

programmi di servizio: le edizioni dei giornali radio sono state cadenzate ogni 30 minuti; numerosi sono stati i programmi di pubblica utilità (*Una risposta al giorno*, *Galassia Gutenberg*, *Radiohelp*) in materia di sanità, previdenza, ambiente, emarginazione, scuola, tempo libero; un largo spazio è stato attribuito agli eventi sportivi, in particolare la domenica (*Tutto il calcio minuto per minuto*, *Domenica sport*); largamente riconfermati i programmi di servizio tradizionali quali quelli sul traffico, sul tempo, sulla situazione dei voli e degli aeroporti con *Onda verde*, *Meteoradio* e *Volare informati*.

RadioDue è stata dedicata all'intrattenimento, alla musica leggera, all'attualità e al colloquio con il pubblico, un mix articolato nei quali musica e parlato si equilibrano: una particolare attenzione è stata rivolta al pubblico giovanile, sia nel pomeriggio (*Radioduetime*), sia nella serata (*Tintarella di luna* e numerosi concerti settimanali in diretta) e si è rinnovata la tradizione della radiofonia italiana nell'ambito della prosa.

RadioTre ha mantenuto la sua tradizionale connotazione culturale, con un migliore equilibrio fra trasmissioni musicali e programmi di approfondimento, anche al fine

di rendere più fruibile ed accessibile l'offerta: nel corso della mattina la musica classica è stata intervallata con la lettura e i commenti dei principali quotidiani; nel pomeriggio è proseguita l'offerta di cultura, scienza e musica (con il contenitore *Lampi*); la serata offre (*Radiotre suite*) alcuni dei migliori spettacoli teatrali e musicali, spesso con apposite dirette.

Il Notturmo Italiano rappresenta il contenitore dell'offerta radiofonica RAI che è trasmesso ogni notte, in onde medie e in modulazione di frequenza, con programmi differenziati per le tre Reti.

RadioRAI trasmette inoltre, con la Società Autostrade, **Isoradio**, in onda tutti i giorni dalle 6 alle 24: in una qualificata selezione musicale si inseriscono notizie sul traffico, previsioni del tempo, giornali radio.

Nel 1995 hanno inoltre proseguito la propria attività i due canali di **filodiffusione**: il quarto canale dedicato alla musica leggera e il quinto canale alla musica classica.

L'**informazione radiofonica** è stata curata dal **Giornale Radio RAI** concentrandosi in particolare su **RadioUno** (la Rete radiofonica RAI specificatamente dedicata al-

l'informazione, all'interno della quale il GR è arrivato a gestire 95 ore settimanali dedicate a notizie e rubriche), ma anche curando gli spazi informativi su **RadioDue** e **RadioTre**. Di rilievo è l'introduzione di *"Ultimo minuto"*, flash di aggiornamento informativo a cadenza oraria e di sette nuove rubriche di approfondimento. Inoltre il **Giornale Radio RAI** si è avvalso in occasione di eventi particolarmente rilevanti del "filo diretto" con gli ascoltatori ed ha costituito un reale strumento informativo di servizio in occasione del processo Andreotti, quale unico mezzo autorizzato a trasmetterne in diretta le udienze. Grande impegno è stato inoltre riservato all'informazione sportiva.

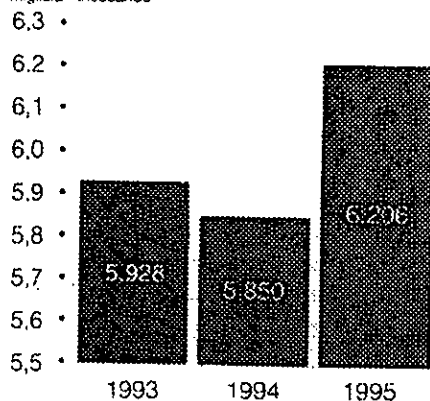
La valorizzazione della dimensione territoriale

Una ulteriore linea perseguita dalla RAI nel 1995 è stata quella dell'attribuzione di **una crescente importanza al legame con il territorio e alle caratteristiche sociali e culturali di ogni regione, provincia e area geografica del Paese**, producendo un nuovo impegno della RAI non solo nell'incremento dell'informazione ma anche nella **valorizzazione delle specifiche realtà produttive territoriali**.

