

L'attività della Rai

La televisione

Canali generalisti

Canali semi-generalisti

Canali tematici

Informazione

Cinema

Fiction

Teche

La radio

Canali

Informazione

Canali di Pubblica Utilità

Internet

Attività commerciali

Pubblicità

Sviluppo commerciale

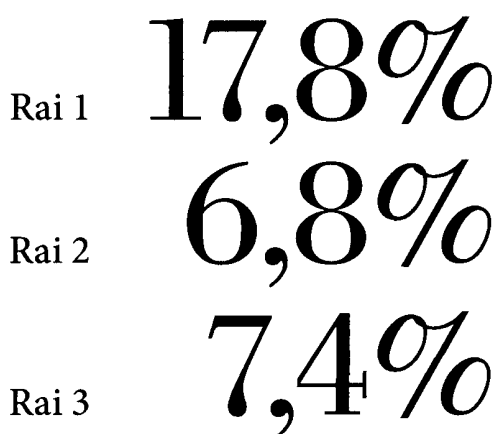
Altre attività

Sviluppo Digitale

Attività trasmissiva

PAGINA BIANCA

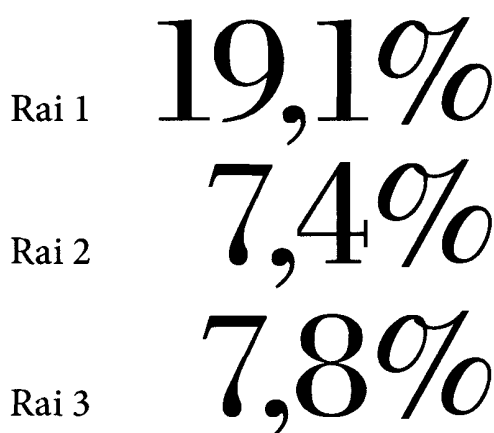
**Ascolto
intera
giornata
(canali generalisti)**



Un'offerta popolare e, al contempo, di qualità che spazia tra diversi generi televisivi con un forte profilo di riconoscibilità.

“In uno scenario televisivo in trasformazione, Rai 1 affronta una sfida difficile: consolidare la propria autorevolezza come editore di riferimento del Servizio Pubblico e, contemporaneamente, sperimentare nuovi prodotti e linguaggi per intercettare esigenze e aspettative di un pubblico anch'esso in evoluzione.”

**Ascolto
prima
serata
(canali generalisti)**



Rai 2

Rai 2 rappresenta la tv contemporanea: dalla cultura all'informazione, dallo spettacolo all'intrattenimento non convenzionale, per raccontare al meglio le novità del nostro tempo.

Durante il 2013 Rai 2 ha proseguito l'impegno per affermare il proprio ruolo di canale di tendenza, attento ai movimenti culturali emergenti, ai fenomeni di costume, alla storia recente. Un canale a cui si associano parole come modernità, dinamicità, curiosità, creatività e originalità.

“Rai 2 sceglie con forza la strada del contatto con il proprio pubblico: insieme al consolidamento dei programmi di successo punterà alla sperimentazione in prime time e seconda serata per rafforzare il brand di rete.”

La televisione

Canali generalisti

Rai 1

Rai 1 è il punto di riferimento del pubblico italiano, con la più ampia copertura degli eventi di interesse nazionale, da quelli di attualità a quelli sportivi e dello spettacolo, oltre a essere la casa della grande fiction di produzione e dell'intrattenimento.

Il 2013 conferma il primato di Rai 1 come rete più vista dagli spettatori della televisione, su tutte le piattaforme e lungo i diversi palinsesti della giornata. Un palinsesto ricco e articolato, che si dipana dalle trasmissioni informative del primo mattino alle storie di vita quotidiana, grandi e piccole, che, insieme ai fatti della cronaca, accompagnano la tarda mattinata e il pomeriggio della rete. Passando per i quiz e i giochi a premi della fascia preserale, fino al momento clou del telegiornale della sera, ai grandi programmi del prime time e della fascia serale.

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.

In un panorama che conferma le pressioni verso la tv generalista da parte delle reti specializzate, Rai 3 si attesta anche nel 2013 al terzo posto tra le reti più viste dal pubblico italiano e mantiene la leadership per gradimento da parte della propria audience.

La forza e l'identità di Rai 3 traggono impulso dal proprio daytime tutto in diretta, una striscia continua di informazione ragionata e approfondita, ma allo stesso tempo immediata e legata all'evolversi della giornata, dei temi e degli avvenimenti.

Programmi storici accompagnano la transizione verso la prima serata che, al termine dell'informazione nazionale e territoriale, fulcro nodale del Servizio Pubblico, porta ai capisaldi del palinsesto. I grandi talk culturali e politici, i confronti, le inchieste, con Rai 3 unica rete italiana a trasmettere il genere reportage in prima serata. Qualità e unicità sono le cifre stilistiche di una rete inconfondibile e irrinunciabile per il proprio pubblico.

“Rai 3 affronta il futuro consapevole delle insidie della frammentazione progressiva, e inevitabile, del pubblico per il moltiplicarsi dell'offerta televisiva ma convinta che attraverso la fortificazione identitaria sia possibile continuare a coniugare qualità, innovazione e valori del Servizio Pubblico mantenendo, così, un forte posizionamento sociale.”

**Ascolto
canali
specializzati
(semi-generalisti
e tematici)**

Intera giornata **6,7%**
Prima serata **5,7%**

Canali semi-generalisti

Rai 4

Rai 4 è la tv dell'immaginario globale: dall'action orientale al crime francese, dal fantasy americano alle serie tv d'autore più premiate, lungo le nuove frontiere della produzione di genere.

La rete dedicherà maggiore attenzione al prodotto seriale in prime time e privilegerà il target 15/44 anni.

Questo pone importanti sfide nell'aggiornamento del prodotto seriale che sconta, più di quello cinematografico, l'utilizzo ripetuto, fatto ancor più vero se riferito ai giovanissimi, naturalmente propensi all'inedito e alla fruizione via web.

“L'ambito editoriale della rete si colloca in rapporto ai concetti di ‘televisione di culto’: serializzazione del racconto, immaginario globale, estetica post moderna e neomoderna, categorie

che attraversano oggi, trasversalmente, la produzione cinematografica e televisiva.”

Rai 5

Rai 5 quando la tv è cultura, arte, spettacolo e intrattenimento da tutto il mondo, per avere un punto di vista esteso e globale sul presente.

Rai 5 è, da dicembre 2013, il canale delle *performing arts*.

