proposta di delibera

Il Consiglio di Amministrazione propone:

- di approvare il progetto di bilancio di esercizio di Rai SpA redatto in conformità ai Principi Contabili Internazionali, composto da Situazione patrimoniale-finanziaria, Conto economico complessivo, Rendiconto finanziario, Prospetto delle variazioni di patrimonio netto e Note illustrative al bilancio che chiude con un utile netto dell'esercizio pari a Euro 4.266.319,06, nonché la Relazione sulla gestione;
- di destinare l'utile netto dell'esercizio pari a Euro 4.266.319,06 nel modo seguente:
 - quanto a Euro 213.315,95, pari al 5% del risultato netto, a Riserva legale;
 - quanto a Euro 950.850,38 a Riserva non distribuibile da valutazione partecipazioni ex art. 2426 Codice Civile, comma 4;
 - quanto al rimanente, pari a Euro 3.102.152,73 ad Altre riserve.

Attestazione ai sensi dell'art. 154 bis del D. Lgs. 58/98

I sottoscritti Antonio Campo Dall'Orto in qualità di Direttore Generale e Massimo Cappelli in qualità di Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari della RAI Radiotelevisione italiana Spa attestano, tenuto anche conto di quanto previsto dall'art. 154-bis, commi 3 e 4, del decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58:

- l'adeguatezza in relazione alle caratteristiche dell'impresa e
- l'effettiva applicazione

delle procedure amministrative e contabili per la formazione del Bilancio separato nel corso dell'esercizio 2016.


Le procedure amministrativo-contabili e le prassi operative in essere sono state applicate in coerenza con il sistema di controllo interno amministrativo-contabile in maniera idonea a garantire il raggiungimento degli obiettivi richiesti dal quadro normativo di riferimento.

Si attesta inoltre che:

- il Bilancio separato al 31 dicembre 2016 della RAI Radiotelevisione italiana Spa:
 - a) è redatto in conformità ai principi contabili internazionali applicabili riconosciuti nell'Unione Europea ai sensi del regolamento (CE) n. 1606/2002, del Parlamento europeo e del Consiglio, del 19 luglio 2002;
 - b) corrisponde alle risultanze dei libri e delle scritture contabili;
 - c) è idoneo a fornire una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale, economica e finanziaria dell'emittente.
- La Relazione sulla Gestione comprende un'analisi attendibile dell'andamento e del risultato della gestione, nonché della situazione dell'emittente, unitamente alla descrizione dei principali rischi e incertezze cui sono esposti.

Roma, 13.4.2017


Antonio Campo Dall'Orto
Direttore Generale


Massimo Cappelli
Dirigente Preposto alla redazione
dei documenti contabili societari

Relazione del Collegio Sindacale

Ai Signori Azionisti di Rai SpA.

Il Collegio sindacale in carica alla data della presente relazione, nelle persone dei signori dott. Biagio Mazzotta (Presidente), Anna Maria Magro e Roberto De Martino (Sindaci effettivi), è stato nominato dall'Assemblea Ordinaria degli azionisti del 24 giugno 2016 per un triennio e cioè fino alla data dell'Assemblea convocata per l'approvazione del bilancio chiuso al 31 dicembre 2018.

La nomina è avvenuta in conformità alle disposizioni legislative, regolamentari e statutarie applicabili e la composizione del Collegio rispetta il criterio di riparto tra generi.

La revisione legale dei conti è affidata fino al 2023 alla società PricewaterhouseCoopers, cui spetta la revisione legale del bilancio d'esercizio della Rai SpA e del bilancio consolidato di Gruppo, nonché la revisione contabile limitata dei bilanci semestrali relativi al novennio.

Il Consiglio di Amministrazione, nella riunione del 13 aprile 2017 ha reso disponibili i documenti contabili e approvato il Progetto di Bilancio di Rai SpA relativo all'esercizio chiuso il 31 dicembre 2016, corredato di Situazione economico-patrimoniale e finanziaria, Relazione sulla Gestione, Prospetti contabili e Note illustrative al bilancio.

La presente relazione è stata predisposta in tempo utile per il deposito nei 15 giorni antecedenti la data della prima convocazione dell'Assemblea per l'approvazione del bilancio, fissata per il 25 maggio 2017.

Attività di vigilanza

Il Collegio sindacale della società ha svolto nel corso dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 l'attività di vigilanza prevista dalla legge, tenendo anche conto delle indicazioni contenute nelle "Norme di comportamento del Collegio Sindacale – Principi di comportamento del Collegio sindacale di società non quotate", emanate dal Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili.

Partecipazione alle riunioni degli Organi Sociali

Nel corso dell'esercizio 2016 il Collegio sindacale ha tenuto 35 riunioni (di cui 22 del Collegio sindacale precedente e 13 dell'attuale Collegio), ai sensi dell'art. 2404 codice civile. All'esito di ciascuna riunione è stato redatto verbale approvato all'unanimità, sottoscritto e trascritto nell'apposito Libro. In tale ambito si sono svolti incontri anche con i Collegi sindacali delle società controllate.

Il Collegio ha altresì partecipato a n. 23 riunioni del Consiglio di Amministrazione nonché a 4 Assemblee degli azionisti.

Alle riunioni del Collegio sindacale, come a quelle del Consiglio di Amministrazione, ha assistito il Magistrato della Corte dei Conti, ai sensi dell'art. 12 della Legge 21 marzo 1958, n. 259, delegato al controllo della gestione finanziaria della Società.

Vigilanza sull'osservanza della legge, dello statuto e dei regolamenti e sul rispetto dei principi di corretta amministrazione

La partecipazione alle riunioni del Consiglio di Amministrazione e delle Assemblee ha consentito al Collegio di vigilare sul rispetto delle norme statutarie, legislative e regolamentari e sul rispetto dei principi di corretta amministrazione. Su tale specifico aspetto, l'azienda è stata più volte sollecitata da questo Collegio a predisporre ed implementare la mappa delle competenze per poter operare, in assoluta trasparenza, le scelte di selezione del personale più adeguate alle esigenze dell'azienda stessa. La frequenza delle riunioni del Consiglio di Amministrazione e la loro durata risultano coerenti con la numerosità e con la significatività delle decisioni da assumere. Il Collegio ha rilevato che le citate riunioni si sono svolte nel rispetto delle norme di legge, statutarie e regolamentari che ne disciplinano il funzionamento, non senza segnalare comunque che in taluni, casi a causa della rilevanza e complessità delle decisioni da assumere, la documentazione dovrebbe essere messa a disposizione in tempi più congrui. In relazione alla gestione del personale, il Collegio ha preso atto che la società ha dichiarato di star provvedendo alla soluzione delle relative problematiche (assunzioni e ricollocamenti) e si riserva di operare il relativo monitoraggio.

Vigilanza sull'adeguatezza del Sistema di Controllo Interno e del Sistema amministrativo contabile

Particolare attenzione è stata dedicata alla valutazione dell'adeguatezza e dell'efficacia del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi (SCIGR), principalmente attraverso le seguenti attività:

- a) incontri periodici e scambi di informazioni con la funzione Internal auditing. Il Collegio ha ricevuto sistematicamente i Rapporti di audit, redatti all'esito delle attività di verifica e di monitoraggio, con i relativi rilievi e azioni correttive indicate. Al riguardo il Collegio da atto del percorso avviato dalla Direzione Internal Auditing in tema di sensibilizzazione del *management* in ordine alla corretta e tempestiva risoluzione delle azioni correttive emergenti dai rapporti di audit. In tale ambito il Collegio ha preso atto che in data 6 febbraio 2017 è stato nominato il nuovo responsabile della Direzione Internal Audit.
- b) Incontri con esponenti della società PricewaterhouseCoopers (PWC), responsabile di esprimere un giudizio sul bilancio separato e consolidato sulla base della revisione contabile, per un reciproco scambio di dati e informazioni, dai quali non sono emersi fatti, circostanze e irregolarità da segnalare nella presente Relazione.
- c) Incontri con il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari. A tale riguardo, il Collegio ha preso atto della nomina del nuovo Responsabile, nella persona del Direttore di Amministrazione e Finanza, da cui il Collegio ha ricevuto adeguate informazioni sui processi aziendali amministrativo-contabili che risultano adeguati a rappresentare correttamente i fatti di gestione. Il Dirigente Preposto ha emanato in data 27 gennaio 2017 il "Regolamento del Dirigente Preposto della RAI Radiotelevisione italiana SpA"
- d) specifiche audizioni con i dirigenti delle principali funzioni aziendali per valutare l'adeguatezza ed il funzionamento dell'assetto organizzativo aziendale.
- e) incontri periodici con l'Organismo di Vigilanza (di tipo collegiale) che nel 2016, come in passato, ha predisposto le relazioni periodiche sull'attività svolta ed ha vigilato sul processo

di aggiornamento e di adeguamento del Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ex D. Lgs 231/2001.

f) Incontri con il Responsabile per la Prevenzione della Corruzione *ex lege* 190/2012.

In questo quadro, il Collegio dà atto che è in corso di definizione il Modello Normativo Aziendale, finalizzato alla codifica di un corpo organizzato di norme e procedure cui il Gruppo aziendale dovrà far riferimento per uniformare l'organizzazione, la gestione dei processi aziendali e l'individuazione delle relative responsabilità.

Il Collegio infine prende atto che, con delibera del 16 marzo 2016, tenuto conto di quanto stabilito dall'Assemblea del 10 marzo, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di "delegare al Presidente la supervisione delle attività di controllo interno".

Denunce ex art. 2408, cod. civ. o fatti censurabili

In relazione all'attività di vigilanza svolta nel corso dell'esercizio 2016, il Collegio sindacale attesta che: a) non sono emerse irregolarità, omissioni o fatti censurabili tali da dover essere segnalate nella presente Relazione; b) non sono pervenute al Collegio denunce ex art. 2408 del codice civile; c) non ha rilevato operazioni infragruppo e/o con parti correlate tali da evidenziare profili di atipicità o di inusualità, quanto a contenuti, natura e collocazione temporale.

Risultati di esercizio

Il risultato netto relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016, come risulta dal Bilancio separato, è in utile per circa 4,2 milioni di euro (perdita di 46,0 milioni di Euro nel 2015). Il Patrimonio netto è di 799,5 milioni di euro (811,8 milioni di Euro nel 2015).

Il Consiglio di Amministrazione ha proposto all'Assemblea di destinare l'utile nel seguente modo:

- o Riserva legale, per euro 213.315,95;
- o Riserva non distribuibile da valutazione partecipazioni ex art. 2426, comma 4, cod. civ., per euro 950.850,38;
- o Altre riserve, per euro 3.102.152,73.

Il Collegio osserva che sul risultato di Bilancio hanno influito notevolmente le nuove modalità di riscossione del Canone ordinario introdotte dalla legge n. 220/2015 (addebito sulle fatture emesse dalle imprese elettriche) per contrastare il fenomeno dell'evasione; l'incremento di ricavi ordinari dovuto al nuovo metodo di riscossione è pari a 255,3 milioni di euro (+16,6% rispetto al 2015).

Osservazioni e proposte in ordine al bilancio

Il Collegio sindacale ha esaminato il progetto di bilancio approvato dal Consiglio di Amministrazione il 13 aprile scorso ed ha verificato l'osservanza delle norme di legge sulla cui base è stato formato il documento, l'impostazione dello stesso della Relazione sulla gestione e degli schemi di bilancio adottati.

Le Note illustrative al bilancio riportano i criteri di valutazione applicati in coerenza con i principi contabili internazionali (IFRS) per ogni singola posta di bilancio; le note di commento alle singole voci della Situazione patrimoniale-finanziaria e del Conto economico risultano complete ed

esauritive. La Relazione sulla gestione, di cui all'art. 2428 cod.civ., fornisce una informativa esauriente sull'attività della Società e sulle operazioni di rilievo, nonché sui principali rischi.

Il bilancio rappresenta adeguatamente i fatti e le informazioni di cui il Collegio è venuto a conoscenza nell'ambito dell'esercizio della propria attività di vigilanza e di ispezione e controllo.

Il Collegio ha preso atto che il Direttore Generale ed il Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari hanno attestato che il Bilancio separato 2016:

- È stato redatto in conformità ai principi contabili internazionali (IFRS);
- Corrisponde alle risultanze dei libri e delle scritture contabili;
- È idoneo a fornire una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale, economica e finanziaria della Società.

Il Collegio sulla base di quanto accertato ritiene che l'assetto organizzativo vigente sia adeguato a supportare lo sviluppo della società, pur necessitando di continui adattamenti in linea con i nuovi obiettivi aziendali al fine di dare sempre maggiore efficienza al Sistema dei controlli.

Non vi sono osservazioni in merito tanto all'adeguatezza del sistema amministrativo e contabile quanto all'affidabilità di quest'ultimo nel rappresentare correttamente i fatti di gestione.

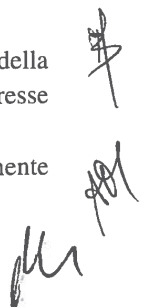
Pertanto il Collegio sindacale, in base a quanto è stato possibile riscontrare durante l'attività svolta nell'esercizio, può affermare che:

- le decisioni assunte dal Consiglio di Amministrazione sono conformi alla legge ed allo statuto sociale e non palesemente imprudenti o tali da compromettere l'integrità del patrimonio sociale;
- sono state acquisite le informazioni sul generale andamento della gestione e sulla sua prevedibile evoluzione, nonché sulle operazioni di maggior rilievo, per dimensioni o caratteristiche, effettuate dalla società;
- le operazioni poste in essere sono state anch'esse conformi alla legge ed allo statuto sociale e non in potenziale contrasto con le delibere assunte dall'Assemblea dei soci o tali da compromettere l'integrità del patrimonio sociale;
- quanto alle operazioni con parti correlate, riportate nella Relazione sulla gestione e nelle Note illustrative al bilancio, non vi sono osservazioni da riferire;
- nel corso dell'attività di vigilanza, come sopra descritta, non sono emersi ulteriori fatti significativi tali da richiederne la segnalazione nella presente Relazione;
- non si è dovuto intervenire per omissioni del CdA ai sensi dell'art. 2406 cod.civ.;
- non sono state ricevute denunce ai sensi dell'art. 2408 cod.civ.;
- non sono state fatte denunce ai sensi dell'art. 2409, comma 7, cod.civ..

Eventi successivi al 31 dicembre 2016

Il Collegio segnala i seguenti significativi eventi verificatisi nei primi mesi del 2017:

- approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione del Piano per la Prevenzione della Corruzione 2017-2019, in cui si è tenuto conto anche delle raccomandazioni espresse dall'Autorità Nazionale Anticorruzione;
- approvazione del decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri concernente l'affidamento a Rai del Servizio Pubblico fino al primo maggio 2027;



- riduzione dell'importo unitario del canone di abbonamento ordinario a 90 euro, per effetto dell'art. 1, comma 40, della Legge di Bilancio per l'anno 2017;
- entrata in vigore dell'art. 1, comma 1, del Decreto Legge 24 aprile 2014, n. 66, convertito, con modificazioni, dalla Legge 23 giugno 2014, n. 89, con conseguente eventuale rischio connesso all'applicabilità del c.d. tetto ai compensi relativi ai contratti di natura artistica.

Conclusioni

La società di revisione PricewaterhouseCoopers ha rilasciato in data 9 maggio 2017 la Relazione ai sensi degli articoli 14 e 16 del D.Lgs. n. 39/2010, da cui risulta che il bilancio separato fornisce una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale e finanziaria della Rai al 31.12.2016, del risultato economico e dei flussi di cassa per l'esercizio chiuso a tale data, in conformità agli *International Reporting Standards* adottati dall'Unione Europea nonché ai provvedimenti emanati in attuazione dell'art. 9 del D.Lgs. n. 38/2005.

La relazione di revisione contiene inoltre un giudizio sulla coerenza della Relazione sulla Gestione e di alcune informazioni contenute nella relazione sul governo societario e gli assetti proprietari con il bilancio separato.

Sulla base di quanto sopra esposto e per quanto è stato portato a conoscenza del Collegio Sindacale e riscontrato nei controlli periodici svolti, si ritiene all'unanimità che non sussistono ragioni ostative all'approvazione da parte Vostra del Progetto di Bilancio separato per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016, così come è stato redatto e Vi è stato proposto dal Consiglio di Amministrazione.

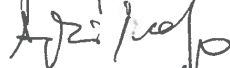
Roma, 09 maggio 2017

Il Collegio sindacale

Dott. Biagio Mazzotta



Dott.ssa Anna Maria Magro



Dott. Roberto De Martino



Relazione della Società di revisione



RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE AI SENSI DEGLI ARTICOLI 14 E 16 DEL DLGS 27 GENNAIO 2010, N° 39

Agli azionisti di
RAI – Radiotelevisione italiana SpA

Relazione sul bilancio separato

Abbiamo svolto la revisione contabile dell'allegato bilancio separato di RAI – Radiotelevisione italiana SpA, costituito dalla situazione patrimoniale-finanziaria al 31 dicembre 2016, dal prospetto di conto economico, dal prospetto di conto economico complessivo, dal prospetto delle variazioni del patrimonio netto, dal rendiconto finanziario per l'esercizio chiuso a tale data, da una sintesi dei principi contabili significativi e dalle altre note illustrative.

Responsabilità degli amministratori per il bilancio separato

Gli amministratori sono responsabili per la redazione del bilancio separato che fornisca una rappresentazione veritiera e corretta in conformità agli International Financial Reporting Standards adottati dall'Unione Europea nonché ai provvedimenti emanati in attuazione dell'articolo 9 del DLgs n° 38/05.

Responsabilità della società di revisione

E' nostra la responsabilità di esprimere un giudizio sul bilancio separato sulla base della revisione contabile. Abbiamo svolto la revisione contabile in conformità ai Principi di revisione internazionali (ISA Italia) elaborati ai sensi dell'articolo 11 del DLgs 39/10. Tali principi richiedono il rispetto di principi etici, nonché la pianificazione e lo svolgimento della revisione contabile al fine di acquisire una ragionevole sicurezza che il bilancio separato non contenga errori significativi.

La revisione contabile comporta lo svolgimento di procedure volte ad acquisire elementi probativi a supporto degli importi e delle informazioni contenuti nel bilancio separato. Le procedure scelte dipendono dal giudizio professionale del revisore, inclusa la valutazione dei rischi di errori significativi nel bilancio separato dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali. Nell'effettuare tali valutazioni del rischio, il revisore considera il controllo interno relativo alla redazione del bilancio separato dell'impresa che fornisca una rappresentazione veritiera e corretta al fine di definire procedure di revisione appropriate alle circostanze, e non per esprimere un giudizio sull'efficacia del controllo interno dell'impresa. La revisione contabile comprende altresì la valutazione dell'appropriatezza dei principi contabili adottati, della ragionevolezza delle stime contabili effettuate

PricewaterhouseCoopers SpA

Sede legale e amministrativa: Milano 20149 Via Monte Rosa 91 Tel. 0277851 Fax 027785240 Cap. Soc. Euro 6.890.000,00 i.v., C.F. e P.IVA e Reg. Imp. Milano 12979880155 Iscritta al n° 119644 del Registro dei Revisori Legali - Altri Uffici: **Ancona** 60131 Via Sandro Totti 1 Tel. 0712132311 - **Bari** 70122 Via Abate Gimma 72 Tel. 0805640211 - **Bologna** 40126 Via Angelo Finelli 8 Tel. 0516186211 - **Brescia** 25123 Via Borgo Pietro Wulrer 23 Tel. 0303697501 - **Catania** 95129 Corso Italia 302 Tel. 0957532311 - **Firenze** 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 0552482811 - **Genova** 16121 Piazza Piccapietra 9 Tel. 01029041 - **Napoli** 80121 Via dei Mille 16 Tel. 08136181 - **Padova** 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049873481 - **Palermo** 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 091349737 - **Parma** 43121 Viale Tanara 20/A Tel. 0521275911 - **Pescara** 65127 Piazza Ettore Troilo 8 Tel. 0854545711 - **Roma** 00154 Largo Fochetti 29 Tel. 06570251 - **Torino** 10122 Corso Palestro 10 Tel. 011556771 - **Trento** 38122 Viale della Costituzione 33 Tel. 0461237004 - **Treviso** 31100 Viale Felissent 90 Tel. 0422696911 - **Trieste** 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 0403480781 - **Udine** 33100 Via Poscolle 43 Tel. 043225789 - **Varese** 21100 Via Albuzzi 43 Tel. 0332285039 - **Verona** 37135 Via Francia 21/C Tel. 0458263001 - **Vicenza** 36100 Piazza Pontelandolfo 9 Tel. 0444393311

www.pwc.com/it



dagli amministratori, nonché la valutazione della presentazione del bilancio separato nel suo complesso.

Riteniamo di aver acquisito elementi probativi sufficienti ed appropriati su cui basare il nostro giudizio.

Giudizio

A nostro giudizio, il bilancio separato fornisce una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale e finanziaria di RAI – Radiotelevisione italiana SpA al 31 dicembre 2016, del risultato economico e dei flussi di cassa per l'esercizio chiuso a tale data, in conformità agli International Financial Reporting Standards adottati dall'Unione Europea nonché ai provvedimenti emanati in attuazione dell'articolo 9 del DLgs n° 38/05.

Relazione su altre disposizioni di legge e regolamentari

Giudizio sulla coerenza della relazione sulla gestione e di alcune informazioni contenute nella relazione sul governo societario e gli assetti proprietari con il bilancio separato

Abbiamo svolto le procedure indicate nel principio di revisione (SA Italia) n° 720B al fine di esprimere, come richiesto dalle norme di legge, un giudizio sulla coerenza della relazione sulla gestione e delle informazioni della relazione sul governo societario e gli assetti proprietari indicate nell'articolo 123-bis, comma 4, del DLgs 58/98, la cui responsabilità compete agli amministratori di RAI – Radiotelevisione italiana SpA, con il bilancio separato di RAI – Radiotelevisione italiana SpA al 31 dicembre 2016. A nostro giudizio la relazione sulla gestione e le informazioni della relazione sul governo societario e gli assetti proprietari sopra richiamate sono coerenti con il bilancio separato di RAI – Radiotelevisione italiana SpA al 31 dicembre 2016.

Roma, 9 maggio 2017

PricewaterhouseCoopers SpA

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Pier Luigi Vitelli', written over a horizontal line.

Pier Luigi Vitelli
(Revisore legale)

Deliberazioni dell'Assemblea degli Azionisti

L'Assemblea degli Azionisti della Rai, nella seduta del 25 maggio 2017, ha deliberato:

- di approvare il Bilancio di esercizio al 31 dicembre 2016 che chiude con un utile netto pari a Euro 4.266.319,06 (*quattromilioniduecentosessantaseimilatrecentodiciannove virgola zero sei*);
- di destinare l'utile netto dell'esercizio pari a Euro 4.266.319,06 (*quattromilioniduecentosessantaseimilatrecentodiciannove virgola zero sei*) nel modo seguente:
 - quanto a Euro 213.315,95 (*duecentotredicimilatrecentoquindici virgola novantacinque*), pari al 5% (cinque per cento) del risultato netto, a Riserva legale;
 - quanto a Euro 950.850,38 (*novacentocinquantamilaottocentocinquanta virgola trentotto*) a Riserva non distribuibile da valutazione partecipazioni ex art. 2426, comma 4, del Codice Civile;
 - quanto ai residuali Euro 3.102.152,73 (*tremilionicentoduemilacentocinquantadue virgola settantatre*), ad Altre riserve.
- di prendere atto del Bilancio consolidato dell'esercizio 2016 che evidenzia un utile netto pari a 18,1 milioni di Euro.

Corporate Directory

Direzione Generale Rai

Viale Mazzini, 14
00195 Roma

Via Cavalli, 6
10138 Torino

t. +39 06 38781
www.rai.it

Centri Rai

Centro di produzione TV
Largo Villy De Luca, 4
00188 Roma

Centro di produzione RF
Via Asiago, 10
00195 Roma

Centro di produzione
Corso Sempione, 27
20145 Milano

Centro di produzione
Via Marconi, 9
80125 Napoli

Centro di produzione
Via Verdi, 16
10124 Torino

Centro ricerche
Via Cavalli, 6
10138 Torino

Società controllate

Rai Cinema SpA
Piazza Adriana, 12
00193 Roma

Rai Com SpA
Via Umberto Novaro, 18
00195 Roma

t. +39 06 684701
www.raicinema.it

t. +39 06 36861
www.rai-com.com

Rai Pubblicità SpA
Via Cavalli, 6
10138 Torino

Rai Way SpA
Via Teulada, 66
00195 Roma

t. +39 011 7441111
www.raipubblicità.it

t. 800 111 555
www.raiway.it

Rai Corporation (in liquidazione)
c/o GC Consultants
444 Madison Avenue - Suite 1206
New York - NY 10022



Sedi regionali

Abruzzo

Via de Amicis, 27
65123 Pescara

Marche

Scalo Vittorio Emanuele, 1
60121 Ancona

Sicilia

Viale Strasburgo, 19
90146 Palermo

Basilicata

Via dell'Edilizia, 2
85100 Potenza

Molise

Contrada Colle delle Api
86100 Campobasso

Toscana

Largo Alcide De Gasperi, 1
50136 Firenze

Calabria

Via G. Marconi snc
87100 Cosenza

Provincia autonoma di Bolzano

Piazza Mazzini, 23
39100 Bolzano

Umbria

Via Luigi Masi, 2
06121 Perugia

Emilia Romagna

Viale della Fiera, 13
40127 Bologna

Provincia autonoma di Trento

Via f.lli Perini, 141
38122 Trento

Valle d'Aosta

Loc. Grande Charriere, 70
11020 Saint Christophe (AO)

Friuli Venezia Giulia

Via Fabio Severo, 7
34133 Trieste

Puglia

Via Dalmazia, 104
70121 Bari

Veneto

Palazzo Labia - Campo San Geremia
Cannaregio, 275
30121 Venezia

Liguria

Corso Europa, 125
16132 Genova

Sardegna

Via Barone Rossi, 27
09125 Cagliari

Rai - Radiotelevisione Italiana SpA

Capogruppo

Denominazione: Rai - Radiotelevisione italiana SpA
Capitale Sociale: Euro 242.518.100,00 int. vers.
Sede Sociale: Viale Giuseppe Mazzini, 14
00195 - Roma

Progetto a cura di: Direzione Finanza e Pianificazione

Consulenza e coordinamento: Ergon Com





RAI - Radio Televisione Italiana S.p.A.

Relazione della Società di Revisione
sull'esame dei dati di contabilità Separata
della RAI - Radio Televisione Italiana S.p.A. per
l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016

**RELAZIONE DELLA SOCIETA' DI REVISIONE SULL'ESAME DEI DATI DI CONTABILITA'
SEPARATA DELLA RAI - RADIOTELEVISIONE ITALIANA S.P.A. PER L'ESERCIZIO CHIUSO AL 31
DICEMBRE 2016**

Agli Azionisti della

RAI - RADIOTELEVISIONE ITALIANA S.p.A.

1. In esecuzione dell'incarico conferitoci, ai sensi della Delibera n. 102/05/CONS dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito "AgCom"), dall'assemblea degli azionisti della RAI - Radiotelevisione Italiana S.p.A. sulla base della scelta operata dall'AgCom con Delibera n. 544/11/CONS, abbiamo esaminato la conformità dei dati di contabilità separata della RAI - Radiotelevisione Italiana S.p.A. per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 (allegato I alla presente relazione) ai criteri metodologici previsti dalle normative di settore elencate nell'allegato II alla presente relazione.

I dati di contabilità separata derivano dalle risultanze contabili e dal bilancio d'esercizio della RAI - Radiotelevisione Italiana S.p.A. al 31 dicembre 2016 assoggettato a revisione contabile da altra società di revisione che ha emesso la propria relazione in data 9 maggio 2017. Il nostro giudizio non si estende pertanto alle risultanze contabili e al bilancio d'esercizio della RAI - Radiotelevisione Italiana S.p.A. al 31 dicembre 2016.

La responsabilità della redazione dei dati di contabilità separata compete agli Amministratori della RAI - Radiotelevisione Italiana S.p.A. È nostra la responsabilità di esprimere un giudizio di conformità sulla corretta applicazione delle citate norme.

2. Le procedure di verifica e controllo da noi svolte, in base all'incarico ricevuto, sono elencate nell'allegato III alla presente relazione e risultano conformi a quelle previste dagli International Standards on Auditing (ISA) e dagli International Standards on Assurance Engagements (ISAE) emanati dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) dell'IFAC-International Federation of Accountants. Tali procedure sono state pianificate ed eseguite con la finalità di ottenere una ragionevole assicurazione che i dati oggetto di analisi siano esenti da errori significativi. Riteniamo che le procedure di verifica e controllo da noi eseguite forniscano una ragionevole base per l'espressione del nostro giudizio di conformità.
3. Sulla base del lavoro svolto, riteniamo che gli allegati dati di contabilità separata della RAI - Radiotelevisione Italiana S.p.A. al 31 dicembre 2016 siano stati redatti nel loro complesso sulla base delle risultanze contabili e del bilancio di tale esercizio, in conformità ai criteri metodologici previsti dalle normative di settore di riferimento richiamata nel paragrafo 1.

Roma, 14 dicembre 2017

BDO Italia S.p.A.

Fabio Carlini
Socio



RAI

CONTABILITÀ SEPARATA 2016

Risultati e criteri metodologici

Dicembre 2017

1	Executive Summary	3
2	Premessa	8
3	Lo schema della Contabilità separata	9
3.1	I principi regolatori	9
3.2	La configurazione del costo utilizzato	9
3.3	La riconciliazione con il Bilancio di Esercizio	10
3.4	Lineamenti di carattere generale del contenuto degli aggregati	10
4	La struttura organizzativa e il sistema contabile della Rai	15
5	I criteri di attribuzione nello schema della contabilità separata 2016	16
6	I risultati della Contabilità separata 2016	18
6.1	Schemi generali di riepilogo	18
6.2	Schema logico interpretativo del modello	18
6.3	La riconciliazione con il Bilancio d'Esercizio	25
7	Il canone	26
8	I ricavi pubblicitari e il calcolo del vincolo di affollamento sulla televisione	27
8.1	Modalità di attribuzione dei ricavi pubblicitari agli aggregati	27
8.2	Criteri di determinazione del vincolo di affollamento pubblicitario televisivo	29
9	Altri ricavi	29
10	Costi diretti e criteri di allocazione dei programmi televisivi	31
10.1	Costi diretti	31
10.2	Criteri di allocazione delle matricole programmi agli aggregati	32
11	Il sistema di Transfer charge	35
	Transfer charge interni	35
11.1	Asset Immobiliari e Servizi	35
11.2	ICT	36
11.3	Produzione TV	37
11.4	Altre strutture di staff	41
	Transfer charge intercompany	42
11.5	Rai Way	42
11.6	Rai Cinema	43
11.7	Rai Com	46
12	Il capitale investito e la sua remunerazione	49
12.1	La configurazione del capitale investito	49
12.2	La determinazione del WACC	49
	Allegato 1	51
	Allegato 2	52

1 Executive Summary

La separazione contabile è istituito normato a livello comunitario per assicurare la trasparenza dei flussi finanziari interni a un complesso aziendale nella prospettiva, tra l'altro, di evitare sovvenzioni incrociate fra i diversi comparti.

Essa assume particolare rilevanza nel campo del finanziamento pubblico di servizi di interesse economico generale ai sensi dell'articolo 86 Trattato CE, per garantire che i finanziamenti assicurati dallo Stato consentano, in coerenza con il principio di proporzionalità, la corretta remunerazione - comprensiva di un equo margine di profitto - delle attività di servizio pubblico affidate all'azienda.

La proporzionalità della remunerazione non vale solo ad evitare sovracompenzazioni del servizio pubblico (e cioè aiuti di Stato) pregiudizievoli verso i terzi ma anche possibili sottocompenzazioni pregiudizievoli per l'impresa onerata del servizio pubblico.

Con particolare riferimento al servizio pubblico radiotelevisivo, la stessa Commissione europea – nel chiudere con il provvedimento datato 20 aprile 2005 il procedimento [n. E 9/2005 (ex C 62/1999)] relativo al canone di abbonamento – ha dichiarato che *“il rispetto delle disposizioni di cui all'articolo 18 e all'articolo 19 della legge n. 112/2004 (ora articoli 47 e 48 del TUSMAR dei servizi di media audiovisivi e radiofonici) e dei principi indicati dalla commissione paritetica (relazioni con le controllate commerciali e sfruttamento commerciale del servizio pubblico) garantiranno la trasparenza della contabilità della Rai e il mantenimento del finanziamento pubblico entro il costo netto del servizio pubblico. Tali disposizioni impediranno la sovracompenzazione del costo netto supplementare affidato alla Rai. Qualsiasi compensazione oltre tali limiti violerebbe la presente decisione e, conformemente alla comunicazione, sarebbe incompatibile con il mercato comune. Inoltre dette disposizioni escludono il rischio di indebite distorsioni di concorrenza sui mercati commerciali nei quali è attivo il gruppo Rai”*.

Pertanto, ha concluso il provvedimento, *“la Commissione constata che le autorità italiane hanno già apportato sufficienti modifiche al meccanismo del canone di abbonamento per garantirne la compatibilità con il mercato comune secondo la presente raccomandazione. La Commissione ha pertanto deciso di chiudere il presente procedimento”*.

Il Testo unico dei servizi dei media audiovisivi e radiofonici (di seguito TUSMAR) ha ribadito la destinazione alla società concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo del canone di abbonamento alla radiotelevisione per l'adempimento dei compiti di servizio pubblico generale ad essa affidati, specificamente identificati all'articolo 45, co. 2 e con specifico rinvio ai contratti nazionali di servizio.

Quanto ai criteri di determinazione dell'importo del canone, l'articolo 47, co. 3, del TUSMAR, affidando direttamente a un decreto ministeriale la fissazione del canone, ha chiaramente enunciato – in stretta coerenza ai criteri comunitari ed alle specifiche indicazioni formulate dalla Commissione europea allo Stato italiano – il principio della copertura del costo del servizio, stabilendo che:

“[e]ntro il mese di novembre di ciascun anno, il Ministro delle comunicazioni, con proprio decreto, stabilisce l'ammontare del canone di abbonamento in vigore dal 1° gennaio dell'anno successivo, in misura tale da consentire alla società concessionaria della fornitura del servizio di coprire i costi che prevedibilmente verranno sostenuti in tale anno per adempiere gli specifici obblighi di servizio pubblico generale radiotelevisivo affidati a tale società, come desumibili dall'ultimo

bilancio trasmesso, prendendo anche in considerazione il tasso di inflazione programmato e le esigenze di sviluppo tecnologico delle imprese.”

Sempre in linea con le decisioni della Commissione europea relative al sistema italiano di finanziamento del servizio pubblico radiotelevisivo, il legislatore ha precisato modalità tecniche intese ad accertare l'ammontare dei costi soggetti a finanziamento pubblico.

