

Relazione sulla gestione

Bilancio separato

Bilancio consolidato

Deliberazioni dell'Assemblea

149

Edizioni

In qualità di Editore Musicale, Rai Com sviluppa e gestisce il Catalogo Musicale della Rai e cura la realizzazione e la distribuzione dei diritti relativi a musica leggera, musica contemporanea e colta.

A supporto della programmazione radiotelevisiva Rai, sono state realizzate 49 nuove impaginazioni di programmi televisivi e radiofonici e prodotte sigle, musiche e sottofondi originali per molte produzioni, quali, ad esempio, *Detto Fatto*, *È Sempre mezzogiorno*, *L'Eredità*, *Geo & Geo*. Sono state fornite le musiche per 38 documentari di Rai Cultura e per i programmi di Rai Ragazzi *Suuuper* e *Web Gulp* e realizzati gli audiologhi e le sigle di brand di RaiNews24.

Viene confermata l'importante sinergia e collaborazione con Rai Fiction e Rai Cinema e, conseguentemente, con le più importanti Società di Produzione Televisiva e Cinematografica italiane, anche se nella prima parte dell'anno l'attività ha registrato un rallentamento dovuto al blocco delle produzioni.

Con riferimento alle produzioni televisive, si segnala la realizzazione di titoli di rilievo trasmessi nell'anno 2020 quali: *La Vita Promessa 2*, *L'Allieva 3*, *Nero a Metà 2*, *Vite in Fuga*, *Liberi Tutti*, *I Topi 2*, *Illuminate 3*, *Il Paradiso delle Signore 3* (160 episodi in daily), *Rocco Schiavone 4*, *Volevo fare la Rock Star*, *Cuori Coraggiosi*, *I Bastardi di Pizzofalcone 3* e la docu-serie *Il Segno delle Donne* per Rai Storia. Sono stati realizzati inoltre progetti musicali per i Tv movies *Rita Levi Montalcini* e *Tutto il giorno Davanti* e per le serie documentaristiche *Passaggio a Nord Ovest*, *Superquark* e *Ulisse*.

Fra i progetti cinema si segnala *Guida romantica a posti perduti* per la regia di Giorgia Farina presentato al Festival del Cinema di Venezia.

Le Edizioni di Musica Contemporanea, molto legate alle esecuzioni dal vivo, hanno risentito in maniera marcata delle chiusure dei teatri dovute alla pandemia: delle 157 esecuzioni originariamente programmate, 57 sono state cancellate o riprogrammate, nella maggior parte dei casi, in streaming senza pubblico.

Tecche e Servizi Produttivi

La commercializzazione del materiale di archivio Rai continua a destare l'interesse dei broadcaster nazionali ed internazionali, nonostante il rallentamento conseguente al blocco delle produzioni di cinema e fiction e delle difficoltà nelle attività di consegna dei materiali, in particolare nella prima parte dell'anno. Particolarmente penalizzata dalla pandemia l'attività inerente alla cessione dei servizi produttivi a causa del rinvio o della cancellazione di quasi tutti gli eventi. Nell'ambito delle l'attività dedicate alla gestione dei ricavi indiretti, le ottime performance della serie *L'Amica Geniale*.

Licensing e Home Video

Buoni i risultati della distribuzione diretta in edicola svolta in collaborazione con i principali player del mercato quali Arnoldo Mondadori Editore, GEDI Gruppo Editoriale e RCS Media Group e delle collane dedicate a *Il Commissario Montalbano* e *DOC - Nelle tue mani*, nonché le performance del magazine *Reazione a Catena* e della rivista per bambini dedicati a *PJ Mask*.

Nell'ambito dell'attività distributiva Normal Trade, buoni i risultati nell'ultima parte dell'anno anche grazie al lancio di alcune iniziative come ad esempio la special edition de *I Medici*.

Brevetti e Beni Culturali

È proseguita la valorizzazione commerciale dei brevetti DVB-T2.

Il progetto *Opera Omnia* ha visto lo slittamento della maggior parte della propria programmazione internazionale vista la chiusura mondiale di Musei e luoghi di cultura.

Buone le performance derivanti dalle attività di vendita relative alla biglietteria di Sanremo 2020.

Diritti Digitali

Il mercato EST/TVOD risulta in forte crescita grazie agli accordi con le principali piattaforme transazionali presenti in Italia (iTunes, Google, Chili, etc.), all'ingresso sul mercato di nuove piattaforme (Amazon) e al continuo incremento dei diritti presenti all'interno del portafoglio di Rai Com che vede oggi la possibilità di sfruttamento di una library di oltre 1.500 titoli.

Anche i diritti destinati alla fruizione SVOD, che per il 2020 hanno focalizzato il proprio interesse soprattutto sul prodotto Cinema, beneficiano del consolidamento dei rapporti commerciali con tutte le piattaforme presenti sul mercato nazionale e internazionale.

Rai Libri

Rai Libri individua e valorizza le risorse e le voci più autorevoli del palinsesto Rai e del panorama culturale italiano.

I titoli di maggior rilievo pubblicati nel corso dell'anno sono stati *Kalipè, il cammino della semplicità* di Massimiliano Ossini, il volume celebrativo del 70° anniversario del Festival di Sanremo e *Trappole d'amore* di Federica Sciarelli, volume dedicato ai casi italiani più significativi e toccanti del fenomeno delle truffe amorose. Il mese di luglio ha visto la pubblicazione di *Bellissime* di Bruno Vespa, confermando quindi la collaborazione con il saggista italiano di maggior successo del mercato editoriale nazionale.

Nella seconda metà dell'anno si sono distinti per riuscita editoriale e apprezzamento da parte del pubblico il racconto

150

autobiografico di Rita dalla Chiesa *Il mio valzer con papà*, il volume di ricette che accompagna il ritorno della regina della cucina in televisione *È Sempre Mezzogiorno* di Antonella Clerici e *Un'ora e mezzo per salvare di mondo* di Mario Tozzi e Lorenzo Baglioni dedicato alla attualissima tematica del cambiamento climatico.

Contenuti Audio Video

Sono state realizzate sei puntate della V edizione di *Italiana*, coerentemente con una nuova veste editoriale, e una

realizzazione totalmente in 4K. Inoltre, il recupero del footage ha reso possibile la realizzazione di un documentario sul Carnevale di Viareggio mentre nell'ambito della convenzione con la Provincia Autonoma di Bolzano è stata realizzata la docufiction in due lingue *Riparare il Tempo*, dedicata al tema della sostenibilità raccontata attraverso il viaggio di una ricercatrice nella sua terra d'origine per scoprire come le piccole comunità alpine siano oggi pioniere di soluzioni applicabili su larga scala per la salvaguardia del pianeta.

Relazione sulla gestione

Bilancio separato

Bilancio consolidato

Deliberazioni dell'Assemblea

151

Altre attività

Pubblica utilità

Meteo e Mobilità

Rai gestisce e coordina i servizi e prodotti in materia di meteo e mobilità su tutte le piattaforme aziendali, fornendoli in esclusiva a reti e testate sulla base di accordi di collaborazione con Istituzioni ed Enti (es. Ministero dei Trasporti, Ministero degli Interni, ASPI, Anas, Aeronautica Militare ecc.) per l'acquisizione e distribuzione di contenuti.

Nel corso del 2020 è stato realizzato *Green Meteo*, in onda ogni venerdì e sabato su Rai Gulp. Il programma, che si ispira ai 17 Principi della Sostenibilità e che è arricchito di grafiche particolari e innovative, con un linguaggio adatto ai ragazzi fornisce le previsioni del tempo a cui si aggiungono tanti dati e notizie utili per un ambiente più ecosostenibile.

Accessibilità

Costante e crescente l'impegno per incrementare le ore di programmazione accessibile – anche sul web – attraverso sottotitoli, audiodescrizioni e LIS.

In particolare, nel corso del 2020 sono state realizzate oltre 17.000 ore di prodotto sottotitolato, fruibile sui canali generalisti (circa il 90% della programmazione dalle 6.00 alle 24.00). Ogni giorno, infatti, vengono sottotitolate 14 edizioni di telegiornali nazionali, 12 rubriche giornalistiche, 3 edizioni di *Tg Parlamento*, oltre ad avvenimenti sportivi, religiosi, film, fiction, documentari e programmi di prima serata e di approfondimento politico e culturale a cui si aggiungono circa 1.000 ore annue di sottotitolazione in lingua inglese. Inoltre, è iniziata la graduale sottotitolazione dei telegiornali regionali (ad oggi sono attive 11 edizioni giornaliere) e di alcuni prodotti su Rai Premium e su Rai Ragazzi.