Ore di programmazione televisiva regionale

No. hours of regional TV broadcasting

migliaia - thousands



provement and the local expansion of the TGR) and to provide new media products. An important step in this respect has been the startup of the third regional news broadcast (22.45) in addition to the broadcasts at 14.00 and 19.30. We can also recall the startup of news broadcasts in Slovenian, the weekly regional review "TGR/Regione 7") and the expansion of all the thematic programmes ("Agricoltura", "In Europa", "Mediterraneo", "Ambiente Italia", "Leonardo", "Economia"). With regard to radio broadcasting, we can cite the new national programme "Italia in diretta" (produced in collaboration with all the regional news programmes, broadcast daily on RadioUno).

With regard to local services, **Televideo Regionale** (Regional Televideo) has played an especially important role; in November 1995, Televideo Campania was started up, and joined the existing services for Latium and Piedmont. The agreement with Finsiel will lead to services for all the other regions (regional broadcasts are in an advanced stage of preparation in Marches, Umbria and Calabria).

In this context, other important areas include the **radio and TV broadcasts** (based on agreements between the Commercial Development Department and the Government) for the linguistic minorities in the Autonomous Province of Bolzano (German), the Autonomous Re-

Di primaria importanza, in questo quadro, l'attività svolta dalla **Testata Giornalistica Regionale** che ha affrontato, nel 1995, una profonda riorganizzazione finalizzata al miglioramento del lavoro giornalistico nelle redazioni regionali (soprattutto attraverso un rinnovamento tecnologico e un potenziamento della presenza della TGR sul territorio) e alla realizzazione di nuovi prodotti giornalistici. Fondamentale, in questo senso, è stato l'avvio della terza edizione dei **telegiornali regionali** (22,45), che si è aggiunta alle edizioni delle 14,00 e delle 19,30. Da ricordare, inoltre, la partenza dei telegiornali in lingua slovena, la programmazione del settimanale regionale televisivo "**TGR/Regione 7**" e il rafforzamento di tutte le rubriche tematiche (Agricoltura, In Europa, Mediterraneo, Ambiente Italia, Leonardo, Economia). Per quanto riguarda la programmazione radiofonica, di rilievo la nuova trasmissione a diffusione nazionale "**Italia in diretta**" (effettuata con la collaborazione di tutte le redazioni regionali in onda tutti i giorni su RadioUno).

Nel quadro della territorializzazione, è particolarmente significativa l'azione svolta dal **Televideo regionale** che ha visto, nel novembre del '95, partire il Televideo Cam-

pania affiancandosi a quelli già esistenti per il Lazio e il Piemonte. L'accordo con la Finsiel consentirà il coinvolgimento di tutte le altre regioni (sono già in stato di avanzata preparazione le edizioni regionali di Marche, Umbria e Calabria).

Sempre in questo contesto, assumono un particolare rilievo le **trasmissioni radiofoniche e televisive** - sulla base delle Convenzioni con lo Stato curate dalla Direzione Sviluppo Commerciale - **per le minoranze linguistiche** residenti nella Provincia Autonoma di Bolzano in tedesco, per la Regione Autonoma della Valle d'Aosta in francese e per la Regione Friuli-Venezia Giulia in ladino.