Offre una programmazione unica e riconoscibile che spazia dal teatro alla lirica, dalla musica colta alla danza, dall'arte alla letteratura.

Il palinsesto propone appuntamenti fissi e dirette dei grandi eventi, pezzi pregiati del repertorio Rai, produzioni, film e documentari italiani e stranieri di alto profilo.

“Con questa filosofia Rai 5 accentua la propria vocazione culturale, offrendo maggiore spazio alla musica colta, all'arte scenica, proponendo una risposta concreta a una sempre più diffusa domanda di qualità proveniente dal pubblico.”

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.

Nel 2013 la rete ha confermato il proprio posizionamento di rete semigeneralista 'da vivere e da rivedere' passando da un canale monotematico, che replicava semplicemente la fiction Rai, a un canale con una identità più chiara, con innesti di serie e tv movie extraeuropei, *telenovelas* e di intrattenimento generalista. Di fondamentale importanza l'esordio di produzioni dedicate alla rete in merito alle serie tv trasmesse, ai divi e ad altre produzioni culturali e informative.

“La programmazione in replica dei migliori intrattenimenti generalisti ha consentito, da una parte, un più intensivo sfruttamento del prodotto e, dall'altra, la possibilità di una maggiore differenziazione dell'offerta del canale rispetto a Rai 1.”

Rai Movie

Rai Movie rappresenta un canale per tutti i generi: commedie, thriller, film d'azione, sentimentali, horror. Un canale capace di rendere protagonista il genere preferito dallo spettatore.

Nel 2013 Rai Movie ha confermato e consolidato la propria filosofia di canale di cinema indirizzato verso un'offerta di Servizio Pubblico, in grado di coniugare qualità e performance soddisfacendo i gusti degli appassionati di cinema di ogni genere. In linea con questa impostazione editoriale, la rete ha recuperato e proposto opere originariamente concepite per il grande schermo senza rinunciare a una serialità televisiva caratterizzata da una chiara matrice cinematografica.

“Il canale ha posto un forte accento sulle possibilità presenti e future dell’interattività via web nel contesto della propria offerta complessiva; il costante presidio dei social network è premiato dall’incremento continuo dei follower di Rai Movie.”

Canali tematici**Rai YoYo**

Rai YoYo è la tv ‘vietata ai maggiori’, un canale dedicato ai bambini più piccoli e ai loro genitori, un canale pensato e realizzato per divertire ed educare al contempo.

Sul piano dei risultati editoriali il canale rappresenta oggi un’eccellenza nel panorama nazionale e internazionale, riuscendo ad affermarsi rapidamente come la rete preferita e più seguita dai bambini italiani e dalle relative famiglie.

Tra i punti di forza della rete si evidenziano sia la concentrazione dello sviluppo editoriale sui programmi di punta e di maggior successo, sia 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.

“Rai YoYo è l’offerta specializzata dedicata ai bambini in età prescolare, ricca di programmi e produzioni originali capaci di abbinare elevata qualità realizzativa ad alto valore educativo in una proposta conformata al principio di educare attraverso il gioco.”

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 l’offerta specializzata dedicata ai ragazzi in età scolare, 8/14 anni, con una programmazione ricca di prodotti di animazione, telefilm per ragazzi e produzione in studio interamente ideate e realizzate da Rai. In questo modo, anche nel 2013, Rai Gulp ha svolto un’importante funzione di raccordo tra l’offerta prescolare di Rai YoYo e le proposte appetibili per il pubblico di fascia teen su Rai 3 e Rai 4, cercando di fidelizzare, negli anni, bambini e ragazzi al brand Rai.

Rai Gulp, infine, è riuscita ad avviare un’offerta cross mediale competitiva, sviluppando una propria *community on line* con iniziative che puntano a rafforzare il legame tra la Rai e i giovani adolescenti.

“Rai Gulp si caratterizza quale proposta di intrattenimento ‘intelligente’ che sfrutta temi e filoni particolarmente cari al target per veicolare, in chiave divertente e leggera, valori ed elementi positivi, utili al percorso formativo dei ragazzi, sensibilizzandoli ai temi e alla complessità del loro vivere quotidiano.”

Rai Educational

L’emergenza di superare la crisi economica e sociale che il Paese sta attraversando, pone all’intero sistema delle comunicazioni la sfida di migliorare e rafforzare il sistema formativo, rendendolo in grado di rispondere alle domande di nuove e più estese competenze sia per chi è già inserito nel mondo del lavoro sia per chi deve ancora entrarvi.

Rai Educational punta a essere protagonista di questa fase di formazione non formale, contribuendo a creare intorno ai propri spettatori, anche sul web, un ambiente educativo diffuso, ricco e stimolante. e si articola in Rai Storia e Rai Scuola.

Rai Storia

Ogni giorno una nuova storia: documentari, serie e programmi di approfondimento per guardare al nostro passato sempre da un punto di vista diverso e originale.

Nel corso del 2013, il palinsesto di Rai Storia si è arricchito di molte novità e programmi.

Serie come *Italia in 4d*, con Carlo Lucarelli, e *Viaggio nell'Italia che cambia*, con Edoardo Camurri, testimoniano il mutamento socio-economico in atto.

Grandi giornalisti come Paolo Mieli e Gianni Riotta conducono *Eco della Storia*, dove un parterre di esperti discute di temi del passato che hanno ancora una forte eco nella contemporaneità. Importanti perché di estrema attualità, infine, gli approfondimenti sui temi della legalità e il punto di vista delle donne nella storia del Novecento.

“Il canale Rai Storia è uno dei cardini del progetto Rai Educational: un canale che partendo da un’attenta e rigorosa analisi e interpretazione del nostro passato, lontano e recente, offre occasioni di riflessione e consente di approcciare con linguaggio storiografico i campi del sapere, le arti e i mestieri, favorendo una comprensione della complessità in cui vive l’uomo contemporaneo.”

Rai Scuola

Rai Scuola è il canale di Rai Educational nato per favorire la comunicazione tra il mondo della scuola, i giovani, le famiglie e gli studenti di ogni età.

Il canale ha sviluppato programmi e interventi specifici nati da convenzioni con il Ministero dell’Istruzione, dell’Università e della Ricerca per la diffusione di tematiche legate all’economia, alla finanza e alla competenza digitale. A fianco di queste, l’impegno per lo sviluppo delle competenze e conoscenze legate alla lingua inglese.

