



Relazione Semestrale

30 Giugno 2012

Eventi e iniziative di rilievo

- Share di RAI al 40,3% nei primi sei mesi dell'anno. In evidenza il Festival di Sanremo con 11,1 milioni di ascoltatori medi (circa 48% di share) e la semifinale degli Europei 2012 tra Italia e Germania con 23,2 milioni di ascoltatori (circa 80% di share).
- La fiction Rai si conferma un punto di forza per la Rai. Tra i migliori risultati ottenuti vanno ricordati “Paolo Borsellino – i 57 giorni” con 8,2 milioni di ascoltatori e il 29,7% di share e “Maria di Nazareth” con 7,8 milioni di ascoltatori e il 27,4% di share, le fiction più viste della stagione televisiva.
- Quindici i titoli distribuiti, tra i quali “Hugo Cabret” che ha vinto cinque premi Oscar. Orso d'oro al Festival di Berlino, dopo ventuno anni di attesa per un film italiano, a Paolo e Vittorio Taviani per “Cesare deve morire” coprodotto da Rai Cinema. Tredici i David di Donatello conquistati da film che Rai Cinema ha contribuito a realizzare.
- Completamento del processo di switch-off da analogico a digitale nelle regioni di Abruzzo, Molise, Puglia, Basilicata, Sicilia e Calabria.
- Acquisizione dei diritti per la Coppa Italia di calcio, stagioni 2012-2013, 2013-2014 e 2014-2015 e della Supercoppa Italiana 2012, 2013 e 2014.

Indice

- ▶ **Mercato di riferimento**
- ▶ **Consuntivo I semestre 2012**

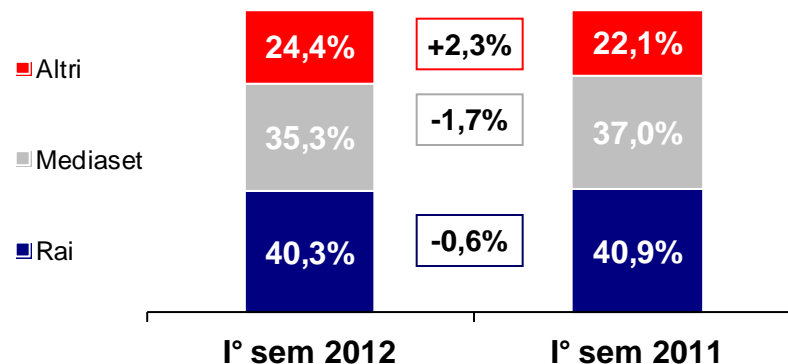
Ascolti Televisione (fonte Auditel)

Lo share Rai complessivo è pari a 40,3% nei primi sei mesi dell'anno (41,7% nella fascia prime time tra le 20:30 e le 22:30)

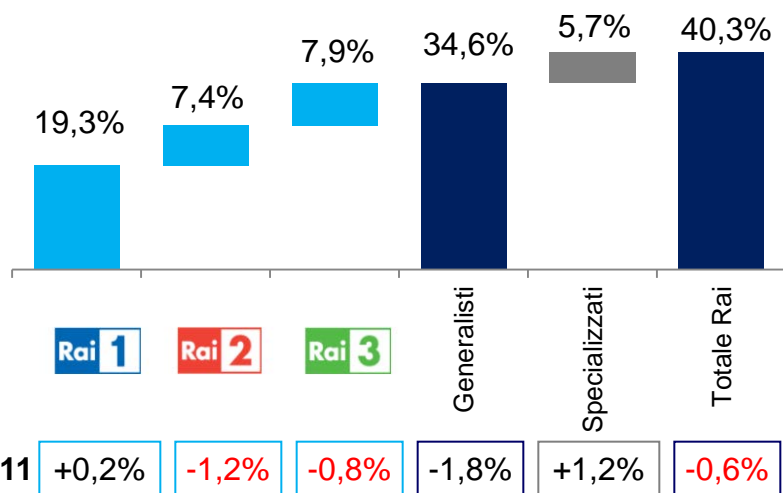
Tutti i canali specializzati sono in crescita. I primi tre canali specializzati in termini di share (totale individui) sono :

- Rai 4: 1,06% intera giornata e 1,02% prima serata
- Rai Premium: 1,05% intera giornata e 0,96% prima serata
- Rai Movie: 0,78% intera giornata e 0,82% prima serata