La linea della valorizzazione delle realtà territoriali, sulla base delle loro specifiche vocazioni produttive e culturali, si è concretizzata inoltre attraverso numerose iniziative. A **Venezia**, nella sede di Palazzo Labia, si è avviata la costituzione di un centro culturale multimediale in collaborazione con analoghe esperienze internazionali. La Direzione Produzione TV e radio ha supportato iniziative di sviluppo tecnologico a **Napoli** dove si è ripresa la produzione di serial e fiction, sulla base di accordi con partner internazionali (è già operante

quello con la tv australiana) e si è delineata una strategia, d'intesa con il Comune, per fare di questa città il polo di nuovi possibili progetti tecnologici dell'Azienda. A **Torino** si è incrementata la specializzazione del Centro di Produzione verso i programmi culturali e si è rafforzata la vocazione scientifica (già ben rappresentata dal Centro Ricerche RAI), e si è dato il via con la Scuola RAI ad un progetto per produrre immagini di realtà virtuale. **Milano** ha ulteriormente valorizzato il suo ruolo di centro dedicato all'informazione e all'approfondimento, anche con la realizzazione di telegiornali tematici (come, ad esempio, quello dedicato all'economia).

Cinema, musica, teatro, libro: la RAI come volano culturale

In questi dodici mesi di attività si è anche incrementata la funzione della RAI quale principale impresa culturale del Paese, con una riconferma del servizio pubblico quale **volano per la promozione e lo sviluppo dell'intero settore audiovisivo e di altri comparti culturali del nostro Paese**.

La RAI ha, in questo quadro, destinato al **cinema** significativi investimenti per i giovani autori e partecipa al rilancio strategico di Ci-

gion of Valle d'Aosta (French) and the Friuli-Venezia Giulia Region (Ladino).

Numerous other initiatives contributed to highlight local resources, both economic and cultural. Work is under way in Venice, in the headquarters of Palazzo Labia, for setting up a multimedia cultural centre in collaboration with international organisations with skills in this area. The TV and Radio Production Department has supported technological development initiatives in Naples where production of serials and fiction has again been started up in agreement with international partners (the one with Australian TV is already operational). A strategy has been drawn up with the municipal authorities to turn the city into a new centre for future new RAI technological projects.

In Turin, the Production Centre has become more specialised in cultural programmes, scientific research (already well represented by the RAI Research Centre). The RAI School has started a project for producing virtual reality products. Milan has further improved its status as a centre for news and commentary, with the production of thematic news broadcasts (such as the one on the economy).

Cinema, music, theatre, books: how RAI promotes culture

Over the past twelve months, RAI has also played an increasingly significant

role as a national cultural promoter, thus confirming that the public broadcasting service is a vehicle for the promotion and development of the entire audiovisual sector and of other cultural products in our country.

In this respect, RAI has channelled significant investments to young cinema authors, and is taking part in the strategic recovery plan to make Cinecittà the main Italian film production centre.

RAI has made agreements for improving theatre coverage, with a series of new products in which this fundamental artistic medium again appears fortnightly on television.

RAI has also devoted considerable attention to music, providing regular ra-

dio and TV coverage not only of the major concerts, but also a range of Italian and international music. The agreement with Lingotto has led to the creation of the new Turin Centre hosting the National Symphonic Orchestra, which has also made important tours abroad this year (for example to Japan and Germany) with internationally famous conductors and renowned soloists. It has also recorded significant successes in Italy, with the number of season-ticket and box-office receipts rising by approximately 20%.

Finally, RAI has also promoted books, with initiatives during national events and new broadcasts for the diffusion and promotion of books.

3. A new strategic position for RAI's future

The Corporation's financial and organisational recovery, in the context of a single overall strategy, has led to the improvement of public service broadcasting and the consolidation of the links with the national community. All of this is part of RAI's new strategic position in Italy and on the international level.

Only a Corporation which has undergone a process of stabilisation and strengthening, combining business-oriented efficiency with the goals of a modern public broadcasting service and deep roots in the Italian society and culture, can hope to play a major role

in the new communications scenarios. Our country will play a decisive role in these scenarios, utilising the resources made available by RAI. These resources are valuable from the technological, productive and cultural point of view, and must be utilised to promote the economic and employment growth in the communications sector, due to occur in Italy and the European Union in the coming years.

The 1995-97 Plan, sent to the shareholder, has been drawn up and approved on the basis of these principles. The goals of the Plan are to ensure fur-

necità quale principale polo produttivo cinematografico del nostro Paese.