Sempre seguendo la *mission* di Rai Educational di promuovere la crescita sociale e culturale del Paese e riavviare un percorso virtuoso di eccellenza, che ha nella ricerca scientifica le proprie fondamenta, sono stati definiti accordi e sviluppati progetti in collaborazione con i più prestigiosi istituti di ricerca italiani per la realizzazione di prodotti televisivi su argomenti scientifici. Tra questi il CNR, l’Agenzia Spaziale Italiana e l’Istituto Nazionale di Astrofisica.

“L’offerta editoriale di Rai Scuola prosegue nel solco della divulgazione e della formazione, componendo contenuti educativi e forme accattivanti, per rivolgersi con sempre più efficacia a un pubblico giovane, fortemente legato ai linguaggi e alle culture di rete.”

Rai News 24

Al passo con i tempi dello spettatore: il canale all news più visto dagli italiani che desiderano essere informati in qualunque momento, tempestivamente, 24 ore su 24.

Nel corso del 2013 Rai News 24 ha apportato significative modifiche al proprio perimetro operativo.

A partire da giugno è iniziato il processo di integrazione con Televideo; da dicembre è on line il nuovo portale informativo della Rai nel dominio www.rainews.it.

Questa nuova configurazione, unitamente ad altri progetti previsti nel Piano Industriale condurrà sempre di più a identificare la nuova Rai News 24 come punto di accesso di tutte le fonti dell’informazione Rai.

“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.”

Rai Sport 1 e Rai Sport 2

Tutto lo sport minuto per minuto: eventi in diretta, news e competizioni internazionali per non mancare mai l’appuntamento con gli sport preferiti. Ma, anche, sfide e imprese storiche che hanno reso lo sport qualcosa più di uno sport.

Rai Sport 1 è il canale dedicato agli sport più popolari come il calcio, agli sport invernali e ai giochi di squadra. Il canale realizza dirette, reportage e programmi di approfondimento. Rai Sport 2 si va caratterizzando sempre più come il ‘canale delle ruote’: ciclismo e motori sono seguiti in tutte le loro manifestazioni, dal Giro d’Italia alle altre classiche delle due ruote, dalle rubriche motoristiche settimanali agli eventi, alle memorie dello sport.

Rai Sport, tuttavia, non è solo telecronaca e approfondimento dell’evento sportivo. Rai Sport è un ambiente per discutere le prospettive della formazione, la ricerca e crescita di talenti ma, soprattutto, il legame indissolubile tra sport e salute e, argomento centrale degli ultimi anni, tra sport e lealtà nei principi di una competizione corretta.

“Obiettivo di Rai Sport è quello di creare un’offerta complessiva dello sport che dia ai telespettatori riferimenti certi di programmazione e che faccia

della testata sportiva della Rai una presenza costante sia nel racconto degli eventi sportivi sia nelle trasmissioni di approfondimento e discussione.”

Informazione

TG1

Il TG1 è la testata architrave dell'informazione Rai che realizza il momento di 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.

Il TG1 si conferma come primo telegiornale italiano sia per il primato conseguito negli ascolti sia per l'autorevolezza nel panorama generale dell'informazione nel nostro Paese.

Alla base di questi risultati la correttezza e il pluralismo dell'informazione, la scelta delle notizie, la cura delle immagini, la credibilità del racconto e il rigore nei contenuti e nella predisposizione dei servizi.

Un tg di garanzia che parla a tutti gli italiani, pur nell'attualizzazione dei linguaggi e degli argomenti, con inchieste al passo con i problemi, le aspirazioni e la curiosità della gente.

La cifra stilistica è la centralità delle Istituzioni e della politica, della cronaca italiana e dei grandi eventi internazionali.

“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 il telegiornale dell'innovazione e dell'approfondimento, elemento qualificante del suo ruolo di Servizio Pubblico.

A fine 2012 il Tg2 è diventato il primo telegiornale della televisione generalista a passare interamente al digitale, rivoluzionando il modo di produrre servizi, con un nuovo studio, nuove salette di montaggio, nuove telecamere, nuove regie e nuova veste grafica.

Importante rilevare l'impegno del Tg2 nell'approfondimento e nella realizzazione delle molte rubriche, il numero maggiore all'interno del panorama dell'informazione Rai, che richiedono un importante impegno editoriale e produttivo.

Highlights informazione Rai

34,24%

ascolto dell'edizione del TG1 delle 20.00 del 13 marzo 2013, in occasione dell'elezione al soglio di Papa Francesco

4.400

telegiornali, speciali e rubriche del Tg2 per un totale di oltre 2.000 ore di trasmissione

80.000

followers del TG3 su twitter

14.600

ore di contenuti informativi prodotti dal TGR nel 2013

“La cifra 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 dei cittadini, della società, attento alle dinamiche sociali e ai diritti. Attento alla politica ma non al ‘palazzo’ e sensibile ai temi che determinano la qualità della vita di tutti i giorni.

Anche nel 2013 il TG3 si è confermato stabilmente al terzo posto nella classifica dei telegiornali più seguiti, con una collocazione originale nel palinsesto rispetto alle altre proposte informative e, più rilevante, un taglio del tutto diverso dagli altri spazi informativi delle reti generaliste italiane. Un prodotto destinato a un pubblico fidelizzato da un'impronta chiara, sovrapponibile allo stile della rete: il TG3 dà spazio alla politica, all'economia e alla cronaca consentendo di seguirne l'evoluzione. Per questo il telegiornale racconta i fatti e utilizza, unico tra tutti, collegamenti in diretta con i protagonisti.

“Punti di forza del telegiornale sono il linguaggio diretto nel racconto degli avvenimenti e un marcato uso della diretta, per trasportare lo spettatore là dove i fatti avvengono.”

TGR

TGR è la testata multimediale, basata sul contatto con i territori, che produce, con una propria linea editoriale e supportando le altre testate della Rai, contenuti per il web, la tv e la radio.

TGR produce tre edizioni quotidiane dei notiziari, una rubrica quotidiana, *Buongiorno Regione*, e una rubrica settimanale, *Il settimanale*.

Al prodotto locale affianca i programmi a diffusione nazionale attraverso tre rubriche quotidiane, *Buongiorno Italia*, *Leonardo* e *Piazza Affari* e sei rubriche settimanali (*Ambiente Italia*, *Estovest*, *Regioneuropea*, *Mediterraneo*, *Prodotto Italia*, *Bell'Italia* e *Montagne*).

23 redazioni regionali, 1 redazione bilingue (in Valle d'Aosta) e 3 redazioni in lingua (tedesca e ladina a Bolzano e slovena a Trieste), 3 redazioni distaccate (Udine, Catania e Sassari), 1 redazione centrale a Roma e 1 agenzia nazionale.