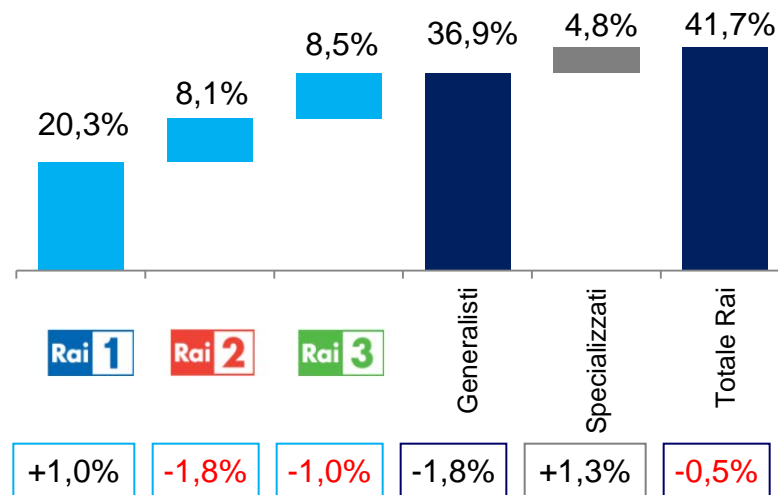
Televisione – Share ascolti intera giornata