Sul web, sono oltre 1.500 le ore di programmi sottotitolati, con un aumento di circa il 20% rispetto allo scorso anno e del 50% negli ultimi 2 anni. In particolare, è aumentata in misura considerevole la sottotitolazione su RaiPlay con riferimento ai programmi dedicati alla scuola (*La Banda dei Fuoriclasse* e *La scuola in Tivù*) ed ai più piccoli con i cartoni della *Pimpa*.

Quanto alla accessibilità ai disabili visivi, le oltre 1.700 ore di prodotto audiodescritto, garantiscono la fruizione di circa il 90% di film e fiction di prima serata in onda sulle reti generaliste, a cui si aggiungono oltre 2.300 ore annue di audiodescrizioni su Rai Premium e Rai Movie, con un incremento di circa il 15% rispetto allo scorso anno.

Nel corso del 2020, alle audiodescrizioni di prodotti audiovisivi registrati si sono aggiunte quelle per i più piccoli,

con l'audiodescrizione del cartone *La Pimpa*, quelle di opere liriche, nonché le audiodescrizioni in diretta per prodotti di varie tipologie: dalle 5 serate del *Festival di Sanremo*, ai *Concerti di Assisi* e di *Vasco Rossi*, alle cerimonie iniziale e finale del *Festival del Cinema di Venezia*, al programma *Disability Pride*.

Per quanto riguarda la programmazione in LIS, oltre ad una edizione al giorno di Tg1, Tg2 e Tg3, in modo da assicurare la copertura di tutte le fasce orarie, è stata garantita in modo strutturale una edizione del telegiornale in LIS all'interno di *Buongiorno Regione* per le regioni Toscana e Basilicata, una edizione giornaliera ad hoc del telegiornale di Rai News 24 comprensiva del meteo ed una ulteriore striscia quotidiana informativa di approfondimento di 10 minuti in orario antimeridiano sempre su Rai News 24.

È stata assicurata la traduzione in LIS di appuntamenti istituzionali (quali i discorsi del Presidente della Repubblica, Conferenze Stampa del Presidente del Consiglio dei Ministri, tribune elettorali e referendarie, Question Time e informative da Camera e Senato), dei momenti liturgici più significativi (dalla messa di Pasqua alle funzioni religiose celebrate dal Santo Padre) e dell'offerta per i bambini e ragazzi (il cartone animato *La Pimpa*, le canzoni de *Lo Zecchino d'Oro* e le lezioni de *La Banda dei Fuori Classe*).

La fruizione in LIS ha riguardato anche i prodotti di intrattenimento sulla piattaforma digitale RaiPlay: a partire dal *Sanremo 2020 Live LIS*, si sono succeduti il *Concerto del 1° maggio*, ed ancora quelli di Laura Pausini, Fiorella Mannoia, Vasco Rossi, il programma *Con il cuore nel nome di Francesco*, la trasposizione teatrale de *I 10 comandamenti* di Benigni, le cerimonie di apertura e chiusura del *Festival del Cinema di Venezia*, il *Disability Pride*, pillole di arte e psicologia, l'opera lirica *Il Rigoletto*.

L'accessibilità in LIS ha riguardato, infine, anche Convegni ed eventi come il *Prix Italia*, *Handimatica* e gli *Accessibility Days*.

Rai Easy Web è il sito dedicato alle persone con disabilità visive e uditive che propone contenuti di intrattenimento culturale e di svago per tutte le fasce di età. L'intero sito è accessibile ai non vedenti mediante barra Braille e sintesi vocale ed è progettato e implementato sulla base delle indicazioni della Legge 4/2004 «Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici». Sono fruibili sul sito opere multimediali, indirizzate ad agevolare l'alfabetizzazione informatica di adulti e bambini, nonché ad andare incontro alle molteplici esigenze di visualizzazione legate ai diversi disturbi della vista. Rai Easy Web ospita anche la sezione dedicata alle audio descrizioni di film e fiction in contemporanea con la pubblicazione su RaiPlay. Da aprile 2020 è attiva anche la pagina Facebook Rai Accessibilità che ripropone, con sottotitoli, audiodescrizione e LIS, contenuti di attualità, di informazione, prodotti e programmi

Notiziari Meteo e Mobilità nel 2020**Televisione****Meteo**

- oltre **20** edizioni la settimana distribuiti nei palinsesti di Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai News, Rai Ragazzi
- **10** edizioni settimanali all'interno di *Unomattina* su Rai 1
- **280** edizioni a settimana per la TGR
- **60** edizioni settimanali dei previsori in *Buongiorno Regione*
- 5 edizioni settimanali in *Buongiorno Italia*

Mobilità

- Circa 20 edizioni a settimana con interventi distribuiti nei palinsesti di Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai News 24.

Radio**Meteo Radio**

- **119** edizioni a settimana dei bollettini meteo nei palinsesti delle 3 reti generaliste
- **7** edizioni a settimana del *Meteo Europa* su Rai Radio3
- **4** edizioni a settimana del *Bolmont* nei palinsesti delle 3 reti generaliste
- **2** edizioni a settimana del *Bolneve* su Rai Radio1,
- **2** edizioni a settimana del *Bolmare* su Rai Radio1 e passaggi sulle radio digitali
- **84** edizioni a settimana nell'ambito del palinsesto del canale Isoradio
- Ulteriori previsioni meteo all'interno dei giornali radio regionali di Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Liguria, Molise, Piemonte, Puglia, Umbria, Sardegna, Sicilia.

Onda Verde

- oltre **200** edizioni a settimana distribuite nei palinsesti delle tre reti generaliste

Relazione sulla gestione

Bilancio separato

Bilancio consolidato

Deliberazioni dell'Assemblea

153

Rai, campagne di sensibilizzazione sull'ambiente e sulla sostenibilità, spot sociali, promo e sintesi di prodotti accessibili, oltre che ospitare produzioni originali come una serie informativa sul Covid-19 e sulle buone pratiche da adottare al riguardo. A oggi la pagina conta circa 8.000 follower.

Nel 2020 è stata inoltre realizzata in diretta streaming su RaiPlay una produzione di oltre 2 ore – in sostituzione della manifestazione di piazza che per i motivi sanitari legati al Covid-19 non si è potuta svolgere – con sottotitoli, LIS e audiodescrizioni, dedicata al mondo delle disabilità.

Focus Accessibilità

- **Oltre 17.000 ore** di prodotto sottotitolato, fruibile sui canali generalisti
- **1.000 ore** di sottotitolazione in lingua inglese
- **Oltre 1.500 ore** di programmi sottotitolati su web
- **Oltre 1.700 ore** di prodotto audiodescritto sulle reti generaliste
- **2.300 ore** di prodotto audiodescritto sui canali specializzati

Servizi Televideo

Televideo nasce nel 1984 e da allora è un riferimento stabile nel panorama informativo e nelle abitudini degli italiani. Va in onda nel suo formato nazionale su tutti i canali Rai e, nel suo formato regionale, su Rai 3. Televideo, disponibile anche in versione web, si conferma come uno dei prodotti di maggior fruibilità e supporto alla vita quotidiana del cittadino. Dalle iniziali 300 pagine del 1984, l'offerta è progressivamente cresciuta ed ora si attesta su 15.000 pagine al giorno tra il Televideo Nazionale e i 21 siti del Televideo Regionale.

Al momento l'offerta di Televideo prevede rubriche in materia di *Ambiente*, *Inclusione Sociale*, *Salute*, *Alfabetizzazione Digitale*, *Libri*, *Cultura* e *Territorio*.

Nel corso del 2020, la chiusura dei luoghi di cultura e degli spazi aperti al pubblico, dovuta all'emergenza pandemica, ha determinato una contrazione dell'offerta del 4% in materia di *Cultura* e del 13% in materia di *Natura e Ambiente* rispetto all'anno precedente.