“Entra nel vivo il piano di digitalizzazione delle sedi regionali, un piano di investimenti ambizioso che consentirà alle redazioni regionali di lavorare meglio, più velocemente e con un sensibile aumento della produttività per offrire ai cittadini un contenuto indispensabile e cruciale della missione di Servizio Pubblico.”

Rai Parlamento

Rai Parlamento è la testata giornalistica che informa gli utenti televisivi sulle attività del Parlamento nazionale e del Parlamento Europeo, in stretta connessione con gli sviluppi dell'attività politica.

A fianco dell'ordinaria attività informativa sulla vita istituzionale e parlamentare, il 2013 ha comportato un grande sforzo produttivo in occasione delle elezioni politiche, l'insediamento della XVII legislatura, le elezioni dei vertici parlamentari e l'elezione del Presidente della Repubblica.

Ascolto
edizioni
serali

TG1

23,1%

Tg2

8,4%

TG3

12,3%

Cinema

Le principali attività di **Rai Cinema** 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.

Acquisto

Nell'arco del 2013, il progressivo inasprimento della crisi economica globale ha influenzato la performance del settore audiovisivo, il cui punto nevralgico è rappresentato dalle problematiche inerenti il prodotto d'acquisto, sia in termini di quantità che di qualità.

Ormai da più di un decennio l'approvvigionamento di prodotto pregiato avviene attraverso accordi in esclusiva con grandi major: CBS, il network leader negli USA affine per tematiche, linee editoriali e target a Rai, DISNEY, marchio tra i più esclusivi, riconoscibili e fidelizzanti a livello mondiale, la tedesca BETA, produttore e distributore poliedrico.

Oltre tali accordi è opportuno considerare come le operazioni commerciali effettuate da Rai Cinema nell'anno 2013 abbiano avuto come presupposto la notevole crescita dei fabbisogni delle reti che, in controtendenza rispetto agli anni passati, ha riguardato in particolar modo il prodotto cinematografico.

Nell'ambito di un mercato in continua evoluzione, nonché di un contesto produttivo altalenante, Rai Cinema ha siglato importanti accordi commerciali con i colossi PARAMOUNT e MGM, e con distributori indipendenti italiani di qualità.

Produzione cinematografica

Nel 2013 numerose sono le pellicole terminate, la cui uscita è avvenuta nel primo trimestre del 2014. Tra queste, *Il capitale umano* di Paolo Virzì, tratto dall'omonimo romanzo di Stephen Amidon dove si confrontano generazioni e classi sociali diverse; *Anita B* di Roberto Faenza, tratto dall'autobiografia di Edith Bruck sul tema del ritorno alla vita di una giovane sopravvissuta ai campi di concentramento nell'Ungheria dell'immediato dopoguerra; *Smetto quando voglio*, commedia sulla crisi di una generazione, cadenzata da ritmi serratissimi e dialoghi irresistibili, diretta dall'esordiente Sydney Sibila; *Allacciate le cinture* di Ferzan Ozpetek. In fase di post produzione nel 2013 sono da segnalare molte pellicole, sia d'autore, con auspicabili passaggi a festival, sia dalla vocazione più commerciale.

Alice Rohrwacher ha iniziato il montaggio di *Le meraviglie*, storia di una bizzarra famiglia dedita all'apicoltura narrata da una delle figlie.

Mario Martone, sta montando *Il giovane favoloso*, sulla vita di uno dei più grandi e amati poeti italiani, Giacomo Leopardi.

Ivano di Matteo ha concluso le riprese de *I nostri ragazzi*, ritratto impietoso di una famiglia 'per bene' la cui vera natura emerge in seguito a un incidente.

Molto interessante il nuovo film di Gabriele Salvatores, che con *Il ragazzo invisibile* si è cimentato nel fantasy per ragazzi, genere inusuale per il cinema italiano.

Pupi Avati ha finito le riprese del suo film *Il ragazzo d'oro*.

Carlo Vanzina sta terminando la post produzione della sua commedia corale *Un matrimonio da favola*, Giulio Manfredonia, dopo *Qualunque sia* e *Tutto Tutto niente niente*, ha girato una commedia che ha come spunto la costituzione di una cooperativa che sorge su un terreno confiscato alla mafia.

Infine sarà pronto per il 2014 l'esordio alla regia di Diego Bianchi (in arte Zoro) il popolarissimo personaggio, autore del fortunato programma di Rai 3 *Gazebo*.

Durante il secondo semestre del 2013 sono iniziate le riprese di *Anime nere* di Francesco Munzi.

Daniele Cipri ha iniziato a girare *La buca* mentre Saverio Costanzo ha dato il via a un film intitolato *Hungry Hearts*, tratto dal romanzo *Il bambino indaco* di Marco Franzoso.

Dopo il profetico *Habemus Papam*, Nanni Moretti si cimenta con un film, dal titolo *Mia madre*, che racconta il dolore, la difficoltà di affrontare la malattia e la morte di un genitore, del fare i conti con sé stessi di fronte a una oramai sopravvenuta maturità.

Matteo Garrone, vincitore per due volte consecutive del Gran Premio Speciale della Giuria a Cannes, sta preparando il suo prossimo film, una coproduzione internazionale di una favola in costume, tratto da *Lo cunto de li cunti* di Giambattista Basile.

Anche Paolo e Vittorio Taviani, dopo la vittoria del Leone d'Oro al festival di Berlino 2012, tornano alla regia attingendo alla più nota raccolta italiana di novelle, ossia il Decamerone. Il film si intitolerà *Meraviglioso Boccaccio*.

In occasione del centenario della Prima Guerra Mondiale, uno dei grandi maestri del cinema italiano, Ermanno Olmi, girerà un film in cui si racconta la follia di una guerra di trincea che è stata una carneficina di proporzioni spaventose, responsabile della sparizione di un'intera generazione di ragazzi.

Tra gli autori più giovani, citiamo Matteo Rovere, che sta preparando *Italian Race*, storia di caduta e riscatto di una ragazzina nel mondo delle corse automobilistiche, e Claudio Cupellini che

con *I principianti* racconta una vicenda d'amore disperato tra due giovani in cerca di successo. Per quanto riguarda i film di esordio Rai Cinema ha iniziato l'anno 2013 con il clamoroso risultato de *Il principe abusivo* di Alessandro Siani, top list al box office per la nostra distribuzione, e lo ha concluso con il successo della coproduzione, del film *Stai lontana da me* di Alessio Maria Federici.