Ha stipulato accordi per un rilancio del **teatro**, con una nuova stagione produttiva che vede questa fondamentale espressione culturale tornare ad avere appuntamenti quindicinali attraverso il mezzo televisivo.

Sempre la RAI ha dedicato alla **musica** una particolare attenzione attraverso una sistematica propo-

sizione radiofonica e televisiva non solo dei principali eventi concertistici, ma anche del patrimonio di cultura musicale nazionale ed internazionale; ha inoltre dato vita, attraverso l'accordo con il Lingotto, al nuovo Centro di Torino in cui opera l'**Orchestra sinfonica nazionale**, protagonista - quest'anno - anche di un'importante stagione all'estero (si ricordano le tournèe in Giappone e Germania) con grandi direttori di

fama internazionale e celebri solisti, nonché di successi significativi anche in Italia (vi è stato un aumento di circa il 20% in termini di numero di abbonamenti e di incassi).

Infine, la RAI ha realizzato iniziative di promozione nei riguardi del **libro**, sia con la attiva partecipazione alle manifestazioni nazionali, sia con nuove trasmissioni dedicate alla diffusione e alla divulgazione della lettura.

3. Il riposizionamento strategico della RAI per il futuro

Il risanamento finanziario e strutturale dell'Azienda ha dunque coinciso, in un'unica strategia, con il rafforzamento dell'offerta del servizio pubblico e con il consolidamento del legame con la collettività nazionale. Ma tutto ciò - come si è già rilevato - ha rappresentato e rappresenta unicamente **la premessa per un riposizionamento strategico della RAI nel Paese e anche a livello internazionale**.

Solo un soggetto riequilibrato e consolidato, che riesca a coniugare l'efficienza di impresa con il raggiungimento delle missioni di un moderno servizio pubblico e che sia fortemente radicato nel

tessuto sociale e culturale nazionale, può pensare di giocare un ruolo da protagonista nei nuovi scenari della comunicazione.

Scenari a cui è necessario che il nostro Paese partecipi con determinazione **utilizzando il patrimonio che la RAI intende mettere a disposizione**: un patrimonio prezioso dal punto vista tecnologico, produttivo e culturale, che deve essere utilizzato quale elemento di traino di quello sviluppo economico ed occupazionale legato al settore della comunicazione, che investirà il nostro Paese e l'Unione Europea nei prossimi anni.

Sulla base di questi principi si è

giunti all'elaborazione e all'approvazione di un **Piano 1995-97**, inviato all'azionista, che intende consolidare ulteriormente l'equilibrio finanziario; individuare un volume sempre più rilevante delle risorse destinate allo sviluppo (individuato in 2.800 miliardi nel triennio); impostare iniziative di carattere strategico relative a settori quali la televisione tematica, l'editoria elettronica e multimediale e una presenza ancor più significativa sui mercati esteri, attraverso una politica di partnership.

Con questa consapevolezza si sono pianificati gli investimenti che la RAI dedicherà nel prossimo

ther financial improvement, identify an increasingly large volume of resources to be used for development (with a forecast level of Lit. 2,800 billion for the three-year period), the planning of strategic initiatives for sectors such as thematic TV, electronic publishing and multimedia, and a rising foreign market share through a partnership strategy.

On this basis, the investments to be allocated by RAI over the next two years will be targeted on two major lines of development: audiovisual products and technological innovation.

The audiovisual sector: two years for growth

The audiovisual sector is a decisive factor for the competitive challenges of the near future. It is one of the main "vehicles", together with telematic and interactive services, which will travel along the "information superhighways". Without significant, broadly based national investments in this sector, there is a risk of passive participation in the development in the communications system. This would take place only with a quantity increase in the products offered with a mainly commercial connotation and the new, increasingly significant phenomena of "colonisation" which could undermine the country's cultural heritage and identity.

On the basis of this conviction, RAI has invested and will continue to in-

vest over Lit. 1,000 billion in the production and acquisition of new cinema and fiction products in the 1995-1996 two-year period, paying particular attention to Italian production. From next year, the amount of purchases as compared to production will change radically, with over 60% of available resources being allocated towards production for the first time.