L'articolo 47, co. 1, del TUSMAR prevede che per “consentire la determinazione del costo di fornitura del servizio pubblico generale radiotelevisivo, coperto dal canone di abbonamento di cui al regio decreto-legge 21 febbraio 1938, n. 246, convertito dalla legge 4 giugno 1938, n. 880, e successive modificazioni, e di assicurare la trasparenza e la responsabilità nell'utilizzo del finanziamento pubblico”, la Rai si debba dotare di un sistema di separazione contabile modellato su un apposito “schema approvato dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni”.

Il successivo comma del medesimo articolo prevede che la contabilità separata della concessionaria sia sottoposta al controllo di una società di revisione, scelta dall'Autorità e nominata dalla Rai.

La disciplina legislativa ha così trovato applicazione:

- con delibera n. 102/05/CONS del 10 febbraio 2005 AgCom ha dettato le linee guida per la separazione contabile, individuando un insieme di criteri di riferimento (identificazione e contenuto dei tre aggregati contabili, disciplina dei rapporti interni e trattamento dei mancati ricavi attribuibili a specifici vincoli di legge). Ha previsto che il sistema della contabilità separata entrasse a regime a partire dalla contabilità dell'esercizio 2005. Ha stabilito la tempistica, a decorrere dall'approvazione del bilancio di esercizio, per la predisposizione dei conti separati. Ha confermato che i conti separati debbano essere sottoposti a controllo di una società di revisione all'uopo nominata da Rai e scelta dall'Autorità;
- la Rai – sulla base delle linee guida – ha presentato lo schema di contabilità separata, approvato dall'Autorità con delibera n. 186/05/CONS del 9 giugno 2005;
- la stessa Autorità, con delibera n. 541/06/CONS del 20-21 settembre 2006, ha introdotto nello schema alcune modifiche di carattere sostanzialmente formale, di rappresentazione dei margini economici, al fine di facilitare la lettura delle relative risultanze. Infine, ha approvato le modalità operative per il calcolo del vincolo di affollamento pubblicitario, la partita non contabile che rappresenta la valorizzazione della pubblicità aggiuntiva figurativa spettante alla componente “commerciale” della Rai al fine di assimilarla, nella logica della separazione contabile, ad un operatore nazionale privato.

Lo schema approvato:

- è il documento che definisce in modo dettagliato la struttura della contabilità separata dell'Azienda, individuando i criteri per l'imputazione ai vari aggregati delle grandezze economiche rilevanti. Si tratta, quindi, dello strumento fondamentale della contabilità regolatoria, lo strumento disegnato per pervenire alla quantificazione dei costi del servizio pubblico, parametro fondamentale per la determinazione dell'importo del canone unitario di abbonamento;
- risponde a criteri particolarmente prudenziali. Esso infatti alloca nell'aggregato “commerciale” elementi di costo (e ricavo) che, sebbene inerenti ad attività non specificamente previste dalla Legge e dai Contratti di Servizio, rientrano comunque

nell'ambito della missione della Concessionaria Pubblica. Per effetto di tale allocazione, l'importo del costo netto del servizio pubblico è sottostimato con conseguente sottostima del fabbisogno di copertura da parte delle risorse pubbliche.

In definitiva, l'articolo 47 del TUSMAR pone un nesso di presupposizione inscindibile tra "contabilità separata" (co. 1) e determinazione dell'ammontare del canone (co. 3) e conforma il potere-dovere ministeriale di stabilirne annualmente la misura prestabilendone gli inderogabili criteri di quantificazione in un importo che, assumendo a base i costi riconducibili con certezza all'espletamento del servizio pubblico per come sostenuti nell'anno solare precedente, sia in grado di coprire ragionevolmente i costi del servizio pubblico stimabili per l'anno solare successivo.

Una tale operazione di stima non può in alcun modo prescindere dall'assunzione, come parametro, dell'unico strumento di contabilità analitica in grado di identificare con esattezza e trasparenza i costi del servizio pubblico per l'anno solare precedente, appunto la contabilità separata.

Per quanto riguarda il canone - al fine di contrastare in modo strutturale l'abnorme fenomeno di evasione del tributo - si ricorda che la Legge 28 dicembre 2015, n. 208 ha introdotto, per gli esercizi decorrenti dal 2016, una nuova presunzione di detenzione di un apparecchio atto o adattabile alla ricezione delle radioaudizioni, che opera in caso di esistenza di un'utenza per la fornitura di energia elettrica nel luogo in cui un soggetto ha la sua residenza anagrafica.

L'innovazione legislativa in esame, con il conseguente notevole allargamento della base dei paganti, ha comportato che i ricavi da canone ordinario iscritti nel bilancio al 31 dicembre 2016 si incrementassero - nonostante la riduzione dell'importo unitario da 113,5 Euro a 100 Euro (-11,9%) - di 255,3 milioni di Euro (da 1.537,4 milioni di Euro a 1.792,7 milioni di Euro).

L'applicazione dello schema di contabilità separata al bilancio civilistico della Rai al 31 dicembre 2016 pone in evidenza la seguente situazione:

1. **Aggregato A** - le risorse da canone integralmente imputate al servizio pubblico specifico non sono sufficienti a pareggiare i costi sostenuti dalla concessionaria per l'assolvimento dei compiti di servizio pubblico. Emerge un **disavanzo ex lege di 114,8 milioni di Euro**, quale differenza tra ricavi complessivi pari a 1.988,9 milioni di Euro e costi diretti e indiretti (transfer charge) ammontanti a 2.103,7 milioni di Euro.

Non si è pertanto in presenza di compensazioni eccessive del servizio pubblico, non compatibili con il Mercato Comune.

Il suddetto deficit è ridotto - a beneficio degli utenti - mediante l'attribuzione al servizio pubblico dei ricavi commerciali da pubblicità che residuano dopo aver imputato all'aggregato "commerciale" le risorse tratte dal mercato corrispondenti a quelle che avrebbe raccolto un operatore privato. L'importo è stato determinato secondo le previsioni dello schema di contabilità separata, approvato dalla menzionata delibera n.541/06/Cons, nel quale si riporta che «se la differenza tra le risorse da canone ed i costi diretti, del capitale e di transfer charges fosse negativa, *il surplus tra l'ammontare delle risorse pubblicitarie risultanti dal bilancio civilistico della Rai e la pubblicità spettante all'aggregato B* andrebbe accreditato all'aggregato di servizio pubblico, al fine di contenere il deficit da coprire con il canone di abbonamento. L'apporto della pubblicità residuale non può comunque essere tale da far diventare positivo il saldo finale dell'aggregato A». Sulla base di tali principi, la **pubblicità riconosciuta all'aggregato di servizio pubblico ammonta a 114,8 milioni di Euro**.

Per completezza di informativa, si segnala che la pubblicità che spetterebbe all'aggregato B, e quindi la determinazione del vincolo di affollamento, è stata definita esclusivamente per i canali generalisti. Tale metodologia risulta prudentiale in quanto non viene apprezzata la maggiore pubblicità di cui dovrebbe beneficiare l'aggregato "commerciale" per i canali semigeneralisti e specializzati.

L'effetto della pubblicità residua così determinata genera, per l'aggregato di servizio pubblico, un **risultato in pareggio**.

2. **Aggregato B** – le risorse pubblicitarie assegnate a tale aggregato corrispondono, a quelle di cui disporrebbe un operatore privato nazionale, tenendo conto di quanto precisato al punto precedente. Il **marginale economico** risulta **negativo per 69,5 milioni di Euro**.

Di seguito si riporta il conto economico relativo all'esercizio 2016 degli aggregati A e B (i valori sono espressi in milioni di Euro):

CONTABILITA' SEPARATA	A	B
Canone di abbonamento	1.909,7	
Pubblicità		495,1
Altri ricavi	79,2	19,1
Ricavi transfer charge interni		
Costi diretti + costo del capitale	1.429,4	392,6
- costi diretti	1.214,2	237,6
- transfer charge intercompany	204,0	149,9
- costo del capitale	11,2	5,1
Costi transfer charge interni	674,3	191,2
MARGINE DI CUI ALL'ART. 47, COMMA 1, TUSMAR	-114,8	-69,5
Pubblicità residua	114,8	
MARGINE DI CUI ALL'ART. 1, COMMA 4, DELIBERA 102/05/CONS	0,0	-69,5
PUBBLICITÀ	A	B
- pubblicità totale da bilancio		615,7
- pubblicità servizio pubblico	361,1	-366,9
- vincolo affollamento pubblicitario	-246,3	246,3
PUBBLICITÀ NETTA	114,8	495,1

A fini comparativi, è riportato il confronto sintetico tra le risultanze della contabilità separata 2016, a livello di secondo margine, e quella dell'esercizio precedente:

(Valori in milioni)	2016	2015	2016 VS 2015
Aggregato A	0,0	-40,3	40,3
Aggregato B	-69,5	-118,8	-49,3

Le risultanze dell'aggregato di servizio pubblico - specularmente ai risultati del bilancio di esercizio di Rai S.p.A., che registra un utile di 4,2 milioni di Euro rispetto alla perdita di 46 milioni di Euro del 2015 - migliorano pertanto sensibilmente in confronto con l'esercizio precedente.

Al riguardo, come precisato dagli Amministratori in "Relazione e bilancio al 31 dicembre 2016", le maggiori risorse di cui Rai ha beneficiato, essenzialmente per il notevole successo del nuovo sistema di riscossione dei canoni ordinari, hanno consentito sia di coprire integralmente gli oneri per i Grandi eventi sportivi (quasi 140 milioni di Euro) sia di potenziare l'offerta e gli investimenti nel digitale nonché di rafforzare la struttura patrimoniale e finanziaria.

Per completezza informativa, si rammenta che - per effetto del risultato dell'aggregato di servizio pubblico riferito al 2016 - l'ammontare cumulato della sottocompensazione delle risorse pubbliche a far data dall'introduzione della contabilità separata rimane invariato al livello di 2,5 miliardi di Euro.

««« »»»

Da ultimo, con riferimento all'esercizio in corso, la Legge 11 dicembre 2016 n. 232 (Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2017 e bilancio pluriennale per il triennio 2017-2019) ha diminuito la misura dell'importo unitario del canone ordinario da 100 Euro a 90 Euro (-10%), talchè - rispetto al 2015 - la riduzione è del 20,7%.

Per quanto riguarda le risultanze dei conti separati per l'esercizio in corso, tenendo conto, da un lato, che la stima dei ricavi complessivi da canone, per effetto della menzionata riduzione e sulla base delle più recenti previsioni, è di circa 1.768 milioni di Euro - con una flessione di oltre 140 milioni di Euro rispetto al precedente esercizio - e, dall'altro, che diversamente dagli esercizi pari non sono presenti grandi eventi sportivi, il margine di cui all'art. 47, comma 1, del TUSMAR per l'Aggregato A sarà negativo.

La normativa di settore applicabile alla contabilità separata dell'esercizio in chiusura al 31 dicembre 2017 includerà la Convenzione tra il Ministero dello sviluppo economico e la Rai per la concessione per il servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, secondo quanto disposto dal Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 28 aprile 2017 pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 23 maggio u.s.. Atto con il quale è stato concesso in esclusiva alla Rai l'esercizio del servizio pubblico per una durata decennale a decorrere dalla data del 30 aprile 2017.

Relativamente al 2018, in forza della presenza, come in ogni esercizio pari, di costi per grandi eventi sportivi, il margine di cui all'art. 47, comma 1, del TUSMAR per l'Aggregato A si confermerà in deficit. La normativa applicabile includerà, in aggiunta, il Contratto di servizio quinquennale 2018-2022; infatti, come noto, il relativo testo è stato recentemente trasmesso alla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi per il prescritto parere obbligatorio ma non vincolante. La quantificazione dello sbilancio per il 2018 dipenderà, in particolare, dall'andamento del mercato pubblicitario nonché dall'impatto economico che le nuove attività che risulteranno assegnate alla Concessionaria, incluse quelle connesse alla diffusione (uso efficiente dello spettro e transizione alla tecnologia 5G), avranno già a partire dal prossimo esercizio.

2 Premessa

Il presente documento illustra le risultanze dell'applicazione della contabilità separata del servizio pubblico generale radiotelevisivo riferita al bilancio Rai S.p.A. al 31 dicembre 2016 (al quale si rinvia per una puntuale analisi degli andamenti economico-finanziari di Rai S.p.A. e del Gruppo).

Tale separazione è finalizzata alla determinazione del costo di fornitura del suddetto servizio e ad assicurare che il contributo pubblico percepito dalla società concessionaria, risultante dal canone di abbonamento, sia utilizzato esclusivamente ai fini dell'adempimento dei compiti di servizio pubblico generale alla stessa affidati.

E' altresì legislativamente stabilito che i risultati emergenti dall'applicazione della contabilità separata vengano utilizzati dal Ministro dello Sviluppo Economico per stabilire l'importo del canone unitario di abbonamento. Infatti, recita l'articolo 47, co. 3, del TUSMAR, il Ministro "con proprio decreto stabilisce l'ammontare del canone di abbonamento in vigore dal 1° gennaio dell'anno successivo, in misura tale da consentire alla società concessionaria della fornitura del servizio di coprire i costi che prevedibilmente verranno sostenuti in tale anno per adempiere gli specifici obblighi di servizio pubblico generale radiotelevisivo affidati a tale società, come desumibili dall'ultimo bilancio trasmesso, prendendo anche in considerazione il tasso di inflazione programmato e le esigenze di sviluppo tecnologico delle imprese".

La contabilità separata si applica al bilancio civilistico dell'azienda Rai, titolare di un'unica concessione di servizio pubblico generale radiotelevisivo e di conseguenza sprovvista di specifici titoli abilitativi per produrre e trasmettere programmi radiotelevisivi con finalità commerciali.

Il contenuto della missione di servizio pubblico copre infatti la complessiva programmazione, anche non informativa della concessionaria (art. 7, co. 4, del TUSMAR). In coerenza con questa impostazione le attività commerciali, connesse alla diffusione di immagini, suoni e notizie, e le altre attività correlate sono *consentite* (art. 45, co. 5).

Tuttavia, questa impostazione – risultante dalla normativa – porterebbe con sé il riconoscimento che le finalità della contabilità separata sono già di fatto assicurate (senza alcuna necessità di introdurre ulteriori adempimenti) per aver Rai provveduto alla societizzazione delle attività aventi connotazione commerciale, che non beneficiano di contributi pubblici.

Lo schema approvato dall'Autorità ha introdotto la distinzione della programmazione della Rai tra quella:

- **predeterminata dalla Legge e dai Contratti di Servizio**
- **rimessa alla discrezionalità imprenditoriale della Concessionaria** dovendo comunque rispettare i vincoli teleologici e modali stabiliti dalle disposizioni legislative e contrattuali e dagli atti di indirizzo della competente Commissione Parlamentare

Questa distinzione comporta che l'azienda Rai venga figurativamente suddivisa - esclusivamente per le finalità della contabilità separata - in due aziende, separate appunto, e da ciò discende che le due entità debbano rispondere a logiche diverse, le prime improntate al servizio pubblico e le seconde a criteri di mercato.

L'applicazione più emblematica di questa differenziazione investe le logiche di attribuzione delle risorse, che rappresentano pertanto la parte più caratterizzante del modello.

3 Lo schema della Contabilità separata

Lo schema di separazione contabile della Concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo è stato approvato dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni con la delibera n. 186/05/CONS del 9 giugno 2005, considerata la sua coerenza con i principi di cui all'articolo 18, co. 1, della legge 3 maggio 2004 n. 112 (poi trasfuso nel TUSMAR) e tenuto conto che rispetta i criteri e le condizioni previsti dalla delibera n. 102/05/CONS del 10 febbraio 2005 emanata dalla stessa Autorità.

Quest'ultima - con successiva delibera del 20-21 settembre 2006 (n. 541/06/CONS) - ha approvato alcune limitate modifiche allo schema, essenzialmente di carattere formale.

La Rai si è fedelmente attenuta a tale schema, rispettando i principi regolatori stabiliti dall'Autorità e suddividendo le attività aziendali secondo le connesse indicazioni vincolanti.

Il Consiglio dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni - con delibera assunta nella seduta del 12 ottobre 2011 (n. 544/11/CONS) - ha approvato, su conforme proposta della Rai, formulata all'esito della procedura ad evidenza pubblica effettuata in ottemperanza alle indicazioni della stessa Autorità, di aggiudicare l'incarico per il controllo della contabilità separata degli esercizi finanziari del novennio 2010 – 2018 della Rai S.p.A. alla società Mazars S.p.A., ora BDO Italia S.p.A.. L'Assemblea degli Azionisti della Rai ha nominato la menzionata Società con delibera del 17 novembre 2011.

3.1 I principi regolatori

I principi regolatori che sovrintendono 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 attribuzione sono uniformi nel corso del tempo; eventuali modifiche verranno adeguatamente motivate;
- trasparenza - metodologia di attribuzione trasparente;
- parametri quantitativi - utilizzo di parametri quantitativi, ispirati ai criteri di ragionevolezza, dimostrabilità e obiettività.

I menzionati principi sono presentati secondo una gerarchia decrescente di importanza e, pertanto, qualora dovessero sorgere contrasti tra gli stessi, verrà adottato il criterio di priorità.

3.2 La configurazione del costo utilizzato

Lo standard di costo applicato è quello del costo interamente distribuito (FDC - Fully Distributed Costing), come richiesto 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 (HCA – Historic Cost Accounting); i valori utilizzati sono quindi gli stessi impiegati per la redazione del bilancio di esercizio della Concessionaria.

Fanno ovviamente eccezione quei costi figurativi che, come successivamente indicato, sono stati inseriti in forza delle indicazioni dell’Autorità di regolamentazione, in particolare l’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 dei costi, cioè di determinazione dei costi per attività.

3.3 La riconciliazione con il Bilancio di Esercizio

La contabilità separata si snoda fino al livello del **risultato operativo**, in linea con la finalità di rappresentare gli esiti gestionali ordinari dei segmenti di attività identificati dall’Autorità.

3.4 Lineamenti di carattere generale del contenuto degli aggregati

La citata delibera n. 102/05/CONS stabilisce 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 - in coerenza con la ricostruzione del quadro normativo / regolamentare che disciplina la concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo - ha provveduto a definire dettagliatamente 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 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.

L'attribuzione delle attività aziendali agli aggregati risponde quindi alle prescrizioni legislative e regolamentari contenute nel TUSMAR e nel Contratto di Servizio nazionale 2010-2012, approvato con Decreto Ministeriale del 6 aprile 2011 e pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 147 del 27 giugno 2011, tuttora in vigore a norma dell'articolo 36, comma 1, dello stesso Contratto.

Più in particolare, l'articolo 45, co. 2, del TUSMAR disciplina le attività che il servizio pubblico deve comunque garantire (contenuto minimo inderogabile) e rimanda al contratto di servizio nazionale la definizione degli obblighi ulteriori.

In sintesi, i **compiti minimi della concessionaria pubblica** sono i seguenti:

- diffusione di tutte le trasmissioni televisive e radiofoniche di pubblico servizio con copertura integrale del territorio nazionale;
- trasmissioni televisive e radiofoniche (contenuti: educazione, informazione, formazione, promozione culturale; accesso alla programmazione, tutela minoranze linguistiche, misure a tutela persone portatrici di handicap sensoriali, ecc.);
- trasmissione, in orari appropriati, di contenuti destinati specificamente ai minori;
- conservazione degli archivi storici radiofonici e televisivi;
- destinazione di una quota dei ricavi complessivi annui alla produzione di opere europee;
- realizzazione delle infrastrutture per la trasmissione radiotelevisiva su frequenze terrestri in tecnica digitale e realizzazione di servizi interattivi digitali di pubblica utilità;
- rispetto dei limiti di affollamento pubblicitario previsti dall'articolo 38 del TUSMAR;
- articolazione in sedi regionali e valorizzazione e potenziamento dei centri di produzione decentrati;
- realizzazione di attività di insegnamento a distanza.

Sono appresso riportati alcuni tra i **principali compiti aggiuntivi di servizio pubblico** stabiliti dal Contratto di Servizio 2010 – 2012:

- per le **reti generaliste terrestri** (Raiuno, Raidue e Raitre), destinazione (come previsto all'art. 9, co. 1) di almeno il 70% della programmazione annuale televisiva compresa nella fascia oraria tra le ore 6 e le ore 24 e almeno l'80% per la sola terza rete alle predeterminate tipologie di generi elencati e dettagliati al successivo co. 2 (informazione e approfondimento generale, programmi e rubriche di servizio, programmi e rubriche di approfondimento culturale, informazione e programmi sportivi, programmi per minori e produzioni audiovisive italiane ed europee).

Si tratta di una disposizione fondamentale per la predisposizione della contabilità separata in quanto contribuisce a tracciare il confine che - pur non ponendo in dubbio la natura di servizio pubblico dell'intera programmazione, come confermato nel TUSMAR (art. 7, co. 4) - segna il passaggio dalla programmazione televisiva contenuta nell'aggregato A (di servizio pubblico predeterminato) a quella assegnata all'aggregato B (altra programmazione).

Tale disposizione fornisce il parametro quantitativo fisso utilizzato anche per valorizzare il vincolo sulla pubblicità. Indipendentemente infatti dalla percentuale consuntivata dalle diverse tipologie di programmi, i costi (e quindi anche i ricavi) verranno coerentemente rettificati per replicare la distribuzione prevista contrattualmente (70% all'aggregato A e 30% all'aggregato B).

- per le **reti semigeneraliste e tematiche**, destinazione di almeno il 70% della programmazione annuale televisiva a predeterminate tipologie di generi (art. 9 co. 1);
- offerta televisiva sportiva, con riferimento ad eventi nazionali e internazionali (art. 9, co. 2, lett. d);
- offerta radiofonica - indicazione dei generi predeterminati che la concessionaria deve garantire (notiziari, informazione, cultura, società, musica, servizio e pubblica utilità) con destinazione agli stessi di non meno del 70% per i canali nazionali Radio Uno e Radio Due e di non meno del 90% per Radio Tre (art. 10 co. 2). Tale disposizione condiziona l'attribuzione dei programmi ai due aggregati editoriali, analogamente a quanto vale per la televisione;
- programmazione televisiva per i minori, offerta dedicata alle persone con disabilità, offerta per l'estero, programmi dell'accesso, iniziative specifiche per la valorizzazione delle istituzioni e delle culture locali, informazione istituzionale nazionale ed europea, informazione relativa ai servizi di pubblica utilità, educazione finanziaria ed economica, audiovisoteche;
- transizione alla tecnologia digitale (Capo II artt. 5 e segg.) con impegno ad attuare il processo di conversione delle reti alla tecnologia digitale, realizzando - previa assegnazione di risorse frequenziali coerenti per numero e caratteristiche con le finalità contrattuali - cinque multiplex;
- diffusione della programmazione televisiva, nella fase di transizione alle trasmissioni in tecnica digitale, attraverso almeno una piattaforma distributiva di ogni piattaforma tecnologica (art. 22, co. 1) e messa a disposizione della propria programmazione di servizio pubblico a tutte le piattaforme commerciali, nell'ambito di negoziazioni eque, trasparenti e non discriminatorie (art. 22, co. 3).

Sulla base di quanto sopra esposto, il conto economico delle direzioni aziendali che - alla luce delle disposizioni organizzative - hanno per missione e responsabilità lo svolgimento di attività elencate nel menzionato apparato legale e contrattuale confluisce nell'aggregato contabile di competenza.

A tale regola di carattere generale fanno eccezione quelle strutture la cui attività rientra in entrambi gli aggregati di carattere "editoriale"; la programmazione televisiva (sostanzialmente di utilità immediata) gestita dalle Reti può infatti alternativamente appartenere, come sarà più oltre precisato, all'aggregato A o B. Per effetto della disciplina del Contratto di Servizio, anche la programmazione radiofonica confluisce in entrambi gli aggregati.

La ripartizione delle direzioni/strutture tra gli aggregati è sintetizzata nella seguente tavola:

Aggregato A		Aggregato B	Aggregato C
Teche	Canone	Rai 1	Asset Immobiliari e Servizi
Rai Storia	Centro Ricerche	Rai 2	ICT
Rai Fiction	Televideo	Rai 3	Produzione TV
Rai Int./Rai World	Rai 1	Rai 4	Risorse Televisive
Testate Giornalistiche	Rai 2	Rai 5	Palinsesto TV
Rai Scuola	Rai 3	Rai Premium	Marketing
Uffici di Corrispondenza	Rai 4	Rai Movie	Strutture di supporto Radio
Orchestra Sinfonica	Rai 5	Radio 1e GR	Produzione RF
Diritti Sportivi	Rai Premium	Radio 2	Digital
Coordinamento Sedi Regionali	Rai Movie	Radio 3	Altre Strutture di Staff
Rai Gulp	Radio 1e GR		Transfer Charge Rai Cinema
Rai YoYo	Radio 2		Transfer Charge Rai Way
Rai News	Radio 3		Transfer Charge Rai Com
Rai Sport	Canali Radio di Pubblica Utilità		
Rai Quirinale, Rai Vaticano			
Rai Parlamento			

A maggior specificazione di quanto sopra enunciato, si svolgono brevi considerazioni su talune aree di attività:

- **Rai Way:** è la società del Gruppo responsabile della fornitura di tutti i servizi di trasmissione, distribuzione e diffusione di segnali e programmi audiovisivi in tecnica analogica, digitale terrestre e satellitare. Inoltre, la società ha sviluppato linee di business verso clienti terzi, quali il servizio di *tower-rental* (ospitalità, presso la propria rete, degli impianti di altri operatori, prevalentemente di telecomunicazioni), la gestione di servizi e trasmissione, trasporto e diffusione di segnali audio/video.

Sulla base della normativa nazionale e comunitaria¹, tutti i costi operativi sostenuti da Rai Way per la fornitura dei servizi a Rai S.p.A. (escluse alcune limitate tipologie di costo), ed al netto dei ricavi realizzati dalla società stessa per i servizi erogati a favore delle società controllate/terzi, sono attribuiti all'aggregato del servizio pubblico specifico;

- **Rai Com:** è la società del Gruppo che ha per oggetto sociale la commercializzazione dei canali radiotelevisivi e di diritti di utilizzazione su opere audiovisive, librerie e multimediali; la realizzazione di prodotti audiovisivi destinati alla commercializzazione; l'acquisizione finalizzata alla commercializzazione di diritti su opere audiovisive; l'edizione e la produzione di opere musicali, teatrali, librerie e riviste; la gestione negoziale di convenzioni con Enti e Istituzioni;
- **Palinsesto notturno:** la programmazione relativa al palinsesto notturno non è specificamente disciplinata dal contratto di servizio, che concentra gli impegni della Rai nella fascia oraria compresa tra le ore 6 e le ore 24. Tale spazio può pertanto essere utilizzato dalla concessionaria senza vincoli specifici di programmazione, potendo peraltro rientrare nel computo degli spazi di palinsesto affollabili secondo criteri di mercato. Dai conti annuali 2005 si è proceduto alla separazione del palinsesto notturno fra i due aggregati secondo i criteri generali;
- **Contributi per i diritti d'uso delle frequenze digitali:** tenuto conto che alla Rai è stato affidato il servizio pubblico generale radiotelevisivo mediante un'unica concessione, appunto di servizio pubblico, il relativo onere complessivo dovuto per i multiplex assegnati potrebbe essere legittimamente imputato per intero all'aggregato A.

Alla medesima soluzione si perverrebbe adottando il criterio - di origine comunitaria - della prevalenza, in quanto si tratta di un costo che anche qualora non fossero svolte attività da includere nell'altra programmazione non verrebbe comunque meno.

Tutto ciò premesso, la Rai - in linea con le indicazioni provenienti dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni con riguardo al superato canone di concessione - ha comunque suddiviso il relativo onere tra i due aggregati sulla base dei rispettivi ricavi effettivi.

¹ Articolo 45 comma 2 lettera a) e art. 47 del TUSMAR nonché paragrafo 6.4. "Requisiti di trasparenza per la valutazione degli aiuti di Stato" della Comunicazione della Commissione europea relativa all'applicazione delle norme sugli aiuti di Stato al servizio pubblico di emittenza radiotelevisiva (2009/C 257/01) pubblicata sulla Gazzetta ufficiale dell'Unione europea del 27 ottobre 2009. Tale Comunicazione sostituisce quella, di pari oggetto, del 2001 (2001/C 320/04), pubblicata sulla Gazzetta ufficiale dell'Unione europea del 15 novembre 2001.

4 La struttura organizzativa e il sistema contabile della Rai

L'assetto organizzativo di Rai S.p.A definisce le responsabilità economiche delle singole direzioni che compongono le diverse aree in cui è articolata l'azienda. Da tale assetto organizzativo discendono le regole per la rilevazione contabile e gestionale delle variabili economiche di competenza in termini di:

- **costi e ricavi esterni di esercizio**, riguardanti sia l'attività di programmazione che le funzioni tecniche e di supporto;
- **costi esterni per investimenti**, aventi ad oggetto beni immateriali e materiali;
- **costo del personale** assegnato alle singole direzioni.

Il sistema contabile, oltre ad assicurare la corrente rilevazione dei fatti amministrativi ai fini della redazione del bilancio e delle situazioni infrannuali, prevede pertanto la rilevazione dei costi/ricavi diretti o investimenti di ciascuna entità organizzativa (direzioni) attraverso un articolato "albero" di centri di profitto e centri di costo.

Più in particolare, il sistema contabile e gestionale della Rai presenta le seguenti principali caratteristiche:

- i ricavi ed i costi esterni diretti di ciascuna direzione sono registrati, secondo l'articolazione del piano dei conti civilistico, in appositi centri di profitto e centri di costo che consentono di:
 - rilevare separatamente, secondo un appropriato dettaglio, i costi attinenti l'attività delle singole unità organizzative che gerarchicamente dipendono dalla direzione;
 - riepilogare i costi/ ricavi della direzione in un unico centro di profitto;
- l'attività delle singole dipendenze della direzione può a sua volta essere dettagliata attraverso l'utilizzo di strumenti contabili diversi, cd **oggetti di costo**, destinati a rilevare:
 - i costi/ricavi diretti riguardanti le **commesse di programma** (WBS – work breakdown structure), nel caso delle strutture editoriali e di produzione;
 - i costi/ricavi diretti di altre micro attività, registrati in appositi **ordini interni**.

Tali ulteriori strumenti contabili consentono peraltro, unitamente all'utilizzo di piani dei conti gestionali raccordati sistematicamente con il piano dei conti civilistico, lo sviluppo del complesso delle analisi di tipo gestionale.

5 I criteri di attribuzione nello schema della contabilità separata 2016

Lo schema generale del modello 2016 illustra le modalità di attribuzione dei ricavi, dei costi e della remunerazione del capitale investito agli aggregati. In particolare:

▪ Ricavi

I ricavi, rilevati analiticamente dai sistemi informativi, sono imputati direttamente alle strutture aziendali. Il criterio che guida la successiva attribuzione agli aggregati contabili si basa sulla natura del ricavo generato:

1. **Canone:** attribuzione integrale diretta all'aggregato A;
2. **Ricavi pubblicitari:** attribuzione agli aggregati A e B, secondo le modalità illustrate al *Paragrafo 8.1*;
3. **Altri ricavi:** l'attribuzione agli aggregati segue i seguenti criteri:
 - i ricavi generati dalle strutture collocate negli aggregati A e B sono attribuiti direttamente agli stessi;
 - i ricavi delle Direzioni di Rete (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai 4, Rai 5, Rai Premium, Rai Movie e canali radio) sono rilevati direttamente sulle matricole dei programmi e conseguentemente attribuiti agli aggregati A e B;
 - i ricavi generati dalle strutture collocate nell'aggregato C sono attribuiti direttamente allo stesso. Per quella quota residuale di ricavi non puntualmente attribuibile a singole Direzioni, si è proceduto, attraverso un'analisi delle specifiche partite, alla relativa assegnazione agli aggregati A e B;

▪ Costi operativi

Il sistema di attribuzione agli aggregati dei costi relativi alle strutture tecniche (collocate nell'aggregato C), alle società controllate che erogano servizi verso Rai S.p.A. e alle Direzioni di Rete (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai 4, Rai 5, Rai Premium, Rai Movie e canali radio) prevede la definizione di un **ordine gerarchico dei cicli di ribaltamento** che regoli i meccanismi di scambio all'interno dell'aggregato C e verso gli aggregati A e B.

Lo schema generale adottato segue un processo così articolato:

1. attribuzione dei costi direttamente imputabili agli aggregati A, B e C, secondo le modalità illustrate al *Paragrafo 3.4*;
2. attribuzione dei costi relativi alle Direzioni di Rete (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai 4, Rai 5, Rai Movie e Rai Premium):
 - i costi esterni di programmazione sono imputati direttamente alle matricole dei programmi e attribuiti agli aggregati A e B secondo le modalità illustrate al *paragrafo 10.2*;
 - i costi di struttura (costi di funzionamento e del lavoro) sono imputati agli aggregati A e B in base ai costi esterni di programmazione attribuiti direttamente, di cui al precedente alinea;
 - gli ammortamenti relativi alle produzioni fiction sono attribuiti direttamente all'aggregato A, in applicazione a quanto indicato al *Paragrafo 3.4*;

3. applicazione del meccanismo dei Transfer Charge (Asset Immobiliari e Servizi, ICT e Produzione TV). Il criterio generale prevede che il perimetro costi soggetto al meccanismo del transfer charge sia considerato al netto dei ricavi generati dalle strutture stesse per i servizi erogati a favore di società del gruppo/terzi. L'ordine gerarchico seguito per il ribaltamento dei costi relativi a tali strutture è il seguente:
 - **attribuzione dei costi relativi ai servizi forniti da Asset Immobiliari e Servizi**, mediante il meccanismo del Transfer Charge illustrato al *Paragrafo 11.1*, **a tutte le strutture Rai S.p.A, collocate negli aggregati A, B e C;**
 - **attribuzione dei costi relativi ai servizi forniti da ICT**, mediante il meccanismo del Transfer Charge illustrato al *Paragrafo 11.2*, **a tutte le strutture Rai S.p.A, collocate negli aggregati A, B e C (escluso Asset Immobiliari e Servizi);**
 - **attribuzione dei costi relativi ai servizi forniti da Produzione TV**, mediante il meccanismo del Transfer Charge illustrato al *Paragrafo 11.3*, **a tutte le strutture Rai S.p.A, collocate negli aggregati A, B e C (esclusi Asset Immobiliari e Servizi e ICT);**
4. attribuzione dei costi relativi ai servizi forniti da Produzione e Staff Radiofonia;
5. attribuzione dei costi relativi alle strutture di staff (Acquisti; Risorse Umane e Organizzazione; Finanza e Pianificazione; Comunicazione, Relazioni esterne, Istituzionali ed Internazionali; Affari legali e societari; Risorse televisive; Palinsesto TV; Marketing; Digital; Chief Technology Officer; Chief Security Officer; Creativa; Internal Auditing; Staff Direttore Generale; Staff Presidente; Segreteria Consiglio di Amministrazione; Organismo di Vigilanza) secondo le modalità illustrate al *Paragrafo 11.4*;
6. attribuzione dei costi relativi ai servizi forniti da Rai Way agli aggregati A, B e C, secondo le modalità illustrate al *Paragrafo 11.5*;
7. attribuzione dei costi relativi ai servizi forniti da Rai Cinema, agli aggregati A e B, secondo le modalità illustrate al *Paragrafo 11.6*;
8. attribuzione dei costi relativi ai servizi forniti da Rai Com, agli aggregati A e B, secondo le modalità illustrate al *Paragrafo 11.7*;

▪ **Remunerazione del capitale investito**

Tale remunerazione è stata determinata attraverso l'applicazione di due differenti tassi al capitale investito attribuito a ciascun aggregato "editoriale" (per i criteri di determinazione del capitale investito per aggregato e dei tassi applicati si rinvia ai *Paragrafi 12.1 e 12.2*).

