

1. EVOLUZIONE DELLO SCENARIO

La crisi del mercato pubblicitario intervenuta a partire dall'ultimo trimestre 2000 e che ha pesantemente condizionato le performance delle aziende del settore nel biennio 2001-2002 ha visto un'attenuazione nel corso del 2003, con una ripresa che si è intensificata negli ultimi mesi dell'anno, riportando il mercato nel suo complesso a registrare un segno positivo.

Il mercato nel 2003 — secondo le ultime stime elaborate da Nielsen — presenta comunque andamenti piuttosto differenziati tra i diversi mezzi (ad un significativo recupero della radio si è contrapposto un progresso ancora debole della televisione ed un ulteriore arretramento della stampa) e i diversi operatori (l'aumento delle performance per quelli commerciali radiotelevisivi è contenuto dalla prosecuzione della tendenza negativa del servizio pubblico).

Va peraltro sottolineato che l'andamento della raccolta pubblicitaria della concessionaria pubblica ha mostrato nel corso dell'anno un progressivo miglioramento: da un segno negativo che nel primo semestre ha oscillato nell'intorno del -10% ad un valore a finire che si attesta nell'ordine del -3%.

Per quanto riguarda le risorse di natura pubblica, per il 2003 il tasso di incremento del canone unitario di abbonamento a carico dell'utente è risultato pari al 3,5%; nel complesso, le risorse da canone dovrebbero chiudere con una crescita dei ricavi pari a circa 50 milioni di €, nonostante la norma sul condono fiscale abbia bloccato per buona parte dell'anno le azioni per il recupero della morosità.

Va peraltro sottolineato che malgrado tale incremento, le risorse si mantengono in termini reali al di sotto del livello 1996, anno di prima applicazione tra il Ministero delle Comunicazioni e la Rai del Contratto di Servizio, strumento che regola, fra l'altro, anche i criteri di adeguamento del canone.

La menzionata riduzione di risorse è sostanzialmente superiore alla perdita rispetto all'inflazione, tenuto conto che a partire dalla metà degli anni '90 Rai ha allargato in modo rilevante il proprio perimetro di attività, sia tramite il potenziamento dell'offerta tradizionale, sia con la realizzazione di consistenti iniziative aggiuntive (es. canali tematici satellitari, cinema italiano, teche, Gr Parlamento).

Per effetto della suddetta dinamica delle risorse, nel 2003 la Rai dovrebbe consuntivare un leggero incremento dei ricavi complessivi.

Nel citato quadro di forte tensione sul fronte dei ricavi, la Rai ha predisposto fin dal primo manifestarsi della crisi della raccolta pubblicitaria una attenta politica di contenimento dei costi operativi.

Le azioni di contenimento e riduzione dei costi hanno consentito all'azienda di mantenere un sostanziale equilibrio dei conti nel biennio 2001-2002, con un indebitamento finanziario di Gruppo in crescita (per gli onerosi esborsi collegati ai grandi eventi sportivi) ma comunque su un livello ampiamente coerente con la struttura patrimoniale.

Nella prima parte del 2003, in concomitanza con l'ulteriore deterioramento delle prospettive a breve termine della raccolta pubblicitaria, legate anche a tensioni sul fronte delle performance di ascolto, la Rai ha rafforzato ed esteso i progetti di cost saving implementati già a partire dal 2002.

Sono stati in tal modo realizzati significativi risparmi sui costi generali per alcune categorie merceologiche.

Significativi interventi sono stati realizzati anche nell'area della produzione, in particolare grazie all'applicazione di processi più rigorosi per il controllo dei costi delle commesse editoriali.

Tali risparmi peraltro non hanno intaccato le risorse destinate al prodotto, che anzi nel corso del 2003 sono aumentate per oltre il 5%.

Tali sforzi, insieme all'adozione di interventi sulle logiche di palinsesto delle Reti e sulle strategie di prodotto dei principali macrogeneri, hanno condotto ai primi significativi risultati in termini di recupero della leadership di ascolto nella stagione autunnale 2003.

Tali azioni consentiranno – secondo le ultime stime oggi disponibili – di chiudere anche il 2003 con un risultato positivo, in crescita rispetto all'esercizio precedente; da un punto di vista finanziario, e spostando l'ottica verso il Gruppo, si registra un sostanziale abbattimento dell'indebitamento finanziario netto, cui ha contribuito in misura rilevante il rientro – a supporto del progetto digitale terrestre - dei crediti pregressi per canoni di abbonamento dal Ministero dell'Economia e delle Finanze (circa 130 milioni di €).