Servizi Televideo 2020

Televideo Nazionale ha pubblicato:

- **Ambiente:** 1.500 pagine distribuite tra le rubriche *Energie Rinnovabili*, *Riduci-Riusa-Ricicla*, *Sostenibilità Ambientale*, *Agenda Verde*, *Mobilità Sostenibile*, *Economia verde*
- **Sociale:**
 - **7.800** pagine distribuite tra le rubriche *Audiodescrizioni*, *Raccolta Fondi* e *i Servizi per l'Accessibilità visiva e uditiva*
 - **2.750** pagine informative sul *Lavoro*, la *Salute* e *l'Alfabetizzazione Digitale*
- **Cultura:** 2.150 pagine distribuite tra le rubriche: *Pagine da Leggere*, *All'Ordine del Giorno*, *Scaffale*, *La Rai da Leggere*, *Un libro*, *Accadde oggi* e *Parma Capitale della Cultura 2020*

Per i 21 siti regionali Televideo ha pubblicato:

- **Ambiente:** circa 2.650 pagine per le rubriche *Agenda Verde* e *Parchi naturali*
- **Cultura:** 4.400 pagine per la rubrica: *Borghi da Gustare*, i cui contenuti di particolare interesse culturale sono stati ripresi nell'ambito della programmazione del canale digitale *Rai Radio Live* e dal *Radiocorriere TV*
- **Sociale:** 700 pagine con informazioni utili e indicazioni relative ai comportamenti da adottare per contrastare la diffusione del Covid-19

154

Comunicazione

Le attività di comunicazione della Rai sono svolte in un'ottica presidio, valorizzazione e rafforzamento dell'immagine aziendale sia come servizio pubblico che quale maggiore azienda Media del Paese.

La Rai, così come altri servizi pubblici europei, ha svolto un ruolo unico e centrale durante il periodo di emergenza scaturito dal progressivo diffondersi della pandemia da Covid-19. Attraverso un impegno senza precedenti nella storia, sono stati conseguiti risultati straordinari nel giro di pochissimo tempo al solo fine di continuare a offrire ai cittadini – anche in diretta – un'offerta sempre completa di news, cultura, cinema, intrattenimento e servizi di didattica a distanza, nel pieno rispetto delle nuove norme sanitarie. In questo quadro emergenziale, la Rai ha prontamente e responsabilmente rinnovato la propria strategia editoriale, anche stimolando o attivando direttamente una serie di iniziative volte a supportare la popolazione, con l'obiettivo di raccontare, spiegare e accompagnare il cambiamento e offrendo quindi un sostegno concreto. Mai come in questi momenti i valori fondanti del Servizio Pubblico, come gli obiettivi di coesione sociale e di sostegno alla comunità, sembrano trovare una loro chiara collocazione all'interno della programmazione della Concessionaria.

In tale contesto, la comunicazione aziendale ha cercato di mantenere l'immagine e la reputation aziendale valorizzando le caratteristiche di qualità ed eccellenza della Rai rispetto ai mutamenti imposti dalle condizioni ambientali e dalla rigidità delle regole. Inoltre, avendo l'Azienda nel periodo di emergenza rivestito un ruolo centrale nel rapporto con la collettività, la comunicazione si è riorganizzata in funzione di nuove priorità e di un posizionamento più in linea con la nuova percezione e il sentiment dei cittadini e di tutti gli altri stakeholder.

In questo quadro, alcuni progetti di comunicazione hanno ricevuto un'attenzione maggiore sotto il profilo strategico e raccolto un ampio sostegno non solo all'interno ma anche all'esterno dell'Azienda. Tra questi, i progetti di comunicazione relativi all'offerta dedicata alla scuola, al sociale, alla cultura, ai minori, alle categorie più fragili e al terzo settore. Non sono mancati, tuttavia, anche gli omaggi dedicati ai grandi protagonisti che sono mancati nel corso dell'anno, come Gigi Proietti ed Ennio Morricone, e tutte le altre ricorrenze che sono state celebrate anche attraverso una speciale illuminazione sul

palazzo della Direzione Generale di Viale Mazzini di Roma.

Notevole è stato l'impegno per rafforzare la trasparenza aziendale, per ricercare modalità sempre più innovative per comunicare e promuovere la Rai e il suo brand e per consolidare il dialogo con i cittadini. Le limitazioni imposte dalla pandemia hanno avuto un grande impatto sull'organizzazione dei Festival nazionali e internazionali, tuttavia il 2020 è stato un anno positivo per la Rai che è riuscita a conseguire ben 60 riconoscimenti.

La comunicazione aziendale passa anche per la pubblicazione delle informazioni e dei contenuti disponibili sul sito web istituzionale per restituire all'utenza una Rai ancora più trasparente con contenuti calibrati sui fabbisogni dei vari target strategici che entrano in contatto con l'Azienda alla ricerca di informazioni e servizi.

Nell'ambito dei progetti realizzati nel corso del 2020 - 23 in totale i piani di comunicazione sviluppati nell'anno - si segnalano tre attività particolarmente complesse sia per la ricchezza di iniziative realizzate, sia per il gran numero di interlocutori coinvolti dalla fase di ideazione, a quella esecutiva:

- *#lascuolanonsiferma* per la valorizzazione dell'Offerta Scolastica articolata su tutte le reti Rai in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione, partita subito dopo la chiusura delle scuole nella prima fase dell'emergenza sanitaria (e successivamente ripresa in autunno);
- il *Progress Sociale*, il nuovo strumento di reportistica voluto dal "Tavolo tecnico per il Sociale", che costituisce uno strumento per dare visibilità a tutti i temi sociali trattati nella programmazione e dalle attività Rai;
- la campagna *Comunicare il Servizio Pubblico*, che da luglio a dicembre ha portato all'attenzione dell'opinione pubblica, anche attraverso una massiccia campagna di cinque spot, alcuni valori fondanti della mission Rai come la memoria e il territorio, l'impatto culturale, l'innovazione, la coesione sociale, l'impatto socioeconomico del Servizio Pubblico.

Laddove il progetto di comunicazione prevede la necessità di rafforzare il contenuto di prodotto e valorizzare il brand Rai attraverso l'organizzazione di eventi, Rai predispone iniziative di vario genere. A partire da marzo 2020, la contrazione delle iniziative territoriali e interne conseguente all'emergenza sanitaria ha comportato l'annullamento tout court di diversi grandi eventi previsti o la loro rimodulazione/riduzione da "eventi on site" a "eventi on line".

Relazione sulla gestione

Bilancio separato

Bilancio consolidato

Deliberazioni dell'Assemblea

155

Eventi del 2020				
Categoria	Evento	Data	Luogo	Location
Anteprima Fiction	<i>La Guerra è Finita</i>	11 gennaio	Roma	Il Pitigliani-Centro Ebraico Italiano
Conferenza stampa/Evento	<i>L'Amica Geniale 2</i>	21 gennaio	Rai Roma	Sala Arazzi
Sponsorizzazione	<i>70° Festival di Sanremo</i>	4-8 febbraio	Sanremo	Teatro Ariston
Conferenza stampa/Evento	<i>Cinque Premi David di Donatello</i>	18 febbraio	Rai Roma	Sala Arazzi
Conferenza stampa/Evento	<i>Iniziativa M'illumino di Meno</i>	3 marzo	Rai Roma	Sala Arazzi
Illuminazione	<i>Giornata Mondiale Autismo</i>	2 aprile	Rai Roma	Palazzo Viale Mazzini
Conferenza stampa	<i>Settimana della Legalità</i>	6 maggio	Rai Roma	Sala Arazzi
Illuminazione	<i>Festa della Repubblica</i>	2 giugno	Rai Roma	Palazzo Viale Mazzini
Illuminazione e Proiezione	<i>Omaggio Ennio Morricone</i>	7 luglio	Rai Roma	Palazzo Viale Mazzini
Conferenza stampa	<i>Asvis</i>	17 settembre	Rai Roma	Sala A Asiago
Evento	<i>Festa del Cinema di Roma</i>	15-25 ottobre	Roma	Auditorium Parco della Musica
Illuminazione e Proiezione	<i>Ricorrenza Impunità Violenza Contro Giornalisti</i>	2 novembre	Rai Roma	Palazzo Viale Mazzini
Illuminazione e Proiezione	<i>Omaggio Gigi Proietti</i>	2 novembre	Rai Roma	Palazzo Viale Mazzini
Illuminazione	<i>Ricorrenza Forze Armate</i>	4 novembre	Rai Roma	Palazzo Viale Mazzini
Illuminazione e Proiezione	<i>Cpo-Giornata Contro Violenza sulle Donne</i>	25 novembre	Rai Roma	Palazzo Viale Mazzini
Streaming	<i>Auguri Board aziendale</i>	18 dicembre	Rai Roma	Sala A Asiago

La promozione dei prodotti Rai passa anche attraverso spazi pubblicitari al di fuori dell'offerta radiotelevisiva e multimediale dell'Azienda. Nonostante l'emergenza sanitaria e le problematiche che ne sono derivate, nel 2020 sono state realizzate pianificazioni pubblicitarie per 25 prodotti Rai attraverso affissioni dinamiche, digitali, stampa quotidiana e periodica, web e cinema. Tra queste, particolare rilevanza è stata data alle fiction *L'amica geniale - Storia del nuovo cognome*, la seconda stagione de *Il Commissario Montalbano* e de *Il Cacciatore*, *Doc - Nelle tue mani*, *Io ti cercherò*, *Natale in casa Cupiello*, e alla promozione dell'offerta di Rai Ragazzi. Inoltre, per promuovere Rai Radio2 che è diventata a tutti gli effetti un canale video presente su RaiPlay, sono stati utilizzati i green graffiti, una forma di comunicazione innovativa che trasforma i marciapiedi e le piazze delle città in spazi pubblicitari non convenzionali, attirando l'attenzione e generando curiosità ed eco mediatica. La stessa posa dei green graffiti è di per sé infatti un momento ingaggiante, che cattura l'attenzione proprio come un'opera di street art, e la miscela alimentare a base di yogurt che li compone ha un bassissimo impatto ambientale che ne consente la rimozione con un semplice getto di acqua calda, senza aggiunta di additivi o solventi chimici.