With regard to production strategy, efforts have been made — through the Purchasing, Production and Co-Production Department and the subsidiary SACIS — to strengthen the RAI share on the national and international market of TV fiction production, with a significant rise in resources dedicated to the development of the Corporation's own productions (with the main aim of providing quality Italian fiction products for prime time).

In this context, international agreements have been made for co-production development with top-quality partners, in accordance with a strategy calling for agreements with European public broadcasters (France Télévision, ZDF, BBC, TVE) as well as other major television broadcasting organisations, in order to once again export Italian products to the European and American markets.

Special attention has also been paid to

products for the younger audience (in order to provide a European response to a sector dominated by US and Japanese products), to cultural programmes (documentaries, serious music and theatre) and Italian cinema by the use of the pre-purchase production mechanism.

With regard to purchases in particular, the Corporation has aimed at a quantity and quality improvement of its "stock", paying special attention to the prime-time target (34% of the films purchased in 1995 went to this stock), also thanks to the purchase of major international packages.

The quality improvement of audiovisual products also means the awareness of the importance of the resources held by RAI. In this respect, the projects for the recovery and reclassification of the material conserved in the RAI libraries (under the Management of the TV and Radio Production Department) and for the computerisation and gradual digitalising of the RAI audiovisual archives (for which over Lit. 100 billion have been allocated and involving over 500,000 hours of broadcasting, thus representing the country's historical heritage) are of particular importance. Making this heritage available to the country is a further factor related to the task of the public broadcasting service, besides representing a significant commercial opportunity for the Corporation.

biennio a due fattori fondamentali di sviluppo: il prodotto audiovisivo e le innovazioni tecnologiche.

*Il prodotto audiovisivo:
il biennio del rilancio*

Il prodotto audiovisivo rappresenta un elemento decisivo per le sfide competitive del prossimo futuro: esso è, infatti, uno dei "veicoli" principali - insieme con i servizi telematici e interattivi - che percorreranno le "autostrade informatiche". Senza un forte investimento dell'intero "sistema Paese" in questo settore, si rischia una partecipazione passiva all'evoluzione del sistema della comunicazione, che potrebbe essere condizionata solo da una moltiplicazione quantitativa delle offerte connotate prevalentemente in chiave commerciale e da nuovi e più forti fenomeni di "colonizzazione", tali da minare alla base il patrimonio culturale e di identità nazionale.

Sulla base di tali convinzioni la RAI ha già investito e investirà, nel biennio 1995-96, oltre 1.000 miliardi nella produzione e nell'acquisizione di nuovi prodotti cinematografici e di fiction, con una particolare attenzione proprio alla produzione nazionale: a partire dal prossimo anno si invertirà il rapporto tra ac-

quisti e produzione in quanto a quest'ultima, per la prima volta, si destineranno oltre il 60% delle risorse disponibili.

Per quanto riguarda le **strategie produttive** - attraverso la direzione Acquisti, produzioni e coproduzioni e la società controllata Sacis - si è puntato a riaffermare **la presenza della RAI sul mercato nazionale e internazionale della produzione di fiction televisiva**, con un forte incremento delle risorse destinate allo sviluppo di produzioni proprie (al fine primario di ricostituire un'offerta qualificata di fiction nazionale da "prime time").

In questo quadro si sono stipulati accordi internazionali per lo sviluppo di coproduzioni con partners prestigiosi - privilegiando strategicamente gli accordi con i servizi pubblici europei (France Télévision, ZDF, BBC, TVE) e con altri importanti operatori e organismi televisivi - anche al fine di tornare ad esportare sul mercato continentale ed americano i propri prodotti.

Particolare attenzione è stata inoltre rivolta ai prodotti per ragazzi (al fine di privilegiare una presenza europea in un settore dominato dalla produzione americana e giapponese), alla programmazione culturale (documentari, musica seria e

teatro) e alla cinematografia nazionale attraverso l'adozione del meccanismo produttivo del preacquisto.