« « « » »

I conti annuali separati sono stati predisposti - in ossequio ai principi generali, regole e istruzioni operative approvati dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni - all'interno del sistema Tagetik, applicativo unificato di Performance Management e Financial Governance. Tale sistema - utilizzato anche per l'elaborazione del consolidato gestionale di budget, delle riprevisioni infrannuali e di consuntivo - risulta totalmente integrato con il sistema transazionale Sap, al fine di rendere quanto più automatico il trasferimento dei dati contabili-gestionali.

6 I risultati della Contabilità separata 2016

6.1 Schemi generali di riepilogo

CONTABILITA' SEPARATA	A	B
Canone di abbonamento	1.909,7	
Pubblicità		495,1
Altri ricavi	79,2	19,1
Ricavi transfer charge interni		
Costi diretti + costo del capitale	1.429,4	392,6
- costi diretti	1.214,2	237,6
- transfer charge intercompany	204,0	149,9
- costo del capitale	11,2	5,1
Costi transfer charge interni	674,3	191,2
MARGINE DI CUI ALL'ART. 47, COMMA 1, TUSMAR	-114,8	-69,5
Pubblicità residua	114,8	
MARGINE DI CUI ALL'ART. 1, COMMA 4, DELIBERA 102/05/CONS	0,0	-69,5
PUBBLICITÀ	A	B
- pubblicità totale da bilancio		615,7
- pubblicità servizio pubblico	361,1	-366,9
- vincolo affollamento pubblicitario	-246,3	246,3
PUBBLICITÀ NETTA	114,8	495,1

L'applicazione del modello di contabilità separata al bilancio 2016 di Rai S.p.A. evidenzia un risultato in pareggio per l'aggregato A ed un deficit di 69,5 milioni di Euro per l'aggregato B.

La percentuale dei costi attribuiti direttamente agli aggregati, come emerge dai dati sopra riportati, è sostanzialmente allineata agli esercizi precedenti e pari al 67,4% per l'aggregato A e al 66,4% per l'aggregato B.

Tale valore attesta che il principio regolatore della causalità - ossia l'attribuzione diretta e non parametrica dei costi - ha trovato estesa applicazione nello schema di contabilità separata.

6.2 Schema logico interpretativo del modello

Prima di affrontare l'esame puntuale delle singole voci, è nel seguito illustrata la logica sostanziale di funzionamento dello schema approvato dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base della ricostruzione giuridica della missione e del ruolo del servizio pubblico generale radiotelevisivo, richiamata nello stesso schema, e delle finalità riconosciute in linea generale alla contabilità separata.

In altri termini, vengono motivate le ragioni che sovrintendono alle scelte operate in termini di ripartizione dei ricavi, il che vale dire i presupposti logici per i quali il legislatore (e quindi l'Autorità di regolamentazione) - destinate integralmente le risorse pubbliche all'aggregato A -

ha incluso tra i costi del servizio pubblico specifico il rispetto dei più bassi limiti di affollamento pubblicitario disposti per la Rai rispetto ai concessionari nazionali privati.

La contabilità separata - richiamandosi alla sovraordinata legislazione comunitaria - ha la finalità di accertare l'inesistenza di compensazioni eccessive, e quindi incompatibili, del fornitore del servizio pubblico radiotelevisivo, per mezzo del meccanismo del canone di abbonamento. Tale accertamento è svolto ponendo a raffronto il finanziamento statale con gli oneri derivanti dall'adempimento dei compiti di interesse economico generale affidati al servizio pubblico e valutando che la misura (ossia il finanziamento) non sia sproporzionata.

Il legislatore italiano ha specificamente affidato alla contabilità separata anche il compito aggiuntivo di determinare² l'importo del finanziamento statale, nella misura necessaria a garantire la copertura dei costi sostenuti. Infatti, il Ministro "con proprio decreto stabilisce l'ammontare del canone di abbonamento in vigore dal 1° gennaio dell'anno successivo, in misura tale da consentire alla società concessionaria della fornitura del servizio di coprire i costi che prevedibilmente verranno sostenuti in tale anno per adempiere gli specifici obblighi di servizio pubblico generale radiotelevisivo affidati a tale società".

Di fatto, pertanto, lo strumento della contabilità separata sostituisce il previgente sistema di adeguamento del canone, fondato sul price-cap³, disciplinato da ultimo nel Contratto di Servizio 2003-2005 tra il Ministero delle Comunicazioni e la Concessionaria.

In definitiva, una volta accertata l'inesistenza di sovracompensazioni, la contabilità separata deve supportare, secondo la legislazione italiana, il Ministro dello Sviluppo Economico nella fissazione del canone unitario di abbonamento, in ragione della copertura dell'eventuale deficit dell'aggregato A.

Come anticipato, tra gli obblighi specifici del servizio pubblico è ricompreso [art. 45, co. 2, lett. o) del TUSMAR] quello di rispettare i limiti di affollamento del 4% settimanale e del 12% orario previsto dall'art. 38 (oltre alle limitazioni relative alle forme di pubblicità diverse dagli spot), con disposizione per sua natura compressiva della libertà di impresa, giustificata proprio nell'espletamento della missione del servizio pubblico radiotelevisivo in regime di finanziamento duplice.

Il tema delle risorse pubblicitarie e dei limiti di affollamento deve essere analizzato insieme alla programmazione editoriale che la genera.

In questo contesto, il modello approvato dall'Autorità ha suddiviso le attività aziendali relative alla programmazione in due aggregati, facendo confluire nel primo la programmazione di servizio pubblico "predeterminata" dalla normativa e nel secondo la programmazione rimessa all'autonomia imprenditoriale dell'editore pubblico.

Più precisamente, la programmazione inclusa nell'aggregato B contiene il palinsesto, sempre di servizio pubblico, che non deve però soggiacere a vincoli specifici, salva l'osservanza dei

² Tenendo conto altresì del tasso di inflazione programmato e delle esigenze di sviluppo tecnologico delle imprese.

³ Sulla base di tale pregresso meccanismo, la variazione percentuale del canone per l'anno n risultava dalla sommatoria di tre componenti:

- i. la somma tra l'inflazione programmata fissata dal Governo per l'anno n e una quota del differenziale tra il tasso di inflazione tendenziale (ultimo valore disponibile alla data di emanazione del decreto ministeriale) e programmato per l'anno n-1;
- ii. una penalizzazione connessa all'eventuale mancata realizzazione dell'ammontare globale degli investimenti/costi previsti per l'anno n-1 e una maggiorazione/penalizzazione legata al raggiungimento di specifici e misurabili obiettivi qualitativi e/o quantitativi caratteristici della missione della RAI e
- iii. l'impatto economico, totale o parziale, dei progetti aggiuntivi eventualmente previsti per l'anno n in rapporto al fatturato da canoni di abbonamenti dell'esercizio n-1

criteri dettati dalla legge e gli indirizzi impartiti dalla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi.

In sostanza, la distinzione tra obblighi specifici (aggregato A) e obblighi aspecifici (aggregato B) di servizio pubblico, la destinazione integrale della risorsa pubblica per l'assolvimento dei primi e la limitazione degli indici di affollamento pubblicitario sia nella programmazione a tipologia predeterminata sia in quella non predeterminata debbono leggersi ed interpretarsi congiuntamente in funzione del raggiungimento dell'obiettivo cui unitariamente tendono che è quello di assicurare l'equilibrio tra costi e ricavi, con ragionevole margine di utile, nella gestione del servizio pubblico generale radiotelevisivo complessivamente considerato.

Le determinazioni assunte dall'Autorità rispondono proprio a questa necessità che il legislatore ha espressamente inteso tutelare.

Innanzitutto, essa ha così ripartito le due tipologie di ricavo:

- il canone, insieme ai corrispettivi percepiti dalla concessionaria in forza di contratti o convenzioni con pubbliche amministrazioni, è attribuito all'aggregato A in quanto utilizzabile esclusivamente per finalità specifiche di servizio pubblico;
- la pubblicità viene imputata all'aggregato B in quanto i costi sostenuti dalla Rai per i compiti di servizio pubblico non predeterminato devono essere integralmente coperti da risorse finanziarie tratte dal mercato, segnatamente da quello pubblicitario, senza alcun contributo pubblico.

Quindi, lo schema ha stabilito che la pubblicità da assegnare all'aggregato B fosse in linea con quella di un operatore commerciale, eliminando - figurativamente, per le finalità proprie della contabilità separata - la penalizzazione sui limiti di affollamento e consentendo le stesse ulteriori opportunità.

Questa scelta è rintracciabile nella seguente disposizione (art. 1, co. 4) della delibera n. 102/05/CONS dell'Autorità: "Qualora i vincoli di legge comportino un mancato ricavo da attribuirsi all'aggregato commerciale, il meccanismo dei transfer charges dovrà evidenziare l'onere corrispondente nell'aggregato di servizio pubblico".

In sostanza, l'Autorità ha disposto che (in aggiunta al costo del capitale, che costituisce la voce mediante la quale il finanziamento statale deve assicurare anche un ragionevole margine di utile al servizio pubblico per consentire appunto un'equa remunerazione del capitale investito) nella contabilità separata venga introdotta una ulteriore partita correttiva, o meglio un congegno giuridico ed operativo rappresentativo della valorizzazione del vincolo pubblicitario. Un congegno che - come è nella stessa logica della separazione - serve a riflettere le differenti logiche di funzionamento cui i due aggregati devono rispondere.

Riassuntivamente, le attività facenti parte dell'aggregato B - proprio per il fatto di non essere incluse nell'aggregato A - non possono sottostare a vincoli che hanno una ragione giustificatrice solo per il servizio pubblico predeterminato. Poiché il legislatore ha mantenuto gli stessi limiti di affollamento su tutta la programmazione, coerentemente con la qualifica di servizio pubblico valida per la totalità della stessa, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha riconosciuto la specificità delle attività "commerciali" introducendo il congegno correttivo rappresentato dalla valorizzazione del vincolo pubblicitario.

Il vincolo quindi conferisce alle attività "commerciali" dell'aggregato B la stessa natura delle analoghe attività svolte da operatori privati, operando quella doverosa uniformità di trattamento (a prescindere dalla natura, pubblica o privata, dell'editore) che sola può conferire alla separazione un carattere reale e non fittizio o nominalistico.

Qualora presente, la pubblicità residua (e cioè la differenza tra quella effettivamente raccolta dalla concessionaria sull'intero palinsesto e quella spettante all'aggregato B in assenza di penalizzazioni, non giustificabili in presenza della separazione delle attività aziendali) viene utilizzata a parziale copertura dell'eventuale deficit dell'aggregato A, con conseguente vantaggio per i contribuenti.

Ovviamente, questo utilizzo delle risorse pubblicitarie per il finanziamento dei costi del servizio pubblico predeterminato è possibile solo fino a concorrenza di un margine di tale aggregato pari a zero (aggregato A in pareggio). Infatti, la sommatoria del finanziamento statale e delle risorse di mercato non può in ogni caso eccedere il costo totale delle attività di servizio pubblico specifico.

Sulla base di questa impostazione, per le finalità della contabilità separata, le risorse pubblicitarie di Rai S.p.A. - pari nel 2016 a 615,7 milioni di Euro - sono così imputate:

- per 495,1 milioni di Euro corrispondono alla valorizzazione dei ricavi che potenzialmente Rai avrebbe potuto raccogliere sul palinsesto contenuto nell'aggregato B, qualora godesse degli stessi limiti di affollamento validi per i concessionari privati nazionali (15% giornaliero e 18% orario per gli spot; la percentuale giornaliera è portata al 20% se comprende forme di pubblicità diverse dagli spot) e tenendo conto che l'apporto della pubblicità residuale da attribuire all'aggregato A, in caso di primo margine negativo, non può comunque essere tale da far diventare il relativo saldo finale positivo;
- per 114,8 milioni di Euro integrano, a beneficio degli utenti, il finanziamento statale al fine di compensare lo sbilancio dell'aggregato A;
- per 5,8 milioni di Euro corrispondono alla pubblicità non tabellare di strutture aziendali di staff che confluisce nell'aggregato C.

21

Si ritiene infine utile approfondire il senso economico e la finalità dei margini dei conti economici regolamentari, con particolare riguardo all'aggregato A.

Le risorse pubbliche della concessionaria - di esclusiva pertinenza dell'aggregato del servizio pubblico specifico, tipizzato e disciplinato dalla legge e dai contratti di servizio cui essa rinvia, denominato A - vanno poste a confronto con gli oneri sostenuti per la fornitura del servizio.

L'articolo 47, co. 1, del TUSMAR richiede tale confronto al fine di consentire la determinazione del costo di fornitura del servizio pubblico generale radiotelevisivo coperto dal canone di abbonamento e di assicurare la trasparenza e la responsabilità nell'utilizzo del finanziamento pubblico.

Ne discende pertanto che l'aggregato A - in coerenza con le prescrizioni normative - presenta come **primo margine** quello derivante dal confronto tra le due menzionate grandezze: risorse pubbliche e costi per la fornitura del servizio pubblico specifico, questi ultimi ripartibili tra quelli diretti, del capitale impiegato e dei transfer charge (interni ed intercompany).

La legge - nella gerarchia delle proprie finalità - stabilisce infatti che questo rapporto rappresenta il primo momento di valutazione sull'adeguatezza delle risorse finanziarie riconosciute alla concessionaria.

Tale valutazione si sostanzia nell'analisi del significato della differenza che costituisce il **primo margine**:

- **positiva** (il canone eccede il costo per la fornitura del servizio): si è in presenza di una sovracompensazione, che potrebbe essere superata anche ampliando, nella misura necessaria, il perimetro delle attività delegate;
- **negativa** (il canone non copre interamente il costo sostenuto per l'adempimento della missione pubblica): è esclusa l'esistenza di sovracompensazioni perciò aiuti di Stato. Ne deriva che il Ministro dello Sviluppo Economico deve predisporre, secondo Legge, una manovra riequilibratrice, la cui dimensione dipende dall'apporto - eventuale - della risorsa commerciale, di cui si dirà.

Acclarato che le risorse pubbliche sono segregate nell'ambito dell'aggregato A, all'aggregato B possono essere attribuite le sole risorse tratte dal mercato.

La raccolta pubblicitaria della concessionaria pubblica è sottoposta a limiti di affollamento (e ad impedimenti) più restrittivi rispetto a quelli fissati per i concessionari privati in considerazione dell'affidamento alla Rai della missione del servizio pubblico radiotelevisivo in regime di finanziamento duplice.

Infatti, come riportato nell'articolo 38 del TUSMAR:

- la trasmissione di messaggi pubblicitari da parte della concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo non può eccedere il 4% dell'orario settimanale di programmazione ed il 12% di ogni ora.

Tale prescrizione è generale e non soggiace a differenziazioni legate alla diversa natura della programmazione, pubblica o meno. L'uguaglianza non può essere ovviamente mantenuta nello schema di contabilità separata in quanto penalizzerebbe ingiustificatamente la programmazione contenuta nell'aggregato B (non finanziato da canone) che verrebbe sottoposta a limitazioni più restrittive rispetto a quelle valide per gli operatori privati malgrado nell'aggregato B vengano collocate – per la logica stessa della contabilità separata – attività aventi la stessa natura di quelle svolte dai competitor privati;

- la trasmissione di spot pubblicitari televisivi da parte delle emittenti e dei fornitori di contenuti televisivi in ambito nazionale diversi dalla concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo non può eccedere il 15% dell'orario giornaliero di programmazione ed il 18% di ogni ora;
- il tempo massimo di trasmissione quotidiana dedicato alla pubblicità da parte delle emittenti televisive in ambito nazionale diversi dalla concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo è portato al 20% se comprende forme di pubblicità diverse dagli spot pubblicitari come le telepromozioni, fermi restando i limiti di affollamento giornaliero e orario (omissis) per gli spot pubblicitari.

La predisposizione della contabilità separata, come anticipato, comporta ex se la necessità di superare questa penalizzazione in quanto l'attività che ricade nell'ambito dell'aggregato B deve sottostare ai medesimi vincoli e beneficiare delle stesse potenzialità stabiliti per i concessionari privati, in quanto, altrimenti, verrebbero meno gli stessi presupposti logici fondamentali della contabilità separata.

Specularmente a quanto visto per le risorse da canone, che devono essere esclusivamente utilizzate per la copertura dei costi del servizio pubblico specifico, i costi dell'aggregato B afferenti ai compiti di servizio pubblico non predeterminato (oltre ovviamente quelli che scaturiscono dallo svolgimento di vere e proprie attività commerciali) – sempre per la logica

che sovrintende la contabilità separata - devono essere integralmente coperti da risorse tratte dal mercato, segnatamente da quello pubblicitario.

Ne discende, come logica conseguenza, che **le risorse pubblicitarie sono prioritariamente indirizzate all'aggregato B.**

Per la quantificazione della quota parte di ricavi pubblicitari che debbono permanere in capo all'aggregato B, soccorrono le pertinenti disposizioni legislative e regolamentari.

Si tratta:

1. della disposizione dell'articolo 45, co. 2, del TUSMAR la quale, nell'ambito della definizione dei compiti del servizio pubblico generale radiotelevisivo, ricomprende alla lettera o) il rispetto dei limiti di affollamento pubblicitario previsti dall'articolo 38;
2. della previsione della delibera 102/05/CONS che, all'articolo 1, co. 4, stabilisce che “[q]ualora i vincoli di legge comportino un mancato ricavo da attribuirsi all'aggregato commerciale, il meccanismo dei transfer charges dovrà evidenziare l'onere corrispondente nell'aggregato di servizio pubblico”.

In sintesi, all'aggregato B deve essere riconosciuto un ammontare di risorse commerciali in linea con quelle di cui disporrebbe un operatore privato nazionale avente una struttura dell'offerta televisiva analoga a quella della concessionaria pubblica e con risultati di ascolto sostanzialmente analoghi.

Il riferimento fondamentale - nel caso specifico, ed alla luce della attuale situazione di mercato - è costituito dalle risorse raccolte dal principale competitor privato nazionale che, come noto, dispone anch'esso di tre reti televisive generaliste (e di un comparabile bouquet di canali semigeneralisti e tematici).

La differenza tra la pubblicità di competenza della parte “commerciale” ed i connessi costi - anch'essi ripartibili tra quelli diretti, del capitale impiegato e dei transfer charge (interni ed intercompany) - rappresenta la performance economica dell'aggregato B.

La pubblicità “assegnata” all'aggregato B può differire, come normalmente accade, da quella effettivamente raccolta dalla Rai. In tale eventualità, si pone il problema del trattamento della componente “residuale”, ossia della sua destinazione, anche alla luce del sistema di finanziamento duale.

Qualora l'ammontare delle risorse pubblicitarie risultanti dal bilancio civilistico della Rai eccedesse - come è stato anche nel 2016 - la pubblicità spettante all'aggregato B, il surplus:

- **se la differenza tra le risorse da canone ed i costi fosse negativa**, andrebbe accreditato all'aggregato di servizio pubblico, al fine di limitare - a vantaggio dei contribuenti - il deficit da coprire con il canone di abbonamento. L'apporto della pubblicità residuale non può comunque essere tale da far diventare positivo il saldo finale dell'aggregato A;
- qualora la menzionata **differenza** (canone al netto dei costi) fosse **nulla o positiva**, si dovrà impostare un intervento diretto a riequilibrare il rapporto tra risorse ed attività.

Il Ministro dello Sviluppo Economico - nell'ambito del procedimento amministrativo per la determinazione del canone unitario di abbonamento ex articolo 47, co. 3, del TUSMAR - dovrà pertanto fare obbligatorio riferimento (“comunque tenendo conto del tasso di inflazione programmato e delle esigenze di sviluppo tecnologico delle imprese”) al saldo finale dell'aggregato A, ossia a quello derivante dalla differenza tra ricavi da canone e costi del

servizio pubblico specifico, ridotta della pubblicità che residua dopo la prioritaria destinazione all'aggregato B.

In definitiva, dopo l'accertamento dell'inesistenza di sovracompensazioni eccessive da parte del canone di abbonamento - pregiudizievoli per i terzi - il Ministro dello Sviluppo Economico è chiamato ad un **secondo momento di valutazione**.

Qualora il saldo finale dell'aggregato A - dopo l'accreditamento della pubblicità residua - fosse ancora negativo, il Ministro è tenuto ad intervenire con un adeguamento dell'importo unitario del canone di abbonamento (o con altra alternativa modalità di integrazione delle risorse pubbliche) in misura corrispondente allo sbilancio identificato dalla contabilità separata, per evitare possibili sottocompensazioni pregiudizievoli per l'impresa onerata del servizio pubblico.

Le risultanze della contabilità separata 2016, evidenziando i seguenti valori:

- **primo margine** del servizio pubblico - ex articolo 47, co. 1, del TUSMAR - **negativo per 114,8 milioni di Euro**
- **saldo finale** - dopo l'accreditamento della pubblicità residua per 114,8 milioni di Euro, ex art. 1, co. 4, Delibera n. 102/05/CONS – **in pareggio**

certificano l'inesistenza di sovracompensazioni vietate.

6.3 La riconciliazione con il Bilancio d'Esercizio

Di seguito si presenta il raccordo tra il risultato operativo degli aggregati regolamentari e il risultato netto del bilancio civilistico di Rai S.p.A. (valori in milioni di Euro).

CONTABILITA' SEPARATA	A	B	C	A+B+C	RAI S.P.A.
Canone di abbonamento	1.909,7			1.909,7	1.909,7
Pubblicità		495,1	5,8	500,9	615,7
Altri ricavi	79,2	19,1	30,0	128,3	102,4
Ricavi transfer charge interni			865,5	865,5	
Costi diretti + costo del capitale	1.429,4	392,6	901,2	2.723,2	2.721,8
- costi diretti	1.214,2	237,6	833,3	2.285,1	2.721,8
- transfer charge intercompany	204,0	149,9		353,8	
- costo del capitale	11,2	5,1	67,9	84,3	
Costi transfer charge interni	674,3	191,2		865,5	
MARGINE DI CUI ALL'ART. 47, COMMA 1, TUSMAR	-114,8	-69,5	0,0	-184,4	-94,1
Pubblicità residua	114,8				
MARGINE DI CUI ALL'ART. 1, COMMA 4, DELIBERA 102/05/CONS	0,0	-69,5	0,0	-69,5	-94,1
Partite in riconciliazione				73,7	98,4
- service intercompany				-108,9	
- costo del capitale				84,3	
- partite finanziarie				69,6	69,6
- partite fiscali				28,8	28,8
UTILE (PERDITA) DELL'ESERCIZIO				4,2	4,2
PUBBLICITÀ	A	B	C		
- pubblicità totale da bilancio		615,7			
- pubblicità servizio pubblico	361,1	-366,9	5,8		
- vincolo affollamento pubblicitario	-246,3	246,3			
PUBBLICITÀ NETTA	114,8	495,1	5,8		
RICONCILIAZIONE					
Margine di cui all'art.1, comma 4, Delibera 102/05/CONS	-69,5				
Costo medio del capitale	84,3				
Transfer charge Gruppo	-108,9				
Risultato operativo 2016	-94,1				

Come emerge dalla tabella sopra esposta, l'utile di esercizio 2016 (4,2 milioni di Euro) si raccorda alle risultanze della contabilità separata attraverso l'impatto delle partite finanziarie e fiscali.

Le voci di raccordo tra margine della contabilità separata 2016 (-69,5 milioni di Euro) e risultato operativo del bilancio di esercizio (-94,1 milioni di Euro) sono costituite dai transfer charge di Gruppo e dal costo medio del capitale di Rai S.p.A..

7 Il canone

La voce comprende l'importo del canone di abbonamento (utenze private e utenze speciali) come risultante dal bilancio di esercizio al 31.12.2016, incluso il valore delle cartelle esattoriali per il recupero della morosità.

8 I ricavi pubblicitari e il calcolo del vincolo di affollamento sulla televisione

8.1 Modalità di attribuzione dei ricavi pubblicitari agli aggregati

Rimandando alle considerazioni svolte sulle logiche di imputazione agli aggregati dei ricavi pubblicitari, da un punto di vista più propriamente contabile, lo schema in sostanza prevede che la pubblicità complessiva venga prioritariamente attribuita all'aggregato B. Quindi, da questa viene scomputata la quota riferibile al servizio pubblico specifico⁴ ed infine accreditata la valorizzazione del vincolo di affollamento al fine di pervenire alla pubblicità che l'aggregato B avrebbe potuto raccogliere per assimilarlo, a questi fini, ad un operatore commerciale.

Le menzionate operazioni di attribuzione – per l'impossibilità di applicare il parametro del “fatturato” specifico di ogni singola inserzione pubblicitaria (tabellare) – vengono effettuate facendo riferimento ad un *driver* che è rappresentato dai “contatti” pubblicitari sviluppati dagli spot.

La pubblicità tabellare si distingue in:

- **interna** al programma (*within*) – la valorizzazione dello spot (mediata dai contatti) segue la destinazione del programma; ossia se il programma è, ad esempio, di servizio pubblico specifico anche il ricavo dello spot trasmesso al suo interno va attribuito all'aggregato A;
- **interstiziale**, tra due programmi (*between*) – il problema che si pone in questa fattispecie è tipicamente di prevalenza: quale dei due programmi, il precedente o il successivo, “trascina” lo spot. Chiaramente la scelta avrebbe importanza nel solo caso di differente natura dei due programmi. Tuttavia, ad evitare il ricorso a più *driver* per la stessa tipologia di pubblicità, quella interstiziale, lo schema ha optato per una soluzione unitaria, imputando tale categoria di pubblicità sulla base dei contatti *within* relativi ai due aggregati.

27

La ripartizione della pubblicità (e l'attendibilità delle relative quantificazioni) si basa quindi sulla rilevazione dei contatti. I contatti pubblicitari degli spot trasmessi sulle tre reti nazionali generaliste della Rai sono relativi agli individui senza ospiti ed al totale giorno.

Le elaborazioni sono state effettuate con il software denominato “Arianna” della società Nielsen TAM Italia, facente parte del gruppo Nielsen Media Research, leader mondiale nella rilevazione dei sistemi Television Audience Measurement.

La valorizzazione del fatturato si ottiene applicando ai dati elaborati dal software di analisi AGB il costo contatto, pari al rapporto tra il fatturato tabellare televisivo e i contatti pubblicitari.

Si tratta di un costo contatto sintetico a livello aziendale, che prescinde cioè dalla teorica possibilità di segmentare il prezzo di vendita in funzione del canale che ospita le inserzioni e della relativa fascia oraria nonché di determinate tipologie di target socio-economico, principalmente di derivazione commerciale.

Le telepromozioni e le sponsorizzazioni – essendo inserite all'interno dei programmi – sono viceversa nativamente attribuite agli stessi e di conseguenza ai rispettivi aggregati di destinazione.

Come già esposto in sede di commento ai risultati dello schema generale di riepilogo, il Contratto di Servizio fissa al 70% la percentuale minima dello spazio annuale di palinsesto da

⁴ Nonché la parte residuale della pubblicità attribuita alle strutture di staff presente nell'aggregato C.

riservare ai generi di servizio pubblico ivi indicati. Tenuto conto che nel 2016 le ore effettivamente dedicate ai citati generi hanno superato tale limite, si è proceduto (per i soli canali generalisti, specialmente in relazione alla maggiore rilevanza economica) ad operare conseguenti rettifiche tese a riallocare - dall'aggregato A all'aggregato B - i ricavi e i costi relativi agli spazi di palinsesto eccedenti il suddetto limite.

Si ricorda che tale rettifica ha interessato i programmi di utilità immediata di rete, in quanto si tratta – secondo le disposizioni normative – di un genere non univocamente destinato ad uno dei due aggregati.

Per quanto riguarda specificamente i ricavi pubblicitari, la rettifica è stata effettuata – previa stratificazione dei programmi in fasce orarie – in base ai contatti medi per fascia, valorizzati al costo contatto medio aziendale.

Il quadro sintetico della ripartizione della pubblicità televisiva (generalista e semigeneralista / tematica), radiofonica e complessiva è il seguente:

<i>milioni di euro</i>	Aggregato A	Aggregato B	Totale
Tabellare	242,5	217,1	459,7
Telepromozioni/Sponsorizzazioni	94,6	29,4	123,9
Totale TV	337,1	246,5	583,6
Peso percentuale	57,8%	42,2%	

<i>milioni di euro</i>	Aggregato A	Aggregato B	Totale
Tabellare	20,3	2,3	22,6
Promozioni/Sponsorizzazioni	3,7	0,0	3,8
Totale Radio	24,0	2,3	26,3
Peso percentuale	91,2%	8,8%	100,0%

<i>milioni di euro</i>	Aggregato A	Aggregato B	Aggregato C	Totale
Pubblicità Totale	361,1	248,8	5,8	615,7

In definitiva, la **pubblicità totale effettiva** di Rai S.p.A. (prescindendo quindi dall'impatto determinato dal vincolo di affollamento sulla stessa ripartizione) risulta attribuita per il 58,6% all'aggregato A e per il 40,4% all'aggregato B; una quota del tutto marginale (inferiore a 1%) è imputata all'aggregato C.

8.2 Criteri di determinazione del vincolo di affollamento pubblicitario televisivo

La richiamata delibera n. 541/06/CONS dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha approvato le modalità operative di dettaglio per il calcolo del vincolo di affollamento; modalità che esplicitano la metodologia identificata nello schema approvato con la precedente delibera n. 186/05/CONS.

La quantificazione del vincolo di affollamento pubblicitario si traduce - per la pubblicità tabellare televisiva - nella valorizzazione dei contatti aggiuntivi disponibili per il palinsesto di servizio pubblico non predeterminato della Rai.

Rispetto ai contatti attribuiti all’aggregato B secondo i criteri esposti al *paragrafo 8.1*, si è proceduto a valorizzare il differenziale di affollamento performabile da un operatore commerciale nazionale.

Considerata la peculiare struttura del mercato televisivo italiano, sono stati presi a riferimento - come previsto - i contatti sviluppati nell’esercizio 2016 dalle Reti Mediaset (medesima fonte AGB). La differenza tra il 30% (quota di palinsesto generalista della concessionaria non soggetta a vincoli specifici di servizio pubblico) dei contatti del competitor e quelli effettivamente attribuiti all’aggregato B rappresenta la stima dei contatti aggiuntivi di cui l’aggregato “commerciale” RAI disporrebbe in ipotesi di affollamento allineato a quello dei privati.

Questi contatti sono stati valorizzati al costo contatto lordo Mediaset, provvedendo ad applicare a tale importo una percentuale di abbattimento idonea a riflettere la struttura delle commissioni riconosciute dalla Rai alla propria concessionaria di pubblicità Rai Pubblicità.

Analogo procedimento è stato applicato per le telepromozioni e sponsorizzazioni televisive, operando il differenziale tra quelle iscritte nell’aggregato B e quelle corrispondenti alla quota del 30% degli introiti del competitor (comprendenti anche le televendite, precluse alla concessionaria pubblica), calcolati avvalendosi delle stime elaborate da Nielsen Media Research. Anche in questa fattispecie, il confronto ha tenuto conto della struttura delle commissioni riconosciute dalla Rai alla propria concessionaria di pubblicità, in modo da rendere omogenei e quindi confrontabili i dati dei due operatori.

Sulla base dei menzionati presupposti, per il 2016 il vincolo di affollamento pubblicitario ammonta - per le reti generaliste - a 123,8 milioni di Euro.

Per effetto dell’applicazione della previsione dello schema di contabilità separata relativa alla pubblicità residua, di cui si è detto al precedente *Paragrafo 6.2*, si è tuttavia reso necessario apportare al suddetto importo una rettifica tale da evidenziare un risultato in pareggio per l’Aggregato di servizio pubblico.

9 Altri ricavi

Gli altri ricavi ammontano complessivamente a 128,3 milioni di Euro, ripartendosi per il 61,7% nell’aggregato A, dove affluiscono gli introiti per le convenzioni istituzionali, la commercializzazione dei diritti e i ricavi di competenza di programmi accreditati nello stesso aggregato.

La restante parte si suddivide tra l’aggregato B, dove affluiscono le attività commerciali svolte nei confronti di terzi (cessione diritti, servizi telefonici, ecc), e l’aggregato C (prevalentemente, servizi forniti a società del gruppo e incrementi di immobilizzazioni in corso).

ALTRI RICAVI <i>milioni di euro</i>	Aggregato A	Aggregato B	Aggregato C
Convenzioni istituzionali	0,6		
Altri ricavi e recuperi costi	78,6	19,1	30,0
TOTALE	79,2	19,1	30,0

10 Costi diretti e criteri di allocazione dei programmi televisivi

10.1 Costi diretti

Sono quelli di diretta imputazione alle Direzioni secondo il processo contabile descritto al *Paragrafo 3.4* e comprendono:

- **costi esterni** - costi sostenuti dalle Direzioni verso economie terze per acquisti di beni e prestazioni di servizi;
- **costo del lavoro** - riguardante sia personale a tempo indeterminato che a tempo determinato;
- **ammortamenti** di diritti televisivi di utilità ripetuta di acquisto (prodotto Rai Cinema) e di produzione interna (Fiction).

Rispetto a queste regole di carattere generale, occorre specificare che nel caso di:

- destinazione di tutta l'attività di una Direzione ad uno degli aggregati, la totalità dei relativi costi segue tale destinazione. Con riferimento, ad esempio, a Rai Fiction, sono stati imputati all'aggregato A sia i costi di funzionamento della struttura sia l'ammortamento dei diritti, oltreché - per coerenza - i connessi ricavi di carattere commerciale;
- non univoca destinazione ad un aggregato della produzione editoriale di una Direzione (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai 4, Rai 5, Rai Premium e Rai Movie e canali radio), si è provveduto a classificare i costi dei programmi sulla base delle rispettive caratteristiche anagrafico/editoriali.

Il quadro complessivo è il seguente:

<i>milioni di euro</i>	Aggregato A	Aggregato B
Reti	201,9	213,8
di cui		
<i>Generaliste</i>	178,6	205,6
<i>Specializzate</i>	23,3	8,2
Testate	546,9	
di cui		
<i>TGR</i>	119,4	
<i>Diritti Sportivi</i>	243,4	
Sedi regionali	106,7	
Radiofonia	69,2	4,8
Fiction	148,5	
Altri costi esterni	141,0	19,0
Totale	1.214,2	237,6

10.2 Criteri di allocazione delle matricole programmi agli aggregati

L'attribuzione dei programmi (c.d. matricole) e quindi dei relativi ricavi/costi agli aggregati A e/o B segue due criteri fondamentali:

I. appartenenza della Direzione di riferimento ad un aggregato

In caso di appartenenza della Direzione ad un aggregato vale lo schema riportato nel *Paragrafo 10.1.*

II. caratteristiche anagrafiche/editoriali dei programmi nei casi di Direzioni la cui destinazione non sia univoca (reti televisive e radiofoniche)

Nel caso delle Direzioni (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai 4, Rai 5, Rai Premium e Rai Movie e canali radio) che non destinano univocamente la loro produzione ad uno dei due aggregati, ma ad entrambi, le relative matricole sono state classificate sulla base delle caratteristiche anagrafiche/editoriali dei relativi programmi.