L'Azienda valorizza il proprio brand e promuove le proprie produzioni e coproduzioni anche attraverso una presenza continua e costante nei piccoli festival come nelle grandi manifestazioni internazionali. A partire dal mese di marzo, le limitazioni imposte dalla pandemia hanno avuto un grande impatto sull'organizzazione dei festival con l'annullamento o la ripianificazione, anche on line, di molte manifestazioni. Ciononostante, nel corso del 2020 Rai ha iscritto i propri programmi a 108 festival e premi per un totale di 450 iscrizioni effettuate; le candidature ricevute sono state 136 e 60 i premi e riconoscimenti vinti (erano stati 57 nel 2019) di cui 20 quelli ottenuti in ambito internazionale e in festival di grande prestigio.

Anche nel 2020 la Rai è stata inserita tra le 20 migliori aziende secondo il Diversity Brand Index, che misura la percezione dei consumatori rispetto all'inclusività del brand. Un analogo riconoscimento è giunto dai Diversity Media Awards, dove i programmi *La Compagnia del Cigno* (Miglior Serie tv), *Berry Bees* (Miglior Serie Kids), *Mio Fratello rincorre i Dinosauri* (Miglior Film) e il Tg1 sono stati premiati per la loro capacità di promuovere l'inclusione.

156

Premi vinti nel 2020 - Festival in Italia

Festival	Paese	Premio	Programma vincitore	Editore
Premio Caponnetto	Italia	Premio Antimafia 2020	<i>Report</i>	Rai 3
Diversity Brand Summit	Italia	Rai tra i top 20	Rai	Rai
Festival del Cinema Città di Spello ed i Borghi Umbri	Italia	Premio speciale	<i>La Stella di Andra e Tati</i>	Rai Ragazzi
Festival del Cinema Città di Spello e i Borghi Umbri	Italia	Premio centro sperimentale di cinematografia	<i>Che ci faccio qui - Siamo tutti matti</i>	Rai 3
Premio Giornalistico Raccontami l'Umbria	Italia	Premio per la Sezione Video	<i>Geo - Le trame del lago</i>	Rai 3
Prix Italia	Italia	Migliore serie web	<i>La mia jungla</i>	RaiPlay
Prix Italia	Italia	Menzione speciale Premio Signis	<i>Petrolio - Senza Respiro</i>	Rai Documentari
Religion Today Filmfestival	Italia	Premio Religions through Women's Eyes	<i>Speciale TG1 - Figlie di un Dio minore</i>	Tg1
Matera Film Festival	Italia	Best director	<i>Un battito di ciglia</i>	Rai Parlamento
Rassegna Internazionale del cinema Archeologico	Italia	Menzione speciale Archeoblogger	<i>Italia. Viaggio nella bellezza - Nella terra dei faraoni. L'avventura dell'egittologia</i>	Rai Cultura
Rassegna Internazionale del cinema Archeologico	Italia	Premio città di Rovereto	<i>Italia. Viaggio nella bellezza - La scuola di Atene. L'archeologia italiana</i>	Rai Cultura
Milano International Ficts festival	Italia	Guirlande d'Honneur	<i>Shaul Ladany</i>	Rai Sport
Milano International Ficts festival	Italia	Guirlande d'Honneur	<i>Giro d'Italia 2020</i>	Direzione Creativa
Milano International Ficts festival	Italia	Mention d'Honneur	<i>Il campionato fa 90</i>	Rai 2
Fed Award	Italia	Premio nella sezione dei prodotti OTT e per lo streaming	RaiPlay	RaiPlay
Gala Cinema Fiction	Italia	Miglior fiction	<i>Vivi e lascia vivere</i>	Rai Fiction
Diversity Media Awards	Italia	Miglior serie tv italiana	<i>La compagnia del cigno</i>	Rai Fiction
Diversity Media Awards	Italia	Miglior serie kids	<i>Berry Bees</i>	Rai Ragazzi
Diversity Media Awards	Italia	Miglior film italiano	<i>Mio fratello rincorre i dinosauri</i>	Rai Cinema
Diversity Media Awards	Italia	Miglior servizio tg	Servizio Tg1 del 5 aprile 2019 di Paolo Sommaruga	Tg1
Festival Internazionale del Cinema di Salerno	Italia	Targa per la sezione Documentari Didatti	<i>Clausura 4.0</i>	Rai Vaticano
Cartoons on the Bay	Italia	Pulcinella Award Best Preschool TV Series	<i>Lupin's Tale</i>	Rai Ragazzi
Cartoons on the Bay	Italia	Pulcinella Award Best Upper Preschool TV Series	<i>Topo Gigio</i>	Rai Ragazzi
Cartoons on the Bay	Italia	Unicef Award	<i>Lampadino e Caramella nel MagiRegno degli Zampa</i>	Rai Ragazzi
Cubo Cine Award	Italia	Miglior film	<i>Permette? Alberto Sordi</i>	Rai Fiction
Premio Giustizia e verità Franco Giustolisi	Italia	5 menzioni speciali per cronisti Tv del virus	Rai Tg3 Lombardia, Rai News 24, Tg2 e Tg1	Rai
La Pellicola D'Oro	Italia	Varie categorie	<i>Il nome della rosa (7 premi); Pezzi unici; Ognuno è perfetto</i>	Rai

Relazione sulla gestione

Bilancio separato

Bilancio consolidato

Deliberazioni dell'Assemblea

157

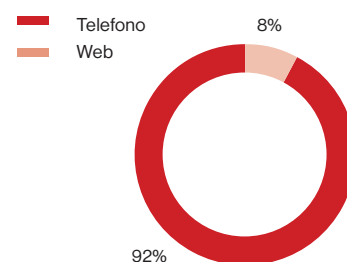
Premi vinti nel 2020 - Festival internazionali