Da un punto di vista editoriale, la “discontinuità” introdotta mediante una forte attenzione alla fascia di accesso al prime time, lo sfruttamento dei singoli prodotti/generi sui canali più adatti in termini di target e tematiche e una tendenza verso la sperimentazione di nuovi formati verranno ulteriormente perseguiti nel corso del 2004.

L'esercizio in corso rappresenta un momento fondamentale nella strategia di riposizionamento della Rai. A tal fine – approvate le linee guida del Piano triennale 2004-2006 – è in corso di elaborazione il relativo documento, che sarà sottoposto nei prossimi mesi all'approvazione del Consiglio di Amministrazione.

La filosofia del Piano può essere sinteticamente riassunta in una linea strategica fondamentale, dalla quale poi discendono come corollario le ricadute sui business adiacenti e collaterali: la Rai intende focalizzarsi sui contenuti originali e creativi (dalla fase di ideazione a quella di realizzazione), sviluppando inoltre una visione integrata delle diverse piattaforme distributive.

Il Piano triennale, inoltre, terrà conto delle disposizioni attualmente all'esame del Parlamento in tema di riassetto del sistema radiotelevisivo e della Rai, con particolare riferimento al digitale terrestre (realizzazione di due blocchi di diffusione) e alla necessità di costituire condizioni economico-finanziarie compatibili con la prevista apertura al mercato del capitale della Concessionaria.

Lo scenario che attende la Rai nel 2004 è pertanto particolarmente complesso e dinamico. I temi chiave che vanno affrontati sono infatti di assoluta rilevanza: evoluzione del quadro istituzionale, andamento delle risorse e del mercato, posizionamento e offerta editoriale e sviluppo del digitale terrestre.

In presenza di un rilevante impatto dei grandi eventi sportivi e di consistenti investimenti per il digitale terrestre, il risultato di esercizio dovrebbe mantenersi in linea con la prevista chiusura del 2003 e con una posizione finanziaria netta equilibrata rispetto alla struttura economico-patrimoniale.

2. ATTIVITÀ DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Il Consiglio di Amministrazione della RAI, nominato con determinazione adottata d'intesa dai Presidenti della Camera dei Deputati e del Senato della Repubblica, si è insediato in data 18 marzo 2003 ed ha eletto fra i suoi membri Presidente Lucia Annunziata. Nella seduta del 1° aprile 2003 il Consiglio ha nominato d'intesa con l'Assemblea dei Soci, Direttore Generale Flavio Cattaneo.

Sin dal suo insediamento il Consiglio ha stabilito, nella delicata fase attuale di transizione, che obiettivo fondamentale dell'Azienda fosse quello di rafforzare la propria struttura, valorizzando le professionalità interne al fine di garantire la qualità del prodotto e le finalità imprescindibili del servizio pubblico. Ha inoltre auspicato che l'assetto organizzativo dell'Azienda sia ispirato dai migliori criteri di efficacia ed efficienza, evitando moltiplicazioni e sovrapposizioni di cariche e di funzioni. A tale proposito nel settembre 2003 in considerazione delle grandi potenzialità economiche offerte all'Azienda dal mutato scenario istituzionale derivante dal Titolo V della Costituzione, il Consiglio ha invitato il Direttore Generale nel rispetto dell'unitarietà e dell'integrità aziendale e, in considerazione delle iniziative intraprese sul tema, a predisporre una proposta organizzativa adeguata a cogliere con efficacia e tempestività le nuove opportunità. Inoltre, al fine di approfondire le questioni istituzionali del servizio pubblico radiotelevisivo derivanti dal Titolo V ha avviato incontri con i rappresentanti dei Consigli e delle Giunte Regionali.

In particolare per quanto riguarda l'assetto strutturale dell'Azienda nell'aprile 2003 ha deciso di procedere all'apertura di nuovi uffici di corrispondenza a Pechino e in Sud America e di costituire "punti di appoggio" a Madrid e a Bagdad.

Il Consiglio all'inizio del proprio mandato, ha fatto propria la raccomandazione della Commissione Parlamentare di Vigilanza dell'11 marzo 2003, secondo la quale tutte le trasmissioni di informazione - dai telegiornali ai programmi di approfondimento - devono rispettare rigorosamente, con la completezza dell'informazione, la pluralità dei punti di vista, la necessità del contraddittorio e la sobrietà espressiva.

