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 smaliziato.

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 01 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 01 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 01 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, *Mimì 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 de il 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 Satis 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 (WebTrekk);
- **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 Radio 1 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 multipiattaforma, 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 consolle 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 Lanengan, Pet Shop Boys, Public Service Broadcasting, i Tre Allegri Ragazzi Morti, e poi, Levante, Travis, Editors, I Cani, Deus, Alt-J, 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 Gialappa'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^ 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 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 Scotto, 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.

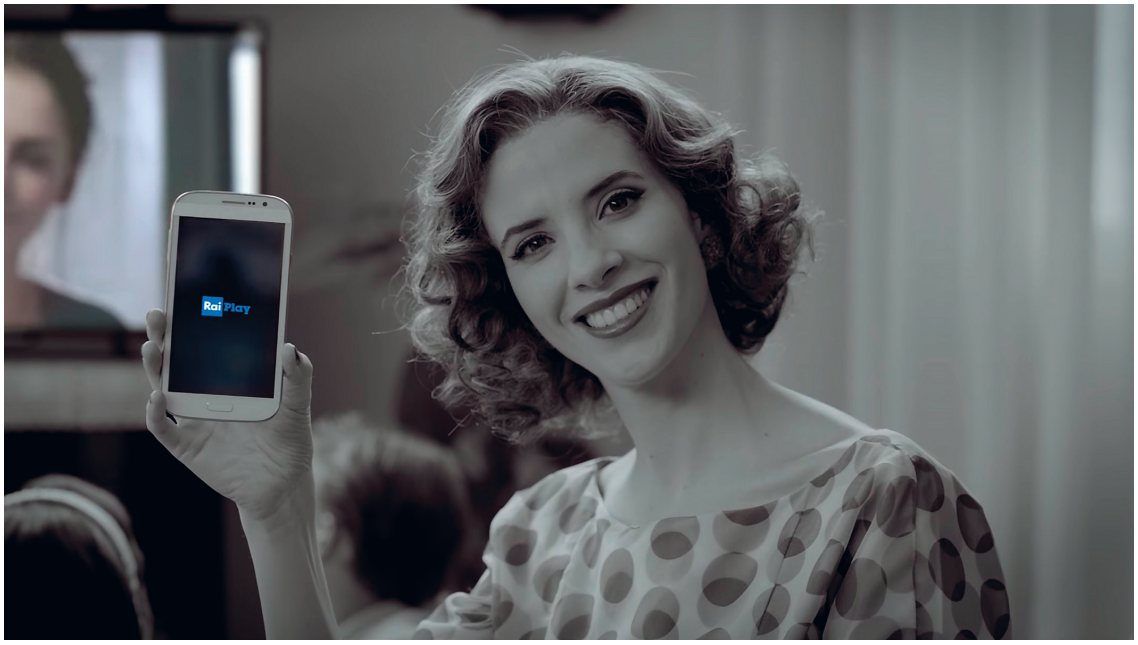
Con RaiPlay il Servizio Pubblico parla sempre di più a tutti: destinando attenzione a ogni singolo utente, accompagnando i cittadini con una pluralità di contenuti che rispondono alle esigenze più diverse, rendendosi semplice grazie ad una tecnologia accessibile e senza il bisogno di decoder o telecomandi 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.

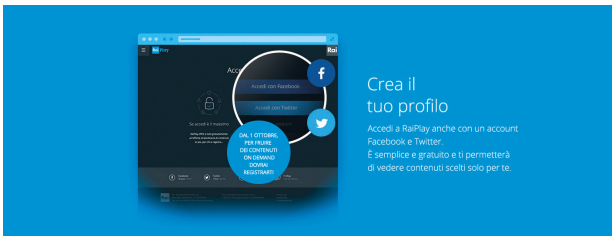
Un'altra importante novità riguarda gli investimenti e le campagne di traffic building, per ora limitate alle piattaforme Twitter e Facebook/Instagram, che il team social di Rai ha implementato a partire da novembre 2016.

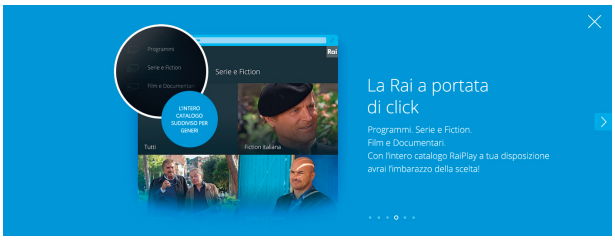
Le prime campagne a partire sono state una di Brand Awareness, Tune In Tv e Catch Up Non-Linear in occasione del programma *Stasera Casa Mika*. Successivamente, nel periodo delle Strenne e in coincidenza con un'offerta esclusiva e dedicata al Natale, su RaiPlay è stata sviluppata una campagna di Awareness, 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

Benvenuto
in RaiPlay
Il nuovo sito Rai.
Tutti i contenuti Rai a tua disposizione,
quando vuoi e dove vuoi.


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.


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 Tv
Tutte le dirette Rai a tua
completa disposizione.
15 canali in chiaro, in qualsiasi posto,
in qualsiasi momento!

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.

Rai
I Medici
Rai Play
Episodi
Extra

Rai
Stasera Casa Mika
Rai Play
Puntate

Rai
Diario di Rio
16 Agosto
14 Agosto
13 Agosto
12 Agosto
EURO2016
FRANCE
Rai Radio 1
Rai Sport
Rai 2
LO SPORT È DI TUTTI
www.rai.it/rio2016
#RaiRio2016

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,