Share Totale Rai - intera giornata

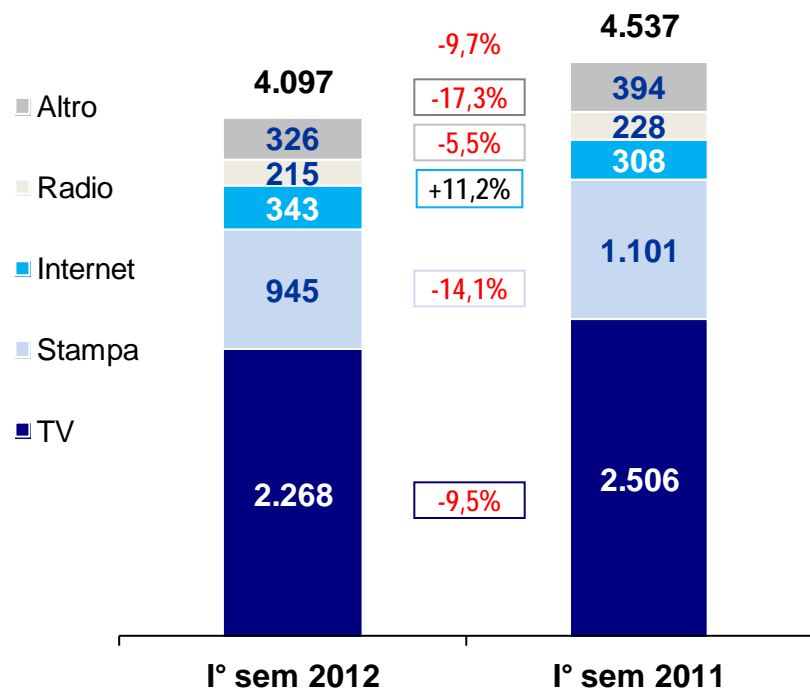


Share Totale Rai – prima serata

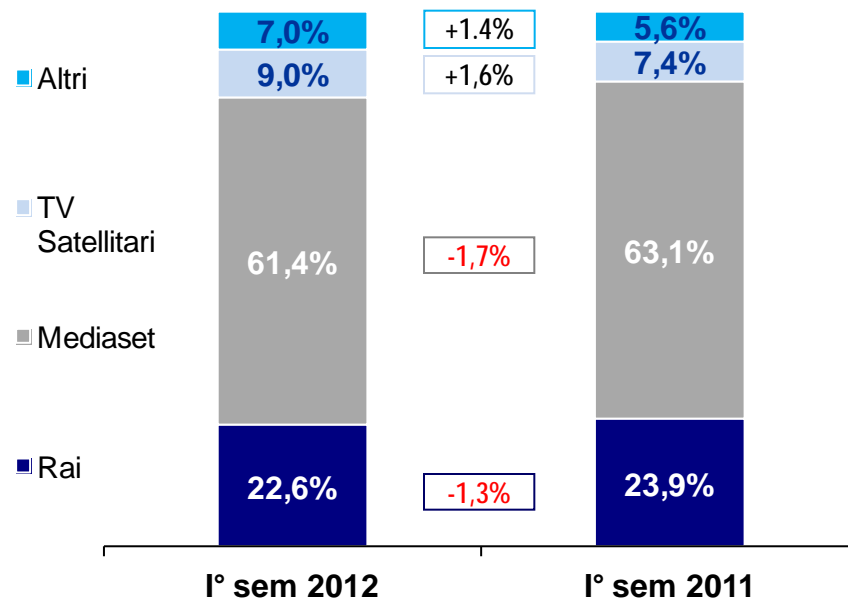


Mercato pubblicitario (elaborazioni Rai su dati Nielsen)

Mercato totale (mln €)



Mercato televisivo (%)



Indice

▶ **Mercato di riferimento**

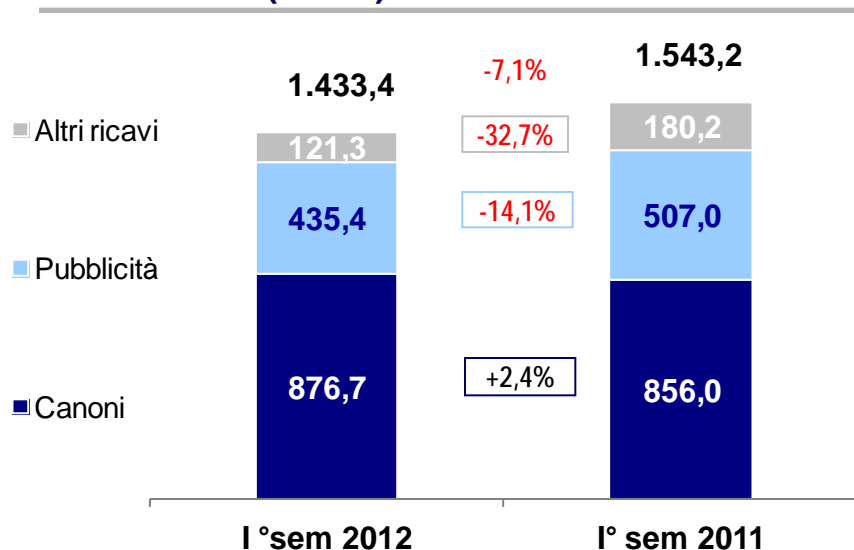
▶ **Consuntivo I semestre 2012**

Conto Economico Consolidato

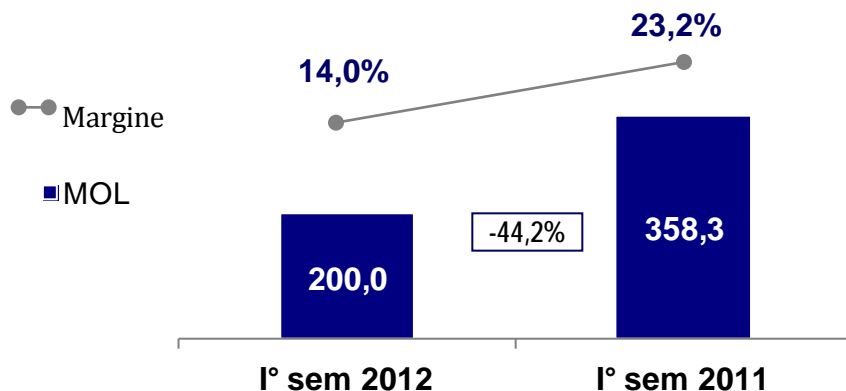
Gruppo (mln €)	I semestre 2012	I semestre 2011	Δ
Ricavi esterni	1.433,4	1.543,2	-109,8
Costi esterni complessivi	-716,7	-670,7	-46,0
Costi esterni	-610,7	-670,7	60,0
Grandi Eventi Sportivi	-106,0		-106,0
Costo del personale	-516,7	-514,2	-2,5
MARGINE OPERATIVO LORDO	200,0	358,3	-158,3
Ammortamenti	-270,2	-258,5	-11,7
Accantonamenti e oneri netti	-45,0	-20,0	-25,0
RISULTATO OPERATIVO	-115,2	79,8	-195,0
Gestione finanziaria e straordinaria	-4,8	-4,3	-0,5
RISULTATO ANTE IMPOSTE	-120,0	75,5	-195,5
Imposte	-9,0	-26,9	17,9
RISULTATO DI ESERCIZIO	-129,0	48,6	-177,6