Sempre in tema di informazione il Consiglio ha evidenziato la grande professionalità dimostrata da tutto il personale della RAI sulla situazione di emergenza determinata dal conflitto in Iraq ringraziando i giornalisti, gli operatori, i tecnici e tutto il personale dell'Azienda che hanno fornito agli utenti una puntuale e completa informazione sulla guerra in Iraq.

In attuazione di quanto previsto dal Contratto di Servizio, entrato in vigore dal 13 marzo 2003, il Consiglio ha provveduto a nominare un Comitato operativo di coordinamento con l'incarico di impostare e definire la politica più complessiva della RAI verso il Contratto di Servizio nonché di verificarne il rispetto e di individuare, qualora necessario gli opportuni interventi correttivi. In tema di programmazione, recependo l'atto di indirizzo della Commissione Parlamentare di Vigilanza dell'11 marzo 2003 ha stabilito la regolamentazione delle trasmissioni in diretta dedicate a momenti istituzionali e a grandi avvenimenti di cronaca.

Nel corso dell'anno il Consiglio di Amministrazione ha operato inoltre sulle linee editoriali della RAI e in particolare di Raiuno, Raidue e Raitre per consentire una migliore caratterizzazione dell'offerta televisiva di ciascuna Rete e per un più efficace raggiungimento di specifici target di pubblico e di obiettivi di ascolto. Inoltre, il Consiglio di Amministrazione, anche in considerazione del nuovo quadro costituzionale, ha approvato una mozione di indirizzo per l'avvio del progetto di TV federalista.

Nel maggio 2003 il Consiglio, su proposta del Presidente, constatando l'esigenza di dare una sempre maggiore identità di servizio pubblico alle trasmissioni della RAI ha espresso il convincimento che le trasmissioni debbano fare costante riferimento ai modelli di comportamento che siano rispettosi dell'immagine delle donne e ne esaltino la figura ed il ruolo nella società italiana, evitando, tra l'altro, di ricorrere a linguaggi, argomenti e immagini offensivi per la loro dignità.

Nell'ambito dello scenario strategico dell'Azienda, il Consiglio ha deciso la messa in liquidazione della Società RAI New Media essendo venute meno le condizioni necessarie a sostenere la prosecuzione dell'attività della società.

Il Consiglio nel giugno 2003 ha avviato il progetto per la sperimentazione e l'introduzione del servizio digitale terrestre in coerenza con quanto previsto all'art. 23, comma 2, del Contratto di Servizio 2003-2005. Successivamente ha approvato l'Accordo di Programma con il Ministero delle Comunicazioni e provvedimenti di acquisizione delle frequenze necessarie per la realizzazione del progetto per la sperimentazione ed introduzione del servizio digitale terrestre. Inoltre nel dicembre 2003 il Consiglio ha approvato la costituzione dell'Associazione Italiana per lo sviluppo del digitale terrestre - i cui associati fondatori oltre la RAI sono Mediaset, La 7 Televisioni e la Fondazione Ugo Bordoni - senza scopi di lucro con l'obiettivo di promuovere l'avvio ed il pieno sviluppo in Italia della televisione digitale terrestre che opererà in costante consultazione con il Ministero delle Comunicazioni, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e con ogni altra Autorità competente e in linea con la rilevante normativa europea e nazionale.

Al fine di approfondire le istruttorie dei molti ed importanti temi da affrontare, il Consiglio, come per il passato, in forza delle disposizioni in vigore, si è avvalso della facoltà di conferire deleghe ai suoi singoli componenti con il compito di seguire e approfondire le istruttorie svolte dalle competenti strutture aziendali al fine di esprimere valutazioni in sede di Consiglio sulle proposte di delibera presentate e illustrate dal Direttore Generale. In particolare sono state svolte analisi e approfondimenti sui temi relativi all'evoluzione del servizio pubblico radiotelevisivo in Italia e in Europa, lo sviluppo di un progetto di canale satellitare digitale con contenuti di intrattenimento, cultura, informazione e forme di cooperazione con altre emittenti europee nonché la progettazione di una fiction di qualità e coproduzione europea.

Il Consiglio di Amministrazione nel corso del 2003 ha tenuto 43 riunioni di cui 10 presiedute dal Presidente Antonio Baldassarre e le rimanenti dal presidente Lucia Annunziata) a seguito delle quali, in adempimento delle attribuzioni conferite dalla Legge e dallo Statuto ha approvato, su proposta del Direttore