Festival	Paese	Premio	Programma vincitore	Editore
Promax Bda	Spagna (Edizione 2020 online)	Oro: Leisure & Lifestyle Programme Spots	spot <i>Easter Fashion Week</i>	Direzione Creativa
Promax Bda	Spagna (Edizione 2020 online)	Argento: Theatrical Films/ Movies Shown on Television Spots	spot <i>Far East Film Festival</i>	Direzione Creativa
Promax Bda	Spagna (Edizione 2020 online)	Argento: Something for Nothing	spot <i>Easter Fashion Week</i>	Direzione Creativa
Ebu Eurovision Connect	Svezia (Edizione 2020 online)	Oro: Best Fictional Promotion	spot <i>Far East Film Festival</i>	Direzione Creativa
Ebu Eurovision Connect	Svezia (Edizione 2020 online)	Argento: Best Promotion for Children Under 13	<i>Rai Sanremo Young</i>	Direzione Creativa
Ebu Eurovision Connect	Svezia (Edizione 2020 online)	Oro: Best Conceptual Idea For A Low Budget Promotion	spot <i>Easter Fashion Week</i>	Direzione Creativa
WorldMediaFestivals Television & Corporate Media	Germania (Edizione 2020 online)	Intermedia-globe Gold for the category "Education: Pre-School, Kindergarten"	<i>44 Gatti</i>	Rai Ragazzi
Shanghai Tv Festival	Shanghai	Best Foreign drama	<i>L'amica geniale. Storia del nuovo cognome</i>	Rai 1/ Rai Fiction
Content Innovation Awards	Francia (Edizione 2020 online)	Innovation & Ingenuity Award	<i>Amore in quarantena</i>	Rai 1
Content Innovation Awards	Francia (Edizione 2020 online)	Best Animated Kids Programme	<i>44 Gatti</i>	Rai Ragazzi
Fiat/Ifta	Irlanda (Edizione 2020 online)	Premio Preservation & Migration 2020	Progetto Xclope	Rai Teche
International Tourfilm Festival	Croazia (Edizione 2020 online)	Best film in the category of travel documentaries lasting up to 60 minutes	<i>Geo -Artigiani del centro storico di Roma</i>	Rai 3
International Tourfilm Festival	Croazia (Edizione 2020 online)	Best director work	<i>#Generazione Bellezza - La rinascita del rione Sanità a Napoli</i>	Rai 3
Urti International Grand Prix for Author's Documentary	Francia (Edizione 2020 online)	Medaglia di bronzo	<i>Non far rumore</i>	Rai 3
Zoom Festival	Spagna (Edizione 2020 online)	Miglior fiction	<i>Permette? Alberto Sordi</i>	Rai Fiction
Zoom Festival	Spagna (Edizione 2020 online)	Menzione speciale	<i>Petrollo - Senza Respiro</i>	Rai Documentari
Holidays 365 International Film Festival	USA	Premio della giuria, migliore sceneggiatura, miglior suono	<i>Hanukkah. La festa delle luci</i>	Rai Ragazzi
Premio Ondas	Spagna (Edizione 2020 online)	International television Ondas award	<i>L'amica geniale. Storia del nuovo cognome</i>	Rai 1/ Rai Fiction
Primed	Francia (Edizione 2020 online)	Prix à la diffusion France 3 Corse Via Stella	<i>La passione di Anna Magnani</i>	Rai Com
Abu Prize	Edizione (2020 online)	Best Tv Drama	<i>Ognuno è perfetto</i>	Rai Fiction

158

Attraverso il Contact Center – contattabile telefonicamente tramite il Numero Verde 800.93.83.62 e via web utilizzando il servizio *ScrivereR@i* – Rai mantiene sempre aperto un canale di comunicazione diretto con il proprio pubblico.

Nel corso dell'anno è stato grande l'impegno per fornire assistenza agli utenti nella fase di transizione alla nuova tv digitale prevista tra il 2020 e il 2022 e la consueta collaborazione con le redazioni dei programmi tv per la raccolta delle prenotazioni ai giochi e concorsi telefonici a premi.

Canale di contatto**Servizi** (gennaio-dicembre 2020)

	Contatti	(%)
RispondeRai 800 93 83 62		
Canale telefonico per canone, tematiche editoriali, raccolta candidature ai giochi tv, RaiPlay	535.611	81%
Giochi e concorsi telefonici a premio - prenotazioni telefoniche		
Canale telefonico per candidature giochi e concorsi telefonici a premio	72.216	11%
ScrivereR@i		
Canale web per contattare Rai	21.334	3%
Giochi e concorsi telefonici a premio - prenotazioni web		
Canale web per candidature giochi e concorsi telefonici a premio	15.302	2%
GiocheRai - Giochi in studio		
Canale web per candidature giochi in studio	10.899	2%
Pronto la Rai		
Canale web per prenotazione appuntamenti telefonici su tematiche relative al canone	5.816	1%
Totale	661.178	100%

L'ufficio stampa – oltre alla quotidiana preparazione della rassegna stampa – si occupa di numerose attività di promozione istituzionale, di prodotto e di comunicazione di contenuti di Servizio Pubblico che, con l'emergenza Covid-19, hanno assunto un ruolo centrale. Complessivamente, nel corso dell'anno, le conferenze stampa - tra remoto e in presenza - sono state 70 e circa 100 i servizi fotografici realizzati negli studi Rai di Roma, Milano e Napoli. A questi si sono aggiunti gli shooting degli eventi più importanti (primo tra tutti *Il Festival di Sanremo*), l'invio di exit poll in occasione delle elezioni amministrative e la realizzazione di 50 numeri del *News Rai*, la pubblicazione che illustra i prodotti e le iniziative Rai in occasione della loro presentazione ai media.

Il progetto Rai Porte Aperte, lanciato nel 2017, ha consentito a circa 50 mila studenti di entrare in Rai attraverso visite didattiche,

tirocini formativi, eventi speciali per vivere un'esperienza personale indimenticabile. A partire da marzo 2020, a causa dell'emergenza Covid-19, è stato necessario sospendere tutte le iniziative in presenza. L'attività è pertanto proseguita attraverso i principali canali social, dove – oltre al potenziamento della presenza e della comunicazione sul progetto e all'attività di networking – è stato dedicato ampio spazio e visibilità alla programmazione straordinaria e alle iniziative messe in campo da Rai per l'emergenza, con particolare attenzione agli studenti, potenziando la linea di comunicazione corporate.

Nel mese di giugno, Rai Porte Aperte è entrata a far parte del gruppo Facebook *Kids Community*, la community a cura del Romaeuropa Festival, ideata per condividere contenuti culturali, di approfondimento, di formazione, d'informazione, di gioco e intrattenimento per il pubblico delle famiglie e dei bambini.

Relazione sulla gestione

Bilancio separato

Bilancio consolidato

Deliberazioni dell'Assemblea

159

Nei primi mesi del 2020 la Rai, nell'ambito della collaborazione pluriennale con l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, per la settima edizione dell'iniziativa speciale *Educazione alla conoscenza del giornalismo televisivo, attraverso il ruolo del servizio pubblico*, ha organizzato una serie di incontri rivolti ai docenti e agli studenti che partecipano al progetto *Il Quotidiano in Classe*. L'iniziativa, realizzata con la collaborazione della TGR, delle Sedi regionali e dei Centri di produzione Tv, ha visto lo svolgersi di incontri e dibattiti con i giornalisti Rai e con quelli della stampa sui temi dell'informazione locale, le differenze tra le notizie del Tg e quelle delle prime pagine dei quotidiani, il rapporto tra news e mezzi di informazione. Nel corso di questi appuntamenti gli studenti hanno anche avuto la straordinaria opportunità di entrare all'interno degli studi radiofonici, televisivi e dei telegiornali, delle regie radio e televisive, di incontrare e confrontarsi con i professionisti dell'Azienda e di scoprire la storia delle sedi visitate.

Nell'ottica di valorizzare l'offerta radiotelevisiva, l'impegno e la presenza sul territorio nazionale della Rai, da gennaio 2020 sono stati ideati e realizzati con cadenza mensile dei brevivideo – tranne per i mesi di marzo e aprile durante i quali, a causa dell'emergenza, ne è stato prodotto uno solo, *Insieme per ripartire* – che hanno

veicolato per immagini l'enorme potenziale culturale che il Servizio Pubblico mette a disposizione degli utenti. Grazie ad un montaggio veloce e ad una grafica chiara e accattivante, i video, denominati *Highlights del mese*, sono utilizzati per comunicare la varietà e qualità dei prodotti Rai in ottica di posizionamento Corporate all'interno e all'esterno dell'Azienda.

Rai è uno dei principali player di comunicazione in Italia e ogni giorno, attraverso i suoi mezzi, porta a conoscenza del pubblico migliaia di progetti, programmi, notizie, iniziative istituzionali e sociali ed è quindi il partner ideale di tutti i soggetti che hanno interesse a veicolare messaggi ad un bacino ampio di persone, con target diversi, su tutto il territorio nazionale. Tutte le richieste di partenariato concesse da Rai devono essere in linea con i principi ispiratori del Servizio Pubblico e con i 17 goal per lo sviluppo sostenibile, definiti dall'ONU e inseriti nella Agenda 2030.

Nel 2020, nonostante le difficoltà imposte dall'emergenza sanitaria che ha ridotto e/o annullato molti eventi on field, sono stati attivati e definiti circa 400 partenariati, di cui 290 Media Partnership, 12 Main Media Partnership e 80 Patrocini. Tra le maggiori tematiche al centro delle iniziative: arte e cultura, musica, cinema e sociale.