Più in particolare, per quanto riguarda i programmi televisivi:

1) **Matricole trasmesse**

Il Contratto di Servizio 2010 – 2012 prevede che la programmazione televisiva della concessionaria pubblica debba prioritariamente tener conto di alcuni generi editoriali (*Informazione e approfondimento generale, Programmi e rubriche di servizio, Programmi e rubriche di promozione culturale, Informazione e programmi sportivi, Programmi per minori e Produzioni audiovisive-italiane ed-europee*), definendone il relativo contenuto con una declaratoria dei generi molto dettagliata e chiaramente improntata a tematiche e aspetti valoriali della programmazione (articolo 9, co. 2).

Ai sensi del successivo co. 6, “La Rai trasmette al Ministero, all'Autorità e alla Commissione parlamentare, per ciascun semestre, entro i successivi tre mesi, una relazione contenente una dettagliata informativa sul volume dell'offerta classificata secondo i generi di cui al co. 2; tale informativa dovrà altresì contenere tutti i titoli dei programmi classificati in base ai generi di cui al co. 2, con indicazione della loro collocazione oraria, nonché quelli ricadenti nella tipologia di cui al co. 3, e i tempi e le percentuali di occupazione video di ogni singolo genere previsto, al fine di determinare quanto richiesto al co. 1 del presente articolo. Tale documento deve essere pubblicato sul sito web della Rai alla voce "Programmi televisivi di servizio pubblico finanziati dalle risorse provenienti dal canone di abbonamento”.

Pertanto, per la ripartizione delle matricole tra gli aggregati, la Rai si è conformata al contenuto delle informative semestrali relative al 2016 trasmesse allo stesso Ministero vigilante. Si tratta, al pari delle precedenti, di informative che - non avendo dato luogo all'apertura di alcuna procedura di contestazione da parte del Ministero - sono da intendersi tacitamente approvate.

In definitiva, nella logica non discrezionale che sovrintende lo schema di separazione contabile, per l'attribuzione dei programmi trasmessi nel corso del 2016 all'aggregato A (e a fortiori all'aggregato B), Rai si è uniformata alla classificazione disciplinata dal Contratto di Servizio e nei fatti approvata anche per il 2016 dal Ministero dello Sviluppo Economico - Comunicazioni.

Nell'allegato n. 1 è, per comodità, riportato l'Elenco dei titoli dei programmi trasmessi dalle reti televisive terrestri RAI nell'anno 2016 (tra le ore 6:00 e le ore 24:00). Tali titoli - in quanto appartenenti ai sei generi di servizio pubblico predeterminato - sono collocati nell'aggregato A della contabilità separata.

Per completezza, nell'allegato n. 2 sono riportati i principali programmi che - non appartenenti ai sei citati macrogeneri - sono collocati nell'aggregato B.

Di seguito vengono fornite alcune precisazioni operative di dettaglio sul processo di classificazione.

Per effetto della stringente impostazione del Contratto di Servizio, sono stati creati una serie di generi "elementari" a loro volta ricondotti ai macrogeneri [art. 9, co. 2, dalla lett. a) alla lett. f)] cui devono fare riferimento le quote di riserva fissate dal precedente co. 1.

Ne deriva che ad ogni programma viene attribuito il relativo genere elementare sulla base del contenuto prevalente e della specifica linea editoriale. Per quanto attiene, più in particolare, le trasmissioni difficilmente identificabili con un unico genere editoriale a causa della varietà dei temi trattati (cosiddetti "programmi contenitore" e programmi "ibridati"), esse - ai fini del rispetto delle quote di riserva - sono state escluse, adottando quindi una interpretazione restrittiva.

L'attribuzione dei generi elementari è curata per conto della Rai dalla Nielsen TAM Italia⁵ sia in ragione della pluriennale esperienza nello specifico ambito della rilevazione televisiva sia per le garanzie che offre in qualità di società indipendente riconosciuta da tutto il mercato.

Va inoltre tenuto presente che le informazioni relative al genere sono a livello di puntata, mentre le informazioni di costo/ricavo sono a livello di programma. Pertanto:

- nell'aggregato A sono inseriti i programmi le cui puntate trasmesse siano univocamente classificate con generi predeterminati di servizio pubblico;
- nell'aggregato B sono inseriti i programmi le cui puntate trasmesse abbiano univocamente generi non predeterminati di servizio pubblico;
- per i programmi che presentano differenze di genere tra le puntate, i costi/ricavi della matricola vengono ripartiti tra l'aggregato A e B sulla base della prevalenza dei minuti relativi ai generi di servizio e non.

2) *Matricole non trasmesse*

Per i costi/ricavi relativi a programmi non trasmessi⁶ - il cui valore economico è di scarsa rilevanza - e quindi non codificati con il genere elementare, è stato utilizzato il genere contabile. Infatti, dall'analisi svolta sulle matricole trasmesse, è emersa una forte relazione tra il genere contabile e l'appartenenza o meno ai generi del Contratto di Servizio.

« « « » » »

A valle di questa classificazione è stata operata una rettifica diretta ad allineare l'allocazione degli spazi di palinsesto fra gli aggregati ai parametri previsti nel Contratto di Servizio. Tali parametri stabiliscono che la programmazione televisiva generalista RAI sia per almeno il 70% di servizio pubblico predeterminato, fermo restando il limite per Rai Tre fissato all'80%.

Tenuto conto che nel 2016 gli spazi effettivamente coperti da programmi rispondenti ai requisiti di servizio hanno ecceduto i livelli sopra ricordati (73% per le tre reti generaliste e

⁵ Per i canali tematici, l'attribuzione dell'aggregato è stata effettuata dalle competenti Direzioni Rai, sulla base degli stessi criteri utilizzati dalla Nielsen per i canali generalisti.

⁶ Produzioni di magazzino, anticipi di costo, etc..

94% per Rai 3), si è proceduto a spostare nell'aggregato B i minuti di programmazione eccedenti i limiti sopra elencati.

Gli spazi eccedenti di programmazione sono stati valorizzati al relativo costo e ricavo medio.

In particolare, per quanto concerne i costi/ricavi, è stata scorporata – per raggiungere le percentuali del Contratto di Servizio – solo parte della programmazione ad utilità immediata, in quanto l'unica non specificamente regolata nelle conferenti disposizioni.

Il criterio utilizzato per valorizzare i minuti da spostare è stato quello di calcolare:

- **Costi:** costo medio orario (diretto ed indiretto) per fascia dei prodotti di immediata classificati nell'aggregato A, moltiplicato per il tempo eccedente;
- **Ricavi diretti:** ricavo medio orario per fascia dei ricavi puntualmente attribuiti ai programmi di immediata presenti nell'aggregato A, moltiplicato per il tempo eccedente;
- **Pubblicità tabellare:** valorizzazione media oraria per fascia dei contatti inseriti nei programmi di immediata, moltiplicato per il tempo eccedente.

La sintesi degli spostamenti è appresso riportata:

Spostamento 30% Programmazione <i>milioni di euro</i>	Aggregato A	Aggregato B
Costi diretti	-16,5	16,5
Costi indiretti	-10,3	10,3
Ricavi pubblicitari e commerciali	5,5	-5,5
Effetto economico complessivo	-21,3	21,3

11 Il sistema di Transfer charge

Transfer charge interni

La voce Transfer charge interni accoglie il costo pieno dei servizi, considerato al netto dei ricavi conseguiti, oggetto di scambio fra i tre aggregati. Con riferimento alle attività di supporto tecnico (servizi generali, informativi, produttivi e di radiofonia) i transfer charge sono determinati attraverso l'analisi puntuale delle prestazioni oggetto di scambio e risultano comprensivi della remunerazione del capitale investito.

Per le altre attività, essenzialmente le strutture di staff, il sistema dei transfer charge sconta invece l'applicazione di specifici driver per il ribaltamento dei costi.

11.1 Asset Immobiliari e Servizi

La Direzione Asset Immobiliari e Servizi (AIS) è responsabile della gestione degli immobili del Gruppo: in tale ambito fornisce servizi connessi agli immobili, dotazioni individuali e di ufficio e servizi aggiuntivi a tutte le strutture di Rai S.p.A. ed alle società del Gruppo.

I Transfer Charge verso le strutture utilizzatrici sono stati elaborati dal sistema di Contabilità Industriale adottato dalla Direzione stessa che fornisce la valorizzazione delle attività/servizi offerti, già nettati dei ricavi commerciali generati dalla Direzione.

Le attività/servizi valorizzate dal sistema di Contabilità Industriale sono così raggruppabili:

- **servizi immobiliari e servizi ad essi connessi:** spazi, energia elettrica, pulizia, riscaldamento/condizionamento, vigilanza, servizi elettrici, servizi edili, manutenzione mobili e arredi, manutenzioni telefoniche, servizi idraulici, estinzione fissa e mobile, manutenzione ascensori e elevatori;
- **servizi aggiuntivi:** gestione posta, fornitura fotocopiatrici, servizi trasloco, gestione automezzi, centralino, fax, modulistica, archivio, centro stampa;
- **servizio di ristorazione.**

La valorizzazione delle attività/servizi è elaborata a livello di singolo sito immobiliare (denominato Nodo di Contabilità Industriale di II livello) o aggregato di siti (denominato Nodo di Contabilità Industriale di I livello), in funzione della rilevanza del sito immobiliare considerato.

Il processo di determinazione dei Transfer Charge può essere distinto in tre fasi:

- 1) **attribuzione dei costi ai Nodi di contabilità industriale:** tale fase prevede l'attribuzione di tutti i costi ai Nodi rilevati dalla Contabilità industriale, mediante un processo di attribuzione diretta o indiretta (per tutti i costi imputati ai CdC delle aree di staff della Direzione Asset Immobiliari e Servizi);
- 2) **determinazione del costo delle attività/servizi erogati per Nodo di contabilità industriale:** per ciascun Nodo di contabilità industriale il sistema attribuisce tutti i costi (costo del personale, costi esterni e ammortamenti) alle attività/servizi, mediante un processo di attribuzione diretta/indiretta a seconda della natura di costo considerata;

- 3) **attribuzione alle strutture riceventi:** sulla base delle quantità consumate dalle singole strutture si determina il Transfer Charge per attività/servizio da imputare alle strutture utilizzatrici. Il costo unitario per attività/servizio è determinato a consuntivo sulla base della sommatoria delle quantità utilizzate dalle strutture riceventi il servizio, calcolate con modalità differenti a seconda della tipologia di servizio erogato:
- **utilizzo degli spazi immobiliari e dei servizi ad essi connessi:** il consumo è calcolato sulla base dello spazio effettivo occupato dalle strutture aziendali;
 - **servizi aggiuntivi:** il consumo è calcolato sulla base del numero di risorse appartenenti alla struttura aziendale;
 - **servizio di ristorazione,** calcolato sulla base del numero di pasti consumato dagli addetti inquadrati in ciascuna struttura aziendale.

11.2 ICT

I Transfer Charge verso le strutture utilizzatrici sono stati elaborati dal sistema di Contabilità Industriale che fornisce la valorizzazione delle attività/servizi offerti, già nettati dei ricavi commerciali generati dalla Direzione.

Il costo pieno (costi esterni, costi del personale, ammortamenti e Transfer Charge da Asset Immobiliari e Servizi) è articolato per tipologie di prestazioni/servizi erogati dalla Direzione ICT:

- Mainframe;
- Server (comprende Internet Server);
- Rete;
- Internet;
- Fonia;
- Esercizio Applicazioni;
- Gestione Postazioni di Lavoro (PdL);
- Fleet (include Help Desk);
- Progetti Infrastrutturali;
- Progetti specifici.

Il processo di determinazione dei Transfer Charge può essere distinto in tre fasi:

- 1) **attribuzione dei costi ai Nodi di contabilità industriale:** tale fase prevede l'attribuzione di tutti i costi ai Nodi rilevati dalla Contabilità industriale, mediante un processo di attribuzione diretta o indiretta (per tutti i costi imputati ai CdC delle aree di staff della Direzione ICT);
- 2) **determinazione del costo delle attività/servizi erogati per Nodo di contabilità industriale:** per ciascun Nodo di contabilità industriale il sistema attribuisce tutti i costi (costo del personale, costi esterni, ammortamenti e Transfer Charge da Asset Immobiliari e Servizi) alle attività/servizi, mediante un processo di attribuzione diretta/indiretta a seconda della natura di costo considerata;

- 3) **attribuzione alle strutture riceventi:** sulla base delle quantità consumate dalle singole strutture si determina il Transfer Charge per attività/servizio da imputare alle strutture utilizzatrici. Il costo unitario per attività/servizio è determinato a consuntivo sulla base della sommatoria delle quantità utilizzate dalle strutture riceventi il servizio, calcolate con modalità differenti a seconda della tipologia di servizio.

Il costo pieno di ciascuna attività/servizio così determinato viene attribuito alle Strutture clienti sulla base di driver:

- Mainframe: in funzione della quantità di Cpu (potenza elaborativa) utilizzata per Direzione;
- Server: in funzione del numero dei Server in carico alle Direzioni;
- Rete: in funzione del numero delle PdL in carico alle Direzioni;
- Fonia: in funzione del numero delle PdL in carico alle Direzioni;
- Esercizio Applicazioni: in funzione della Direzione utilizzatrice degli applicativi (i costi delle licenze SAP sono attribuiti in base alle licenze utente), nonché del reale dimensionamento dell'applicazione (function point) pesato rispetto al numero di utenti;
- Gestione PdL: in funzione del numero delle PdL in carico alle Direzioni;
- Fleet: in funzione del numero delle PdL in carico alle Direzioni;
- Progetti Infrastrutturali: in funzione del numero delle PdL;
- Progetti Specifici: il costo pieno per Direzione è attribuito sulla base dell'effettivo utilizzo.

11.3 Produzione TV

37

In continuità con gli esercizi precedenti, si considerano nel perimetro dei costi utilizzati per il calcolo delle tariffe della Produzione TV anche quelli afferenti le Sezioni Produzione della Direzione Coordinamento Sedi, dal momento che il personale in esse inquadrato può erogare servizi anche per le commesse che non rientrano nell'Aggregato A.

Per quanto riguarda la metodologia di calcolo delle tariffe e di valorizzazione delle commesse, anche per le Sedi Regionali sono state utilizzate le stesse modalità implementate per la Direzione Produzione TV che qui di seguito riportiamo.

L'attività della Direzione Produzione TV è svolta a supporto e a favore delle:

- **commesse editoriali** (Wbs editoriali o programmi);
- **commesse non editoriali** (Ordini Interni e Wbs Industriali, che individuano attività svolte verso Controllate e terzi esterni non connesse a progetti di natura editoriale);
- **servizi tecnici** (es. gestione collegamenti, esercizio canale): servizi principalmente svolti per la messa in onda dei programmi e su cui non esiste una rilevazione delle quantità orarie.

Inoltre, all'interno della Direzione Produzione TV sono collocate anche le attività degli orchestrali dell'**orchestra leggera**.

Il costo totale delle componenti di cui sopra rappresenta il costo della Direzione Produzione TV.

Più in particolare, il valore delle **commesse editoriali** e delle **commesse non editoriali** si forma attraverso la somma dei:

- **Costi esterni direttamente attribuiti a commessa** (es. costi per noleggi, appalti, personale a tempo determinato);
- **Costi interni delle Attività/Servizi forniti:** valorizzati attraverso il meccanismo delle “tariffe industriali” (**sistema di contabilità industriale**).

Come indicato al *Paragrafo 5*, a livello di schema della Contabilità separata, il criterio generale adottato prevede che i costi totali della Direzione Produzione TV (derivanti dal modello di contabilità industriale) siano nettati dai ricavi commerciali generati dalla Direzione: conseguentemente l'eventuale margine (positivo/negativo) derivante dall'attività svolta per società del gruppo/terzi viene attribuito alle singole strutture Rai S.p.A., in base al costo pieno attribuito dalla contabilità industriale alle strutture stesse.

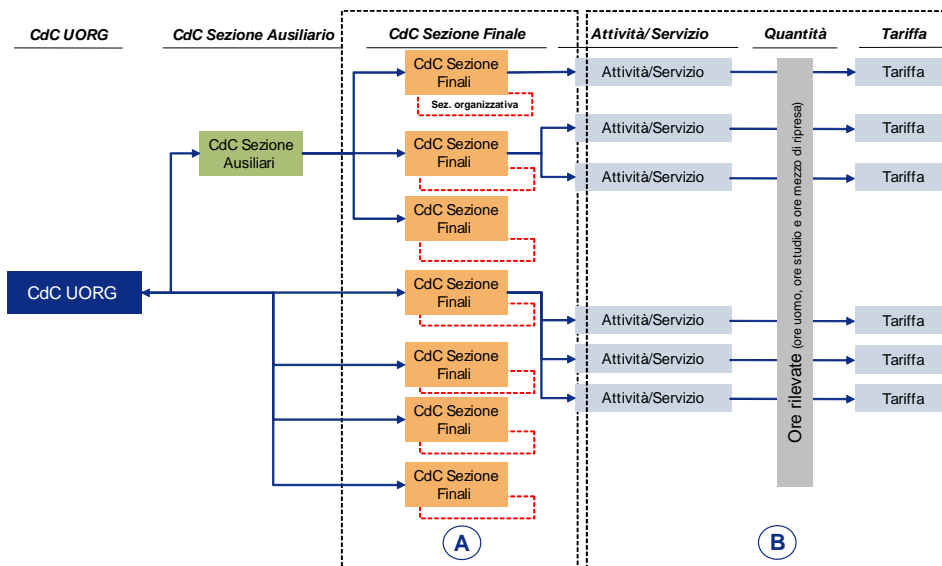
Il sistema delle tariffe industriali (Transfer Charge)

Il sistema di Transfer Charge della Direzione Produzione TV permette di determinare il **costo industriale unitario (“tariffe”)** delle attività/servizi erogati dalla Direzione, **articolato per fornitore** (Centro di Produzione di Roma, Milano, Napoli e Torino, Produzione News Nazionali e Regionali).

Alla determinazione delle tariffe partecipano tutti i costi (personale, ammortamento, funzionamento e Transfer Charge interni da Asset Immobiliari e Servizi e da ICT) che non sono rilevati direttamente sulle commesse editoriali (Wbs editoriali) e sulle commesse non editoriali (Ordini Interni e Wbs Industriali).

La Struttura dei Centri di Costo

La struttura dei Centri di Costo (CdC) della contabilità industriale è articolata nel seguente



modo:

- **Centri di Costo UORG:** costituiscono il livello più elevato della struttura e identificano la macrostruttura organizzativa della Direzione Produzione TV;

- **Centri di Costo Sezione:** presentano un maggior grado di dettaglio, sino a mappare i reparti operativi che forniscono le attività/servizi della Direzione Produzione TV. A loro volta si distinguono tra:
 - **Centri di Costo Sezione Ausiliari:** tali CdC sono collegati a uno o più CdC Sezione Finali;
 - **Centri di Costo Sezione Finali:** relativi a strutture eroganti le attività/servizi.

Il sistema di Contabilità Industriale pertanto prevede tre principali fasi:

1. l'**attribuzione e il ribaltamento** dei costi industriali della DPTV ai CdC Sezione Finali (Fase A dello schema di cui sopra: al termine di tale fase nel sistema solo i CdC Sezione Finale saranno valorizzati da costi);
2. la successiva **valorizzazione delle attività/servizi erogate e calcolo delle tariffe** attraverso la divisione per le quantità totali (ore) rilevate a consuntivo. Le ore erogate dalle figure professionali operative (es. operatore, montatore, scenografo,...) su ogni attività/servizio sono rilevate sul sistema aziendale denominato PRRI (Fase B dello schema di cui sopra). Al termine di tale fase si determinano le tariffe industriali unitarie articolate per fornitore;
3. la **valorizzazione delle singole commesse** attraverso l'applicazione delle tariffe alle quantità orarie di attività/servizi erogate (e rilevate) su ciascuna commessa.

Le modalità di attribuzione e ribaltamento dei costi

Personale: i costi del personale sono valorizzati ad un costo medio per figura professionale (ad es. montatore), in funzione del Centro di Produzione (Roma, Milano, Torino, Napoli), della Produzione News, Riprese Esterne, Direzione e Staff.

Successivamente, ai fini del completamento del processo di valorizzazione delle attività/servizi, il costo del personale indiretto viene ribaltato dai CdC Sezione Ausiliari ai CdC Sezione Finali in base a opportuni driver (numero dipendenti, ore rilevate, metri quadri occupati, percentuali determinate su informazioni fornite dalle strutture interessate).

Ammortamento: la quota di competenza è attribuita, attraverso le informazioni di dettaglio contenute nella scheda cespiti e collegata a ciascun cespite in anagrafica, ai:

- **CdC Sezione Finali:** quando il cespite è direttamente collegabile ad una attività/servizio in quanto funzionale allo svolgimento di una sola attività/servizio;
- **CdC Sezione Ausiliari:** nel caso in cui il cespite non sia associato univocamente ad una attività/servizio, ma sia condiviso da più sezioni organizzative (es. "pool di telecamere"); tali costi vengono ribaltati sui CdC Sezione Finali attraverso un ciclo di ribaltamento in base a opportuni driver (n° dipendenti, ore rilevate, mq. occupati, % determinate su informazioni fornite dalle Strutture interessate).

Funzionamento: tali costi sono rilevati e imputati dalla Co.Ge sui CdC UORG. Tali costi vengono attribuiti ai CdC Sezione in proporzione al numero di risorse professionali associate ad ogni Cdc Sezione⁷PT. Per quei costi attribuiti a CdC Sezione Ausiliari si procederà

⁷ Ogni CdC Sezione è caratterizzato da due parametri fondamentali per il processo di attribuzione e ribaltamento dei costi: il numero di risorse e i metri quadri che sottendono la sezione organizzativa mappata. Pertanto, la

all'attribuzione ai CdC Sezione Finali attraverso un ciclo di ribaltamento in base a opportuni driver (n° dipendenti, ore rilevate, mq. occupati, % determinate su informazioni fornite dalle Strutture interessate).

Transfer Charge da AIS e ICT: tali costi, che giungono direttamente dai processi di transfer charge delle due Direzioni citate, sono attribuiti a CdC UORG rappresentativi dei Centri di Produzione, della Gestione Grandi Eventi e Attività Produttive Estero e della Produzione News Nazionali e Regionali.

I transfer charge da Asset Immobiliari e Servizi vengono conseguentemente attribuiti ai CdC Sezione:

- per i servizi legati agli spazi (es. spazio, pulizia, riscaldamento, etc) sulla base dei mq. occupati;
- per i servizi legati alle persone (es. mensa, centro stampa, centralino, etc) sulla base del numero di risorse.

I transfer charge da ICT vengono attribuiti sulla base del numero di risorse allocate sui CdC sezione.

Valorizzazione delle attività/servizi e calcolo tariffe

Preliminarmente al calcolo della tariffa, il sistema esegue l'attività di "suddivisione" ovvero esegue una procedura che trasferisce i costi allocati sui CdC Sezione Finali alle Attività/Servizi: questa procedura si rende necessaria poiché si possono avere casi in cui il rapporto tra il CdC Sezione Finale che individua la sezione organizzativa erogante il servizio (es. Montaggio) e le singole prestazioni (es. Montaggio analogico, Montaggio digitale) sia di 1 : n (anziché di 1 : 1). Tale suddivisione avviene in funzione del n° di ore erogate su ciascuna singola prestazione.

A questo punto, il calcolo del costo unitario (tariffa) di ogni attività/servizio avviene attraverso la divisione dei costi totali attribuiti a ciascuna attività/servizio ("Tipo Attività") per il numero di ore rilevate sulla stessa nel corso del periodo considerato.

Valorizzazione delle commesse attraverso le tariffe

La valorizzazione delle commesse avviene moltiplicando le ore di ciascuna attività/servizio registrate sulle singole commesse per le tariffe, a parità di centro di costo, tipo attività, anno. Per le modalità di attribuzione delle commesse agli aggregati A e B, si rimanda al *paragrafo 10.2*.

Valorizzazione delle prestazioni Servizi Tecnici e Orchestra Leggera e attribuzione agli aggregati

Il costo dei **Servizi Tecnici** (esercizio di canale, gestione collegamenti, televideo e Argo/AVStar) viene rilevato sui singoli CdC coincidenti con i settori che erogano i servizi (es. Controllo Centrale Centro Produzione Roma, Controllo Centrale Centro Produzione Milano, ecc).

somma di tali grandezze a livello di tutti i CdC Sezione determina il numero di risorse totali della Direzione Produzione TV e i metri quadri totali occupati dalla stessa.

Tali costi vengono poi attribuiti da sistema alle Strutture utilizzatrici (Rai1, Rai2, Rai3, Rai Notte, TG1, TG2, TG3, TGR, Rai News, Rai Sport, TSP, ecc.) sulla base di un driver "combinato" che incrocia le ore di trasmissione con la quantità di personale coinvolto dalla messa in onda di ciascun canale.

Il costo dell'**Orchestra Leggera** viene attribuito, da sistema, alle singole matricole dei programmi (e quindi ai rispettivi aggregati) sulla base dei mesi/uomo di assegnazione alle singole commesse, derivante da una reportistica interna di settore.

11.4 Altre strutture di staff

Le principali strutture di staff, collocate nell'aggregato C, sono le seguenti:

- Acquisti
- Risorse Umane e Organizzazione
- Finanza e Pianificazione
- Comunicazione e Relazioni Esterne, Relazioni Istituzionali ed Internazionali
- Chief Technology Officer
- Affari Legali e Societari
- Internal Auditing
- Staff DG
- Staff Presidente
- Segreteria CdA
- Organismo di vigilanza
- Risorse Televisive
- Palinsesto TV
- Marketing
- Digital
- CSO – Security & Safety
- Creativa.

La ripartizione tra gli aggregati A e B del totale dei costi operativi di ciascuna struttura, al netto dei ricavi generati verso Società del Gruppo/terzi, si basa sull'utilizzo di driver di ribaltamento differenti:

- 1) per le strutture di staff che erogano servizi a tutte le aree aziendali (Acquisti, Risorse Umane e Organizzazione, Finanza e Pianificazione, Comunicazione, Relazioni Esterne, Istituzionali e Internazionali, Affari Legali e Societari, Internal Auditing, Staff DG, Staff Presidente, Segreteria CdA, Organismo di vigilanza, CTO e CSO), in base al costo del personale allocato negli aggregati A e B;

2) per le strutture di supporto editoriale (Risorse Televisive, Palinsesto Tv, Marketing, Digital e Creativa), in base al totale dei costi operativi (esterni, personale e ammortamenti) delle reti televisive.

I transfer charge interni registrano un significativo incremento rispetto all'esercizio 2015 in quanto, come anticipato, le maggiori risorse rinvenienti dal canone ordinario sono state impiegate anche con l'obiettivo di rafforzare la struttura patrimoniale e finanziaria della Società.

Il quadro complessivo è il seguente:

milioni di euro	AGGREGATO A	AGGREGATO B
Asset Immobiliari e Servizi	83,7	20,1
Servizi informativi	28,4	3,4
Produzione TV	322,7	111,0
Servizi di radiofonia	35,5	2,5
Altri	204,0	54,2
Totale	674,3	191,2

Transfer charge intercompany

11.5 Rai Way

Rai Way è la società del Gruppo Rai quotata sul Mercato Telematico Azionario, posseduta al 65,07% da Rai S.p.A.. Essa è responsabile della fornitura di tutti i servizi di trasmissione, distribuzione e diffusione di segnali e programmi audiovisivi per Rai e le società da essa controllate, in tecnica analogica, digitale terrestre e satellitare. Inoltre la società ha sviluppato linee di business verso clienti terzi, quali il servizio di tower-rental (ospitalità, presso la propria rete, degli impianti di altri operatori, prevalentemente di telecomunicazioni), la gestione di servizi e trasmissione, trasporto e diffusione di segnali audio/video.

Ai fini di illustrare le modalità di attribuzione dei costi relativi ai servizi trasmissivi e diffusivi a supporto della produzione e programmazione televisiva e radiofonica forniti a Rai S.p.A., si richiamano i seguenti riferimenti normativi:

- l'articolo 45 co. 2 lettera a) del TUSMAR stabilisce che il servizio pubblico generale radiotelevisivo garantisce *“la diffusione di tutte le trasmissioni televisive e radiofoniche di pubblico servizio della società concessionaria, con copertura integrale del territorio nazionale, per quanto consentito dallo stato della scienza e della tecnica”*;
- lo stesso TUSMAR all'articolo 47, co. 1, stabilisce che *“ogni qualvolta vengano utilizzate le stesse risorse di personale, apparecchiature o impianti fissi o risorse di altra natura per assolvere i compiti di servizio pubblico generale e per le altre attività, i costi relativi devono essere ripartiti sulla base della differenza tra i costi complessivi della società considerati includendo o escludendo le attività di servizio pubblico”*;

- tale norma richiama quanto contenuto nella Comunicazione della Commissione relativa all'applicazione delle norme sugli aiuti di Stato al servizio pubblico di radiodiffusione (2009/C 257/01), che specifica al punto 67 del paragrafo 6.4 che *“i costi che sono interamente attribuibili alle attività di servizio pubblico pur andando anche a profitto delle attività non di servizio pubblico, non devono essere suddivisi proporzionalmente fra i due tipi di attività e possono essere imputati integralmente all'espletamento del servizio pubblico”*; parallelamente la Comunicazione, nel medesimo punto, aggiunge che *“si devono prendere in considerazione gli utili netti delle attività commerciali correlate alle attività di servizio pubblico allo scopo di calcolare i costi netti del servizio pubblico e quindi di ridurre il livello della compensazione per il servizio pubblico”*.

L'applicazione delle suddette norme implica che tutti i costi operativi sostenuti da Rai Way per la fornitura dei servizi a Rai S.p.A. (escluse le tipologie di costo illustrate nel paragrafo successivo), al netto dei ricavi realizzati dalla società stessa per i servizi erogati a favore delle società controllate/terzi, siano attribuibili all'aggregato A.

Dal perimetro totale dei costi operativi sono stati esclusi i costi relativi a servizi erogati attraverso l'utilizzo di risorse esterne alla rete Rai Way (per i quali il criterio generale non è applicabile) e i costi relativi a servizi erogati a favore di strutture collocate nell'aggregato C, la cui successiva attribuzione agli aggregati A e B segue il sistema del Transfer charge delle strutture stesse. Più in particolare, i costi relativi ai **servizi di contribuzione inerenti il noleggio di circuiti trasmissivi ad hoc** sono imputati direttamente ai programmi televisivi, mediante la rilevazione, evidenziata da un apposito sistema informativo (SIGMA), dei minuti utilizzati da ciascun programma TV; la successiva attribuzione di tali costi agli aggregati A e B è regolata dalle modalità esplicitate al *Paragrafo 10.2*.

11.6 Rai Cinema

Rai Cinema svolge attività di acquisizione in Italia e all'estero di diritti di utilizzazione economica su opere audiovisive, cinematografiche, televisive e multimediali, in funzione principalmente delle esigenze produttive ed editoriali della Rai e delle società ad essa collegate; la fornitura alla Rai e alle società ad essa collegate dei diritti di cui sopra e l'organizzazione, l'amministrazione e la gestione dei diritti in funzione delle esigenze informative, di ricerca, acquisitive, e di trasmissione della Rai; la distribuzione, la commercializzazione, la cessione dei diritti, in Italia e all'estero; la produzione di opere audiovisive destinate ai mercati della cinematografia, della televisione e della video comunicazione in genere; la distribuzione, la commercializzazione e la vendita del compendio diritti acquisito tramite gli investimenti nella produzione audiovisiva e cinematografica nazionale ed internazionale.

Più in particolare, la Società è attiva nelle seguenti attività:

- Attività di produzione italiana o europea⁸;
- Acquisto diritti Free TV italiani ed europei;
- Acquisto diritti diversi da Free TV italiani o europei;

⁸ Si intendono le diverse fattispecie di pre-acquisto, co-produzione e appalto; non è stata data evidenza del caso di produzioni extra-europee perché ad oggi non sono realizzate. I costi di Print&Advertising per il cinema di produzione italiano ed europeo rientrano nel costo pieno da ribaltare a Rai, pertanto tutti i ricavi commerciali saranno sottratti dal costo pieno.

- Acquisto di Full Rights⁹ italiani ed europei¹⁰;
- Acquisto diritti Free TV non italiani o europei;
- Acquisto diritti Full Rights non italiani o europei¹¹;
- Acquisto diritti diversi da Free TV non italiani o europei.

Principi generali adottati da Rai Cinema per la determinazione dei Transfer Charge verso Rai

Allo scopo di considerare le specificità del business di Rai Cinema, il Transfer Charge è stato costruito attraverso la determinazione del costo pieno di ciascun titolo in portafoglio della Società secondo lo schema di seguito evidenziato:

- + quota di ammortamento
- + spese di Print & Advertising
- + costi operativi
- (-) ricavi commerciali
- + remunerazione del capitale investito

Per quanto riguarda le quote di ammortamento, la loro configurazione riflette il costo storico sostenuto per: l'acquisto dei diritti, gli apporti di co-produzione, i costi per l'edizione e le spese accessorie capitalizzate.

Il costo di acquisto dei Full Rights non italiani ed europei è ammortizzato in 7 anni: i 2/7 sull'attività commerciale di Rai Cinema, i restanti 5/7 come diritto televisivo free.

Dal punto di vista logico, poiché ciascun titolo è riconducibile alle attività specificamente condotte da Rai Cinema, la determinazione del suo costo pieno consente l'attribuzione, attraverso la specifica classe di attività a cui viene imputato, agli aggregati di riferimento. Tale impostazione consente di evidenziare separatamente (e quindi sottraendole al Transfer Charge verso Rai) le attività propriamente commerciali svolte in autonomia da Rai Cinema.

Con riferimento ai razionali che guidano l'attribuzione delle attività (e quindi del costo pieno dei titoli) agli aggregati, va segnalato come la Legge 122/98 stabilisce che tutte le tipologie di investimento in prodotto italiano ed europeo devono confluire nell'aggregato A.

Modalità di attribuzione dei costi e dei ricavi:

Ammortamenti

Sulla base dei principi generali sopra esposti, di seguito è illustrata l'attribuzione delle quote di ammortamento ai singoli aggregati:

⁹ Modalità di acquisto con la quale si acquisisce l'intera filiera dei diritti (Theatrical, Pay TV, Home Video e Free TV) relativa ad un singolo titolo.