Produzione documentari

Nel 2013 sono stati ultimati 31 documentari mentre sono stati attivati 54 nuovi titoli. La scelta dei temi conferma e amplia le linee editoriali fin qui sostenute, con particolare attenzione alle generazioni di registi under 35, portatrici di proposte originali sia per i contenuti che per la forma. L'anno appena trascorso è stato molto importante per i riconoscimenti conseguiti: *Sacro Gra* di Gianfranco Rosi si è aggiudicato il Leone d'oro alla Mostra del Cinema di Venezia e *Dal profondo* di Valentina Zucco Pedicini il premio per il miglior documentario italiano al Festival del cinema di Roma.

Distribuzione

Nel corso del 2013, l'area Theatrical della divisione O1 ha distribuito 28 film per un box office totale di oltre 80 milioni di Euro e più di 13 milioni di biglietti venduti, conquistando una quota di mercato del 13%, la più alta mai raggiunta nella storia di Rai Cinema.

I titoli di punta sono stati *Il principe abusivo*, con oltre 15 milioni di Euro al botteghino, *Un fantastico via vai*, con 9 milioni di Euro e, tra gli acquisti, *Rush* con quasi 6,5 milioni di Euro.

L'area home video tra titoli di proprietà e acquisti ha raggiunto il 5% di market share nelle vendite, anche grazie a titoli quali *Il principe abusivo*, *Attacco al potere* e *Hugo Cabret*.

Accordi commerciali

Nel 2013 sono stati stipulati con Sky accordi per lo sfruttamento pay e pay per view in esclusiva di due pacchetti di complessivi 33 titoli.

Il 2013 registra, inoltre, la crescita delle linee di business relative alle nuove piattaforme digitali, che iniziano a produrre significativi risultati economici con accordi con Samsung, Microsoft e Dailymotion.

Nel 2013 è stato concluso un importante accordo con Cubovision per lo sfruttamento Svod di circa 350 opere cinematografiche all'anno, mentre prosegue la collaborazione con Chili e iTunes.

Continua anche la collaborazione con Mondadori e L'Espresso, per la vendita edicola di oltre 20 titoli, mentre altri titoli, nuovi e di repertorio, sono stati concessi ad Alitalia.

Importanti risultati, sia in virtù di riconoscimenti conseguiti ai festival che dal punto di vista commerciale, sono giunti dalla commercializzazione all'estero dei nostri film.

Il sito istituzionale **raicinema.it** si è affermato come punto di riferimento informativo per il pubblico italiano su tutte le attività che ruotano intorno al 'mondo' Rai Cinema e nel corso del 2013 la completa integrazione con **raicinemachannel.it** ha dato origine al primo vero e inedito sistema di sei canali gratuiti on demand della Rai sul cinema, nati espressamente per il web e non espressione di reti o testate già esistenti in tv, (*Live*, *Replay*, *Web Movies*, *Doc*, *Club* e *Making of* più due canali di gallery fotografiche).

Presenza ai festival

Il 2013 resterà un anno memorabile per il cinema Rai con il **Leone d'Oro** alla Mostra del Cinema di Venezia, dopo un quarto di secolo, al sorprendente *Sacro Gra* di Gianfranco Rosi. Ciò in aggiunta a una partecipazione importante ai principali festival europei e internazionali. Alla Berlinale, accanto al documentario *Materia Oscura* di Massimo D'Anolfi e Martina Parenti, Rai Cinema ha presentato in concorso *An Episode in the Life of an Iron Picker* del Premio Oscar Danis Tanovic, film che si è aggiudicato l'Orso d'argento, gran premio della giuria e il premio per la migliore interpretazione maschile a Nazif Mujic. Al Festival di Cannes, Rai Cinema è entrata in gara con due film stranieri: *Venus in Furs* di Roman Polanski e *Only God Forgives* di Nicolas Winding Refn; l'italiano *Miele*, opera prima di Valeria Golino, è stato invece presentato con grande successo nella sezione *Un certain regard*. Alla Mostra del Cinema di Venezia Rai Cinema ha proposto ben dodici titoli, disseminati in tutte le sezioni. Tra questi citiamo i quattro film in concorso: *L'intrepido* di Gianni Amelio, *Via Castellana Bandiera* di Emma Dante - che ha permesso a Elena Cotta di vincere la Coppa Volpi per la migliore interpretazione femminile - l'americano *Parkland* di Peter Landesman, oltre al già citato *Sacro Gra*, vincitore del Leone d'Oro e, nella sezione Orizzonti, *Still Life* di Uberto Pasolini, vincitore del premio per la miglior regia. Anche al Festival del Film di Roma, Rai Cinema è salita sul podio più alto con *Tir*, di Alberto Fasulo mentre hanno gareggiato altri 16 titoli, tra film e documentari tra i quali citiamo *Dal Profondo* di Valentina Pedicini, vincitore del Premio Doc it come miglior documentario italiano. Il 2013 si chiude con il premio del pubblico a *La mafia uccide solo d'estate* di Pierfrancesco

Diliberto, in arte PIF, presentato al Torino Film Festival insieme a *La sedia della felicità*, la divertente commedia di Carlo Mazzacurati e al documentario di Antonietta De Lillo, *La pazza della porta accanto*, dedicato ad Alda Merini.

Fiction

Rai Fiction è responsabile della produzione di fiction e cartoni animati per la messa in onda sulle Reti generaliste, sui canali semigeneralisti e tematici Rai e sul web.

L'impegno Rai per la promozione della produzione audiovisiva italiana ed europea è nello stesso tempo un obbligo dettato dal Contratto di Servizio e un punto di forza editoriale dell'Azienda nei confronti del proprio pubblico.

La fiction di produzione Rai è infatti il genere più gradito dalla platea televisiva, mentre i cartoni animati coprodotti dalla Rai sono allineati alle migliori produzioni internazionali.

Il 2013 è stato un anno importante per la fiction Rai, sotto molti punti di vista è stato un anno di svolta.

La produzione di fiction Rai è stata caratterizzata da tre elementi distintivi: un forte sviluppo della serialità, una grande attenzione alla contemporaneità del racconto, l'apertura alla crossmedialità.

Le serie, infatti, in un panorama televisivo così ricco di canali e modalità di fruizione dei prodotti, si sono affermate come lo strumento principe del racconto televisivo e lo strumento essenziale per rafforzare l'identità del canale.

La produzione Rai del 2013 ha avuto una forte spinta verso la serialità: oltre il 75% della fiction Rai è stata costituita da serie.

Parallelamente, senza cancellare del tutto le produzioni storiche e in costume, la fiction Rai ha deciso di investire primariamente sul racconto della contemporaneità.