Per quanto riguarda specificamente **gli acquisti** si è mirato ad un arricchimento quantitativo e qualitativo del "magazzino", con particolare attenzione al "prime time" (il 34% dei film acquistati nel 1995 è ad esso destinato), anche grazie all'acquisizione di importanti pacchetti internazionali.

La valorizzazione del prodotto audiovisivo significa anche consapevolezza dell'importanza del patrimonio custodito della RAI. Grande rilievo, in questo quadro, assume il progetto per il recupero e il riordino dei materiali conservati nelle tache aziendali (curato dalla Direzione produzione tv e radio), nonché per **l'informatizzazione e la progressiva digitalizzazione degli archivi audiovisivi RAI**, per il quale sono stati stanziati oltre 100 miliardi: si tratta di più di 500.000 ore di trasmissione, nelle quali è rappresentata la memoria storica del nostro Paese. Rendere disponibile l'utilizzazione di tale patrimonio per l'intera collettività nazionale costituisce un ulteriore elemento connesso alla missione del servizio pubblico, oltre che una rilevante opportunità commerciale per l'Azienda.

The RAI leadership in national technological innovation

In 1995, the resources dedicated to research, technical investment and technological innovation totalled Lit. 300 billion, and will amount to Lit. 900 billion in the 1996-97 two-year period. This commitment is indispensable to ensure that RAI has a leading position in the country.

Technological innovation is a development factor which anyone who wants to be competitive cannot ignore. RAI intends to further improve the international position in technology which it held in the recent past. It can be recalled, for example, that during the 1990 World Soccer Championship the Turin RAI Centre was the first broadcaster in the world to test broadcasting on the basis of the digital standards which are now the model for current developments.

In 1995, the Research Centre consolidated its major position in technological innovation and in the design of new systems and services.

This activity has mainly involved 30 projects financed by the European Union for testing new technologies in production, transmission and broadcasting facilities and for the development of new services.

The major initiatives include: the digitalisation of broadcasting facilities and studios (in collaboration with the

Broadcasting and Transmission Department, there has been further digitalising of audio and video link networks allowing for higher performance standards and a significant improvement in broadcasting capacity); testing has started in Valle D'Aosta on Digital Audio Broadcasting; initiatives have continued regarding data broadcast via ground networks; there has been collaboration to draw up European DVB (Digital Video Broadcasting) regulations; there has been cooperation with the Ministry of Public Works and Società Autostrade for drawing up a national plan for new services via the Radiodata System.

Through the efforts of the Broadcasting and Transmission Department, RAI has also confirmed its technological leadership with RaiUno and RaiDue satellite broadcasts (using the Eutelsat Hot Bird) starting in April 1995, while RaiTre is due to start this in early 1996. This initiative will advance significantly in 1996 with the Hot Bird 2 artificial satellite, for which two transponders have been ordered; these form the basis for 8 digital products which the Research Centre has already started up on an experimental basis.

The Corporation's technological renewal has been supported by the activity of the Information Systems, which in 1995 focused on the introduction of automatised processes for handling subscriptions, the administration of

rights, the extension of the Auditel database, the planning of production resources, broadcasting plans, the linkup resources management, accounting and the budget.

In 1995, RAI also started up a service on Internet (in collaboration with the Broadcasting and Transmission Department), with home-page services available to external users.

RAI and the new frontiers of thematic television

The advance of the "global information society", characterised by increasingly integrated markets and audiences, implies a new international dimension for broadcasters. In this respect, the Italian public broadcasting service has started work on a number of creative, production and broadcasting projects with some of the major players in international communications.

Some of these projects are aimed at verifying the possibility of creating thematic satellite channels, thus putting our country at par with global developments in technology and products, also with regard to the forecast success of pay-TV.