¹⁰ L'eventuale maggiorazione del costo a seguito di royalties dovrà essere aggiunta al costo pieno. I costi di Print&Advertising per i diritti Full Rights italiani ed europei rientrano nel costo pieno da ribaltare a Rai, pertanto tutti i ricavi commerciali saranno sottratti dal costo pieno.

¹¹ L'eventuale maggiorazione del costo a seguito di royalties dovrà essere aggiunta al costo pieno. I costi di Print&Advertising e i ricavi commerciali per i diritti Full Rights non italiani o europei rientrano nell'aggregato Commerciale.

Aggregato A

- Attività di produzione italiana o europea;
- Acquisto diritti Free TV italiano ed europeo;
- Acquisto diritti diversi da Free TV italiani o europei;
- Acquisto di Full Rights italiani ed europei.

Aggregato B

- Acquisto diritti Free TV non italiano o europeo;
- Acquisto diritti Full Rights non italiani o europei: sono imputate le quote di ammortamento dal 3° al 7° anno (relative al costo di ammortamento del periodo di validità del diritto Free TV).

Attività propriamente Commerciale di Rai Cinema

- Acquisto diritti Full Rights non italiani o europei^P: sono imputate le prime due quote di ammortamento dell'investimento (relative al periodo di sfruttamento del Theatrical, Home Video e Pay TV);
- Acquisto diritti diversi da Free TV non italiani o europei.

Costi operativi

L'attribuzione dei costi operativi (personale e costi esterni) agli aggregati avviene in base alla seguente procedura:

- Suddivisione del personale tra: direttamente imputabile ad attività (Produzione, Acquisti e Marketing) e "Altro Personale";
- Attribuzione delle risorse relative al personale diretto agli aggregati come segue:
 - Produzione: all'aggregato A;
 - Acquisti: agli aggregati in proporzione agli ammortamenti;
 - Marketing: agli aggregati in proporzione ai ricavi;
- Imputazione del personale indiretto agli aggregati sulla base della percentuale di attribuzione del personale diretto;
- Imputazione del costo totale (personale e costi esterni) sulla base delle percentuali individuate per l'attribuzione del personale diretto.

Costi e ricavi della gestione propriamente commerciale

I costi e i ricavi relativi all'attività propriamente commerciale svolta da Rai Cinema e le quote di costo e ricavo di competenza di terze parti sono imputate agli aggregati secondo le stesse regole definite per gli ammortamenti, poiché sono attribuibili a livello di singolo titolo.

Pertanto, nell'aggregato A confluiscono esclusivamente le componenti della gestione commerciale riferita al prodotto italiano ed europeo in conformità alla Legge 122/98.

11.7 Rai Com

La Controllata Rai Com deriva dal conferimento alla controllata RaiNet - in data 30 giugno 2014 - del ramo di azienda della Capogruppo denominato “area commerciale”, in esecuzione di un aumento di capitale, al fine di creare le migliori condizioni per lo sfruttamento delle opportunità commerciali connesse prioritariamente, all’interno di un mercato altamente competitivo, alla valorizzazione del patrimonio Rai nonché all’ampliamento delle relazioni con Enti e Istituzioni pubbliche.

Il rapporto tra Rai Spa e Rai Com è regolato da un contratto di mandato senza rappresentanza in base al quale Rai Com, nell’interesse di Rai, è autorizzata a compiere in nome proprio gli atti giuridici/attività nel seguito specificati.

Più in particolare, le attività ricomprese nel mandato hanno per oggetto:

- a) la commercializzazione dei Diritti Rai (anche se condivisi con terzi), la realizzazione di prodotti commerciali, audiovisivi e non, iniziative di merchandising nonché la commercializzazione di brevetti;
- b) la gestione negoziale di contratti quadro o convenzioni con Enti e Istituzioni pubblici e privati, derivanti da obblighi e/o impegni previsti nel Contratto di Servizio stipulato da Rai con il Ministero dello Sviluppo Economico o aventi ad oggetto la realizzazione di piani di comunicazione istituzionale e/o altre iniziative;
- c) l’acquisizione di diritti riferiti ai generi di musica colta, prosa ed edizioni musicali;
- d) la gestione di servizi di biglietteria nell’ambito di eventi culturali e musicali e la realizzazione di servizi tecnici per le iniziative di “interazione” legate ai programmi Rai;
- e) l’ideazione, lo sviluppo, la stipula e la gestione di progetti finalizzati alla raccolta di finanziamenti nell’ambito di bandi di gara italiani ed europei nonché di accordi legati alla partecipazione di Rai a eventi e festival;
- f) l’acquisizione e/o la vendita di library sportive e la commercializzazione dei relativi diritti sportivi;
- g) la messa a disposizione a favore di terzi di studi e/o *facilities* tecniche e la conclusione di accordi commerciali per la valorizzazione di spazi non produttivi, nella disponibilità Rai;
- h) la definizione con terzi di accordi di collaborazione commerciale, non ricompresi nelle fattispecie precedenti;
- i) le attività di commercializzazione all’estero di canali Rai in territori extra-europei;
- j) la negoziazione, formalizzazione e/o gestione dei cd. “Contratti Titoli di Coda”.

Al tempo stesso, la Controllata può sviluppare autonomamente - al di fuori del perimetro del mandato - le attività commerciali previste nello Statuto sociale, non in contrasto o in concorrenza con la *mission* della Capogruppo.

Principi generali adottati da Rai Com per la determinazione dei Transfer Charge verso Rai

Ai fini della definizione dei principi e dei criteri del Transfer Charge che regola gli scambi tra gli aggregati di Contabilità Separata di Rai Spa, i valori di conto economico di Rai Com sono rielaborati sia secondo i già menzionati principi generali – causalità, oggettività, coerenza, trasparenza e parametri quantitativi – sia in base a criteri specifici, propri del business commerciale.

In particolare, il criterio cardine per la determinazione del Transfer Charge verso Rai è rappresentato dall'inclusione o meno di ricavi e costi nel perimetro delle attività disciplinate nel Contratto di Mandato, come sopra illustrato.

Ne consegue che i valori economici generati dalle attività commerciali sviluppate autonomamente da Rai Com risultano escluse dal Transfer Charge verso Rai.

Sono altresì esclusi dal perimetro di calcolo del Transfer Charge tutti i ricavi infragruppo e i costi intercompany legati all'attività del Mandato.

Modalità di attribuzione dei ricavi e dei costi

Imputazione diretta e suddivisione tra gli Aggregati A e B dei ricavi e dei costi

L'individuazione dei ricavi e dei costi da attribuire agli Aggregati Editoriali (A o B) o all'attività commerciale autonoma si basa sugli oggetti di contabilizzazione della contabilità analitica di Rai Com e di Rai Spa gestita sul sistema transazionale e sul sistema di controllo di gestione.

47

Sinteticamente il processo si articola nelle seguenti fasi:

1. classificazione delle matricole Rai Spa rispetto alla loro appartenenza agli Aggregati A o B;
2. abbinamento degli oggetti Rai Spa agli oggetti Rai Com (es. matricole duplicate o comunque associate sul sistema transazionale) e applicazione del criterio di contabilità separata Rai Spa di attribuzione agli Aggregati A e B agli oggetti Rai Com;
3. identificazione degli eventuali ulteriori oggetti contabili Rai Com - non mappabili in base ai precedenti criteri e sempre riconducibili a oggetti contabili Rai Spa - e classificazione degli stessi tra gli aggregati A e B in base alla struttura organizzativa (centro di costo) degli oggetti Rai Spa;
4. attribuzione oggetti Rai Com all'attività commerciale.

Gestione Operativa

Per Gestione Operativa si intende l'insieme dei costi del lavoro e dei costi esterni non direttamente imputabili agli oggetti contabili, nonché le altre partite sotto il margine operativo lordo (es. ammortamenti).

Per quanto riguarda il costo del lavoro, l'attribuzione agli Aggregati A e B e all'Attività Commerciale di Rai Com è effettuata nel modo seguente:

1. ripartizione del costo del lavoro tra i centri di costo di Rai Com in base all'ammontare gestionale definito secondo l'appartenenza delle risorse ai centri di costo;
2. individuazione dei centri di costo dedicati in maniera esclusiva alle attività oggetto del Mandato e alle attività commerciali autonome ed imputazione diretta del loro valore agli Aggregati di Contabilità Separata;
3. individuazione dei centri di costo "misti" e ripartizione parametrica del loro valore in base ai ricavi contabilizzati sugli oggetti contabili di pertinenza dei singoli centri di costo;
4. individuazione dei centri di costo dedicati ad attività di supporto e funzionamento societario (attività di staff) e ripartizione parametrica del loro valore in base al costo del lavoro per centro di costo ottenuto al termine dei cicli di imputazione diretta/ribaltamento precedenti.

Per gli altri costi esterni, il criterio di attribuzione si basa sull'utilizzo delle percentuali ottenute nel processo di ribaltamento del costo del lavoro.

Da ultimo, il trattamento relativo agli ammortamenti applica il criterio di ripartizione basato sugli altri costi esterni della Gestione Operativa.

Il quadro complessivo dei Transfer Charge intercompany è il seguente:

milioni di euro	Aggregato A	Aggregato B
Rai Way	136,0	
Rai Cinema	118,7	158,4
Rai Com	-50,7	-8,5
TOTALE	204,0	149,9

12 Il capitale investito e la sua remunerazione

12.1 La configurazione del capitale investito

Il capitale investito - calcolato come media fra i valori al 31 dicembre 2015, al 30 giugno 2016 ed al 31 dicembre 2016 - ammonta complessivamente a 705,4 milioni di euro.

Nella configurazione utilizzata non si è tenuto conto del TFR e delle partecipazioni finanziarie e della fiscalità.

La ripartizione tra gli aggregati evidenzia, in particolare, l'allocazione nell'aggregato A dell'attivo immobilizzato riferito per la gran parte ai diritti audiovisivi (fiction di produzione) e l'allocazione nell'aggregato C dell'attivo materiale, costituito principalmente dai cespiti relativi all'area della produzione e a quella immobiliare. Rispetto al precedente esercizio, l'incremento del valore delle immobilizzazioni dell'aggregato A è una conseguenza dell'incremento delle immobilizzazioni in programmi.

Il capitale circolante riflette, congiuntamente alle dinamiche del ciclo attivo e passivo, la diversa natura dell'attività degli aggregati, evidenziando una concentrazione dei crediti in B rispetto al saldo negativo di C e di A. Rispetto al precedente esercizio, l'incremento del valore del capitale circolante dell'aggregato A è una conseguenza dei maggiori crediti per canoni d'abbonamento.

Complessivamente, rispetto all'esercizio 2015, l'incremento dei valori di immobilizzazioni e capitale circolante dell'aggregato A determinano un valore positivo del capitale investito.

milioni di euro	Aggregato A	Aggregato B	Aggregato C
Immobilizzazioni	421,6	4,7	883,0
Capitale circolante	-305,9	42,6	-340,6
Totale	115,7	47,3	542,4

12.2 La determinazione del WACC

Le risultanze della contabilità separata tengono conto, in linea con quanto previsto dalle conferenti delibere di AGCom, di un'equa remunerazione del capitale investito.

In particolare, il costo del capitale incluso nell'aggregato A è pari a 11,2 milioni di euro.

Un tasso di rendimento (WACC-Weight Average Cost of Capital) - calcolato sulla base della teoria del capital asset pricing model - del 9,73% è stato applicato per la quota del costo del capitale trasferita dall'aggregato C all'aggregato A attraverso il meccanismo dei transfer charge interni.

Il costo del capitale dell'aggregato B è invece pari a 5,1 milioni di euro e risulta correlato ad un tasso di rendimento del 10,74% che esprime, in sostanza, la maggiore volatilità associata all'attività diversa da quella di servizio pubblico in senso stretto.

<i>milioni di euro</i>	Aggregato A	Aggregato B	Aggregato C
Costo del capitale	11,2	5,1	67,9

Riguardo al costo del capitale di pertinenza dell'aggregato C, questo è stato ripartito fra gli aggregati A e B utilizzando quale driver la struttura dei flussi di transfer charge.

Allegato 1

Elenco dei titoli dei programmi trasmessi dalle reti generaliste televisive terrestri Rai nell'anno 2016 (tra le ore 6:00 e le ore 24:00), collocati nell'aggregato A della contabilità separata.

COMPOSIZIONE DELL' OFFERTA TV 2016 - ANNO

Periodo: 1 gennaio-31 dicembre 2016

Dati su archivio consolidato - Ore nette (*)

Tempo dedicato ai generi del Contratto di servizio nella fascia oraria: 06:00-24:00

Canale	Rai 1		Rai 2		Rai 3	
	h:mm:ss	%	h:mm:ss	%	h:mm:ss	%
GENERI Art.9 Contratto di servizio						
a - INFORMAZIONE E APPROFONDIMENTO GENERALE	1385:34:49	23,42	1118:45:30	18,28	2961:47:05	47,76
b - PROGRAMMI E RUBRICHE DI SERVIZIO	1312:49:25	22,19	387:23:33	6,33	465:15:13	7,50
c - PROGRAMMI E RUBRICHE DI PROMOZIONE CULTURALE	417:55:04	7,06	331:52:44	5,42	1226:12:50	19,77
d - INFORMAZIONE E PROGRAMMI SPORTIVI	133:40:24	2,26	602:21:08	9,84	200:36:13	3,23
e -PROGRAMMI PER MINORI	10:21:47	0,18	472:17:41	7,72	136:12:31	2,20
f - PRODUZIONI AUDIOVISIVE ITALIANE ED EUROPEE	565:19:32	9,55	748:42:42	12,23	838:13:24	13,52
TOTALE GENERI Art.9 Contratto di servizio	3825:41:01	64,66	3661:23:18	59,81	5828:17:16	93,98
ALTRI GENERI	2091:06:14	35,34	2460:02:23	40,19	373:06:17	6,02
TOTALE GENERALE Fascia 06:00-24:00	5916:47:15	100,00	6121:25:41	100,00	6201:23:33	100,00

Tempo dedicato ai generi del Contratto di servizio da reti generaliste e specializzate

	Rai Generaliste		Rai Specializzate	
	h:mm:ss	%	h:mm:ss	%
GENERI Art.9 Contratto di servizio				
a - INFORMAZIONE E APPROFONDIMENTO GENERALE	5466:07:24	29,97	8903:13:28	9,67
b - PROGRAMMI E RUBRICHE DI SERVIZIO	2165:28:11	11,87	355:34:31	0,39
c - PROGRAMMI E RUBRICHE DI PROMOZIONE CULTURALE	1976:00:38	10,83	21659:03:51	23,52
d - INFORMAZIONE E PROGRAMMI SPORTIVI	936:37:45	5,14	17036:07:33	18,50
e -PROGRAMMI PER MINORI	618:51:59	3,39	18775:45:31	20,39
f - PRODUZIONI AUDIOVISIVE ITALIANE ED EUROPEE	2152:15:38	11,80	13586:37:23	14,75
TOTALE GENERI Art.9 Contratto di servizio	13315:21:35	73,00	80316:22:17	87,21
ALTRI GENERI	4924:14:54	27,00	11782:26:54	12,79
TOTALE GENERALE	18239:36:29	100,00	92098:49:11	100,00

Rai Generaliste include: Rai 1, Rai 2 e Rai 3

Rai Specializzate include: Rai 4, Rai 5, Rai Gulp, Rai Movie, Rai News, Rai Premium, Rai Scuola, Rai Sport 1, Rai Sport 2, Rai Storia, Rai YoYo

(*) Dai calcoli sono esclusi: pubblicità, telepromozioni e televendite, spot promozionali di rete, spot campagne sociali, annunci, sigle, intervalli, segnali orari, interruzioni e sospensioni delle trasmissioni

Nota: I totali possono non corrispondere alla somma dei valori delle singole voci per effetto degli arrotondamenti.



**Elenco dei titoli dei programmi trasmessi dalle reti televisive terrestri RAI
anno 2016 tra le ore 6:00 e le ore 24:00
(art. 9 del Contratto di Servizio 2010-2012)**

Note:

- ✿ Il presente elenco è suddiviso secondo i sei generi indicati dall'articolo 9 comma 2 del Contratto di Servizio, per ciascun dei quali è riportata anche la lettera corrispondente da a) a f).

- ✿ I titoli dei programmi di ciascun genere sono ordinati alfabeticamente per rete e per tre collocazioni orarie: 06:00-12:00, 12:00-18:00, 18:00-24:00.

- ✿ Uno stesso titolo potrebbe trovarsi in più fasce orarie poichè trasmesso in diverse collocazioni oppure a cavallo di due fasce.

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

a) INFORMAZIONE E APPROFONDIMENTO GENERALE

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 1	06.00-12.00	A SUA IMMAGINE
Rai 1	06.00-12.00	A SUA IMMAGINE GIUBILEO
Rai 1	06.00-12.00	A SUA IMMAGINE SPECIALE
Rai 1	06.00-12.00	ANNIVERSARIO DELLA REPUBBLICA
Rai 1	06.00-12.00	BUONGIORNO BENESSERE
Rai 1	06.00-12.00	CELEBR.GIORNATA INTERN.DONNA
Rai 1	06.00-12.00	CELEBR.GIORNO DELLA MEMORIA
Rai 1	06.00-12.00	CERIM.CONS.DECORAZIONI OR.MIL.
Rai 1	06.00-12.00	CONF.STAMPA PRES.CONSIGLIO
Rai 1	06.00-12.00	CONSEGNA ONOR.CAV.DEL LAVORO
Rai 1	06.00-12.00	FOCUS 24
Rai 1	06.00-12.00	I GIORNI,DOPO
Rai 1	06.00-12.00	IL GIUBILEO DI FRANCESCO
Rai 1	06.00-12.00	INAUGURAZIONE ANNO GIUDIZIARIO
Rai 1	06.00-12.00	LA BUSSOLA DEL REFERENDUM
Rai 1	06.00-12.00	PETROLIO
Rai 1	06.00-12.00	PORTA A PORTA-TG1 SPECIALE
Rai 1	06.00-12.00	PRES.A SUA IMMAGINE
Rai 1	06.00-12.00	RAI NEWS
Rai 1	06.00-12.00	RAI PARLAMENTO PUNTO EUROPA
Rai 1	06.00-12.00	RAI PARLAMENTO SETTEGIORNI
Rai 1	06.00-12.00	RAI PARLAMENTO SPECIALE CAMERA
Rai 1	06.00-12.00	RAI PARLAMENTO TELEGIORNALE
Rai 1	06.00-12.00	REL.PRES.AUTORITA' GARANTE...
Rai 1	06.00-12.00	SEMBRA IERI CRONACA E STORIA
Rai 1	06.00-12.00	TG1
Rai 1	06.00-12.00	TG1 (l.i.s.)
Rai 1	06.00-12.00	TG1:ANNIVER. DELLA LIBERAZIONE
Rai 1	06.00-12.00	TG1:COMMEMORAZIONE DELLA BATTAGLIA
Rai 1	06.00-12.00	TG1:FUNERALI SOLENNI...
Rai 1	06.00-12.00	TG1:GIORNATA NAZ. DISABILITA' INTELLETTIVA
Rai 1	06.00-12.00	TG1:INTERVENTO PRES.REPUBBLICA
Rai 1	06.00-12.00	TG1:L'ABBRACCIO DI PAPA FRANCESCO AI MIGRANTI
Rai 1	06.00-12.00	TG1:L'ULTIMO SALUTO A CARLO AZEGLIO CIAMPI
Rai 1	06.00-12.00	TG1:L'ULTIMO SALUTO A DARIO FO
Rai 1	06.00-12.00	TG1:PALERMO CHIAMA ITALIA
Rai 1	06.00-12.00	TG1:PREGHIERA DI PAPA FRANCESCO IN MEMORIA...
Rai 1	06.00-12.00	TG1:RELAZ.PRES.AUTORITA' ANTICORRUZIONE
Rai 1	06.00-12.00	TG1:UDIENZA DEL SANTO PADRE...
Rai 1	06.00-12.00	TG1:VISITA DEL PAPA...
Rai 1	06.00-12.00	TG1:VISITA PRES.REPUBBLICA...
Rai 1	06.00-12.00	TG1-CERIM.PRES.CANDIDATI DAVID DI DONATELLO
Rai 1	06.00-12.00	TG1-DIALOGO
Rai 1	06.00-12.00	TG1-EDIZIONE STRAORDINARIA
Rai 1	06.00-12.00	TG1-EDIZIONE STRAORDINARIA (l.i.s.)
Rai 1	06.00-12.00	TUTTI A SCUOLA
Rai 1	12.00-18.00	A SUA IMMAGINE
Rai 1	12.00-18.00	A SUA IMMAGINE GIUBILEO
Rai 1	12.00-18.00	A SUA IMMAGINE SPECIALE
Rai 1	12.00-18.00	ANNIVERSARIO FRECCHE TRICOLORI
Rai 1	12.00-18.00	BUONGIORNO BENESSERE
Rai 1	12.00-18.00	CELEBR.GIORNATA INTERN.DONNA
Rai 1	12.00-18.00	CELEBR.GIORNO DELLA MEMORIA
Rai 1	12.00-18.00	CONF.STAMPA PRES.CONSIGLIO
Rai 1	12.00-18.00	CONSEGNA ONOR.CAV.DEL LAVORO
Rai 1	12.00-18.00	I GIUBILEI LA STRADA DEL PERDONO
Rai 1	12.00-18.00	IL GIUBILEO DI FRANCESCO
Rai 1	12.00-18.00	INCONTRO PRES.REPUBBLICA CON..
Rai 1	12.00-18.00	L'ARENA
Rai 1	12.00-18.00	L'ARENA PROTAGONISTI
Rai 1	12.00-18.00	L'ARENA PROTAGONISTI SPECIALE
Rai 1	12.00-18.00	L'ARENA REPLAY
Rai 1	12.00-18.00	PETROLIO
Rai 1	12.00-18.00	RAI PARLAMENTO SPECIALE
Rai 1	12.00-18.00	RAI PARLAMENTO SPECIALE CAMERA
Rai 1	12.00-18.00	RAI PARLAMENTO SPECIALE CAMERA
Rai 1	12.00-18.00	RAI PARLAMENTO SPECIALE SENATO
Rai 1	12.00-18.00	RAI PARLAMENTO TRIBUNA REFERENDUM

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

a) INFORMAZIONE E APPROFONDIMENTO GENERALE

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 1	12.00-18.00	REL.PRES.AUTORITA' GARANTE...
Rai 1	12.00-18.00	SPECIALE TG1
Rai 1	12.00-18.00	SPECIALE TG1
Rai 1	12.00-18.00	TG1
Rai 1	12.00-18.00	TG1 (l.i.s.)
Rai 1	12.00-18.00	TG1:ANNIVER. DELLA LIBERAZIONE
Rai 1	12.00-18.00	TG1:COMMEMORAZIONE DELLA BATTAGLIA
Rai 1	12.00-18.00	TG1:CONVEGNO SPORT E FEDE
Rai 1	12.00-18.00	TG1:FUNERALI SOLENNI...
Rai 1	12.00-18.00	TG1:GIORNATA NAZ. DISABILITA' INTELLETTIVA
Rai 1	12.00-18.00	TG1:IL PERDONO DI FRANCESCO
Rai 1	12.00-18.00	TG1:INTERVENTO PRES.REPUBBLICA
Rai 1	12.00-18.00	TG1:L'ABBRACCIO DI PAPA FRANCESCO AI MIGRANTI
Rai 1	12.00-18.00	TG1:L'ULTIMO SALUTO A DARIO FO
Rai 1	12.00-18.00	TG1:L'ULTIMO SALUTO A UMBERTO ECO
Rai 1	12.00-18.00	TG1:OMAGGIO DI SUA SANTITA'...
Rai 1	12.00-18.00	TG1:PALERMO CHIAMA ITALIA
Rai 1	12.00-18.00	TG1:SUA SANTITA' INCONTRA...
Rai 1	12.00-18.00	TG1:VISITA PRES.REPUBBLICA...
Rai 1	12.00-18.00	TG1-ECONOMIA
Rai 1	12.00-18.00	TG1-EDIZIONE STRAORDINARIA
Rai 1	12.00-18.00	TG1-GIORNATA DI PREGHIERA...
Rai 1	12.00-18.00	TG1-MOTORI
Rai 1	12.00-18.00	TUTTI A SCUOLA
Rai 1	18.00-24.00	A SUA IMMAGINE
Rai 1	18.00-24.00	A SUA IMMAGINE SPECIALE
Rai 1	18.00-24.00	ANNIVERSARIO FRECCHE TRICOLORI
Rai 1	18.00-24.00	COSE NOSTRE
Rai 1	18.00-24.00	COSI' LONTANI COSI' VICINI
Rai 1	18.00-24.00	DIARIO CIVILE
Rai 1	18.00-24.00	FRONTIERE
Rai 1	18.00-24.00	I GIORNI,DOPO
Rai 1	18.00-24.00	I NOSTRI ANGELI REPORTAGE
Rai 1	18.00-24.00	IL GIUBILEO DI FRANCESCO SPECIALE
Rai 1	18.00-24.00	INCONTRO PRES.REPUBBLICA CON..
Rai 1	18.00-24.00	MESSAGGIO DEL PRESIDENTE
Rai 1	18.00-24.00	PAPA FRANCESCO, CUBA E FIDEL
Rai 1	18.00-24.00	PETROLIO
Rai 1	18.00-24.00	PORTA A PORTA
Rai 1	18.00-24.00	PORTA A PORTA SPECIALE
Rai 1	18.00-24.00	PORTA A PORTA SPECIALE DALLA RUSSIA CON ALBANO
Rai 1	18.00-24.00	PORTA A PORTA-TG1 SPECIALE
Rai 1	18.00-24.00	RAI PARLAMENTO SPECIALE CAMERA
Rai 1	18.00-24.00	RAI PARLAMENTO TRIBUNA REFERENDUM
Rai 1	18.00-24.00	SPECIALE TG1
Rai 1	18.00-24.00	TG1
Rai 1	18.00-24.00	TG1 60 SECONDI
Rai 1	18.00-24.00	TG1:FUNERALI SOLENNI...
Rai 1	18.00-24.00	TG1:VISITA PRES.REPUBBLICA...
Rai 1	18.00-24.00	TG1-EDIZIONE STRAORDINARIA
Rai 1	18.00-24.00	TG1-GIORNATA DI PREGHIERA...
Rai 1	18.00-24.00	TG1-REFERENDUM
Rai 1	18.00-24.00	TG1-RIENTRO DELLE SALME DELLE VITTIME...
Rai 1	18.00-24.00	TRA ROMA E IL CIELO
Rai 1	18.00-24.00	TV7
Rai 2	06.00-12.00	CERIM.CONS.COLLARI D'ORO AL...
Rai 2	06.00-12.00	CERIM.CONSEGNA BANDIERA ATLETI OLIMPICI E PARALIMPICI
Rai 2	06.00-12.00	CERIM.INS.PRES.CORTE DEI CONTI
Rai 2	06.00-12.00	CERIM.RESTITUZIONE BANDIERA ATLETI OLIMPICI E PARALIMPICI
Rai 2	06.00-12.00	GIOCHI DELLA XXXI OLIMPIADE
Rai 2	06.00-12.00	INAUGURAZIONE ANNO GIUDIZIARIO
Rai 2	06.00-12.00	PROTESTANTESIMO
Rai 2	06.00-12.00	RAI PARLAMENTO MESSAGGI AUTOGESTITI
Rai 2	06.00-12.00	RAI PARLAMENTO PUNTO EUROPA
Rai 2	06.00-12.00	RAI PARLAMENTO SPECIALE CAMERA
Rai 2	06.00-12.00	RAI PARLAMENTO SPECIALE SENATO
Rai 2	06.00-12.00	RELAZ.GOVERN.BANCA D'ITALIA
Rai 2	06.00-12.00	SORGENTE DI VITA

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

a) INFORMAZIONE E APPROFONDIMENTO GENERALE

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 2	06.00-12.00	SPECIALE TG2
Rai 2	06.00-12.00	SULLA VIA DI DAMASCO
Rai 2	06.00-12.00	TG2
Rai 2	06.00-12.00	TG2 (l.i.s.)
Rai 2	06.00-12.00	TG2:CELEBRAZ.FESTA DEL LAVORO
Rai 2	06.00-12.00	TG2:GIUDIZIO PARIFICAZIONE RENDICONTO GENERALE DELLO STATO
Rai 2	06.00-12.00	TG2-COSTUME E SOCIETA'
Rai 2	06.00-12.00	TG2-DOSSIER
Rai 2	06.00-12.00	TG2-EDIZIONE STRAORDINARIA
Rai 2	06.00-12.00	TG2-INSIEME
Rai 2	06.00-12.00	TG2-INSIEME ESTATE
Rai 2	06.00-12.00	TG2-INSIEME SPECIALE
Rai 2	06.00-12.00	TG2-LAVORI IN CORSO
Rai 2	06.00-12.00	TG2-MEDICINA 33
Rai 2	06.00-12.00	TG2-MIZAR
Rai 2	06.00-12.00	TG2-MOTORI
Rai 2	06.00-12.00	TG2-SPECIALE
Rai 2	06.00-12.00	TG2-SPECIALE ELEZIONI
Rai 2	06.00-12.00	TG2-SPECIALE REFERENDUM
Rai 2	06.00-12.00	TG2-STORIE
Rai 2	06.00-12.00	TG2-TUTTO IL BELLO CHE C'E'
Rai 2	12.00-18.00	CERIM.CONC.COLLARI D'ORO AL...
Rai 2	12.00-18.00	CERIM.RESTITUZIONE BANDIERA ATLETI OLIMPICI E PARALIMPICI
Rai 2	12.00-18.00	E POI VINCEMMO L'ORO
Rai 2	12.00-18.00	GIOCHI DELLA XXXI OLIMPIADE
Rai 2	12.00-18.00	RAI PARLAMENTO QUESTION TIME
Rai 2	12.00-18.00	RAI PARLAMENTO SPECIALE CAMERA
Rai 2	12.00-18.00	RAI PARLAMENTO SPECIALE SENATO
Rai 2	12.00-18.00	RAI PARLAMENTO TELEGIORNALE
Rai 2	12.00-18.00	RAI PARLAMENTO TRIBUNA REFERENDUM
Rai 2	12.00-18.00	RELAZ.GOVERN.BANCA D'ITALIA
Rai 2	12.00-18.00	SPECIALE TG2
Rai 2	12.00-18.00	TG2
Rai 2	12.00-18.00	TG2 (l.i.s.)
Rai 2	12.00-18.00	TG2:GIUDIZIO PARIFICAZIONE RENDICONTO GENERALE DELLO STATO
Rai 2	12.00-18.00	TG2-COSTUME E SOCIETA'
Rai 2	12.00-18.00	TG2-E...STATE CON COSTUME
Rai 2	12.00-18.00	TG2-EDIZIONE STRAORDINARIA
Rai 2	12.00-18.00	TG2-MEDICINA 33
Rai 2	12.00-18.00	TG2-MOTORI
Rai 2	12.00-18.00	TG2-SPECIALE
Rai 2	12.00-18.00	TG2-SPECIALE ELEZIONI
Rai 2	12.00-18.00	TG2-SPECIALE REFERENDUM
Rai 2	12.00-18.00	TG2-TUTTO IL BELLO CHE C'E'
Rai 2	18.00-24.00	2 NEXT ECONOMIA E FUTURO
Rai 2	18.00-24.00	GENERAZIONI I RISCHI DEL WEB
Rai 2	18.00-24.00	GIOVANI E RICCHI
Rai 2	18.00-24.00	ITALIA
Rai 2	18.00-24.00	MESSAGGIO DEL PRESIDENTE
Rai 2	18.00-24.00	NEMO NESSUNO ESCLUSO
Rai 2	18.00-24.00	NIGHT TABLOID
Rai 2	18.00-24.00	PRES.ITALIA
Rai 2	18.00-24.00	PRES.NEMO NESSUNO ESCLUSO
Rai 2	18.00-24.00	PRES.PROTESTANTESIMO
Rai 2	18.00-24.00	PRES.SORGENTE DI VITA
Rai 2	18.00-24.00	PRES.TG2
Rai 2	18.00-24.00	PROTESTANTESIMO
Rai 2	18.00-24.00	RAI NEWS IN DIRETTA
Rai 2	18.00-24.00	RAI PARLAMENTO TELEGIORNALE
Rai 2	18.00-24.00	RAI PARLAMENTO TRIBUNA REFERENDUM
Rai 2	18.00-24.00	SPECIALE TG2
Rai 2	18.00-24.00	SUNDAY TABLOID
Rai 2	18.00-24.00	TG2
Rai 2	18.00-24.00	TG2 (l.i.s.)
Rai 2	18.00-24.00	TG2-DENTRO LA NOTIZIA
Rai 2	18.00-24.00	TG2-DOSSIER
Rai 2	18.00-24.00	TG2-EDIZIONE STRAORDINARIA
Rai 2	18.00-24.00	TG2-HELLO AMERICA