Mettere la società italiana di oggi al centro del racconto è una scelta di modernità, apprezzata anche dal pubblico più giovane, per affrontare senza infingimenti anche i temi più scottanti e vivi che ci presenta l'attualità.

L'apertura alla crossmedialità ha visto per la prima volta la Rai partecipare a una operazione innovativa come la serie *Una mamma imperfetta*, realizzata in collaborazione con il Corriere della Sera, distribuita sul web, in access-tv, e infine anche al cinema e in prime time.

Un esperimento di superamento dei confini tra generi, caratterizzato da una grande qualità di scrittura e messa in scena, che si è accompagnato ad altre iniziative crossmediali, come il prequel di *Una Grande Famiglia 2*, distribuito su app, web

e su Rai 1, e la sitcom *Ombrelloni*, interamente prodotta negli studi Rai.

L'apertura alla crossmedialità ha visto nel 2013 porre le basi per numerose iniziative che vedranno la luce nel 2014.

Dal punto di vista dei risultati di messa in onda, la fiction Rai in prima visione è stata anche quest'anno il genere televisivo maggiormente seguito dal pubblico italiano.

Nel 2013 è stato registrato il record di ben sei serate di fiction su Rai 1 che hanno superato il livello di 10 milioni di spettatori; era da oltre dieci anni, in un contesto televisivo completamente diverso, che non si verificava un risultato del genere.

Inoltre, soprattutto grazie alle repliche de *Il Commissario Montalbano*, l'offerta di fiction in replica in prima serata ha avuto un successo mai registrato prima, con 26 serate che hanno goduto del favore del pubblico, con un risultato estremamente positivo per Rai.

La media di ascolto della fiction trasmessa nel 2013 da Rai 1 ha superato il 21% di share, con un aumento di circa un punto rispetto all'anno precedente.

Un risultato in controtendenza nei confronti della frammentazione dell'offerta, che testimonia la forza che la tv generalista continua ad avere quando riesce a proporre al pubblico programmi inediti, di qualità, rivolti alla platea più ampia.

Ai risultati della fiction su Rai 1, vanno ormai aggiunti quelli della serie quotidiana *Un Posto al Sole* (che con 250 puntate all'anno continua a coinvolgere un pubblico fedele, giovane e distribuito su tutto il territorio nazionale) e quelli del canale specializzato Rai Premium.

Va segnalato infine che la fiction, rappresentando al meglio l'essenza del Servizio Pubblico, ha saputo raggiungere le più vaste platee con programmi di grande valore editoriale, da *Il Commissario Montalbano*, distribuito nel 2013 con successo anche dalla BBC in Gran Bretagna, alla miniserie *Volare* su Domenico Modugno, da *Olivetti*, la storia di un industriale illuminato, al racconto civile di *Altri tempi*, sulla violenza alle donne e sulla Legge Merlin.

Le fiction Rai sono state selezionate in festival e rassegne internazionali, ottenendo riconoscimenti e premi. In particolare, al Roma Fiction Fest 2013, la Rai ha vinto i premi più importanti sia nella categoria miniserie e tv-movie, con *Il Commissario Montalbano*, sia nella categoria serie, con *Questo Nostro Amore*.

Da un punto di vista produttivo, va sottolineato il fatto che tutte le produzioni di fiction Rai del 2013 sono state girate in Italia, evitando il ricorso alla delocalizzazione.

Si è trattato di una scelta impegnativa sul versante dei costi, condivisa con tutta l'Azienda e con le organizzazioni sindacali dei lavoratori audiovisivi, per sostenere, in un momento di difficoltà, il comparto nazionale e per mantenere un gusto e una qualità tutti italiani.

All'attività di produzione fiction, si aggiunge infine quella di coproduzione di cartoni animati. Produzioni generalmente seriali per il pubblico di bambini e per l'intera famiglia, che alimentano quotidianamente la fascia ragazzi di Rai 2 e i canali tematici Rai YoYo e Rai Gulp, con contenuti originali che si affiancano, con ottimi risultati e apprezzamento, ai migliori prodotti d'acquisto internazionali.

Tra i tanti titoli del 2013 va segnalato il successo del film *Pinocchio* di Enzo D'Alò, prodotto in collaborazione con Rai Fiction, che ha ottenuto una delle tre nomination all'oscar europeo degli EFA come miglior film d'animazione dell'anno.

Teche

A fine 2013 il catalogo multimediale è composto da oltre 70 milioni di documenti, circa 1,3 milioni di ore di prodotto televisivo e altrettante di ore di prodotto radiofonico.

Il numero delle utenze registrate ha superato le 11.000 e sono state effettuate oltre 560.000 ricerche al mese.

Uno dei compiti più rilevanti delle Teche, oltre la consueta opera di digitalizzazione e valorizzazione del patrimonio Rai, riguarda la gestione dell'archivio diritti al fine di incrementare l'uso di materiale di repertorio all'interno della programmazione delle reti.

Le Teche Rai proseguono, inoltre, nell'opera di valorizzazione della memoria Rai non solo per quanto riguarda la programmazione delle reti ma, soprattutto, interagendo con un elevato numero di interlocutori, istituzionali e privati, a livello italiano ma anche europeo e internazionale, che fanno riferimento alle Teche per le necessità informative e documentaristiche sul nostro Paese.

“L'archivio della Rai è un patrimonio unico per l'Azienda e un grande valore per il Paese: per questo l'UNESCO ha inserito le Teche Rai nel registro ufficiale della memoria d'Italia.”

La radio

Il modello di radio che Rai intende perseguire vede la presenza su tutte le piattaforme, analogiche e digitali, al fine di riaffermare la centralità di RadioRai nello scenario di mercato e presso gli ascoltatori.

Le principali linee d'azione sono: l'avvio, in alcune aree del Paese, delle trasmissioni in tecnica digitale (DAB+) che offre un'eccezionale opportunità di integrazione tra Radio e VWeb, nell'ottica di una progressiva estensione al resto d'Italia; interventi di miglioramento del prodotto in un contesto di mercato vivace malgrado la crisi degli investimenti pubblicitari e miglioramento della percezione del valore di RadioRai come Servizio Pubblico.

Canali

Radio 1

Radio 1, l'ammiraglia di RadioRai che racconta tutte le notizie e tutti gli sport, da tutto il mondo, sempre in diretta. Radio 1, pochi secondi per riconoscerla, 24 ore per ascoltarla.