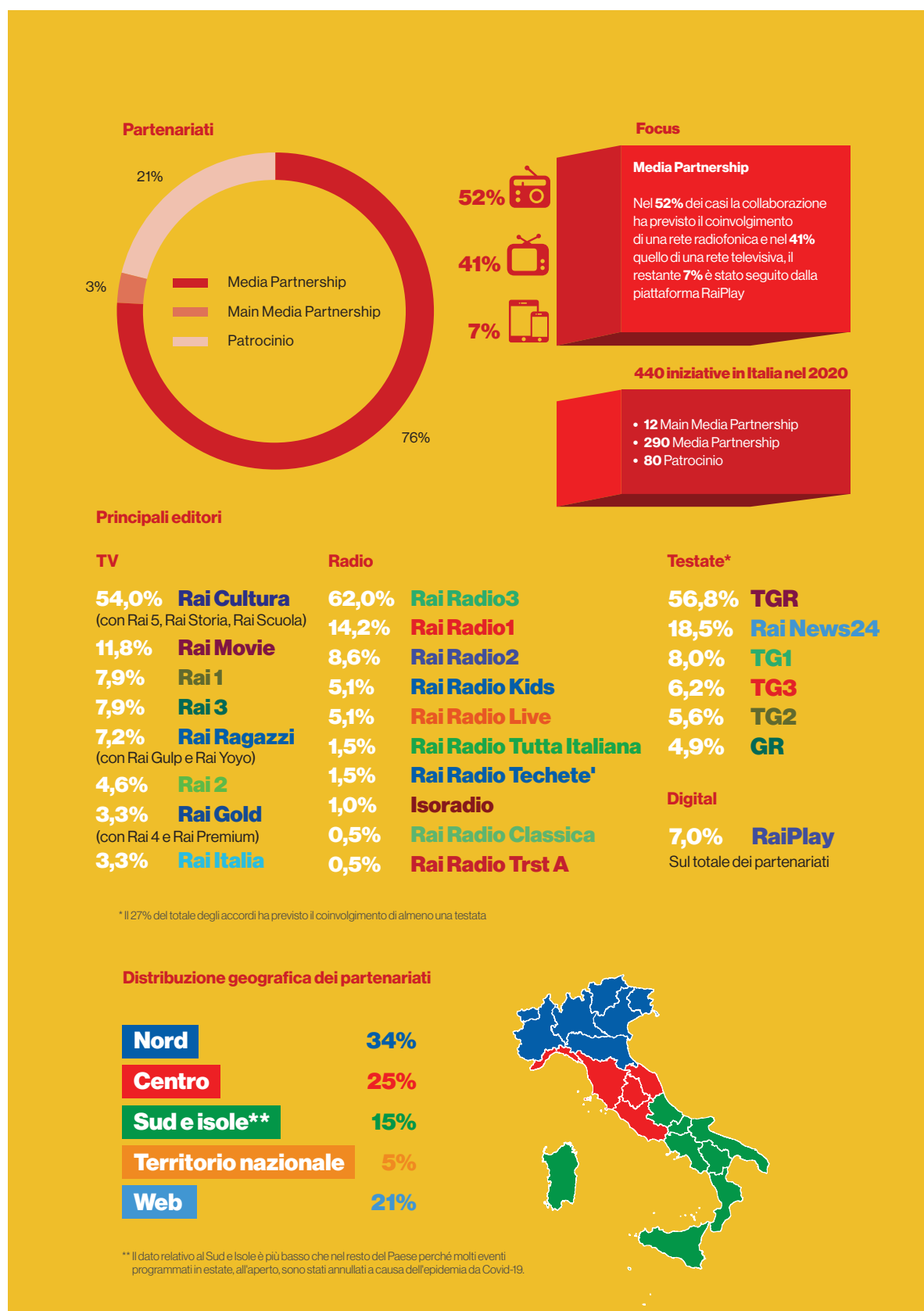
Progetto Rai Porte Aperte

2020*

Totale 2017-2020

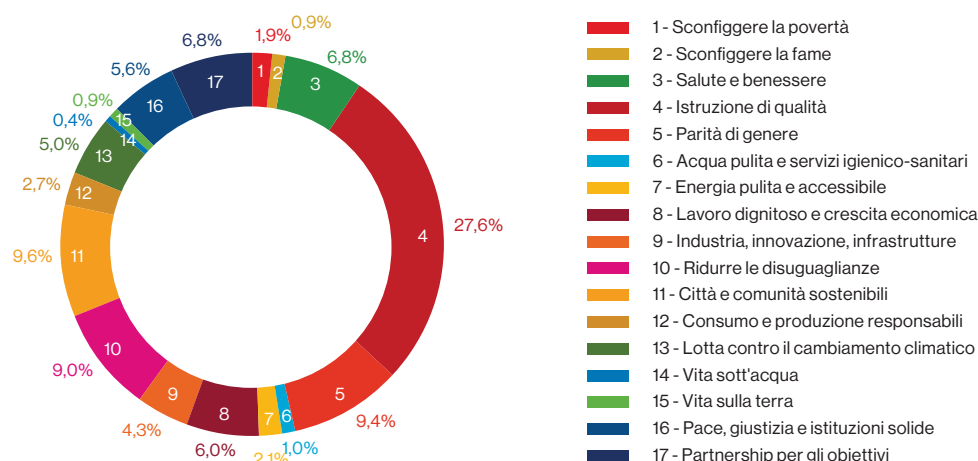
Visite didattiche effettuate	71 visite (per 1.875 studenti totali)	1.140 visite (per 28.500 studenti totali)
Progetti di Alternanza Scuola Lavoro ricevuti nell'Anno scolastico precedente e selezionati e attivati nell'anno scolastico successivo	22 progetti ricevuti nel 2019 e 14 selezionati e realizzati	149 progetti ricevuti e 42 selezionati e realizzati (1.050 studenti)
Domande di tirocinio ricevute e realizzate	342 richieste ricevute e 58 tirocini attivati	4.173 richieste ricevute e 720 tirocini attivati
Partecipanti a Eventi Speciali sul territorio	nessun evento	16.630 partecipanti in 39 eventi
Totale studenti incontrati	2.283	46.900

* Tutte le attività in presenza sono state sospese a partire dal mese di marzo a seguito dell'epidemia di Covid-19.



Relazione sulla gestione	Bilancio separato	Bilancio consolidato	Deliberazioni dell'Assemblea	161
---------------------------------	-------------------	----------------------	------------------------------	------------

Condivisione nei partenariati Rai dei 17 goal per lo sviluppo sostenibile dell'Agenda ONU 2030



Rai per il Sociale

Rai promuove, definisce e coordina le strategie e gli obiettivi di responsabilità e coesione sociale, di inclusione e di tutela dell'ambiente del Gruppo Rai, gestisce i rapporti e le relazioni con tutti gli stakeholders in ambito istituzionale, industriale, associazionismo e organizzazioni internazionali attinenti la Corporate Social Responsibility. Inoltre, promuove la narrazione delle tematiche di interesse all'interno del prodotto editoriale, rafforzando nella programmazione la trattazione dei temi sociali, nelle diverse e attuali declinazioni ambientali, di inclusione anche digitale, di parità di genere e diritti umani, in coerenza con quanto previsto dal Contratto di Servizio, e coordina e monitora le iniziative e le campagne promozionali.

Molte sono state le partecipazioni a convegni attinenti al tema nel corso del 2020, sia in presenza che in remoto, tra cui: "CSR Salone Innovazione Sociale (Bocconi)", "Terra di tutti i film Festival", "Premio Bisceglia", "Premio Borsellino", "Festival Internazionale del film corto Tulipani Di Seta Nera", "Futura: Lavoro, Ambiente, Innovazione".

È stata inoltre sostenuta la divulgazione, attraverso i diversi canali Rai, di prodotti come il *Disability Pride* (RaiPlay), *Il Paese ritrovato* (Rai Premium) e il *Cartone di S. Francesco* (Rai Gulp), nonché la partecipazione all'organizzazione della Giornata Internazionale contro la Violenza sulle Donne, della Giornata della Disabilità e della Giornata Internazionale del Volontariato.

L'impegno in ambito sociale e dei diritti umani si esplicita attraverso la creazione di una rete virtuosa tra l'Azienda, la cittadinanza e le istituzioni con l'obiettivo di individuare formule

attraverso le quali la Rai possa fornire un proprio contributo e delineare proposte operative, in piena aderenza alle indicazioni del Contratto di Servizio attraverso il quale la Concessionaria è chiamata a vigilare sulla tutela e sul rispetto di tali diritti.

In tale ambito, sono stati realizzati alcuni progetti che si sono tradotti in scelte di programmazione, anche in un'ottica multiplatforma. Tra questi, è proseguita su Rai 2 la seconda stagione di *O anche No*, il programma dedicato al tema della disabilità attraverso i protagonisti che si raccontano nelle loro attese, difficoltà e conquiste. Un'iniziativa che già nel 2019 aveva ricevuto il premio Nazionale Inclusione 3.0 dell'Università degli Studi di Macerata per "l'elevato valore sociale e inclusivo del docu-reality". Il 3 dicembre 2020, in occasione della Giornata Internazionale per i Diritti delle Persone con Disabilità, Rai 2 ha proposto una puntata evento in seconda serata di *O anche no* aperta dal messaggio del Presidente della Repubblica e arricchita dal contributo di grandi esponenti dello spettacolo, della cultura e del sociale.