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

a) INFORMAZIONE E APPROFONDIMENTO GENERALE

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 2	18.00-24.00	TG2-IL CONFRONTO
Rai 2	18.00-24.00	TG2-MIZAR SPECIALE
Rai 2	18.00-24.00	TG2-PUNTO DI VISTA
Rai 2	18.00-24.00	TG2-SPECIALE
Rai 2	18.00-24.00	TG2-SPECIALE REFERENDUM
Rai 2	18.00-24.00	TG2-STORIE
Rai 2	18.00-24.00	TG2-TUTTO IL BELLO CHE C'E'
Rai 2	18.00-24.00	VIRUS IL CONTAGIO DELLE IDEE
Rai 3	06.00-12.00	3:36 TERREMOTO UN MESE DOPO
Rai 3	06.00-12.00	AGORA' (pdi)
Rai 3	06.00-12.00	AGORA' ESTATE
Rai 3	06.00-12.00	AGORA' SPECIALE
Rai 3	06.00-12.00	ART DETECTIVE
Rai 3	06.00-12.00	BUONGIORNO ITALIA (rtg)
Rai 3	06.00-12.00	CARCERE IN ITALIA
Rai 3	06.00-12.00	DIARIO CIVILE
Rai 3	06.00-12.00	ELISIR
Rai 3	06.00-12.00	FOCUS 24
Rai 3	06.00-12.00	FUORI BINARIO
Rai 3	06.00-12.00	I DIECI COMANDAMENTI (inc.)
Rai 3	06.00-12.00	IL SABATO DI TUTTA SALUTE
Rai 3	06.00-12.00	LA RICOSTRUZIONE DI VENZONE
Rai 3	06.00-12.00	L'ISOLA DELL'ISOLA
Rai 3	06.00-12.00	NEL MONDO
Rai 3	06.00-12.00	OGGI IN PRIMA
Rai 3	06.00-12.00	OMSA SUD-DOPO UN ANNO DI LOTTA
Rai 3	06.00-12.00	PRES.AGORA'
Rai 3	06.00-12.00	PRES.AGORA' ESTATE
Rai 3	06.00-12.00	PRES.ELISIR
Rai 3	06.00-12.00	PRES.OGGI IN PRIMA
Rai 3	06.00-12.00	RADICI L'ALTRA FACCIA...
Rai 3	06.00-12.00	RADUNO NAZIONALE ALPINI
Rai 3	06.00-12.00	RAI NEWS
Rai 3	06.00-12.00	RAI NEWS IN DIRETTA
Rai 3	06.00-12.00	RAI NEWS SPECIALE
Rai 3	06.00-12.00	RAI PARLAMENTO MESSAGGI AUTOGESTITI
Rai 3	06.00-12.00	RAI PARLAMENTO MESSAGGI AUTOGESTITI (l.i.s.)
Rai 3	06.00-12.00	RAI PARLAMENTO SPECIALE CAMERA
Rai 3	06.00-12.00	RAI PARLAMENTO SPECIALE SENATO
Rai 3	06.00-12.00	SEMBRA IERI CRONACA E STORIA
Rai 3	06.00-12.00	STATO CIVILE L'AMORE E' UGUALE PER TUTTI
Rai 3	06.00-12.00	TG3
Rai 3	06.00-12.00	TG3-EDIZIONE STRAORDINARIA
Rai 3	06.00-12.00	TG3-MINUTI
Rai 3	06.00-12.00	TG3-SPECIALE
Rai 3	06.00-12.00	TGR
Rai 3	06.00-12.00	TGR-AMBIENTE ITALIA SPECIALE
Rai 3	06.00-12.00	TGR-BUONGIORNO REGIONE
Rai 3	06.00-12.00	TGR-OFFICINA ITALIA
Rai 3	06.00-12.00	TGR-REGIONEUROPA
Rai 3	06.00-12.00	TGR-SP.ELEZIONI AMMINISTRATIVE
Rai 3	06.00-12.00	TGR-SPECIALE
Rai 3	06.00-12.00	TUTTA SALUTE
Rai 3	12.00-18.00	#CARTABIANCA
Rai 3	12.00-18.00	3:36 TERREMOTO UN MESE DOPO
Rai 3	12.00-18.00	AGORA' SPECIALE
Rai 3	12.00-18.00	BLU NOTTE
Rai 3	12.00-18.00	CHE TEMPO CHE FA OMAGGIO A UMBERTO ECO
Rai 3	12.00-18.00	FUORIROMA
Rai 3	12.00-18.00	I DIECI COMANDAMENTI
Rai 3	12.00-18.00	IN MEZZ'ORA
Rai 3	12.00-18.00	IN MEZZ'ORA SPECIALE
Rai 3	12.00-18.00	INDOVINA CHI VIENE A CENA
Rai 3	12.00-18.00	INSUPERABILI
Rai 3	12.00-18.00	IO & GEORGE
Rai 3	12.00-18.00	IO SONO YOAV
Rai 3	12.00-18.00	LA CASA BIANCA
Rai 3	12.00-18.00	LE STORIE DIARIO ITALIANO

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

a) INFORMAZIONE E APPROFONDIMENTO GENERALE

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 3	12.00-18.00	L'ERBA DEI VICINI
Rai 3	12.00-18.00	LONTANO DAGLI OCCHI
Rai 3	12.00-18.00	QUESTION TIME
Rai 3	12.00-18.00	RADICI L'ALTRA FACCIA...
Rai 3	12.00-18.00	RAI NEWS IN DIRETTA
Rai 3	12.00-18.00	RAI PARLAMENTO QUESTION TIME
Rai 3	12.00-18.00	RAI PARLAMENTO SPECIALE CAMERA
Rai 3	12.00-18.00	RAI PARLAMENTO SPECIALE SENATO
Rai 3	12.00-18.00	RAI PARLAMENTO TRIBUNA REFERENDUM
Rai 3	12.00-18.00	REC
Rai 3	12.00-18.00	REPORT
Rai 3	12.00-18.00	SEMBRA IERI CRONACA E STORIA
Rai 3	12.00-18.00	TG3
Rai 3	12.00-18.00	TG3 (l.i.s.)
Rai 3	12.00-18.00	TG3-EDIZIONE STRAORDINARIA
Rai 3	12.00-18.00	TG3-FLASH (l.i.s.)
Rai 3	12.00-18.00	TG3-FUORI TG
Rai 3	12.00-18.00	TG3-GIORNO
Rai 3	12.00-18.00	TG3-SPECIALE
Rai 3	12.00-18.00	TGR
Rai 3	12.00-18.00	TGR-AMBIENTE ITALIA
Rai 3	12.00-18.00	TGR-AMBIENTE ITALIA SPECIALE
Rai 3	12.00-18.00	TGR-IL SETTIMANALE
Rai 3	12.00-18.00	TGR-LEONARDO
Rai 3	12.00-18.00	TGR-L'ITALIA DE IL SETTIMANALE
Rai 3	12.00-18.00	TGR-OFFICINA ITALIA
Rai 3	12.00-18.00	TGR-PIAZZA AFFARI
Rai 3	12.00-18.00	TGR-REGIONEUROPA
Rai 3	12.00-18.00	TGR-REGIONI E RAGIONI DEL GIUBILEO
Rai 3	12.00-18.00	TGR-SPECIALE
Rai 3	18.00-24.00	#CARTABIANCA
Rai 3	18.00-24.00	AMORE CRIMINALE
Rai 3	18.00-24.00	ASPETTANDO BALLARO'
Rai 3	18.00-24.00	BALLARO'
Rai 3	18.00-24.00	CHE FUORI TEMPO CHE FA
Rai 3	18.00-24.00	CHE FUORI TEMPO CHE FA S'E' FATTA UNA CERTA
Rai 3	18.00-24.00	CHE TEMPO CHE FA IN RICORDO DI ANNA MARCHESINI
Rai 3	18.00-24.00	CHE TEMPO CHE FA IN RICORDO DI DARIO FO
Rai 3	18.00-24.00	CHE TEMPO CHE FA IN RICORDO DI GIANMARIA TESTA
Rai 3	18.00-24.00	CHE TEMPO CHE FA IN RICORDO DI UMBERTO VERONESI
Rai 3	18.00-24.00	CHE TEMPO CHE FA OMAGGIO A ETTORE SCOLA
Rai 3	18.00-24.00	CHE TEMPO CHE FA OMAGGIO A GIORGIO ALBERTAZZI
Rai 3	18.00-24.00	CHE TEMPO CHE FA OMAGGIO A PAOLO POLI
Rai 3	18.00-24.00	DRONE
Rai 3	18.00-24.00	ELEZIONI COMUNALI/ALTRO
Rai 3	18.00-24.00	FUORIROMA
Rai 3	18.00-24.00	GAZEBO
Rai 3	18.00-24.00	GAZEBO SOCIAL NEWS
Rai 3	18.00-24.00	I DIECI COMANDAMENTI
Rai 3	18.00-24.00	IN MEZZ'ORA
Rai 3	18.00-24.00	INDOVINA CHI VIENE A CENA
Rai 3	18.00-24.00	INSUPERABILI
Rai 3	18.00-24.00	LA CASA BIANCA
Rai 3	18.00-24.00	L'ANNO SENZA GIORNI
Rai 3	18.00-24.00	LE PAROLE DELLA SETTIMANA
Rai 3	18.00-24.00	L'ERBA DEI VICINI
Rai 3	18.00-24.00	LONTANO DAGLI OCCHI
Rai 3	18.00-24.00	MESSAGGIO DEL PRESIDENTE (lis)
Rai 3	18.00-24.00	POLITICS TRIBUNA
Rai 3	18.00-24.00	POLITICS TUTTO E' POLITICA
Rai 3	18.00-24.00	PRES.AMORE CRIMINALE
Rai 3	18.00-24.00	PRESA DIRETTA
Rai 3	18.00-24.00	RADICI L'ALTRA FACCIA...
Rai 3	18.00-24.00	RAI PARLAMENTO SPECIALE CAMERA
Rai 3	18.00-24.00	RAI PARLAMENTO TELEGIORNALE
Rai 3	18.00-24.00	RAI PARLAMENTO TRIBUNA REFERENDUM
Rai 3	18.00-24.00	REC
Rai 3	18.00-24.00	REPORT

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

a) INFORMAZIONE E APPROFONDIMENTO GENERALE

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 3	18.00-24.00	REPORT CULT
Rai 3	18.00-24.00	SCACCO AL RE-LA CATTURA DI...
Rai 3	18.00-24.00	SCONOSCIUTI LA NOSTRA PERSONALE RICERCA DELLA FELICITA'
Rai 3	18.00-24.00	SEMBRA IERI CRONACA E STORIA
Rai 3	18.00-24.00	STATO CIVILE L'AMORE E' UGUALE PER TUTTI
Rai 3	18.00-24.00	STATO CIVILE L'AMORE E' UGUALE PER TUTTI L'ALBUM
Rai 3	18.00-24.00	STELLENERE
Rai 3	18.00-24.00	STORIE MALEDETTE
Rai 3	18.00-24.00	TG3
Rai 3	18.00-24.00	TG3-EDIZIONE STRAORDINARIA
Rai 3	18.00-24.00	TG3-LINEANOTTE
Rai 3	18.00-24.00	TG3-LINEANOTTE SPECIALE
Rai 3	18.00-24.00	TG3-NEL MONDO
Rai 3	18.00-24.00	TG3-SERA
Rai 3	18.00-24.00	TG3-SPECIALE
Rai 3	18.00-24.00	TGR
Rai 3	18.00-24.00	TGR-SP.ELEZIONI AMMINISTRATIVE
Rai 3	18.00-24.00	TRASHED
Rai 3	18.00-24.00	UN GELATO PER SAVIANO
Rai 3	18.00-24.00	UN GIORNO IN PRETURA
Rai 3	18.00-24.00	VERTIGO
Rai 3	18.00-24.00	VIAGGIO NEL PAESE DEL RISCHIATUTTO
Rai 3	18.00-24.00	WHO'S GONNA LOVE ME NOW?

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

b) PROGRAMMI E RUBRICHE DI SERVIZIO

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 1	06.00-12.00	A CONTI FATTI LA PAROLA A VOI
Rai 1	06.00-12.00	ANGELUS
Rai 1	06.00-12.00	BENEDIZIONE URBI ET ORBI
Rai 1	06.00-12.00	BOLLETTINO VIABILITA'
Rai 1	06.00-12.00	CONCISTORO NUOVI CARDINALI
Rai 1	06.00-12.00	ELEZIONI COMUNALI 2016 (l.i.s.)
Rai 1	06.00-12.00	FONDAZIONE TELETHON-UN SUCCESSO ITALIANO
Rai 1	06.00-12.00	IL CAFFE' DI RAIUNO
Rai 1	06.00-12.00	L'OROSCOPO
Rai 1	06.00-12.00	METEO
Rai 1	06.00-12.00	METEO VERDE
Rai 1	06.00-12.00	RAI NEWS METEO
Rai 1	06.00-12.00	REFERENDUM 2016 (l.i.s.)
Rai 1	06.00-12.00	REFERENDUM COSTITUZIONALE
Rai 1	06.00-12.00	S.MESSA CELEBRATA DAL PAPA
Rai 1	06.00-12.00	SANTA MESSA
Rai 1	06.00-12.00	SANTA MESSA DI PASQUA
Rai 1	06.00-12.00	SANTA MESSA...DELLE PALME
Rai 1	06.00-12.00	STORIE VERE
Rai 1	06.00-12.00	STORIE VERE SPECIALE
Rai 1	06.00-12.00	SUA SANTITA' RECITA IL REGINA.
Rai 1	06.00-12.00	TELETHON
Rai 1	06.00-12.00	TELETHON-STORIE VERE
Rai 1	06.00-12.00	TELETHON-TEMPO E DENARO
Rai 1	06.00-12.00	TELETHON-UNO MATTINA
Rai 1	06.00-12.00	TELETHON-UNO MATTINA IN FAMIGLIA
Rai 1	06.00-12.00	TEMPO E DENARO
Rai 1	06.00-12.00	TG1:CERIM.DI CANONIZZAZIONE...
Rai 1	06.00-12.00	TG1:GIUBILEO DEGLI AMMALATI E DELLE PERSONE DISABILI
Rai 1	06.00-12.00	TG1:S.MESSA CELEBRATA DAL PAPA
Rai 1	06.00-12.00	TG1-INTERNET DAY
Rai 1	06.00-12.00	UNO MATTINA
Rai 1	06.00-12.00	UNO MATTINA ESTATE
Rai 1	06.00-12.00	UNO MATTINA ESTATE SPECIALE
Rai 1	06.00-12.00	UNO MATTINA IN FAMIGLIA
Rai 1	06.00-12.00	UNO MATTINA SPECIALE
Rai 1	12.00-18.00	ANGELUS
Rai 1	12.00-18.00	APERTURA PORTA SANTA E S.MESSA
Rai 1	12.00-18.00	BENEDIZIONE URBI ET ORBI
Rai 1	12.00-18.00	BOLLETTINO VIABILITA'
Rai 1	12.00-18.00	CIBO PER TUTTI
Rai 1	12.00-18.00	COMPLIMENTI PER LA CONNESSIONE
Rai 1	12.00-18.00	CON IL CUORE NEL NOME DI FRANCESCO
Rai 1	12.00-18.00	CONCISTORO NUOVI CARDINALI
Rai 1	12.00-18.00	ELEZIONI COMUNALI 2016 (l.i.s.)
Rai 1	12.00-18.00	METEO
Rai 1	12.00-18.00	REFERENDUM 2016 (l.i.s.)
Rai 1	12.00-18.00	REFERENDUM COSTITUZIONALE
Rai 1	12.00-18.00	S.MESSA CELEBRATA DAL PAPA
Rai 1	12.00-18.00	SABATO IN
Rai 1	12.00-18.00	SANTA MESSA DI PASQUA
Rai 1	12.00-18.00	SANTA MESSA...DELLE PALME
Rai 1	12.00-18.00	SUA SANTITA' RECITA IL REGINA.
Rai 1	12.00-18.00	TELETHON
Rai 1	12.00-18.00	TG1:CERIM.DI CANONIZZAZIONE...
Rai 1	12.00-18.00	TG1:GIUBILEO DEGLI AMMALATI E DELLE PERSONE DISABILI
Rai 1	12.00-18.00	TG1:PREGHIERA ECUMENICA CON PAPA FRANCESCO
Rai 1	12.00-18.00	TG1:S.MESSA CELEBRATA DAL PAPA
Rai 1	12.00-18.00	TG1-INTERNET DAY
Rai 1	12.00-18.00	UNO MATTINA
Rai 1	12.00-18.00	UNO MATTINA ESTATE
Rai 1	12.00-18.00	UNO MATTINA ESTATE SPECIALE
Rai 1	12.00-18.00	UNO MATTINA SPECIALE
Rai 1	18.00-24.00	APERTURA PORTA SANTA E S.MESSA
Rai 1	18.00-24.00	BOLLETTINO VIABILITA'
Rai 1	18.00-24.00	COMPLIMENTI PER LA CONNESSIONE
Rai 1	18.00-24.00	CON IL CUORE NEL NOME DI FRANCESCO
Rai 1	18.00-24.00	ELEZIONI COMUNALI 2016 (l.i.s.)

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

b) PROGRAMMI E RUBRICHE DI SERVIZIO

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 1	18.00-24.00	LA PARTITA DEL CUORE
Rai 1	18.00-24.00	LA PARTITA DEL CUORE 25 ANNI INSIEME
Rai 1	18.00-24.00	LA PARTITA PER LA PACE
Rai 1	18.00-24.00	LA PARTITA PER LA PACE
Rai 1	18.00-24.00	METEO
Rai 1	18.00-24.00	PRES.CON IL CUORE NEL NOME DI FRANCESCO
Rai 1	18.00-24.00	PRES.LA PARTITA DELLA PACE
Rai 1	18.00-24.00	PRES.TELETHON SHOW
Rai 1	18.00-24.00	REFERENDUM 2016 (l.i.s.)
Rai 1	18.00-24.00	REFERENDUM COSTITUZIONALE
Rai 1	18.00-24.00	RITO DELLA VIA CRUCIS
Rai 1	18.00-24.00	SANTA MESSA DI NATALE
Rai 1	18.00-24.00	TELETHON
Rai 1	18.00-24.00	TELETHON SHOW
Rai 1	18.00-24.00	TELETHON...VIA ALLA MARATONA!
Rai 1	18.00-24.00	TG1:S.MESSA CELEBRATA DAL PAPA
Rai 2	06.00-12.00	CULTO DELLA PENTECOSTE
Rai 2	06.00-12.00	CULTO DI NATALE
Rai 2	06.00-12.00	CULTO DI PASQUA
Rai 2	06.00-12.00	CULTO EVANGELICO
Rai 2	06.00-12.00	ELEZIONI COMUNALI 2016 (l.i.s.)
Rai 2	06.00-12.00	I FATTI VOSTRI
Rai 2	06.00-12.00	METEO
Rai 2	06.00-12.00	METEO 2
Rai 2	06.00-12.00	RAI PARLAMENTO SPAZIOLIBERO
Rai 2	06.00-12.00	REFERENDUM 2016 (l.i.s.)
Rai 2	06.00-12.00	REFERENDUM COSTITUZIONALE
Rai 2	12.00-18.00	ELEZIONI COMUNALI 2016 (l.i.s.)
Rai 2	12.00-18.00	I FATTI VOSTRI
Rai 2	12.00-18.00	METEO 2
Rai 2	12.00-18.00	REFERENDUM 2016 (l.i.s.)
Rai 2	12.00-18.00	REFERENDUM COSTITUZIONALE
Rai 2	12.00-18.00	TELETHON (trs)
Rai 2	18.00-24.00	ELEZIONI COMUNALI 2016 (l.i.s.)
Rai 2	18.00-24.00	METEO 2
Rai 2	18.00-24.00	REFERENDUM 2016 (l.i.s.)
Rai 2	18.00-24.00	REFERENDUM COSTITUZIONALE
Rai 2	18.00-24.00	START! LA VITA A PORTATA DI APP
Rai 2	18.00-24.00	TELETHON
Rai 2	18.00-24.00	TG2:S.MESSA CELEBRATA DAL PAPA
Rai 3	06.00-12.00	30' DI...REGIONI
Rai 3	06.00-12.00	COMMUNITY L'ALTRA ITALIA
Rai 3	06.00-12.00	COMMUNITY L'ALTRA ITALIA SPECIALE
Rai 3	06.00-12.00	COMMUNITY LE STORIE SPECIALE
Rai 3	06.00-12.00	COMPLIMENTI PER LA CONNESSIONE
Rai 3	06.00-12.00	ELEZIONI COMUNALI 2016 (l.i.s.)
Rai 3	06.00-12.00	LE MANI SVELTE
Rai 3	06.00-12.00	METEO 3
Rai 3	06.00-12.00	MI MANDA RAITRE
Rai 3	06.00-12.00	RAI NEWS METEO
Rai 3	06.00-12.00	REFERENDUM 2016 (l.i.s.)
Rai 3	06.00-12.00	REFERENDUM COSTITUZIONALE
Rai 3	06.00-12.00	TGR-ESTOVEST
Rai 3	12.00-18.00	CHI L'HA VISTO? 12:25
Rai 3	12.00-18.00	ELEZIONI COMUNALI 2016 (l.i.s.)
Rai 3	12.00-18.00	IL POSTO GIUSTO
Rai 3	12.00-18.00	ISLAM,ITALIA
Rai 3	12.00-18.00	METEO 3
Rai 3	12.00-18.00	PRES.ISLAM,ITALIA
Rai 3	12.00-18.00	REFERENDUM 2016 (l.i.s.)
Rai 3	12.00-18.00	REFERENDUM COSTITUZIONALE
Rai 3	12.00-18.00	TGR METEO
Rai 3	12.00-18.00	TGR-MEDITERRANEO
Rai 3	18.00-24.00	CHI L'HA VISTO ?
Rai 3	18.00-24.00	CHI L'HA VISTO SPECIALE?
Rai 3	18.00-24.00	ELEZIONI COMUNALI 2016 (l.i.s.)
Rai 4	18.00-24.01	ELISIR SPECIALE
Rai 3	18.00-24.00	ISLAM,ITALIA

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

b) PROGRAMMI E RUBRICHE DI SERVIZIO

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 3	18.00-24.00	METEO 3
Rai 3	18.00-24.00	MI MANDA RAITRE (trs)
Rai 3	18.00-24.00	REFERENDUM 2016 (l.i.s.)
Rai 3	18.00-24.00	REFERENDUM COSTITUZIONALE
Rai 3	18.00-24.00	TGR METEO

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

c) PROGRAMMI E RUBRICHE DI PROMOZIONE CULTURALE

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 1	06.00-12.00	CONCERTO DELL'EPIFANIA
Rai 1	06.00-12.00	CONCERTO DI NATALE
Rai 1	06.00-12.00	DREAMS ROADS
Rai 1	06.00-12.00	EASY DRIVER
Rai 1	06.00-12.00	FIRMATO RAI 1 RICORDA...
Rai 1	06.00-12.00	FUORI LUOGO
Rai 1	06.00-12.00	FUORI LUOGO SPECIALE
Rai 1	06.00-12.00	LINEA VERDE ORIZZONTI
Rai 1	06.00-12.00	LINEA VERDE ORIZZONTI ESTATE
Rai 1	06.00-12.00	L'ITALIA DELLA REPUBBLICA
Rai 1	06.00-12.00	LO ZECCHINO DI NATALE
Rai 1	06.00-12.00	NOSTRA MADRE TERRA
Rai 1	06.00-12.00	OVERLAND
Rai 1	06.00-12.00	PAESI CHE VAI...
Rai 1	06.00-12.00	PASSAGGIO A NORD OVEST
Rai 1	06.00-12.00	PASSAGGIO A NORD OVEST DOC
Rai 1	06.00-12.00	QUARK ATLANTE
Rai 1	12.00-18.00	BILLY
Rai 1	12.00-18.00	CALLAS
Rai 1	12.00-18.00	CONC.ANN.COSTITUZIONE REPUB.
Rai 1	12.00-18.00	CONCERTO DI CAPODANNO
Rai 1	12.00-18.00	CONCERTO DI NATALE
Rai 1	12.00-18.00	DORECIAKGULP
Rai 1	12.00-18.00	FIRMATO RAI 1 RICORDA...
Rai 1	12.00-18.00	FUORI LUOGO
Rai 1	12.00-18.00	FUORI LUOGO SPECIALE
Rai 1	12.00-18.00	IL MEGLIO DI LINEA VERDE
Rai 1	12.00-18.00	IN VIAGGIO CON LA ZIA
Rai 1	12.00-18.00	LINEA BIANCA
Rai 1	12.00-18.00	LINEA BLU
Rai 1	12.00-18.00	LINEA VERDE
Rai 1	12.00-18.00	LINEA VERDE DI SABATO
Rai 1	12.00-18.00	LINEA VERDE ESTATE
Rai 1	12.00-18.00	LINEA VERDE ORIZZONTI ESTATE
Rai 1	12.00-18.00	LINEABLU SPECIALE
Rai 1	12.00-18.00	L'ITALIA DELLA REPUBBLICA
Rai 1	12.00-18.00	MEMORIE DI ADRIANO
Rai 1	12.00-18.00	NAPOLI PRIMA E DOPO
Rai 1	12.00-18.00	NATALE DA STIMARE
Rai 1	12.00-18.00	PAESI CHE VAI...
Rai 1	12.00-18.00	PASSAGGIO A NORD OVEST
Rai 1	12.00-18.00	RESTORE
Rai 1	12.00-18.00	ROAD BOOK
Rai 1	12.00-18.00	SUPEREROI
Rai 1	12.00-18.00	TIZIANO FERRO LO STADIO
Rai 1	12.00-18.00	UNA PATATINA NELLO ZUCCHERO
Rai 1	12.00-18.00	UNA VOCE PER PADRE PIO
Rai 1	18.00-24.00	66^ FESTIVAL DI SANREMO
Rai 1	18.00-24.00	ANDREA BOCELLI-IL MIO CINEMA
Rai 1	18.00-24.00	ARENA' RENATO ZERO SI RACCONTA
Rai 1	18.00-24.00	AVRAI
Rai 1	18.00-24.00	CAMILLERI RACCONTA MONTALBANO
Rai 1	18.00-24.00	CASTROCARO-CONCORSO VOCI NUOVE
Rai 1	18.00-24.00	CONC.ANN.COSTITUZIONE REPUB.
Rai 1	18.00-24.00	CONCERTO BANDA CARABINIERI
Rai 1	18.00-24.00	CONCERTO DI PASQUA
Rai 1	18.00-24.00	DEDICATO A MINACELENTANO
Rai 1	18.00-24.00	DOMANI E' CASTROCARO
Rai 1	18.00-24.00	EUROVISION SONG CONTEST
Rai 1	18.00-24.00	FOLK EXPRESS VIAGGIO TRA I SUONI DEL MONDO
Rai 1	18.00-24.00	FRANCESCO LU SANTO JULLARE
Rai 1	18.00-24.00	FUORI LUOGO
Rai 1	18.00-24.00	FUORI LUOGO SPECIALE
Rai 1	18.00-24.00	GENERATION WHAT?
Rai 1	18.00-24.00	GLI OCCHI CAMBIANO
Rai 1	18.00-24.00	I NOSTRI ANGELI
Rai 1	18.00-24.00	IL SUONO DELLA DOMENICA
Rai 1	18.00-24.00	IL VOLO UN'AVVENTURA STRAORDINARIA

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

c) PROGRAMMI E RUBRICHE DI PROMOZIONE CULTURALE

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 1	18.00-24.00	IN VIAGGIO CON LA ZIA
Rai 1	18.00-24.00	INTERVISTA A ETTORE BERNABEI
Rai 1	18.00-24.00	LA PIU' BELLA DEL MONDO
Rai 1	18.00-24.00	LE VIE DELL'AMICIZIA...
Rai 1	18.00-24.00	LIGABUE ITALIA
Rai 1	18.00-24.00	L'IMPORTANTE E' AVERE UN PIANO
Rai 1	18.00-24.00	MADAMA BUTTERFLY
Rai 1	18.00-24.00	MEMORIE DI ADRIANO
Rai 1	18.00-24.00	MOGOL RACCONTA
Rai 1	18.00-24.00	MUSIC FOR MERCY
Rai 1	18.00-24.00	NAPOLI PRIMA E DOPO
Rai 1	18.00-24.00	OVERLAND-L'ESTREMO SUD-EST ASIATICO
Rai 1	18.00-24.00	PASSAGGIO A NORD OVEST
Rai 1	18.00-24.00	POOH AMICI PER SEMPRE
Rai 1	18.00-24.00	PREMIO BIAGIO AGNES
Rai 1	18.00-24.00	PREMIO LE MASCHERE DEL TEATRO
Rai 1	18.00-24.00	ROAD BOOK
Rai 1	18.00-24.00	SANREMO START
Rai 1	18.00-24.00	SARA' SANREMO
Rai 1	18.00-24.00	SIENA:PALIO DELLE CONTRADE
Rai 1	18.00-24.00	SIGNORE E SIGNORI AL BANO E ROMINA POWER
Rai 1	18.00-24.00	STANOTTE A FIRENZE
Rai 1	18.00-24.00	STANOTTE A SAN PIETRO
Rai 1	18.00-24.00	STANOTTE AL MUSEO EGIZIO
Rai 1	18.00-24.00	SUPER QUARK
Rai 1	18.00-24.00	SUPEREROI
Rai 1	18.00-24.00	UN MONDO MIGLIORE
Rai 1	18.00-24.00	UNA VOCE PER PADRE PIO
Rai 1	18.00-24.00	VIVA MOGOL CON I GRANDI DELLA MUSICA
Rai 1	18.00-24.00	VIVA MOGOL THE BEST
Rai 1	18.00-24.00	WIND MUSIC AWARDS
Rai 1	18.00-24.00	ZUCCHERO PARTIGIANO REGGIANO
Rai 2	06.00-12.00	ACHAB LIBRI IN ONDA
Rai 2	06.00-12.00	CALL ME PRINCE
Rai 2	06.00-12.00	CRONACHE ANIMALI
Rai 2	06.00-12.00	DUEGIUGNO46 IL GIORNO CHE DIVENNE FESTA
Rai 2	06.00-12.00	EAT PARADE
Rai 2	06.00-12.00	FRIGO
Rai 2	06.00-12.00	GOLDEN CAT SHOW
Rai 2	06.00-12.00	I NOSTRI AMICI ANIMALI
Rai 2	06.00-12.00	MEMEX
Rai 2	06.00-12.00	SUMMER VOYAGER AI CONFINI DELLA...
Rai 2	06.00-12.00	SUONI DELL'ANIMA
Rai 2	06.00-12.00	TG2-SI,VIAGGIARE
Rai 2	06.00-12.00	VIAGGI DA RECORD
Rai 2	12.00-18.00	CONCERTO DI CAPODANNO
Rai 2	12.00-18.00	EAT PARADE
Rai 2	12.00-18.00	I NOSTRI AMICI ANIMALI
Rai 2	12.00-18.00	SERENO VARIABILE
Rai 2	12.00-18.00	SERENO VARIABILE ESTATE
Rai 2	12.00-18.00	SIGNORI DEL VINO
Rai 2	12.00-18.00	SUMMER VOYAGER AI CONFINI DELLA...
Rai 2	12.00-18.00	TG2-SI,VIAGGIARE
Rai 2	12.00-18.00	VENEZIA:REGATA STORICA
Rai 2	12.00-18.00	VIAGGI DA RECORD
Rai 2	12.00-18.00	VOYAGER AI CONFINI DELLA...
Rai 2	18.00-24.00	A BERLINO COLPO GROSSO
Rai 2	18.00-24.00	EMOZIONI
Rai 2	18.00-24.00	EMOZIONI PLAYLIST
Rai 2	18.00-24.00	GINO BARTALI IL CAMPIONE E L'EROE
Rai 2	18.00-24.00	MAI PIU' BULLISMO
Rai 2	18.00-24.00	MIKA LOVES PARIS
Rai 2	18.00-24.00	PREMIO INTERNAZIONALE DEL VINO
Rai 2	18.00-24.00	PREMIO MARISA BELLISARIO
Rai 2	18.00-24.00	PRES.VOYAGER
Rai 2	18.00-24.00	REGATA ANTICHE REPUBBLICHE...
Rai 2	18.00-24.00	SERENO VARIABILE
Rai 2	18.00-24.00	SIENA:PALIO DELLE CONTRADE

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

c) PROGRAMMI E RUBRICHE DI PROMOZIONE CULTURALE

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 2	18.00-24.00	SIGNORI DEL VINO
Rai 2	18.00-24.00	SUMMER VOYAGER AI CONFINI DELLA...
Rai 2	18.00-24.00	TIM MUSIC ON STAGE AWARDS
Rai 2	18.00-24.00	UNICI
Rai 2	18.00-24.00	VENEZIA:REGATA STORICA
Rai 2	18.00-24.00	VIAGGI DA RECORD
Rai 2	18.00-24.00	VOYAGER AI CONFINI DELLA...
Rai 3	06.00-12.00	ALBUM PERSONALE
Rai 3	06.00-12.00	CAMERA CON VISTA
Rai 3	06.00-12.00	CAMERA CON VISTA SPECIALE
Rai 3	06.00-12.00	COLPO DI SCENA
Rai 3	06.00-12.00	CON AURA...SENZ'AURA VIAGGIO..
Rai 3	06.00-12.00	CON MARCO PANNELLA
Rai 3	06.00-12.00	CORREVA L'ANNO
Rai 3	06.00-12.00	DAL GRAN CONSIGLIO AL...
Rai 3	06.00-12.00	DOMENICA GEO
Rai 3	06.00-12.00	E LASCIATEMI DIVERTIRE
Rai 3	06.00-12.00	ESIBIZIONE CANORA
Rai 3	06.00-12.00	FIGU ALBUM DI PERSONE...
Rai 3	06.00-12.00	GEO
Rai 3	06.00-12.00	GERSHWIN
Rai 3	06.00-12.00	GRANDI MOSTRE
Rai 3	06.00-12.00	ITALIA VIAGGIO NELLA BELLEZZA
Rai 3	06.00-12.00	LA BATTAGLIA DI ROMA
Rai 3	06.00-12.00	LA QUARTA ETA'
Rai 3	06.00-12.00	LE TECNICHE DELL'ASSENZA-MACBETH SECONDO CARMELO BENE
Rai 3	06.00-12.00	L'ULTIMA INTERVISTA DI FIDEL
Rai 3	06.00-12.00	POTERE E BELLEZZA
Rai 3	06.00-12.00	PRES.THE COOKING SHOW
Rai 3	06.00-12.00	PROVINCIA CAPITALE
Rai 3	06.00-12.00	QUANTE STORIE
Rai 3	06.00-12.00	QUANTE STORIE DI SABATO
Rai 3	06.00-12.00	R.A.M. RICERCA ARCHIVIO MEMORIA
Rai 3	06.00-12.00	RE-ITALIANI
Rai 3	06.00-12.00	RITRATTI
Rai 3	06.00-12.00	RIVEDIAMOLI
Rai 3	06.00-12.00	SIGNORIE
Rai 3	06.00-12.00	SLANG THAT'SAPORE
Rai 3	06.00-12.00	TGR-BELLITALIA
Rai 3	06.00-12.00	THE COOKING SHOW-IL MONDO IN UN PIATTO
Rai 3	06.00-12.00	VIVA LA STORIA
Rai 3	12.00-18.00	1^ MAGGIO FESTA...
Rai 3	12.00-18.00	ALI IN ACTION
Rai 3	12.00-18.00	ASPETTANDO...GEO
Rai 3	12.00-18.00	COLPO DI SCENA
Rai 3	12.00-18.00	CONCERTO DI FERRAGOSTO
Rai 3	12.00-18.00	CORREVA L'ANNO
Rai 3	12.00-18.00	E LASCIATEMI DIVERTIRE
Rai 3	12.00-18.00	FIGU ALBUM DI PERSONE...
Rai 3	12.00-18.00	GENOVA:SALONE NAUTICO
Rai 3	12.00-18.00	GEO
Rai 3	12.00-18.00	GEO & GEO
Rai 3	12.00-18.00	GEO (sca)
Rai 3	12.00-18.00	GEO MAGAZINE
Rai 3	12.00-18.00	GIORGIO ALBERTAZZI VITA MORTE E MIRACOLI
Rai 3	12.00-18.00	GLI ARCHIVI DEL '900
Rai 3	12.00-18.00	IL CARNEVALE DI VIAREGGIO
Rai 3	12.00-18.00	IL GRANDE FREDDO
Rai 3	12.00-18.00	IL MIO NOVECENTO
Rai 3	12.00-18.00	KILIMANGIARO IL BORGO DEI BORGHI
Rai 3	12.00-18.00	KILIMANGIARO IL GRANDE VIAGGIO
Rai 3	12.00-18.00	KILIMANGIARO MAG
Rai 3	12.00-18.00	KILIMANGIARO TUTTE LE FACCE DEL MONDO
Rai 3	12.00-18.00	KILIMANGIARO TUTTO UN ALTRO MONDO
Rai 3	12.00-18.00	LA GIOSTRA DELLA QUINTANA
Rai 3	12.00-18.00	LA GRANDE STORIA
Rai 3	12.00-18.00	LA GRANDE STORIA SPECIALE
Rai 3	12.00-18.00	LE RAGAZZE DEL '46