Ricavi e Margine Operativo Lordo

Ricavi Totali (mln €)



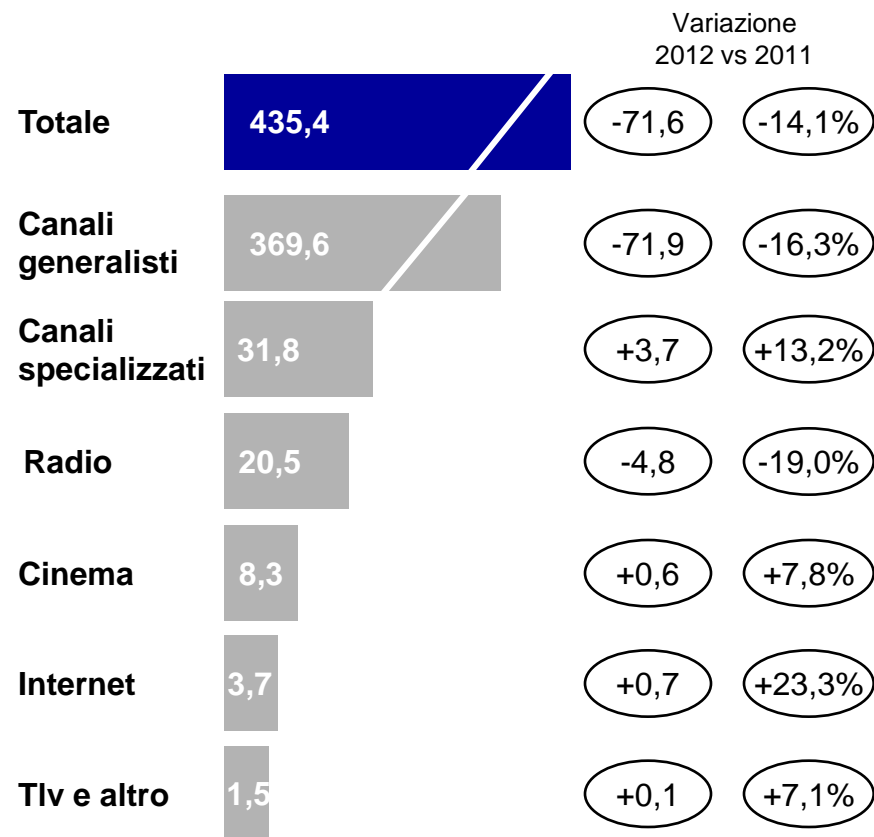
Margine Operativo Lordo (mln €)



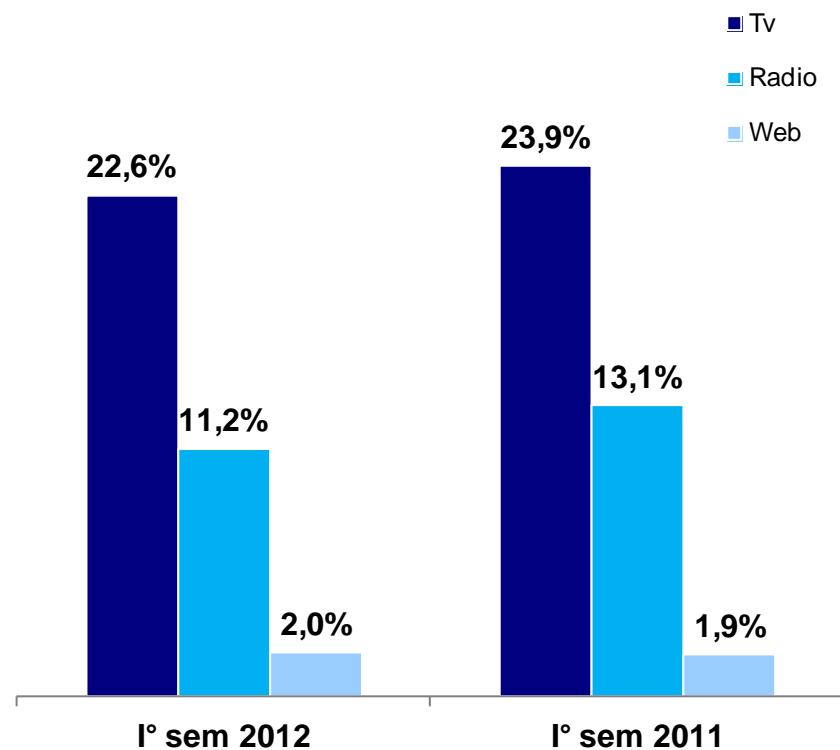
- **Ricavi:** I ricavi del primo semestre del Gruppo Rai ammontano a €1.433 milioni in diminuzione di €110 milioni rispetto al 2011 a causa della riduzione del fatturato pubblicitario (€72 milioni) e degli altri ricavi (€59 milioni) costituiti prevalentemente da ricavi commerciali.
- **Pubblicità:** la riduzione dei ricavi da pubblicità di Rai deriva dalla contrazione del mercato pubblicitario complessivo (-9,7%) e da una perdita di quota di mercato pubblicitario del Gruppo nel settore TV e RF
- **MOL:** Il Margine Operativo Lordo (MOL) di Rai è pari a €200 milioni nei primi sei mesi del 2012 in decremento di €158 milioni rispetto al primo semestre del 2011. Il peggioramento del MOL è determinato - oltre che dai minori ricavi - dai costi dei diritti degli Europei 2012 di calcio (€101,5 milioni) solo in parte compensati con il contenimento dei costi operativi.