Con il progetto pilota multiplatforma *Illuminare le periferie* - diffuso in diretta tramite le piattaforme social e all'interno dell'offerta di RaiPlay per una fruizione anche in differita del contenuto - è stato aperto un luogo di confronto sui temi sociali, partendo dalla presentazione del Rapporto "Illuminare le periferie - I non luoghi dell'informazione" che fotografa le sfide per il mondo dell'informazione in Italia su temi spesso considerati marginali. Il progetto, che vanta la collaborazione di enti prestigiosi quali l'Osservatorio di Pavia, COSPE, USIGRAI, FNSI, l'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo (AICS), l'Impresa Sociale con i Bambini e la Comunità di Sant'Egidio, è stato presentato in un luogo simbolico, quale la sede di Tor Bella Monaca della Comunità di Sant'Egidio. Ulteriori sviluppi sono

162

Campagne 2020

- **44** campagne di raccolte fondi
- **30** campagne di sensibilizzazione
- *Rai per il Sociale*: **28** spot per un totale di 672 passaggi tv e radio
- **63** campagne istituzionali per un totale di 15.733 passaggi tv e radio

previsti per il 2021 con nuovi appuntamenti nei quali verrà data voce ad altri autorevoli operatori del terzo settore con lo scopo di illuminare le aree più disagiate e a rischio.

Molte anche le occasioni di incontro interaziendale sui temi di ambiente e sostenibilità, quali il Sustainability day 2020, il momento di confronto promosso da ACEA tra rappresentanti del mondo delle istituzioni, della ricerca ed esperti del settore per condividere esperienze e strategie per lo sviluppo sostenibile, in cui Rai ha affermato e ribadito il proprio ruolo in materia in qualità di operatore del servizio pubblico. Inoltre, nell'ambito dei processi di Corporate Social Responsibility e in coerenza con la cornice strategica della sostenibilità, Rai ha confermato al WWF la propria volontà di portare avanti la campagna "plastic free" con l'obiettivo di eliminare la plastica monouso all'interno delle proprie sedi.

Sono state inoltre stipulate varie partnership quali, ad esempio, quella con ASviS per la presentazione del Primo Rapporto ASviS: "I territori e gli Obiettivi di sviluppo sostenibile", con l'Università Cattolica del Sacro Cuore e con Maker Faire Roma 2020.

Il contrasto alla pandemia è stato tema dominante ed anche criterio di scelta per l'affidamento degli spazi di comunicazione sociale per il 2020. Tra le numerose raccolte fondi - dalla Cabina di Regia "Benessere Italia" agli psicologi in prima linea, dagli interventi contro la crescente povertà all'aiuto a bambini privi di strumenti didattici - è stato dato notevole risalto a quella della Protezione Civile per l'acquisto di dispositivi di protezione individuali e attrezzature mediche che ha raggiunto la cifra record di oltre 170 milioni di euro (per un confronto: le raccolte del 2016 dopo i terremoti nel Centro Italia arrivarono non oltre i 35 milioni; il totale delle raccolte fondi passate sui media Rai in tutto il 2019 è stato di 15,8 milioni di euro.).

Significativa anche la scelta di alcune popolari trasmissioni di Rai 1 di devolvere in beneficenza le somme vinte nelle numerose puntate registrate senza pubblico in studio e con personaggi dello spettacolo al posto dei concorrenti ordinari.

In merito alle campagne istituzionali, da sottolineare che ben 20 degli spot di cui la Presidenza del Consiglio ha chiesto la messa in onda riguardavano anch'essi la lotta alla pandemia.

Le campagne sociali della Rai hanno visibilità anche sul web e sui social: sui portali www.responsabilitasociale.rai.it, Rai.

it e RaiPlay sono disponibili testi, foto e video delle iniziative; il profilo Twitter Rai per il Sociale mantiene un posizionamento importante con i suoi 48,1 mila followers. E quello Facebook ha raggiunto i 14.951 followers.

In tema di inclusione, il 2020 è stato un anno in cui sono stati resi disponibili una grande quantità di contenuti per i diversi pubblici e su diverse piattaforme. Grande l'attenzione non solo all'alfabetizzazione digitale e alla cultura dell'innovazione, ma anche all'inclusione sociale e alla sostenibilità. Il lavoro ai tempi della trasformazione digitale è stato uno dei temi centrali di alcune produzioni tra cui *Interviste Snack*, il programma al quale hanno partecipato i massimi esperti di intelligenza artificiale, industria 4.0, startup e lavori ibridi, e *Che lavoro/i farai da grande?* con Marco Montemagno e The Italian Net per ragionare sul mondo del lavoro che cambia.

L'alfabetizzazione di base è stato un altro importante tema affrontato con *Non è mai troppo tardi... Fatto!?*, una serie - in onda su Rai 2 e fruibile su RaiPlay - pensata per favorire l'apprendimento rapido delle competenze digitali. Ma anche con la rubrica su RaiPlay e su YouTube *Domande Snack*, oltre 170 risposte di esperti per fornire gli strumenti adeguati a sviluppare il senso critico ed esercitare la cittadinanza digitale. Tra gli argomenti: sicurezza, fake news, smart working, educazione 4.0, mobilità, smart city, cloud, 5G, pagamenti elettronici, intelligenza artificiale, domotica, wearable, cittadinanza digitale.

E il 2020 è stato segnato anche dalla partenza di *Web Side Story - Quando la Rete fa la Storia*, una docu-serie su Rai 4 che racconta eventi avvenuti "in rete" o "grazie alla rete", rimasti nella memoria collettiva o che aspettano di essere riscoperti, per dare la consapevolezza di quanto il web, da quando è diventato di massa, ha cambiato e cambierà il mondo. Ma anche di *Prepararsi al Futuro*, il nuovo programma sulla sostenibilità nato da un'idea di Piero Angela, e dei podcast bisettimanali *Smart Life* su RaiPlay Radio per esplorare il cambiamento della vita e del lavoro in un'ottica di inclusione, alfabetizzazione digitale e cultura dell'innovazione.

Accordi con la Pubblica Amministrazione

Le Convenzioni con la Pubblica Amministrazione Centrale sono gestite direttamente dalla Capogruppo.

Relazione sulla gestione

Bilancio separato

Bilancio consolidato

Deliberazioni dell'Assemblea

163

Nel corso del 2020 sono stati definiti nuovi accordi, anche legati all'insorgere della situazione pandemica e alle misure varate da diversi Ministeri, e rinnovate molte collaborazioni in essere per la prosecuzione di campagne di comunicazione attivate negli anni precedenti. Tra le attività più rilevanti si segnalano le seguenti:

Ministero dell'Istruzione

A fronte della sospensione delle attività didattiche conseguente all'emergenza sanitaria, si è prontamente aperto un tavolo di lavoro con il Ministero per provvedere con urgenza ad individuare le soluzioni più idonee da proporre alle istituzioni scolastiche.

Sin da subito, in attesa di poter produrre materiali *ad hoc*, nel quadro del Protocollo d'intesa in essere e del Contratto di Servizio, ed in sinergia con Rai Cultura, RaiPlay e Rai Ragazzi, è stata realizzata una mappatura dei materiali disponibili, poi messi *on line* sui portali e negli spazi di palinsesto dedicati. I contenuti didattici ed educativi sono stati organicamente convogliati nello *Speciale Scuola 2020*, all'interno del portale di Rai Cultura.