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

c) PROGRAMMI E RUBRICHE DI PROMOZIONE CULTURALE

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 3	12.00-18.00	MINI RITRATTI
Rai 3	12.00-18.00	NOI SIAMO L'ITALIA
Rai 3	12.00-18.00	PALIO DE LA MARCILIANA
Rai 3	12.00-18.00	PALIO DI ASTI
Rai 3	12.00-18.00	PANE QUOTIDIANO
Rai 3	12.00-18.00	PREMIO BIAGIO AGNES SPECIALE
Rai 3	12.00-18.00	PREMIO INTERNAZIONALE FLAIANO
Rai 3	12.00-18.00	PRES.1^ MAGGIO FESTA...
Rai 3	12.00-18.00	QUANTE STORIE
Rai 3	12.00-18.00	R.A.M. RICERCA ARCHIVIO MEMORIA
Rai 3	12.00-18.00	RE-IL TEMPO E LA STORIA
Rai 3	12.00-18.00	RE-IL TEMPO E LA STORIA/TRIBUNA ELETTORALE
Rai 3	12.00-18.00	RE-LA STORIA SIAMO NOI
Rai 3	12.00-18.00	RITRATTI
Rai 3	12.00-18.00	RIVEDIAMOLI
Rai 3	12.00-18.00	SCALA MERCALLI
Rai 3	12.00-18.00	SLANG SOGNO L'AMERICA NEL GIARDINO
Rai 3	12.00-18.00	STORIE SOSPETTE
Rai 3	12.00-18.00	TEATRO ALLA SCALA IL TEMPIO DELLE MERAVIGLIE
Rai 3	12.00-18.00	TGR-PETRARCA
Rai 3	12.00-18.00	VOLERE VOTARE
Rai 3	18.00-24.00	#TRETRE3
Rai 3	18.00-24.00	1^ MAGGIO FESTA...
Rai 3	18.00-24.00	ASPETTANDO...GEO
Rai 3	18.00-24.00	BARBIERI D'ITALIA
Rai 3	18.00-24.00	CALL ME PRINCE
Rai 3	18.00-24.00	COLPO DI SCENA
Rai 3	18.00-24.00	COLPO DI SCENA SPECIALE
Rai 3	18.00-24.00	CORREVA L'ANNO
Rai 3	18.00-24.00	FERMO:IL PALIO DELL'ASSUNTA
Rai 3	18.00-24.00	FIGU ALBUM DI PERSONE...
Rai 3	18.00-24.00	FRANCESCO LU SANTO JULLARE
Rai 3	18.00-24.00	GEO (sca)
Rai 3	18.00-24.00	GEO MAGAZINE (sca)
Rai 3	18.00-24.00	GIORGIO ALBERTAZZI VITA MORTE E MIRACOLI
Rai 3	18.00-24.00	IL BORGO DEI BORGHI
Rai 3	18.00-24.00	IL GRANDE FREDDO
Rai 3	18.00-24.00	IL MIO NOVECENTO
Rai 3	18.00-24.00	IL MONDO A 45 GIRI
Rai 3	18.00-24.00	KILIMANGIARO MAG
Rai 3	18.00-24.00	KILIMANGIARO TUTTE LE FACCE DEL MONDO
Rai 3	18.00-24.00	KILIMANGIARO TUTTO UN ALTRO MONDO
Rai 3	18.00-24.00	LA GIOSTRA DELLA QUINTANA
Rai 3	18.00-24.00	LA GRANDE STORIA
Rai 3	18.00-24.00	LA GRANDE STORIA ROTOCALCO
Rai 3	18.00-24.00	LA GRANDE STORIA SPECIALE
Rai 3	18.00-24.00	LE RAGAZZE DEL '46
Rai 3	18.00-24.00	PALIO DE LA MARCILIANA
Rai 3	18.00-24.00	PALIO DI ASTI
Rai 3	18.00-24.00	PER UMBERTO ECO
Rai 3	18.00-24.00	PER UN PUGNO DI LIBRI
Rai 3	18.00-24.00	PREMIO LETTERARIO STREGA
Rai 3	18.00-24.00	QUANTE STORIE
Rai 3	18.00-24.00	RIVEDIAMOLI
Rai 3	18.00-24.00	SCALA MERCALLI
Rai 3	18.00-24.00	TROPPO GIOVANI PER MORIRE
Rai 3	18.00-24.00	TUTTA SALUTE SPECIALE
Rai 3	18.00-24.00	ULISSE IL PIACERE DELLA...
Rai 3	18.00-24.00	UNA BELLA VACANZA BUON...
Rai 3	18.00-24.00	VIAGGIO NELL'ITALIA DEL GIRO
Rai 3	18.00-24.00	VISIONARI

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

d) INFORMAZIONE E PROGRAMMI SPORTIVI

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 1	06.00-12.00	DOPO IL GP
Rai 1	06.00-12.00	GRAN PREMIO
Rai 1	06.00-12.00	GRAN PREMIO DI FORMULA 1
Rai 1	12.00-18.00	CALCIO CAMPIONATO EUROPEO
Rai 1	12.00-18.00	CALCIO SUPERCOPPA D'ITALIA
Rai 1	12.00-18.00	DIRETTAZZURRA
Rai 1	12.00-18.00	DOPO IL GP
Rai 1	12.00-18.00	GRAN PREMIO
Rai 1	12.00-18.00	GRAN PREMIO DI FORMULA 1
Rai 1	12.00-18.00	PRIMA DEL GP
Rai 1	12.00-18.00	RAI SPORT
Rai 1	12.00-18.00	RAI SPORT-SPECIALE
Rai 1	12.00-18.00	UEFA EURO 2016 FRANCE
Rai 1	18.00-24.00	CALCIO AMICHEVOLE
Rai 1	18.00-24.00	CALCIO CAMPIONATO EUROPEO
Rai 1	18.00-24.00	CALCIO COPPA ITALIA
Rai 1	18.00-24.00	CALCIO QUALIF.CAMP.MONDIALE
Rai 1	18.00-24.00	CALCIO SUPERCOPPA D'ITALIA
Rai 1	18.00-24.00	EUROPEAN QUALIFIERS 2018 FIFA WORLD CUP
Rai 1	18.00-24.00	RAI SPORT
Rai 1	18.00-24.00	RAI SPORT-SPECIALE
Rai 1	18.00-24.00	SOGNO AZZURRO
Rai 1	18.00-24.00	SOGNO AZZURRO ARRIVA LA NAZIONALE
Rai 1	18.00-24.00	SPORT:CALCIO
Rai 1	18.00-24.00	UEFA EURO 2016 FRANCE
Rai 2	06.00-12.00	ATLETICA LEGGERA
Rai 2	06.00-12.00	AUTOMOBILISMO
Rai 2	06.00-12.00	BEACH VOLLEY OLIMPICO
Rai 2	06.00-12.00	BEACH VOLLEY OLIMPICO FEMMINILE
Rai 2	06.00-12.00	CALCIO OLIMPICO
Rai 2	06.00-12.00	CALCIO OLIMPICO FEMMINILE
Rai 2	06.00-12.00	CANOA
Rai 2	06.00-12.00	CANOTTAGGIO
Rai 2	06.00-12.00	CERIM.APERT.GIOCHI PARALIMPICI
Rai 2	06.00-12.00	CICLISMO
Rai 2	06.00-12.00	CICLISMO SU PISTA
Rai 2	06.00-12.00	GINNASTICA ARTISTICA
Rai 2	06.00-12.00	GINNASTICA ARTISTICA FEMMINILE
Rai 2	06.00-12.00	GINNASTICA RITMICA
Rai 2	06.00-12.00	GOLF
Rai 2	06.00-12.00	JUDO
Rai 2	06.00-12.00	LOTTA LIBERA
Rai 2	06.00-12.00	MOUNTAIN BIKE
Rai 2	06.00-12.00	NUOTO
Rai 2	06.00-12.00	NUOTO SINCRONIZZATO
Rai 2	06.00-12.00	OLIMPIADI RIO 2016
Rai 2	06.00-12.00	PALLACANESTRO
Rai 2	06.00-12.00	PALLACANESTRO OLIMPICA
Rai 2	06.00-12.00	PALLACANESTRO OLIMPICA FEMMINILE
Rai 2	06.00-12.00	PALLANUOTO
Rai 2	06.00-12.00	PALLANUOTO FEMMINILE
Rai 2	06.00-12.00	PALLANUOTO OLIMPICA
Rai 2	06.00-12.00	PALLANUOTO OLIMPICA FEMMINILE
Rai 2	06.00-12.00	PALLAVOLO OLIMPICA

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

d) INFORMAZIONE E PROGRAMMI SPORTIVI

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 2	06.00-12.00	PALLAVOLO OLIMPICA FEMMINILE
Rai 2	06.00-12.00	PARALYMPIC GAMES RIO 2016
Rai 2	06.00-12.00	PENTATLON MODERNO
Rai 2	06.00-12.00	POLE POSITION
Rai 2	06.00-12.00	PUGILATO
Rai 2	06.00-12.00	RAI SPORT-SPECIALE OLIMPIADI
Rai 2	06.00-12.00	SCHERMA
Rai 2	06.00-12.00	SOLLEVAMENTO PESI
Rai 2	06.00-12.00	TENNIS
Rai 2	06.00-12.00	TENNIS TAVOLO
Rai 2	06.00-12.00	TIRO A SEGNO
Rai 2	06.00-12.00	TIRO A VOLO
Rai 2	06.00-12.00	TIRO CON L'ARCO
Rai 2	06.00-12.00	TRIATHLON
Rai 2	06.00-12.00	TUFFI
Rai 2	06.00-12.00	VELA
Rai 2	06.00-12.00	WINDSURF
Rai 2	12.00-18.00	ATLETICA LEGGERA
Rai 2	12.00-18.00	AUTOMOBILISMO
Rai 2	12.00-18.00	BEACH VOLLEY OLIMPICO
Rai 2	12.00-18.00	CAFFE' DEGLI EUROPEI
Rai 2	12.00-18.00	CALCIO OLIMPICO
Rai 2	12.00-18.00	CANOA
Rai 2	12.00-18.00	CANOTTAGGIO
Rai 2	12.00-18.00	CICLISMO
Rai 2	12.00-18.00	CICLISMO SU PISTA
Rai 2	12.00-18.00	EQUITAZIONE
Rai 2	12.00-18.00	GINNASTICA ARTISTICA FEMMINILE
Rai 2	12.00-18.00	GINNASTICA RITMICA
Rai 2	12.00-18.00	GOLF
Rai 2	12.00-18.00	GRAN PREMIO DI FORMULA 1
Rai 2	12.00-18.00	JUDO
Rai 2	12.00-18.00	LOTTA LIBERA
Rai 2	12.00-18.00	MOUNTAIN BIKE
Rai 2	12.00-18.00	NOVANTESIMO MINUTO
Rai 2	12.00-18.00	NOVANTESIMO MINUTO SERIE B
Rai 2	12.00-18.00	NOVANTESIMO MINUTO ZONA MISTA
Rai 2	12.00-18.00	NUOTO
Rai 2	12.00-18.00	NUOTO SINCRONIZZATO
Rai 2	12.00-18.00	OLIMPIADI RIO 2016
Rai 2	12.00-18.00	PALLANUOTO OLIMPICA
Rai 2	12.00-18.00	PALLANUOTO OLIMPICA FEMMINILE
Rai 2	12.00-18.00	PALLAVOLO OLIMPICA
Rai 2	12.00-18.00	PALLAVOLO OLIMPICA FEMMINILE
Rai 2	12.00-18.00	POLE POSITION
Rai 2	12.00-18.00	PUGILATO
Rai 2	12.00-18.00	RAI SPORT
Rai 2	12.00-18.00	RAI SPORT-DRIBBLING
Rai 2	12.00-18.00	SCHERMA
Rai 2	12.00-18.00	TENNIS
Rai 2	12.00-18.00	TG OLIMPICO
Rai 2	12.00-18.00	TGSPORT
Rai 2	12.00-18.00	TIRO A SEGNO
Rai 2	12.00-18.00	TIRO A VOLO
Rai 2	12.00-18.00	TIRO CON L'ARCO
Rai 2	12.00-18.00	TUFFI
Rai 2	12.00-18.00	UEFA EURO 2016 FRANCE
Rai 2	18.00-24.00	ATLETICA LEGGERA
Rai 2	18.00-24.00	AUTOMOBILISMO
Rai 2	18.00-24.00	BEACH VOLLEY OLIMPICO
Rai 2	18.00-24.00	BEACH VOLLEY OLIMPICO FEMMINILE
Rai 2	18.00-24.00	BMX
Rai 2	18.00-24.00	CALCIO AMICHEVOLE
Rai 2	18.00-24.00	CALCIO AMICHEVOLE UNDER 21
Rai 2	18.00-24.00	CALCIO CAMPIONATO EUROPEO
Rai 2	18.00-24.00	CALCIO CHAMPAGNE
Rai 2	18.00-24.00	CALCIO COPPA ITALIA

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

d) INFORMAZIONE E PROGRAMMI SPORTIVI

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 2	18.00-24.00	CALCIO OLIMPICO
Rai 2	18.00-24.00	CALCIO QUAL.CAMP.EUR.UNDER 21
Rai 2	18.00-24.00	CANOA
Rai 2	18.00-24.00	CANOTTAGGIO
Rai 2	18.00-24.00	CERIM.APERT.GIOCHI PARALIMPICI
Rai 2	18.00-24.00	CICLISMO
Rai 2	18.00-24.00	CICLISMO SU PISTA
Rai 2	18.00-24.00	DOPO IL GP
Rai 2	18.00-24.00	EQUITAZIONE
Rai 2	18.00-24.00	GINNASTICA ARTISTICA
Rai 2	18.00-24.00	GINNASTICA ARTISTICA FEMMINILE
Rai 2	18.00-24.00	GINNASTICA RITMICA
Rai 2	18.00-24.00	GOLF
Rai 2	18.00-24.00	GRAN PREMIO
Rai 2	18.00-24.00	GRAN PREMIO DI FORMULA 1
Rai 2	18.00-24.00	JUDO
Rai 2	18.00-24.00	LA DOMENICA SPORTIVA
Rai 2	18.00-24.00	LA DOMENICA SPORTIVA ESTATE
Rai 2	18.00-24.00	LA DOMENICA SPORTIVA SPECIALE
Rai 2	18.00-24.00	LOTTA GRECO ROMANA
Rai 2	18.00-24.00	MOUNTAIN BIKE
Rai 2	18.00-24.00	NOVANTESIMO MINUTO
Rai 2	18.00-24.00	NOVANTESIMO MINUTO SERIE B
Rai 2	18.00-24.00	NOVANTESIMO MINUTO TEMPI...
Rai 2	18.00-24.00	NOVANTESIMO MINUTO ZONA MISTA
Rai 2	18.00-24.00	NUMERO 1
Rai 2	18.00-24.00	NUOTO
Rai 2	18.00-24.00	NUOTO SINCRONIZZATO
Rai 2	18.00-24.00	OLIMPIADI RIO 2016
Rai 2	18.00-24.00	PALLACANESTRO OLIMPICA
Rai 2	18.00-24.00	PALLANUOTO OLIMPICA
Rai 2	18.00-24.00	PALLANUOTO OLIMPICA FEMMINILE
Rai 2	18.00-24.00	PALLAVOLO OLIMPICA
Rai 2	18.00-24.00	PALLAVOLO OLIMPICA FEMMINILE
Rai 2	18.00-24.00	PARALYMPIC GAMES RIO 2016
Rai 2	18.00-24.00	PENTATLON MODERNO
Rai 2	18.00-24.00	POLE POSITION
Rai 2	18.00-24.00	PRES.CALCIO CHAMPAGNE
Rai 2	18.00-24.00	PROCESSO ALLA TAPPA TOUR
Rai 2	18.00-24.00	PUGILATO
Rai 2	18.00-24.00	RAI SPORT
Rai 2	18.00-24.00	RAI SPORT-SABATO SPRINT
Rai 2	18.00-24.00	RUGBY
Rai 2	18.00-24.00	SCHERMA
Rai 2	18.00-24.00	SOLLEVAMENTO PESI
Rai 2	18.00-24.00	SPECIALE OLIMPIADI
Rai 2	18.00-24.00	SPORT:CALCIO
Rai 2	18.00-24.00	TENNIS
Rai 2	18.00-24.00	TG OLIMPICO
Rai 2	18.00-24.00	TGSPORT
Rai 2	18.00-24.00	TIRO A SEGNO
Rai 2	18.00-24.00	TIRO A VOLO
Rai 2	18.00-24.00	TIRO CON L'ARCO
Rai 2	18.00-24.00	TOUR DE FRANCE:TOUR ALL'ARRIVO
Rai 2	18.00-24.00	TUFFI
Rai 2	18.00-24.00	UEFA EURO 2016 FRANCE
Rai 2	18.00-24.00	VELA
Rai 2	18.00-24.00	WINDSURF
Rai 3	06.00-12.00	CICLISMO
Rai 3	06.00-12.00	LUNEDI' SPORT
Rai 3	06.00-12.00	RAI SPORT
Rai 3	06.00-12.00	SCI COPPA DEL MONDO
Rai 3	12.00-18.00	99^ GIRO D'ITALIA:GIRO ALL'ARRIVO
Rai 3	12.00-18.00	99^ GIRO D'ITALIA:GIRO DIRETTA
Rai 3	12.00-18.00	CALCIO QUAL.CAMP.EUR.UNDER 21
Rai 3	12.00-18.00	CICLISMO
Rai 3	12.00-18.00	EQUITAZIONE

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

d) INFORMAZIONE E PROGRAMMI SPORTIVI

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 3	12.00-18.00	PROCESSO ALLA TAPPA TOUR
Rai 3	12.00-18.00	RAI SPORT-IL PROCESSO ALLA...
Rai 3	12.00-18.00	SFIDE
Rai 3	12.00-18.00	SFIDE OLIMPICHE
Rai 3	12.00-18.00	SPORT:CALCIO
Rai 3	12.00-18.00	TOUR DE FRANCE:TOUR ALL'ARRIVO
Rai 3	12.00-18.00	TOUR DE FRANCE:TOUR DIRETTA
Rai 3	18.00-24.00	CALCIO AMICHEVOLE
Rai 3	18.00-24.00	CALCIO CAMP.EUROPEO UNDER 19
Rai 3	18.00-24.00	CALCIO COPPA ITALIA
Rai 3	18.00-24.00	CALCIO QUAL.CAMP.EUR.UNDER 21
Rai 3	18.00-24.00	CICLISMO
Rai 3	18.00-24.00	EQUITAZIONE
Rai 3	18.00-24.00	I GIORNI DI PARIGI
Rai 3	18.00-24.00	IL PROCESSO DEL LUNEDI'
Rai 3	18.00-24.00	PRES.IL PROCESSO DEL LUNEDI'
Rai 3	18.00-24.00	PROCESSO ALLA TAPPA TOUR
Rai 3	18.00-24.00	RAI SPORT
Rai 3	18.00-24.00	RAI SPORT-IL PROCESSO ALLA...
Rai 3	18.00-24.00	RAI SPORT-SPECIALE
Rai 3	18.00-24.00	SFIDE
Rai 3	18.00-24.00	SFIDE OLIMPICHE
Rai 3	18.00-24.00	SPORT:CALCIO
Rai 3	18.00-24.00	TGSPORT SPECIALE
Rai 3	18.00-24.00	TOUR DE FRANCE:TOUR ALL'ARRIVO
Rai 3	18.00-24.00	TOUR DE FRANCE:TOUR DIRETTA
Rai 3	18.00-24.00	UEFA UNDER 19 CHAMPIONSHIP

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

e) PROGRAMMI PER MINORI

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 1	12.00-18.00	59^ ZECCHINO D'ORO
Rai 1	12.00-18.00	FROZEN FEVER
Rai 1	12.00-18.00	FROZEN IL REGNO DI GHIACCIO
Rai 1	12.00-18.00	TG1-DIALOGO
Rai 2	06.00-12.00	HEARTLAND
Rai 2	06.00-12.00	IL BARONE DI MUNCHAUSEN
Rai 2	06.00-12.00	IL NOSTRO AMICO CHARLY
Rai 2	06.00-12.00	IL NOSTRO AMICO KALLE
Rai 2	06.00-12.00	IL RICHIAMO DELLA...
Rai 2	06.00-12.00	IL TOCCO DI UN ANGELO
Rai 2	06.00-12.00	INSPECTOR GADGET 2
Rai 2	06.00-12.00	LE SORELLE MCLEOD
Rai 2	06.00-12.00	MAGA MARTINA E IL LIBRO...
Rai 2	06.00-12.00	OLIVER & COMPANY
Rai 2	06.00-12.00	SUMMER VOYAGER AI CONFINI DELLA...
Rai 2	06.00-12.00	THE GOOD WITCH'S CHARM-L'INCANTESIMO...
Rai 2	06.00-12.00	THE GOOD WITCH'S DESTINY-IL DESTINO DI CASSIE
Rai 2	06.00-12.00	TRILLI E IL GRANDE SALVATAGGIO
Rai 2	06.00-12.00	TRILLI E IL SEGRETO DELLE ALI
Rai 2	06.00-12.00	TRILLI E IL TESORO PERDUTO
Rai 2	06.00-12.00	VITA DA GIUNGLA-OPERAZIONE TRICHECO
Rai 2	12.00-18.00	FROZEN IL REGNO DI GHIACCIO
Rai 2	12.00-18.00	IL NOSTRO AMICO CHARLY
Rai 2	12.00-18.00	IL NOSTRO AMICO KALLE
Rai 2	12.00-18.00	LA NOSTRA AMICA ROBBIE
Rai 2	12.00-18.00	MARY POPPINS
Rai 2	12.00-18.00	MUCCHE ALLA RISCOSSA
Rai 2	12.00-18.00	PLANES 2 MISSIONE ANTINCENDIO
Rai 2	12.00-18.00	RACING STRIPES-STRISCIA UNA...
Rai 2	12.00-18.00	THE GOOD WIFE
Rai 2	12.00-18.00	TOY STORY OF TERROR!
Rai 2	12.00-18.00	WALT DISNEY
Rai 2	18.00-24.00	12 VOLTE NATALE
Rai 2	18.00-24.00	ALADDIN
Rai 2	18.00-24.00	ALICE NEL PAESE DELLE...
Rai 2	18.00-24.00	COME D'INCANTO
Rai 2	18.00-24.00	DUMBO L'ELEFANTE VOLANTE
Rai 2	18.00-24.00	FROZEN IL REGNO DI GHIACCIO
Rai 2	18.00-24.00	GLI ARISTOGATTI
Rai 2	18.00-24.00	GLI INCREDIBILI
Rai 2	18.00-24.00	IL GOBBO DI NOTRE DAME
Rai 2	18.00-24.00	IL SIGNORE DELLO ZOO
Rai 2	18.00-24.00	INKHEART-LA LEGGENDA DEL...
Rai 2	18.00-24.00	LA CARICA DEI 102
Rai 2	18.00-24.00	L'APPRENDISTA STREGONE
Rai 2	18.00-24.00	MARY POPPINS
Rai 2	18.00-24.00	PRINCE OF PERSIA-LE SABBIE...
Rai 2	18.00-24.00	RACING STRIPES-STRISCIA UNA...
Rai 2	18.00-24.00	RAPUNZEL L'INTRECCIO DELLA...
Rai 2	18.00-24.00	RIBELLE-THE BRAVE
Rai 2	18.00-24.00	SHAUN, VITA DA PECORA
Rai 2	18.00-24.00	UP
Rai 3	06.00-12.00	AGORA'
Rai 3	06.00-12.00	ERNEST & CELESTINE
Rai 3	06.00-12.00	FANTASIA
Rai 3	06.00-12.00	FANTASIA 2000
Rai 3	06.00-12.00	IL COWBOY COL VELO DA SPOSA
Rai 3	06.00-12.00	IL RICHIAMO DELLA FORESTA
Rai 3	06.00-12.00	LA CASA NELLA PRATERIA
Rai 3	06.00-12.00	LA QUARTA ETA'
Rai 3	06.00-12.00	TARZAN II
Rai 3	06.00-12.00	ZORRO
Rai 3	12.00-18.00	ARTHUR E IL POPOLO DEI MINIMEI
Rai 3	12.00-18.00	FREE BIRDS TACCHINI IN FUGA
Rai 3	12.00-18.00	I ROBINSON UNA FAMIGLIA...
Rai 3	12.00-18.00	KHUMBA
Rai 3	12.00-18.00	LA CASA NELLA PRATERIA
Rai 3	18.00-24.00	A CHRISTMAS CAROL

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

e) PROGRAMMI PER MINORI

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 3	18.00-24.00	ALICE IN WONDERLAND
Rai 3	18.00-24.00	L'INCREDIBILE VITA DI TIMOTHY GREEN
Rai 3	18.00-24.00	RALPH SPACCATUTTO
Rai 3	18.00-24.00	STANLIO & OLLIO PER RIDERE...
Rai 3	18.00-24.00	TOY STORY 2
Rai 3	18.00-24.00	TOY STORY 3 LA GRANDE FUGA
Rai 3	18.00-24.00	TOY STORY IL MONDO...
Rai 3	18.00-24.00	TOY STORY TUTTO UN ALTRO MONDO
Rai 3	18.00-24.00	ZORRO

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

f) PRODUZIONI AUDIOVISIVE ITALIANE ED EUROPEE

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 1	06.00-12.00	APPUNTAMENTO AL CINEMA
Rai 1	06.00-12.00	CHE DIO CI AIUTI
Rai 1	06.00-12.00	CINEMATOGRAFO
Rai 1	06.00-12.00	CINEMATOGRAFO ESTATE
Rai 1	06.00-12.00	CINEMATOGRAFO SPECIALE
Rai 1	06.00-12.00	DON MATTEO
Rai 1	06.00-12.00	FIRMATO RAI 1
Rai 1	06.00-12.00	RAIPLAYER
Rai 1	06.00-12.00	UN PASSO DAL CIELO
Rai 1	06.00-12.00	VELVET
Rai 1	12.00-18.00	APPUNTAMENTO AL CINEMA
Rai 1	12.00-18.00	C'ERAVAMO TANTO AMATI
Rai 1	12.00-18.00	CHE DIO CI AIUTI
Rai 1	12.00-18.00	DON MATTEO
Rai 1	12.00-18.00	EMILIE RICHARDS
Rai 1	12.00-18.00	FIRMATO RAI 1
Rai 1	12.00-18.00	HEIDI
Rai 1	12.00-18.00	I MEDICI
Rai 1	12.00-18.00	IL LAGO DELLE NINFEE
Rai 1	12.00-18.00	IL RICHIAMO DEL CUORE
Rai 1	12.00-18.00	KATIE FFORDE LE DUE EREDITA'
Rai 1	12.00-18.00	L'ALTRA MOGLIE
Rai 1	12.00-18.00	LILLY SCHONAUER
Rai 1	12.00-18.00	MADRE TERESA
Rai 1	12.00-18.00	OCEANI 3D
Rai 1	12.00-18.00	OUR ZOO-IL NOSTRO ZOO
Rai 1	12.00-18.00	RAIPLAYER
Rai 1	12.00-18.00	ROSAMUNDE PILCHER
Rai 1	12.00-18.00	UN FIUTO SPECIALE
Rai 1	12.00-18.00	UN MEDICO IN FAMIGLIA
Rai 1	12.00-18.00	UN MESSAGGIO IN BOTTIGLIA
Rai 1	12.00-18.00	UN PASSO DAL CIELO
Rai 1	12.00-18.00	UN'ESTATE A PARIGI
Rai 1	12.00-18.00	UN'ESTATE IN GRECIA
Rai 1	12.00-18.00	UN'ESTATE...IN SCOZIA
Rai 1	12.00-18.00	VELVET
Rai 1	18.00-24.00	ATTORI E DIVI ITALIANI
Rai 1	18.00-24.00	BACIATO DAL SOLE
Rai 1	18.00-24.00	BIANCA COME IL LATTE, ROSSA COME IL SANGUE
Rai 1	18.00-24.00	BORIS GIULIANO UN POLIZIOTTO A PALERMO
Rai 1	18.00-24.00	BRACCIALETTI ROSSI
Rai 1	18.00-24.00	CATTURANDI-NEL NOME DEL PADRE
Rai 1	18.00-24.00	COME FAI SBAGLI
Rai 1	18.00-24.00	CONFUSI E FELICI
Rai 1	18.00-24.00	DESTINO DI UNA IMPERATRICE
Rai 1	18.00-24.00	DON MATTEO
Rai 1	18.00-24.00	DONNE
Rai 1	18.00-24.00	EMILIE RICHARDS
Rai 1	18.00-24.00	FELICIA IMPASTATO
Rai 1	18.00-24.00	FIRMATO RAI 1
Rai 1	18.00-24.00	FRATELLI UNICI
Rai 1	18.00-24.00	GRACE DI MONACO
Rai 1	18.00-24.00	GRANDI SPERANZE
Rai 1	18.00-24.00	I MEDICI
Rai 1	18.00-24.00	IL COMMISSARIO MONTALBANO
Rai 1	18.00-24.00	IL MIO VICINO DEL PIANO DI SOPRA
Rai 1	18.00-24.00	IL PARADISO DELLE SIGNORE
Rai 1	18.00-24.00	IL PESCATORE DI SOGNI
Rai 1	18.00-24.00	IL PRINCIPE ABUSIVO
Rai 1	18.00-24.00	IL PRINCIPE DELLE BALENE
Rai 1	18.00-24.00	IL RICHIAMO DEL CUORE
Rai 1	18.00-24.00	IL SINDACO PESCATORE
Rai 1	18.00-24.00	IL SISTEMA
Rai 1	18.00-24.00	IL SORRISO DELLE DONNE
Rai 1	18.00-24.00	IO CI SONO
Rai 1	18.00-24.00	IO NON MI ARRENDO
Rai 1	18.00-24.00	IO SONO LIBERO
Rai 1	18.00-24.00	LA CLASSE DEGLI ASINI

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

f) PRODUZIONI AUDIOVISIVE ITALIANE ED EUROPEE

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 1	18.00-24.00	LA CUOCA DEL PRESIDENTE
Rai 1	18.00-24.00	LA GENTE CHE STA BENE
Rai 1	18.00-24.00	LA MAFIA UCCIDE SOLO D'ESTATE
Rai 1	18.00-24.00	LA MAFIA UCCIDE SOLO D'ESTATE LA SERIE
Rai 1	18.00-24.00	LA MOSSA DEL PINGUINO
Rai 1	18.00-24.00	LA PRINCIPESSA SISSI
Rai 1	18.00-24.00	LA RAGAZZA CON LO SMERALDO INDIANO
Rai 1	18.00-24.00	L'ALLIEVA
Rai 1	18.00-24.00	L'ALTRA MOGLIE
Rai 1	18.00-24.00	LAMPEDUSA DALL'ORIZZONTE IN POI
Rai 1	18.00-24.00	LILLY SCHONAUER
Rai 1	18.00-24.00	LOVE IS ALL YOU NEED
Rai 1	18.00-24.00	LUISA SPAGNOLI
Rai 1	18.00-24.00	MADRE TERESA
Rai 1	18.00-24.00	MAI STATI UNITI
Rai 1	18.00-24.00	MARIA DI NAZARETH
Rai 1	18.00-24.00	MIA MOGLIE,MIA FIGLIA,DUE BEBE'
Rai 1	18.00-24.00	MIO PAPA'
Rai 1	18.00-24.00	NON DIRLO AL MIO CAPO
Rai 1	18.00-24.00	OUR ZOO-IL NOSTRO ZOO
Rai 1	18.00-24.00	PANE E BURLESQUE
Rai 1	18.00-24.00	PICCOLI SEGRETI,GRANDI BUGIE
Rai 1	18.00-24.00	PIEDONE L'AFRICANO
Rai 1	18.00-24.00	PIETRO MENNEA LA FRECCIA DEL SUD
Rai 1	18.00-24.00	PREMIO NASTRI D'ARGENTO
Rai 1	18.00-24.00	PRIXITALIA
Rai 1	18.00-24.00	PROVACI ANCORA PROF!
Rai 1	18.00-24.00	SAVING MR.BANKS
Rai 1	18.00-24.00	SCUSATE SE ESISTO
Rai 1	18.00-24.00	SISSI LA GIOVANE IMPERATRICE
Rai 1	18.00-24.00	SONO UN PIRATA SONO UN SIGNORE
Rai 1	18.00-24.00	STAI LONTANA DA ME
Rai 1	18.00-24.00	TANGO PER LA LIBERTA'
Rai 1	18.00-24.00	TAORMINA FILM FESTIVAL
Rai 1	18.00-24.00	THE IRON LADY
Rai 1	18.00-24.00	THE LADY-L'AMORE PER LA LIBERTA'
Rai 1	18.00-24.00	THE QUEEN
Rai 1	18.00-24.00	TI RICORDI DI ME?
Rai 1	18.00-24.00	TI SPOSO MA NON TROPPO
Rai 1	18.00-24.00	TORN STRAPPATI
Rai 1	18.00-24.00	TUTTI I PADRI DI MARIA
Rai 1	18.00-24.00	TUTTO PUO' SUCCEDERE
Rai 1	18.00-24.00	UN FANTASTICO VIA VAI
Rai 1	18.00-24.00	UN FIDANZATO PER MIA MOGLIE
Rai 1	18.00-24.00	UN FIUTO SPECIALE
Rai 1	18.00-24.00	UN MATRIMONIO DA FAVOLA
Rai 1	18.00-24.00	UN MEDICO IN FAMIGLIA
Rai 1	18.00-24.00	UN MESSAGGIO IN BOTTIGLIA
Rai 1	18.00-24.00	UN MONDO NUOVO
Rai 1	18.00-24.00	UNA CANZONE PER MARION
Rai 1	18.00-24.00	UNA PALLOTTOLA NEL CUORE
Rai 1	18.00-24.00	UN'ESTATE A PARIGI
Rai 1	18.00-24.00	UN'ESTATE IN GRECIA
Rai 1	18.00-24.00	UN'ESTATE IN PROVENZA
Rai 1	18.00-24.00	UN'ESTATE...IN SCOZIA
Rai 1	18.00-24.00	VELVET
Rai 1	18.00-24.00	VIVA L'ITALIA
Rai 2	06.00-12.00	AMORE TRA I FIORDI
Rai 2	06.00-12.00	APPUNTAMENTO AL CINEMA
Rai 2	06.00-12.00	CINEMATINEE
Rai 2	06.00-12.00	DREAM HOTEL
Rai 2	06.00-12.00	EARTH LA NOSTRA TERRA
Rai 2	06.00-12.00	HOMICIDE HILLS-UN COMMISSARIO IN CAMPAGNA
Rai 2	06.00-12.00	I FANTASTICI 5
Rai 2	06.00-12.00	IL NOSTRO AMICO CHARLY
Rai 2	06.00-12.00	IL NOSTRO AMICO KALLE
Rai 2	06.00-12.00	LA NAVE DEI SOGNI
Rai 2	06.00-12.00	LENA AMORE DELLA MIA VITA