Il 2013 di Radio 1 ha visto un impegno molto importante della dimensione informativa e di approfondimento del canale: dalla rinuncia di Papa Benedetto XVI all'elezione del nuovo Pontefice Francesco, dalle elezioni politiche alla rielezione di Giorgio Napolitano alla Presidenza della Repubblica, dai tentativi di formazione di un esecutivo all'insediamento del Governo Letta, fino alle vicende legate al leader dell'opposizione. Un anno denso di vicende istituzionali cui si è affiancata la cronaca di altri grandi temi ed emergenze nazionali, legati soprattutto alla perdurante crisi economica e alla disoccupazione, in primis quella giovanile, oltre all'attenzione riservata alle notizie provenienti dall'Europa e dal mondo.

Un periodo caratterizzato, quindi, da un'offerta informativa ampia che si è innestata su un palinsesto tutto in diretta.

Radio 2

Radio 2, una radio fatta di idee e personaggi, di contenuti forti e stile leggero, con le proposte musicali più eclettiche e originali, i varietà più amati, la comicità più attuale e irriverente. Radio 2, tutta un'altra musica.

Nel 2013 Radio 2 ha confermato la propria struttura di rete multipiattaforma e interattiva, un progetto che incrocia Servizio Pubblico e appeal per gli investitori pubblicitari con varietà, musica e intrattenimento 24 ore su 24: una voce in continuo

dialogo con gli ascoltatori, via etere, *on line* e sui *social network*.

La musica, naturalmente, ha continuato a rappresentare uno dei motori del palinsesto, sia per quanto riguarda la programmazione di *hit* e *oldies*, sia per la possibilità di ospitare esibizioni dal vivo dei più grandi artisti italiani e internazionali che donano, a titolo gratuito, la loro voce agli ascoltatori.

Radio 2, nell'anno, ha mantenuto la propria immediata riconoscibilità per quanto riguarda il linguaggio dei vari programmi che dalla forma *on air* si dipanano in altre forme sul web e nelle diverse iniziative *cross mediali*.

La potenzialità e l'opportunità della rete sono sfruttate per moltiplicare i contatti attraverso web e *social network*. La rete allunga, infatti, la vita dei programmi proponendo nuove forme di fruizione e senza intaccare la forza espressiva del mezzo radiofonico.

Radio 3

Radio 3, l'offerta imbattibile di cultura contemporanea, musiche di qualità, sguardi originali sul mondo. Una miscela inimitabile di tradizione e apertura al nuovo. Sempre unica, Radio 3.

Il 2013 ha avuto inizio con alcune sfide: raccontare la musica in sintonia con il presente ed esplorare la lingua per comprendere la società in cui viviamo. Così l'anno musicale è stato caratterizzato dal doppio anniversario verdiano e wagneriano che ha segnato parte delle iniziative del canale.

Il cartellone musicale di Radio 3, declinato nelle trasmissioni storiche che spaziano dalla musica classica al jazz, ha ospitato 432 concerti con dirette dai più importanti teatri italiani e dall'estero, dalla programmazione delle principali istituzioni musicali ai grandi festival stagionali a livello europeo.

Oltre la musica, molte trasmissioni sono entrate negli eventi principali della stagione in tema di scienza, cultura, libri e letteratura, cinema e prosa, storia e memoria, cercando di creare percorsi e connessioni con una comunità radiofonica che ascolta, parla e vive con naturalezza sul web.

Informazione

Giornale Radio

I **Giornali Radio** hanno confermato di essere la vera ossatura della rete ammiraglia di RadioRai, sia per la qualità e la puntualità dell'informazione sia per la capacità di organizzare in tempo reale

i 'fili diretti' che anche nel 2013 si sono dimostrati un innegabile punto di forza.

Gr Parlamento

Gr Parlamento è la *polis* in diretta da ascoltare, il canale della Rai che cura l'informazione sulle attività del Senato della Repubblica e della Camera dei Deputati, degli altri organi costituzionali, degli enti territoriali e dell'Unione Europea.

È la prima radio delle Istituzioni nel panorama europeo, consentendo ai cittadini di rendere più vicino il rapporto con le stesse, fine ultimo dell'informazione di Servizio Pubblico delle moderne democrazie.

La programmazione è stata di sedici ore quotidiane durante la settimana e oltre nove durante il fine settimana: un impegno produttivo articolato per rappresentare tutti i momenti della vita legislativa e dell'esecutivo in un anno, il 2013, caratterizzato da momenti elettorali e politici di grande intensità per la vita delle Istituzioni.

Canali di Pubblica Utilità

I Canali di Pubblica Utilità garantiscono il servizio di infomobilità su tutte le piattaforme distributive, televisione, radio e web, garantendo un'offerta radiofonica diversificata e servizi puntuali e tempestivi.

Isoradio

Nel 2013, Isoradio conferma la propria missione fungendo da intermediario tra le istituzioni della sicurezza stradale e della protezione civile e il cittadino con particolare riferimento alle tematiche della mobilità.

Nel corso dell'esercizio sono state sviluppate nuove aree informative: dalle notizie sulla mobilità aerea, in collaborazione con l'ENAC, alla scelta di intensificare nelle ore serali i messaggi destinati ai giovani al volante valorizzando, nei programmi e nell'intrattenimento musicale di etichette indipendenti e band emergenti, il tema del viaggio come esperienza di crescita responsabile, soprattutto alla guida di un veicolo.

CISS - Viaggiare informati

I collegamenti televisivi, pensati per utenti stanziali, sono differenziati da quelli radiofonici, destinati al pubblico in movimento.

La differenziazione di prodotto editoriale è, infatti, un punto di forza che consente di adeguare il servizio ai mezzi in un'ottica multiplatforma.

Radio FD 4 e Radio FD5

FD4, il canale di musica leggera, ha rinnovato la programmazione musicale arricchendo la biblioteca dei brani con oltre 15.000 nuovi titoli, proponendo un palinsesto di grande qualità, pensato per un pubblico che spazia attraverso i ritmi e i generi con le novità musicali di tutto il mondo.

FD5, in occasione dei bicentenari della nascita di Verdi e Wagner, ha trasmesso l'integrale dei drammi dei due autori, corredando ogni messa in onda con la pubblicazione di schede musicologiche su Internet. Molto del materiale proviene dall'opera di digitalizzazione dell'Archivio fonografico della Rai, con originali scoperte di registrazioni di interesse storico.

Ascolto
dei canali
RadioRai

Radio 1 5,5%

Radio 2 4,2%

Radio 3 2,1%

Internet

Il 2013 è stato caratterizzato dal definitivo consolidamento dell'offerta digitale multiplatforma del Gruppo e dal potenziamento dell'offerta editoriale sul web.