Importanti spazi di palinsesto dedicato sono stati creati sul Canale Rai Scuola, su Rai 3 e su Rai Ragazzi. Tale sforzo congiunto è stato ratificato dalla Carta di Intenti in data 24 marzo, nell'ambito della quale sono stati formalizzati alcuni Accordi Attuativi aventi ad oggetto:

- **Attività di supporto alla Didattica a Distanza:** Sono stati formalizzati due accordi attuativi per la realizzazione di attività di supporto alla didattica a distanza per l'anno scolastico 2020-2021. Tra le iniziative più significative: diversi cicli della trasmissione *Maestri*, in onda su Rai 3 ed in replica su Rai Scuola, con due "lezioni" a puntata, tenute da autori di rilievo individuati d'intesa con il Ministero, per le principali discipline scolastiche del I e II ciclo della secondaria (e per un totale superiore alle 120 puntate nell'anno). Inoltre, sono state prodotte e trasmesse su Rai Scuola oltre 800 unità didattiche nell'ambito del programma *La scuola in tivù*. Oltre alle lezioni rivolte ai ragazzi, si sono realizzati due cicli di *La Scuola in Tivù - Istruzione degli adulti* (per un totale di circa 60 lezioni). Per i ragazzi della primaria e pre-primaria, in sinergia con Rai Ragazzi, è stato realizzato il programma *La banda dei FuoriClasse*, in onda su Rai Gulp, per declinare le materie scolastiche in un linguaggio specificamente mirato al target bambini. Tutte queste iniziative sono rimaste sempre a disposizione sui portali di Rai Cultura e su RaiPlay. Tali attività proseguiranno fino a giugno 2021.
- **Progetto Podcast Maturità 2020:** Realizzazione, in sinergia con Rai Radio3, di 75 podcast sulle principali materie dell'Esame di Stato, resi disponibili sul portale di Rai Radio3 e su quello del Ministero, dedicati a lezioni di storia, scienze e storia dell'arte, scritte da docenti o esperti appositamente per il mezzo radiofonico e per il target.
- **Progetto Filosofi – Enciclopedia Multimediale – Altre iniziative:** Prevede la realizzazione di 100 unità didattiche da 10

minuti sui pensatori e grandi filosofi del XX secolo, parzialmente realizzate e consegnate al Ministero e pubblicate sul portale di Rai Teche. Un ulteriore accordo attuativo ha portato al rinnovo della collaborazione per l'inaugurazione dell'anno scolastico con il programma di Rai 1 *Tutti a scuola*.

- **Realizzazione di un video istituzionale dedicato alla figura del giurista e politico Vittorio Bachelet.**
- **Progetto Dantedi:** In occasione dei 700 anni dalla morte del letterato sono state realizzate da Rai Teche venti pillole, della durata di 1 minuto ciascuna, aventi ad oggetto terzine della Divina Commedia lette da grandi attori.

Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali-Anpal

Prosecuzione delle attività di comunicazione sui temi del lavoro e delle politiche sociali all'interno del programma *Il Posto Giusto*.

Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali

Prosecuzione delle attività di comunicazione per una campagna inerente i temi della sicurezza sul lavoro, dell'inclusione sociale e del contrasto alla povertà, articolato in un piano di iniziative nei programmi radiofonici e televisivi in palinsesto, nonché nella realizzazione di un filmato istituzionale sul reddito di emergenza.

Presidenza del Consiglio dei Ministri

Realizzazione di cinque video istituzionali dedicati rispettivamente: al ringraziamento al personale sanitario per l'impegno profuso in occasione dell'emergenza sanitaria da Covid-19; alla promozione del numero telefonico 114 dedicato alla prevenzione del disagio minorile; alla diffusione della app Immuni; alla promozione del Servizio Civile Universale; al ringraziamento agli autotrasportatori per il lavoro di trasporto e logistica svolto nel periodo di pandemia.

Ministero dei Beni Culturali e del Turismo

- sottoscrizione della Convenzione per la realizzazione del nuovo programma di Rai 1 *L'Italia non finisce mai*, dedicato alla promozione del turismo di qualità (mobilità sostenibile, itinerari inediti costruiti attraverso le carte geografiche storiche, etc.);
- a integrazione della campagna di comunicazione di promozione e valorizzazione del patrimonio culturale italiano, materiale ed immateriale, iscritto nelle Liste UNESCO realizzata nel 2018 e 2019, Rai e Ministero hanno sottoscritto una ulteriore Convenzione per la realizzazione nel 2021 di 14 nuovi mini-doc, della durata di 3 minuti circa e dedicati agli elementi italiani iscritti nella Lista Rappresentativa del Patrimonio Culturale immateriale, nonché di uno speciale della durata di 27' dedicato alla Convenzione UNESCO sulla protezione del patrimonio culturale subacqueo;
- avvio delle attività propedeutiche alla formalizzazione di un nuovo accordo per la realizzazione di un progetto di promozione dell'Italia all'estero, consistente nella produzione di: 8 puntate del programma *Italia Nascosta*; 24 brevi video da diffondere sul web; 1 prodotto promozionale *theatrical*.

164

Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale

Formalizzazione di una Convenzione per la realizzazione di un video istituzionale interamente dedicato alla ricorrenza dei 700 anni dalla morte di Dante Alighieri.

Nell'ambito delle attività propedeutiche alla definizione di accordi attualmente in via di formalizzazione, si segnalano quelle con il **Ministero dei Trasporti - Albo degli Autotrasporti**

per la definizione di una campagna di comunicazione sui temi della sicurezza stradale che si realizzerà attraverso una serie di interventi televisivi all'interno di programmi di rete quali: *Unomattina*, *Buongiorno Benessere*, *Mattina in Famiglia*, *Fatti Vostri* etc.

Tra le attività di partenariato si segnalano:

- il rinnovo del Protocollo d'Intesa con il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, ampliato nella portata e nei temi, e che ha incluso come co-contraente l'ANPAL (da tale Protocollo discendono gli Accordi Attuativi sia col Ministero che con l'ANPAL);
- il rinnovo del Protocollo d'Intesa con il Comitato Italiano Paralimpico per la diffusione dei valori dello sport paralimpico, che rafforza una proficua collaborazione e comunione d'intenti consolidatisi negli anni;
- la stipula, in data 3 dicembre 2020, del Protocollo d'Intesa con il MID, finalizzato a promuovere iniziative volte a favorire la più ampia e inclusiva conoscenza delle tecnologie digitali presso il grande pubblico.

L'evoluzione del quadro normativo e regolamentare**Provvedimenti in materia di diritti d'uso delle frequenze, refarming della c.d. banda 700 e adozione di atti correlati**

Sono proseguite le attività del Dicastero connesse: all'assegnazione dei diritti d'uso delle frequenze per il servizio televisivo digitale terrestre a operatori di rete locali (pubblicazione di nuovi bandi e approvazione delle prime graduatorie); alla formazione delle graduatorie dei fornitori di servizi di media audiovisivi in ambito locale (con aggiornamento delle linee guida illustrative dei criteri e delle modalità sottesi); alle operazioni di spegnimento dei CH 50 e 52 e dei CH 51 e 53 (migrazione su diverse frequenze di trasmissione), con particolare riferimento all'Area ristretta D (province siciliane) e di spegnimento facoltativo delle frequenze degli operatori di rete in ambito locale; alla facoltà, prevista per gli operatori di rete locali, di effettuare il rilascio di frequenze televisive in anticipo rispetto alle scadenze previste dalla *roadmap*, anche in relazione alla definizione dei presupposti e delle tempistiche per l'erogazione degli indennizzi previsti dalla Legge di bilancio 2018 e s.m.i. (con l'individuazione di una nuova fase temporale in cui è consentito, v. il decreto del Ministro dello Sviluppo Economico del 15 dicembre 2020, di modifica del decreto 19 giugno 2019 concernente il calendario con aree geografiche per il rilascio della banda 700 MHz); alla definizione delle modalità operative e delle procedure per l'erogazione di detti indennizzi a favore di operatori di rete in ambito locale. Da ultimo il decreto direttoriale 13 aprile 2021 ha definito gli importi relativi agli indennizzi spettanti agli operatori di rete locali a seguito del rilascio obbligatorio o facoltativo delle frequenze, di cui al decreto interministeriale 27 novembre 2020, ovvero del rilascio volontario in anticipo rispetto alle scadenze previste dalla *roadmap*.

È stata inoltre avviata la campagna di comunicazione che accompagnerà gli utenti verso il passaggio al nuovo standard tecnologico DVB-T2 e che si concluderà a giugno 2022, che coinvolge sia il Dicastero che la programmazione sulle reti Rai (spot audiovisivo di comunicazione istituzionale).

Infine in materia di "*misure compensative adeguamento impianti a favore di operatori di rete per la liberazione dei ponti radio nelle bande 3.6-3.8 GHz*" è stato pubblicato il decreto direttoriale del 4 dicembre 2020 di conclusione della procedura, ai sensi di quanto previsto dal decreto Ministero dello sviluppo economico di concerto con il Ministero dell'economia e delle finanze del 4 settembre 2019 attuativo dell'articolo 1, comma 1039 lettera a) della Legge 27 dicembre 2017, n. 205.

L'Autorità, all'esito della consultazione pubblica indetta con