Analisi ricavi da pubblicità

Ricavi da Pubblicità (mln €)



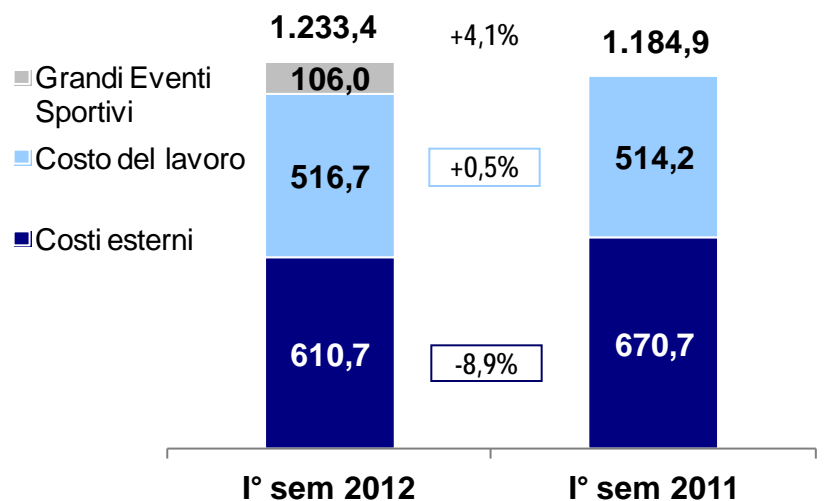
Quota di mercato Rai – Pubblicità (%)



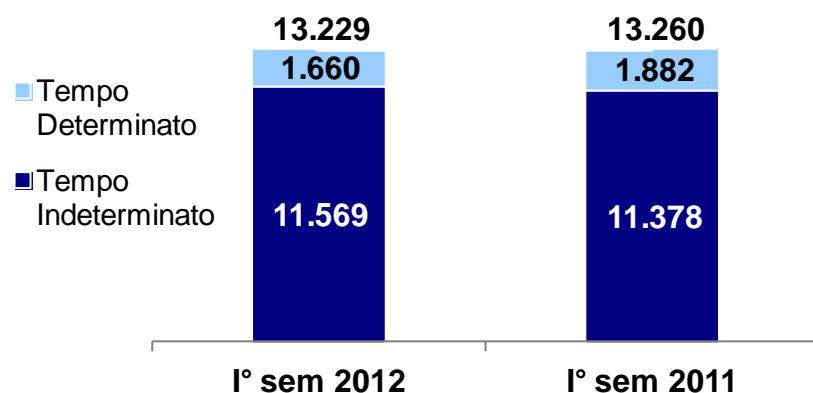
* Compresi grandi eventi sportivi per 18,5 milioni di Euro e la raccolta realizzata dalla Capogruppo e da Rai Net

Costi operativi

Costi operativi (mln €)