A place for public broadcasting service in the field of new products made possible by technological evolution – in accordance with adjustments in the regu-

L'innovazione tecnologica RAI all'avanguardia nel Paese

Le risorse destinate alla ricerca, agli investimenti tecnici e all'innovazione tecnologica sono state nel 1995 dell'ordine di 300 miliardi e saranno complessivamente di 900 miliardi nel biennio 1996-97: uno sforzo indispensabile per continuare ad essere all'avanguardia nel nostro Paese.

L'innovazione tecnologica, costituisce un fattore di sviluppo dal quale non ci si può sottrarre per essere competitivi. La RAI intende valorizzare ulteriormente il ruolo da protagonista che, anche nel recente passato, ha detenuto in campo tecnologico a livello internazionale (si ricorda, ad esempio, che è stato proprio il Centro RAI di Torino a sperimentare per primo nel mondo, in occasione dei Campionati mondiali di calcio del 1990, la trasmissione su quegli standard digitali, che sono oggi presi a modello per gli attuali sviluppi). Il Centro Ricerche ha consolidato nel 1995 il proprio ruolo centrale nell'innovazione tecnologica e nell'ideazione di nuovi sistemi e servizi. L'attività si è prevalentemente articolata in 30 progetti finanziati dall'Unione Europea per la sperimentazione di nuove tecnologie negli impianti di produzione, tra-

missione e diffusione e sullo sviluppo di nuovi servizi.

Tra le principali iniziative si ricorda: si è avviata la **digitalizzazione degli impianti di trasmissione e degli studi** (nonché in collaborazione con la Direzione Diffusione e Trasmissione si è incrementata l'attività di numerizzazione delle reti di collegamento audio e video che consentirà di migliorare le prestazioni e di aumentare sensibilmente le capacità trasmissive); è iniziata in Valle d'Aosta le sperimentazioni radiofoniche del **"Digital Audio Broadcasting"**; sono proseguite le iniziative di **trasmissione dati attraverso gli impianti terrestri** (il "Data Broadcast"); si è collaborato alla definizione della normativa europea DVB (Digital Video Broadcasting); si è dato vita all'attività di coordinamento con il Ministero per i lavori pubblici e la Società Autostrade per la definizione di un piano nazionale di nuovi servizi mediante il **Radiodata System**.

La RAI ha inoltre potenziato (attraverso l'apporto fornito dalla Direzione Diffusione e Trasmissione) il proprio ruolo di avanguardia tecnologica diffondendo, a partire dal mese di aprile 1995, le **trasmissioni via satellite di RaiUno e di RaiDue** (e a partire dai primi mesi del 1996 anche di RaiTre), attraverso Hot Bird di Eutelsat. Si tratta di un'iniziativa che sarà incrementata

in modo sostanziale nel 1996 con il satellite Hot Bird 2, sul quale sono stati prenotati due transponder (che costituiscono la base per otto offerte digitali su cui il Centro Ricerche ha già avviato una fase sperimentale).

L'attività di rinnovamento tecnologico dell'Azienda è stata supportata dall'attività svolta dai **Sistemi Informativi** che si è incentrata, in particolare nel 1995, sull'introduzione di processi automatizzati riguardanti la produzione abbonamenti, la gestione dei diritti, l'ampliamento della Banca Dati Auditel, la pianificazione delle risorse produttive, i piani di trasmissione, la gestione delle risorse di collegamento, la contabilità e il budget. Inoltre nel 1995 è stato realizzato il sito **RAI su Internet** (in collaborazione con la Direzione Diffusione e Trasmissione), con servizi di "home pages" a disposizione degli utenti esterni.

La RAI di fronte alle nuove frontiere della tematizzazione televisiva

L'affermarsi della "Società globale dell'informazione" - caratterizzata da mercati che sempre più si unificano e da audiences che sempre più si integrano - impone una nuova dimensione internazionale

**Programmi diffusi all'estero
secondo convenzioni
(ore di trasmissione)**
Programmi radiofonici

	Ricreativi e culturali	Informativi	Totale
Programmi irradiati in O.C.			
In lingua italiana	1.611	1.722	3.333
In lingua straniera	1.830	4.054	5.884
Sport	—	273	273
	3.441	6.049	9.490
Programmi irradiati in O.M. e O.C.			
Notturmo Italiano	1.533	341	1.874
Friuli-Venezia Giulia	291	101	392
	1.824	442	2.266
Inoltrati per la successiva messa in onda	1.121		
Programmi televisivi			
Inoltrati per la successiva messa in onda	397		

dei soggetti che in essa competono. Con questa consapevolezza il servizio pubblico radiotelevisivo italiano ha avviato la definizione di una serie di progetti di collaborazione ideativa, produttiva e diffusionale con alcuni protagonisti della comunicazione a livello internazionale.