Oltre alle attività già esplicitate in sede di analisi dell'offerta Rai, si segnalano alcuni fatti rilevanti dell'attività di **RaiNet**, società interamente controllata da Rai e preposta alla progettazione, realizzazione e implementazione delle attività Rai sulle piattaforme digitali su Internet.

Nell'ambito del progetto di ridefinizione dell'informazione giornalistica Rai, sono state realizzate, nel corso del 2013, tutte le attività di progettazione e realizzazione del nuovo portale Rai News e della sua declinazione multiplatforma.

Nel primo semestre sono state formulate le proposte di *concept* mentre, nella seconda parte dell'anno, è stato avviato lo sviluppo grafico e applicativo del portale, la realizzazione di un tool redazionale ad hoc, la formazione della redazione di Rai News e la costruzione di un pool tecnico-redazionale di supporto al lavoro dei giornalisti. Parallelamente al portale, lanciato il 1° dicembre, sono state realizzate le diverse *app* per i diversi smartphone e tablet.

Sempre nel corso del 2013, RaiNet ha contribuito al progetto di riposizionamento di RadioRai sul web, con una forte affermazione della sua identità in ottica multiplatforma.

A fianco di queste attività, RaiNet supporta il rafforzamento del brand Rai sui *social network*. L'applicazione Rai Social Tv (disponibile su Rai.tv come applicazione su web, tablet, e smartphone e piattaforma MHP) è stata ridisegnata e riorganizzata. L'applicazione consente di seguire lo streaming del programma e di commentare e interagire con gli altri utenti attraverso un profilo Rai, Twitter o Facebook, di ricevere contenuti aggiuntivi in diretta e on demand correlati al programma, di esprimere il proprio gradimento e di dialogare con gli *special guest* collegati.

Attività commerciali

Pubblicità

Il settore pubblicitario, come già ricordato, sconta anche nel 2013 la congiuntura negativa dell'economia nazionale oltre ai ben noti fenomeni di ridistribuzione delle risorse pubblicitarie secondo le scelte, estremamente dinamiche, di fruizione da parte del pubblico.

In tale contesto, con la nuova denominazione sociale di **Rai Pubblicità**, per riaffermare

e rafforzare il legame e le sinergie con la Capogruppo, la concessionaria ha proceduto al *turnaround* che ha investito globalmente sia gli aspetti organizzativi che le strategie e le politiche commerciali. Tali interventi sono finalizzati a riconquistare progressivamente, attraverso un consistente incremento dell'efficacia delle politiche commerciali, le quote di mercato perdute negli anni.

Le principali misure adottate hanno riguardato, insieme al cambiamento del top management: la riscrittura del modello organizzativo e dei principali processi core; la razionalizzazione dell'organico con il rafforzamento della rete vendita in termini di unità e competenze; il lancio di 'nuovi' prodotti pubblicitari con l'obiettivo di rendere più attrattiva la comunicazione e sostenere i prezzi in un momento di forte pressione sugli stessi; il tutto nell'ambito di una logica crossmediale e di integrazione dei mezzi.

La gestione del 2013 ha recepito questi interventi con un miglioramento progressivo, lungo l'esercizio, dei risultati in termini di raccolta sia rispetto al mercato nel suo complesso che ai principali concorrenti.

Sviluppo commerciale

L'attività commerciale concerne la gestione di tutti i diritti di proprietà intellettuale della Rai e di terzi con lo scopo di reperire risorse economiche, diverse da quelle tradizionali del canone e della raccolta pubblicitaria, operando su molteplici mercati, in diverse aree di business e su numerosi progetti.

Pur nel perdurante contesto di crisi economica, l'attività commerciale ha conseguito buoni risultati, superiori a quelli del precedente esercizio, tenendo anche conto dell'apporto significativo di Rai Cinema.

Gestione e sviluppo convenzioni con la Pubblica Amministrazione

In un contesto di *spending review* effettuata dalle pubbliche amministrazioni, Rai ha proseguito lo sviluppo e la gestione delle convenzioni stipulate in tema di tutela delle minoranze linguistiche, programmazione destinata agli italiani all'estero e valorizzazione delle esigenze di visibilità istituzionale come, ad esempio, la programmazione di Rai Scuola in accordo con il MIUR.

Commercializzazione diritti

L'ottimo andamento delle attività estere in tema di commercializzazione di diritti sul prodotto Rai ha consentito di bilanciare i risultati negativi conseguiti sul mercato interno, in particolare dal segmento dell'*Home video*, in flessione rispetto agli esercizi precedenti.

Si segnala, inoltre, la partecipazione ai principali mercati di settore: il Salone del libro di Torino, la Fiera del Libro di Francoforte a cui si è aggiunto il Cook Book Fair di Parigi.

Canali tematici

È proseguita, nel 2013, la produzione del canale tematico **Juventus channel** del quale sono stati modificati i modelli produttivi ed editoriali in vista di un complessivo rilancio in un contesto leggermente sfavorevole rispetto all'andamento degli abbonamenti.

Edizioni e Produzioni musicali

L'area delle Edizioni e Produzioni Musicali sviluppa e promuove il catalogo di edizioni musicali finalizzato alla sua utilizzazione nella musica contemporanea, nella programmazione radiotelevisiva e nella discografia; essa, inoltre, acquisisce diritti, produce, commercializza diritti e distribuisce, in Italia e all'estero, colonne sonore, musiche originali per radio e tv, musica contemporanea, musica colta e prosa. Tale attività ha riguardato l'editing di contributi sonori per un gran numero di trasmissioni, testate e reti dell'Azienda e, tra le attività su progetti specifici, l'elaborazione di 25 colonne sonore per la fiction di produzione e due colonne sonore per film prodotti da Rai. Si segnala, a fianco dell'intensa attività produttiva in tale ambito, l'accordo di distribuzione globale all'estero, siglato con Sony/EMI, e la pubblicazione sulla piattaforma iTunes delle tracce più significative della propria produzione.

Library Sport

È proseguita l'attività di valorizzazione delle *library* calcistiche tramite la formalizzazione di nuovi accordi con 15 società di serie B e di alcuni club maggiori quali Pescara, Verona, Livorno, Palermo e Siena.

Rai Eri

Nel corso del 2013 Rai Eri ha proseguito l'attività di riposizionamento del proprio brand sul mercato librario con l'obiettivo di avvicinare i progetti editoriali ai generi, ai prodotti e ai personaggi del Servizio Pubblico. Rai Eri ha pubblicato circa 30 titoli suddivisi nelle otto collane di riferimento (*Radio, Informazione, Servizio Pubblico, Sport, Cinema e Fiction, Culture, Spettacolo e Ragazzi*).