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

f) PRODUZIONI AUDIOVISIVE ITALIANE ED EUROPEE

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 2	06.00-12.00	L'OLIMPIADE NASCOSTA
Rai 2	06.00-12.00	RAIPLAYER
Rai 2	06.00-12.00	UN CICLONE IN CONVENTO
Rai 2	12.00-18.00	APPUNTAMENTO AL CINEMA
Rai 2	12.00-18.00	BACIATO DAL SOLE
Rai 2	12.00-18.00	BELLE E GEMELLE
Rai 2	12.00-18.00	BRACCIALETTI ROSSI
Rai 2	12.00-18.00	COME FAI SBAGLI
Rai 2	12.00-18.00	DELITTI IN PARADISO
Rai 2	12.00-18.00	DREAM TEAM
Rai 2	12.00-18.00	EARTH LA NOSTRA TERRA
Rai 2	12.00-18.00	FATTI UNICI
Rai 2	12.00-18.00	GUARDIA COSTIERA
Rai 2	12.00-18.00	IL COMMISSARIO HELDT
Rai 2	12.00-18.00	IL COMMISSARIO LANZ
Rai 2	12.00-18.00	IL COMMISSARIO VOSS
Rai 2	12.00-18.00	IL NOSTRO AMICO CHARLY
Rai 2	12.00-18.00	KUNG FU MAMMA
Rai 2	12.00-18.00	LA NAVE DEI SOGNI
Rai 2	12.00-18.00	LA NOSTRA AMICA ROBBIE
Rai 2	12.00-18.00	LAST COP L'ULTIMO SBIRRO
Rai 2	12.00-18.00	MARIE BRAND E IL CONTO IN SOSPESO
Rai 2	12.00-18.00	MARIE BRAND E IL GIOCO PERICOLOSO
Rai 2	12.00-18.00	MARIE BRAND E IL MOMENTO DELLA MORTE
Rai 2	12.00-18.00	MARIE BRAND E IL PECCATO ORIGINALE
Rai 2	12.00-18.00	MARIE BRAND E IL RITORNO AL PASSATO
Rai 2	12.00-18.00	MARIE BRAND E IL VOLTO D'ANGELO
Rai 2	12.00-18.00	MARIE BRAND E LA NOTTE DELLA VENDETTA
Rai 2	12.00-18.00	MARIE BRAND E LA RAGAZZA SUL RING
Rai 2	12.00-18.00	MARIE BRAND E LA RESIDENZA DEI SEGRETI
Rai 2	12.00-18.00	MARIE BRAND E LA STANZA BIANCA
Rai 2	12.00-18.00	MARIE BRAND E L'AMORE CHE NON PERDONA
Rai 2	12.00-18.00	MARIE BRAND E L'AMORE CHE UCCIDE
Rai 2	12.00-18.00	MARIE BRAND E L'EREDITA' DI OLGA LENAU
Rai 2	12.00-18.00	MARIE BRAND E L'ERRORE DI PERSONA
Rai 2	12.00-18.00	MARIE BRAND E L'ULTIMO GIRO SULLA GIOSTRA
Rai 2	12.00-18.00	OMICIDI NELL'ALTA SOCIETA'
Rai 2	12.00-18.00	OMICIDIO IN PRIMA SERATA
Rai 2	12.00-18.00	PIEDONE LO SBIRRO
Rai 2	12.00-18.00	RAIPLAYER
Rai 2	12.00-18.00	RECKLESS
Rai 2	12.00-18.00	SQUADRA OMICIDI ISTANBUL
Rai 2	12.00-18.00	SQUADRA SPECIALE LIPSIA
Rai 2	12.00-18.00	SQUADRA SPECIALE STOCCARDA
Rai 2	12.00-18.00	TUTTO PUO' SUCCEDERE
Rai 2	12.00-18.00	UN AMORE A VENEZIA
Rai 2	18.00-24.00	13 ASSASSINI
Rai 2	18.00-24.00	APPUNTAMENTO AL CINEMA
Rai 2	18.00-24.00	BABYLON A.D.
Rai 2	18.00-24.00	BEL AMI STORIA DI UN SEDUTTORE
Rai 2	18.00-24.00	BUONI A NULLA
Rai 2	18.00-24.00	CARL MORCK-87 MINUTI PER NON MORIRE
Rai 2	18.00-24.00	CELLA 211
Rai 2	18.00-24.00	COMEDIASEXI
Rai 2	18.00-24.00	E' GIA' IERI
Rai 2	18.00-24.00	EX AMICI COME PRIMA!
Rai 2	18.00-24.00	FATTI UNICI
Rai 2	18.00-24.00	FURYO
Rai 2	18.00-24.00	GUARDIA COSTIERA
Rai 2	18.00-24.00	I TRE MOSCHETTIERI
Rai 2	18.00-24.00	IL COMMISSARIO LANZ
Rai 2	18.00-24.00	IL COMMISSARIO VOSS
Rai 2	18.00-24.00	IL TRIANGOLO DELLE BERMUDE-MARE DEL NORD
Rai 2	18.00-24.00	LA FAMIGLIA
Rai 2	18.00-24.00	LA SCOMPARSA DI ALICE CREED
Rai 2	18.00-24.00	L'ISPETTORE COLIANDRO
Rai 2	18.00-24.00	MORTE A CARCASSONNE
Rai 2	18.00-24.00	NIENTE PUO' FERMARCI

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

f) PRODUZIONI AUDIOVISIVE ITALIANE ED EUROPEE

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 2	18.00-24.00	POMPEI
Rai 2	18.00-24.00	QUANTUM OF SOLACE
Rai 2	18.00-24.00	RAIPLAYER
Rai 2	18.00-24.00	RECKLESS
Rai 2	18.00-24.00	RICHARD BROCK NESSUNO E' SENZA COLPA
Rai 2	18.00-24.00	ROCCO SCHIAVONE
Rai 2	18.00-24.00	SE FOSSI IN TE
Rai 2	18.00-24.00	SKYFALL
Rai 2	18.00-24.00	SQUADRA SPECIALE COBRA 11
Rai 2	18.00-24.00	SQUADRA SPECIALE STOCCARDA
Rai 2	18.00-24.00	THE EAGLE
Rai 2	18.00-24.00	THE SWEENEY
Rai 2	18.00-24.00	TONI COSTA UN COMMISSARIO A IBIZA
Rai 2	18.00-24.00	TORNADO LA FURIA DEL CIELO
Rai 2	18.00-24.00	TROPPO GIUSTI
Rai 2	18.00-24.00	TUTTO PUO' SUCCEDERE
Rai 2	18.00-24.00	UN PESCE DI NOME WANDA
Rai 2	18.00-24.00	UN RAGIONEVOLE DUBBIO
Rai 2	18.00-24.00	UNA GIORNATA PARTICOLARE
Rai 2	18.00-24.00	VENDICAMI
Rai 2	18.00-24.00	VULCANO
Rai 2	18.00-24.00	WASABI
Rai 2	18.00-24.00	WINDSTORM-LIBERI NEL VENTO
Rai 2	18.00-24.00	WORKERS PRONTI A TUTTO
Rai 2	18.00-24.00	ZIO GIANNI
Rai 3	06.00-12.00	...CRESUS...
Rai 3	06.00-12.00	...E LA VITA CONTINUA
Rai 3	06.00-12.00	A CAVALLO DELLA TIGRE
Rai 3	06.00-12.00	A CHE SERVONO QUESTI QUATTRINI
Rai 3	06.00-12.00	A QUALSIASI PREZZO
Rai 3	06.00-12.00	ACCADDE AL COMMISSARIATO
Rai 3	06.00-12.00	AGE IS..
Rai 3	06.00-12.00	AGNUS DEI
Rai 3	06.00-12.00	ANNIBALE
Rai 3	06.00-12.00	ANTONIO DI PADOVA
Rai 3	06.00-12.00	APPUNTAMENTO AL CINEMA
Rai 3	06.00-12.00	APPUNTAMENTO COL DISONORE
Rai 3	06.00-12.00	ARRIVA DORELLIK
Rai 3	06.00-12.00	ARRIVANO I DOLLARI!!
Rai 3	06.00-12.00	ARRIVANO I TITANI
Rai 3	06.00-12.00	ASCOLTAMI
Rai 3	06.00-12.00	ATTENTI A QUEI DUE
Rai 3	06.00-12.00	AVANTI C'E' POSTO
Rai 3	06.00-12.00	BALLERINA E BUON DIO
Rai 3	06.00-12.00	BELLE MA Povere
Rai 3	06.00-12.00	BELLISSIMA
Rai 3	06.00-12.00	BOY MEETS GIRL
Rai 3	06.00-12.00	BRONTE CRONACA DI UN ...
Rai 3	06.00-12.00	CACCIA AL MARITO
Rai 3	06.00-12.00	CAFE' CHANTANT
Rai 3	06.00-12.00	CALLE DE LA PIETA'
Rai 3	06.00-12.00	CAMERIERA BELLA PRESENZA...
Rai 3	06.00-12.00	CAMILLA
Rai 3	06.00-12.00	CARMEN
Rai 3	06.00-12.00	CARTAGINE IN FIAMME
Rai 3	06.00-12.00	CARTOUCHE
Rai 3	06.00-12.00	CASANOVA FAREBBE COSI'
Rai 3	06.00-12.00	C'ERA UN CASTELLO CON 40 CANI
Rai 3	06.00-12.00	C'ERA UNA VOLTA
Rai 3	06.00-12.00	CHAMPAGNE IN PARADISO
Rai 3	06.00-12.00	CHI E' SENZA PECCATO...
Rai 3	06.00-12.00	CHIMERA
Rai 3	06.00-12.00	CINEMA D'OGGI
Rai 3	06.00-12.00	COME PERSI LA GUERRA
Rai 3	06.00-12.00	COME SCOPERSI L'AMERICA
Rai 3	06.00-12.00	CORTILE
Rai 3	06.00-12.00	CRONACA FAMILIARE
Rai 3	06.00-12.00	CRONACHE DI POVERI AMANTI

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

f) PRODUZIONI AUDIOVISIVE ITALIANE ED EUROPEE

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 3	06.00-12.00	CUORE
Rai 3	06.00-12.00	DANNAZIONE
Rai 3	06.00-12.00	DIARIO DI UN MAESTRO
Rai 3	06.00-12.00	DOC MARTIN
Rai 3	06.00-12.00	DON BOSCO
Rai 3	06.00-12.00	DOTTORE A SPASSO
Rai 3	06.00-12.00	DUE ASSI PER UN TURBO
Rai 3	06.00-12.00	E' ARRIVATA LA PARIGINA
Rai 3	06.00-12.00	ECCE HOMO
Rai 3	06.00-12.00	ECCO LA FELICITA'
Rai 3	06.00-12.00	ENEIDE
Rai 3	06.00-12.00	ETERNO RITORNO
Rai 3	06.00-12.00	FATE LARGO AI MOSCHETTIERI !
Rai 3	06.00-12.00	FEDORA
Rai 3	06.00-12.00	FRENESIA DELL'ESTATE
Rai 3	06.00-12.00	FUORI ORARIO
Rai 3	06.00-12.00	FUORI ORARIO COSE (MAI) VISTE
Rai 3	06.00-12.00	GENESI-LA CREAZIONE E IL...
Rai 3	06.00-12.00	GIORNO DI NOZZE
Rai 3	06.00-12.00	GUARDIA, GUARDIA SCELTA...
Rai 3	06.00-12.00	I 4 MONACI
Rai 3	06.00-12.00	I AM IN SPACE
Rai 3	06.00-12.00	I BAMBINI CI GUARDANO
Rai 3	06.00-12.00	I DUE GONDOLIERI (VENEZIA...)
Rai 3	06.00-12.00	I MISTERI DI LISBONA
Rai 3	06.00-12.00	I PROMESSI SPOSI
Rai 3	06.00-12.00	I QUATTRO MOSCHETTIERI
Rai 3	06.00-12.00	I SETTE FRATELLI CERVI
Rai 3	06.00-12.00	I TERRIBILI 7
Rai 3	06.00-12.00	IL BANDITO
Rai 3	06.00-12.00	IL BRAVO DI VENEZIA
Rai 3	06.00-12.00	IL CAMMINO DELLA SPERANZA
Rai 3	06.00-12.00	IL CONTE DI MONTECRISTO
Rai 3	06.00-12.00	IL CORAGGIO DI PARLARE
Rai 3	06.00-12.00	IL CORRIERE DI FERRO
Rai 3	06.00-12.00	IL DIAVOLO IN CONVENTO
Rai 3	06.00-12.00	IL FIDANZATO DI MIA MOGLIE
Rai 3	06.00-12.00	IL GIUSTIZIERE DI MEZZOGIORNO
Rai 3	06.00-12.00	IL GRANDE AMMIRAGLIO
Rai 3	06.00-12.00	IL LEONE DI SAN MARCO
Rai 3	06.00-12.00	IL MAESTRO DI VIOLINO
Rai 3	06.00-12.00	IL MEDICO DEI PAZZI
Rai 3	06.00-12.00	IL MULINO DEL PO
Rai 3	06.00-12.00	IL PASSATORE
Rai 3	06.00-12.00	IL PRIMO UOMO SULLA LUNA
Rai 3	06.00-12.00	IL PRINCIPE DI HOMBURG
Rai 3	06.00-12.00	IL SALVATORE
Rai 3	06.00-12.00	IL SEGNO DI VENERE
Rai 3	06.00-12.00	IL SILENZIO DEL MARE
Rai 3	06.00-12.00	IL SOLDATO AMERICANO
Rai 3	06.00-12.00	IL TIRANNO DI PADOVA
Rai 3	06.00-12.00	IL VAGABONDO
Rai 3	06.00-12.00	IL VIAGGIO IN CIELO DI MAMMA KUSTERS
Rai 3	06.00-12.00	IO E IL DUCE
Rai 3	06.00-12.00	IO LA CONOSCEVO BENE
Rai 3	06.00-12.00	LA BALLATA DEI MARITI
Rai 3	06.00-12.00	LA BELLA AVVENTURIERA
Rai 3	06.00-12.00	LA BELLA DI ROMA
Rai 3	06.00-12.00	LA BELLA MUGNAIA
Rai 3	06.00-12.00	LA CAVIGLIA DI AMELIA
Rai 3	06.00-12.00	LA CENTO CHILOMETRI
Rai 3	06.00-12.00	LA CITTA' SI DIFENDE
Rai 3	06.00-12.00	LA LEGGE E' LEGGE
Rai 3	06.00-12.00	LA LEGIONE DEI DANNATI
Rai 3	06.00-12.00	LA MIA CLASSE
Rai 3	06.00-12.00	LA MOGLIE E' UGUALE PER TUTTI
Rai 3	06.00-12.00	LA NONNA SABELLA
Rai 3	06.00-12.00	LA NOTTE

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

f) PRODUZIONI AUDIOVISIVE ITALIANE ED EUROPEE

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 3	06.00-12.00	LA PRIMULA BIANCA
Rai 3	06.00-12.00	LA RAGAZZA CON LA VALIGIA
Rai 3	06.00-12.00	LA SPADA NORMANNA
Rai 3	06.00-12.00	LA STORIA VERA DELLA SIGNORA..
Rai 3	06.00-12.00	LACRIME D'AMORE
Rai 3	06.00-12.00	L'AMBIZIOSO
Rai 3	06.00-12.00	L'AMORE E' PIU' FREDDO DELLA MORTE
Rai 3	06.00-12.00	L'AMORE SEGRETO DI MADELEINE
Rai 3	06.00-12.00	L'ANGELO BIANCO
Rai 3	06.00-12.00	L'ARCIERE DI FUOCO
Rai 3	06.00-12.00	L'AVVENTURA DEL GRANDE NORD
Rai 3	06.00-12.00	LE AVV.E GLI AMORI..
Rai 3	06.00-12.00	LE AVVENTURE DI PINOCCHIO
Rai 3	06.00-12.00	LE MASSAGGIATRICI
Rai 3	06.00-12.00	LE MISERIE DEL SIGNOR TRAVET
Rai 3	06.00-12.00	LE QUATTRO GIORNATE DI NAPOLI
Rai 3	06.00-12.00	LI CHIAMAVANO I TRE MOSCHETTIERI... INVECE ERANO QUATTRO
Rai 3	06.00-12.00	L'IMMORTALE
Rai 3	06.00-12.00	L'INCONSOLABILE VERSIONE 1
Rai 3	06.00-12.00	L'INNOCENTE CASIMIRO
Rai 3	06.00-12.00	L'OMBRELLONE
Rai 3	06.00-12.00	L'ULTIMA VIOLENZA
Rai 3	06.00-12.00	L'UOMO CHE MENTE
Rai 3	06.00-12.00	L'UOMO CHE SAPEVA TROPPO
Rai 3	06.00-12.00	LUPI NELL'ABISSO
Rai 3	06.00-12.00	MADRI PERICOLOSE
Rai 3	06.00-12.00	MALAFEMMENA
Rai 3	06.00-12.00	MALOMBRA
Rai 3	06.00-12.00	MARE MATTO
Rai 3	06.00-12.00	MARISA LA CIVETTA
Rai 3	06.00-12.00	MARTIN EDEN
Rai 3	06.00-12.00	MAURIZIO,PEPPINO E LE...
Rai 3	06.00-12.00	MI MANDA PICONE
Rai 3	06.00-12.00	MIO PADRE AVEVA RAGIONE
Rai 3	06.00-12.00	MISERIA E NOBILTA'
Rai 3	06.00-12.00	MISS ITALIA
Rai 3	06.00-12.00	NATA DI MARZO
Rai 3	06.00-12.00	NEL SILENZIO DEI SASSI
Rai 3	06.00-12.00	NESSUNO ESCLUSO
Rai 3	06.00-12.00	NIDO FAMILIARE
Rai 3	06.00-12.00	NOI PREVARREMO
Rai 3	06.00-12.00	NON PARLO PIU'
Rai 3	06.00-12.00	NON PERDIAMO LA TESTA
Rai 3	06.00-12.00	NON TI PAGO
Rai 3	06.00-12.00	NORMAN ASTUTO POLIZIOTTO
Rai 3	06.00-12.00	OCCHIO ALLA PENNA
Rai 3	06.00-12.00	ODISSEA
Rai 3	06.00-12.00	OGNI GIORNO E' DOMENICA
Rai 3	06.00-12.00	OMAGGIO A WILLIAM BLAKE
Rai 3	06.00-12.00	PAURA DELLA PAURA
Rai 3	06.00-12.00	PETROSINO
Rai 3	06.00-12.00	PICCOLO MONDO ANTICO
Rai 3	06.00-12.00	PISTOLETTO & SOTHEYB'S
Rai 3	06.00-12.00	POVERI MA BELLI
Rai 3	06.00-12.00	POVERI MILIONARI
Rai 3	06.00-12.00	PROBABILMENTE LA BELLEZZA HA RINFORZATO IL NOSTRO PROP
Rai 3	06.00-12.00	QUO VADIS?
Rai 3	06.00-12.00	RAPPORTI PREFABBRICATI
Rai 3	06.00-12.00	RISATE DI GIOIA
Rai 3	06.00-12.00	ROBIN HOOD L'ARCIERE DI SHERWOOD
Rai 3	06.00-12.00	ROMA CITTA' APERTA
Rai 3	06.00-12.00	ROSMUNDA E ALBOINO
Rai 3	06.00-12.00	SALVA E CUSTODISCI
Rai 3	06.00-12.00	SAM & SALLY
Rai 3	06.00-12.00	SCANDALI AL MARE
Rai 3	06.00-12.00	SCUOLA DI SPIE
Rai 3	06.00-12.00	SEGNALE DA UN PIANETA IN VIA DI ESTINZIONE
Rai 3	06.00-12.00	SINFONIA FATALE

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

f) PRODUZIONI AUDIOVISIVE ITALIANE ED EUROPEE

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 3	06.00-12.00	SOGNO DI UNA NOTTE DI MEZZA...
Rai 3	06.00-12.00	SOLITUDINE
Rai 3	06.00-12.00	SOPRA DI NOI IL MARE
Rai 3	06.00-12.00	SOTTO IL SOLE DI ROMA
Rai 3	06.00-12.00	SPOSTAMENTI PROGRESSIVI DEL PIACERE
Rai 3	06.00-12.00	TE STO' ASPETTANNO
Rai 3	06.00-12.00	TERRA DI RIBELLIONE
Rai 3	06.00-12.00	THE RED BARON
Rai 3	06.00-12.00	TOTO' PEPPINO E I FUORILEGGE
Rai 3	06.00-12.00	UN AMLETO DI MENO
Rai 3	06.00-12.00	UN INVIATO MOLTO SPECIALE
Rai 3	06.00-12.00	UN MARITO IDEALE
Rai 3	06.00-12.00	UN MARITO PER ANNA ZACCHEO
Rai 3	06.00-12.00	UN MILITARE E MEZZO
Rai 3	06.00-12.00	UN TURCO NAPOLETANO
Rai 3	06.00-12.00	UNA PARTITA DI PIACERE
Rai 3	06.00-12.00	UNA ROMANTICA AVVENTURA
Rai 3	06.00-12.00	UNA STORIA D'ACQUA
Rai 3	06.00-12.00	UNA STORIA DI GUERRA
Rai 3	06.00-12.00	VIAGGIO DI UN REGISTA VERSO L'ESSERE UMANO-STORIA DI MIKI
Rai 3	06.00-12.00	VIVERE IN PACE
Rai 3	06.00-12.00	WEEKEND CINEMA
Rai 3	06.00-12.00	YUCATAN
Rai 3	06.00-12.00	ZINGARA ROSSA
Rai 3	12.00-18.00	2061 UN ANNO ECCEZIONALE
Rai 3	12.00-18.00	AMORI MIEI
Rai 3	12.00-18.00	ANIMA PERSA
Rai 3	12.00-18.00	APPUNTAMENTO AL CINEMA
Rai 3	12.00-18.00	ARAGOSTA A COLAZIONE
Rai 3	12.00-18.00	ATTENTI A QUEI DUE
Rai 3	12.00-18.00	AUDACE COLPO DEI SOLITI IGNOTI
Rai 3	12.00-18.00	CALIFORNIA
Rai 3	12.00-18.00	C'ERAVAMO TANTO AMATI
Rai 3	12.00-18.00	DALLA VITA IN POI
Rai 3	12.00-18.00	DICIOTTO ANNI DOPO
Rai 3	12.00-18.00	DIRITTO D'AMARE
Rai 3	12.00-18.00	DIVORZIO ALL'ITALIANA
Rai 3	12.00-18.00	DOC MARTIN
Rai 3	12.00-18.00	DUE ASSI PER UN TURBO
Rai 3	12.00-18.00	ENIGMA
Rai 3	12.00-18.00	EUCLIDE ERA UN BUGIARDO
Rai 3	12.00-18.00	FANTOZZI CONTRO TUTTI
Rai 3	12.00-18.00	FANTOZZI SUBISCE ANCORA
Rai 3	12.00-18.00	GAGARIN PRIMO NELLO SPAZIO
Rai 3	12.00-18.00	I CENTO PASSI
Rai 3	12.00-18.00	I GRANDI PROTAGONISTI
Rai 3	12.00-18.00	I SOLITI IGNOTI
Rai 3	12.00-18.00	IERI OGGI DOMANI
Rai 3	12.00-18.00	IL CAPPOTTO DI ASTRAKAN
Rai 3	12.00-18.00	IL COMMISSARIO REX
Rai 3	12.00-18.00	IL CONTE TACCHIA
Rai 3	12.00-18.00	IL CUORE ALTROVE
Rai 3	12.00-18.00	IL GIORNO IN PIU'
Rai 3	12.00-18.00	IL MONACO DI MONZA
Rai 3	12.00-18.00	IN NOME DEL POPOLO SOVRANO
Rai 3	12.00-18.00	LA BANDERA-MARCIA O MUORI
Rai 3	12.00-18.00	LA BELLISSIMA ESTATE
Rai 3	12.00-18.00	LA CIOCIARA
Rai 3	12.00-18.00	LA FAMIGLIA
Rai 3	12.00-18.00	LA FAMIGLIA OMICIDI
Rai 3	12.00-18.00	LA GRANDE PASSIONE
Rai 3	12.00-18.00	LA GRANDE RAPINA
Rai 3	12.00-18.00	LA SIGNORA DELLA PORTA ACCANTO
Rai 3	12.00-18.00	L'AMORE INATTESO
Rai 3	12.00-18.00	L'ARMATA BRANCALEONE
Rai 3	12.00-18.00	L'ASSASSINO E' QUELLO CON...
Rai 3	12.00-18.00	L'EMIGRANTE
Rai 3	12.00-18.00	L'IMPERATORE DI CAPRI

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

f) PRODUZIONI AUDIOVISIVE ITALIANE ED EUROPEE

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 3	12.00-18.00	L'IMPERATORE DI CAPRI
Rai 3	12.00-18.00	NAPOLEON
Rai 3	12.00-18.00	OGRO
Rai 3	12.00-18.00	ONEGIN
Rai 3	12.00-18.00	PANE AMORE E FANTASIA
Rai 3	12.00-18.00	PANE,AMORE E GELOSIA
Rai 3	12.00-18.00	PANE,AMORE E...
Rai 3	12.00-18.00	PER SEMPRE
Rai 3	12.00-18.00	PIEDONE A HONG KONG
Rai 3	12.00-18.00	POVERI MILIONARI
Rai 3	12.00-18.00	PROFUMO DI DONNA
Rai 3	12.00-18.00	RAIPLAYER
Rai 3	12.00-18.00	RALLY
Rai 3	12.00-18.00	RE-TV TALK
Rai 3	12.00-18.00	RISCHIATUTTO LA STORIA
Rai 3	12.00-18.00	SAM & SALLY
Rai 3	12.00-18.00	SENZA ARTE NE' PARTE
Rai 3	12.00-18.00	SPAGHETTI HOUSE
Rai 3	12.00-18.00	TGR-PRIX ITALIA
Rai 3	12.00-18.00	TOLGO IL DISTURBO
Rai 3	12.00-18.00	TOTO' CONTRO I QUATTRO
Rai 3	12.00-18.00	TROPPO FORTE
Rai 3	12.00-18.00	UN COLPEVOLE SENZA VOLTO
Rai 3	12.00-18.00	UN COMMISSARIO A ROMA
Rai 3	12.00-18.00	UN GENIO DUE COMPARI UN POLLO
Rai 3	12.00-18.00	UN SORRISO, UNO SCHIAFFO,UN...
Rai 3	12.00-18.00	UNA BOTTA DI VITA
Rai 3	18.00-24.00	007 IL DOMANI NON MUORE MAI
Rai 3	18.00-24.00	007 LA MORTE PUO' ATTENDERE
Rai 3	18.00-24.00	007 MAI DIRE MAI
Rai 3	18.00-24.00	007 VENDETTA PRIVATA
Rai 3	18.00-24.00	007 ZONA PERICOLO
Rai 3	18.00-24.00	AGENTE 007 AL SERVIZIO...
Rai 3	18.00-24.00	AGENTE 007 BERSAGLIO MOBILE
Rai 3	18.00-24.00	AGENTE 007 DALLA RUSSIA CON...
Rai 3	18.00-24.00	AGENTE 007 LA SPIA CHE MI...
Rai 3	18.00-24.00	AGENTE 007 LICENZA DI UCCIDERE
Rai 3	18.00-24.00	AGENTE 007 L'UOMO DALLA...
Rai 3	18.00-24.00	AGENTE 007 MISSIONE GOLDFINGER
Rai 3	18.00-24.00	AGENTE 007 SI VIVE SOLO DUE...
Rai 3	18.00-24.00	AGENTE 007 SOLO PER I TUOI...
Rai 3	18.00-24.00	AGENTE 007 THUNDERBALL
Rai 3	18.00-24.00	AGENTE 007 UNA CASCATA DI...
Rai 3	18.00-24.00	AGENTE 007 VIVI E LASCIA...
Rai 3	18.00-24.00	ALLA LUCE DEL SOLE
Rai 3	18.00-24.00	ALLACCIATE LE CINTURE
Rai 3	18.00-24.00	ANIMA PERSA
Rai 3	18.00-24.00	ANIME NERE
Rai 3	18.00-24.00	ANNI FELICI
Rai 3	18.00-24.00	APPUNTAMENTO AL CINEMA
Rai 3	18.00-24.00	ASPIRANTE VEDOVO
Rai 3	18.00-24.00	BENVENUTO PRESIDENTE!
Rai 3	18.00-24.00	BIAGIO
Rai 3	18.00-24.00	C'ERA UNA VOLTA IL WEST
Rai 3	18.00-24.00	DIRITTO D'AMARE
Rai 3	18.00-24.00	DUE ASSI PER UN TURBO
Rai 3	18.00-24.00	DUE VITE
Rai 3	18.00-24.00	ENIGMA
Rai 3	18.00-24.00	FUOCOAMMARE
Rai 3	18.00-24.00	GIOVANE E BELLA
Rai 3	18.00-24.00	GIU' LA TESTA
Rai 3	18.00-24.00	GOLDENEYE
Rai 3	18.00-24.00	HOUDINI L'ULTIMO MAGO
Rai 3	18.00-24.00	I BAMBINI SANNO
Rai 3	18.00-24.00	I GRANDI PROTAGONISTI
Rai 3	18.00-24.00	I NOSTRI RAGAZZI
Rai 3	18.00-24.00	IL BUONO,IL BRUTTO,IL CATTIVO
Rai 3	18.00-24.00	IL CAPITALE UMANO

**Elenco programmi art. 9 comma 2 Contratto di Servizio 2010-2012
(Fascia 06:00-24:00 - Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2016)**

f) PRODUZIONI AUDIOVISIVE ITALIANE ED EUROPEE

Network	Fascia Oraria	Titolo Principale
Rai 3	18.00-24.00	IL MIO MIGLIOR NEMICO
Rai 3	18.00-24.00	IL MIO NOME E' NESSUNO
Rai 3	18.00-24.00	IL NOME DELLA ROSA
Rai 3	18.00-24.00	IN DARKNESS
Rai 3	18.00-24.00	IN NOME DEL POPOLO SOVRANO
Rai 3	18.00-24.00	IN SOLITARIO
Rai 3	18.00-24.00	IPCRESS
Rai 3	18.00-24.00	LA CASA DEGLI SPIRITI
Rai 3	18.00-24.00	LA FAMIGLIA
Rai 3	18.00-24.00	LA FAMIGLIA OMICIDI
Rai 3	18.00-24.00	LA MEGLIO GIOVENTU'
Rai 3	18.00-24.00	LA VITA CHE VERRA'
Rai 3	18.00-24.00	L'ARTE DELLA FELICITA'
Rai 3	18.00-24.00	LEONARDO DA VINCI IL GENIO A MILANO
Rai 3	18.00-24.00	LITIGI D'AMORE
Rai 3	18.00-24.00	LONTANO DAL PARADISO
Rai 3	18.00-24.00	MEDICUS
Rai 3	18.00-24.00	MOONRAKER OPERAZIONE SPAZIO
Rai 3	18.00-24.00	NON BUTTIAMOCI GIU'
Rai 3	18.00-24.00	NON UCCIDERE
Rai 3	18.00-24.00	NUOVO CINEMA PARADISO
Rai 3	18.00-24.00	OCTOPUSSY OPERAZIONE PIOVRA
Rai 3	18.00-24.00	PER QUALCHE DOLLARO IN PIU'
Rai 3	18.00-24.00	PROFUMO DI DONNA
Rai 3	18.00-24.00	QUALUNQUEMENTE
Rai 3	18.00-24.00	QUATTRO MATRIMONI E UN...
Rai 3	18.00-24.00	RAIPLAYER
Rai 3	18.00-24.00	RIDENDO E SCHERZANDO
Rai 3	18.00-24.00	RISCHIATUTTO LA STORIA
Rai 3	18.00-24.00	ROAR
Rai 3	18.00-24.00	STILL LIFE
Rai 3	18.00-24.00	THE IMPOSSIBLE
Rai 3	18.00-24.00	THE YOUNG VICTORIA
Rai 3	18.00-24.00	TUTTI PAZZI PER ROSE
Rai 3	18.00-24.00	UN COMMISSARIO A ROMA
Rai 3	18.00-24.00	UN MATRIMONIO ALL'INGLESE
Rai 3	18.00-24.00	UN POSTO AL SOLE
Rai 3	18.00-24.00	UN POSTO AL SOLE MEMORIES
Rai 3	18.00-24.00	UNA BOTTA DI VITA
Rai 3	18.00-24.00	UOMINI DI DIO
Rai 3	18.00-24.00	UPSIDE DOWN
Rai 3	18.00-24.00	VENERE IN PELLICCIA

Allegato 2

Elenco dei principali programmi trasmessi dalle reti generaliste televisive terrestri RAI nell'anno 2016, collocati nell'aggregato B.

Canale	TITOLO
Rai Uno	AFFARI TUOI 2015 2016 AFFARI TUOI 2016 2017 TALE E QUALE SHOW 2016 BALLANDO CON LE STELLE 2016 EREDITA 2015 2016 REAZIONE A CATENA 2016 EREDITA 2016 2017 VITA IN DIRETTA 2015 2016 STASERA LAURA E PAOLA MIGLIORI ANNI 2016 LA PROVA DEL CUOCO 2015 2016 VITA IN DIRETTA 2016 2017 DIECI COSE 2016 SOGNO E SON DESTO 2016 NEMICA AMATISSIMA 2016 PROVA DEL CUOCO 2016 2017 THE BIG MUSIC QUIZ 2016 2017 TORTO O RAGIONE VERDETTO FINALE 16 17 DOMENICA IN 2015 2016 ROBERTO BOLLE & FRIENDS 2016 ESTATE IN DIRETTA 2016 TORTO O RAGIONE VERDETTO FINALE 15 16 DOMENICA IN 2016 2017 RISCHIATUTTO 2016 IL GRANDE MATCH 2016 PRODIGI 2016 ANNO CHE VERRA 2016 FAN CARAOKE COLORS 2015 2016 DOPOFESTIVAL 2016 PARLIAMONE SABATO WEB E SOCIAL 2015 2017 TOP TUTTO QUANTO FA TENDENZA 2016 TECHETECHETE 2016 COSTO 2016 ARCHIVI FOTOGRAFICI VARI ACTION AID 2016 ETIOPIA MOZAMBICO L' ANNO CHE VERRA 2015
Rai Due	THE VOICE OF ITALY 2016 PECHINO EXPRESS STASERA CASA MIKA MADE IN SUD 2016 QUELLI CHE IL CALCIO 2015 2016 STASERA TUTTO E POSSIBILE QUELLI CHE 2016 2017 DETTO FATTO 2016 2017 MEZZOGIORNO IN FAMIGLIA 2015 2016 DETTO FATTO 2015 2016 COLLEGIO SBANDATI MEZZOGIORNO IN FAMIGLIA 2016 2017 BOSS IN INCOGNITO 2015 2016 BOSS IN INCOGNITO 2017 STRACULT # STRACULT SKETCH POINT
Rai Tre	RISCHIATUTTO NEMICO PUBBLICO 2016 PROVA PULSANTE QUASI QUASI RISCHIATUTTO BLOB 2015 2016 CHIEDI A PAPA FESTIVAL DEL CIRCO DI MONTECARLO 2016 BLOB 2016 2017 QUASI QUASI RISCHIATUTTO PROVA PULSANTE