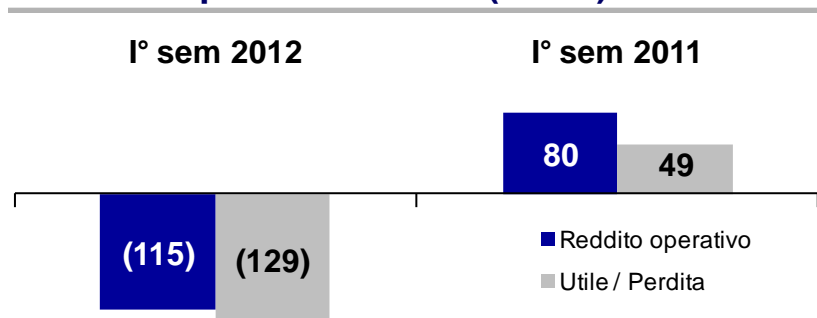
Forza Lavoro Media



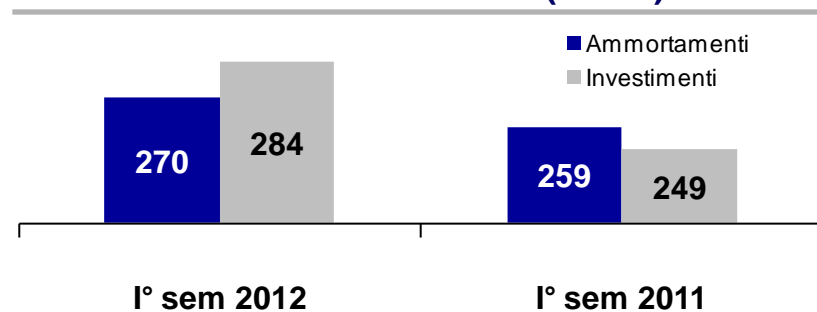
- **Grandi eventi sportivi 2012:** il primo semestre dell'anno in corso include oneri per €106 milioni, di cui €101 milioni relativi ai diritti del campionato europeo di calcio
- **Costi esterni:** pari a €610,7 milioni in miglioramento di €60 milioni principalmente per effetto di azioni volte al contenimento dei costi
- **Costo del lavoro:** €516,7 milioni (+2,5 milioni), sostanzialmente stabili nonostante le politiche di incentivazione agli esodi agevolati ed al sostanziale blocco delle politiche retributive per compensare gli incrementi da automatismi, stabilizzazione di precari
- **Forza lavoro:** la forza di lavoro media del Gruppo Rai nel primo semestre è pari a 13.229 unità, in linea con i valori dello scorso anno. La forza lavoro a tempo determinato è valorizzata in unità anno equivalenti.

Risultato Netto, Investimenti e PFN

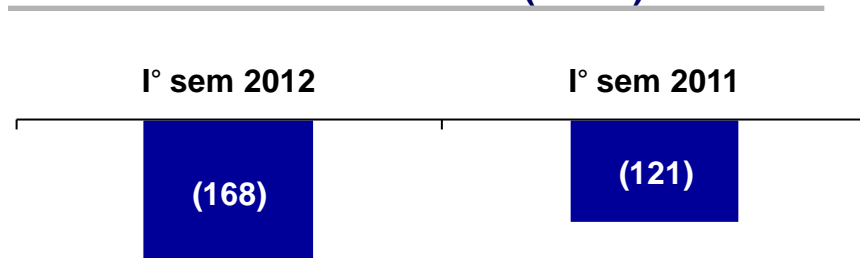
Risultato operativo e netto (mln €)



Ammortamenti e investimenti (mln €)



Posizione Finanziaria Netta (mln €)



- **Reddito Operativo:** il Reddito Operativo nei primi sei mesi del 2012 è pari €-115 milioni in peggioramento di €195 milioni rispetto allo stesso periodo del 2011 a causa del minor MOL, di maggiori oneri per 25 milioni (svalutazioni fiction e accantonamento rischi) e un più alto livello di ammortamenti per 12 milioni
- **Risultato Netto:** la perdita registrata nel primo semestre è pari a €129 milioni con un peggioramento di €178 milioni rispetto ai valori del primo semestre 2011 come conseguenza della riduzione del reddito operativo e di un minor carico fiscale
- **Amm.ti e Investimenti:** entrambe le voci sono in aumento principalmente per effetto del completamento del processo di switch-off da analogico a digitale
- **Posizione finanziaria netta (PFN):** la PFN al 30 Giugno 2012 è impattata positivamente da maggiori incassi da canoni di abbonamento che hanno in parte compensato l'effetto negativo dell'andamento economico della gestione