Alcuni di questi progetti, in particolare, intendono verificare la possibilità di realizzare canali tematici via satellite che mettano in sintonia il nostro Paese con la evoluzione complessiva delle tecnologie e delle offerte, anche in relazione al grande sviluppo previsto per l'offerta a pagamento.

La presenza del servizio pubblico nel campo delle nuove offerte rese possibili dalle evoluzioni tecnologiche - nel rispetto dell'evoluzione del quadro normativo - potrebbe essere assicurata attraverso una partecipazione della RAI, in partnership con soggetti nazionali ed internazionali, alla diffusione di offerte tematiche, in chiaro e a pagamento, dedicate ad alcuni generi di servizio pubblico (come ad esempio l'informazione, i programmi per bambini e per la famiglia, l'intrattenimento musicale, le trasmissioni educative e formative), insieme ad altre offerte dedicate a generi di più largo richiamo (come,

ad esempio, i film e lo sport).

Tutte offerte che sarebbero comunque aggiuntive e non private rispetto alla tradizionale programmazione generalista del servizio pubblico.

La RAI, quale servizio pubblico radiotelevisivo nazionale, avverte la responsabilità di sviluppare queste innovative tipologie di offerta nel nostro Paese, con le **dovute garanzie di equità** che hanno sempre contraddistinto la propria missione e nella consapevolezza che esse possono contribuire a valorizzare ulteriormente il patrimonio audiovisivo del Paese e le sue migliori espressioni di professionalità tecnico-artistica e culturale.

La RAI per la diffusione della cultura e dell'economia italiana all'estero

L'internazionalizzazione degli scenari non può, infine, prescindere dalla necessità di una rinnovata e più incisiva presenza, attraverso l'offerta radiotelevisiva, della lingua e della cultura del nostro Paese all'estero. Ciò anche nella consapevolezza dell'importante traino che i programmi radiotelevisivi possono costituire per un sempre

lations - could be ensured by RAI taking part in free or pay-TV thematic broadcasting, in partnership with national and international corporations, covering public service sector topics (e.g. news, children's and family programmes, musical entertainment, educational and vocational training broadcasts) together with other products with a more wide-ranging appeal (e.g. movies and sports).

All of these products would come in addition to the traditional, "non-specialised" approach of the public broadcasting service, which would be maintained.

As the national public radio and TV broadcasting service, RAI feels responsible for the development of these new product sectors in our country, guaranteeing its traditional attitude of fairness which could further improve Italy's audiovisual resources and the top quality from the technical, artistic and cultural point of view.

RAI's work for the diffusion of Italian culture and enterprise abroad

The process of internationalisation also requires an improvement in the diffusion of Italian culture and language abroad via radio and TV broadcasting. It should be recalled that radio and TV programmes could be important for

the growth of Italian enterprises on the international markets, and thus contribute to our country's industrial policy. The public broadcasting service is willing to undertake this task, although among the medium- and large-sized European countries Italy is the one where the government makes the lowest investment for foreign broadcasting.

RAI International has been specifically set up for this purpose, and has worked to start up a TV and radio channel for the Italian community residing in Europe, North America, Latin America and Australia, as well as in the Mediterranean basin. These broadcasts include the best radio and TV programmes provided by the public broadcasting service.

On the basis of this experience, RAI broadcasts reach 125 countries throughout the world, including Asia and Africa (which RAI had never penetrated before); operational agreements are now being negotiated.

RAI International has also broadcast RaiUno and RaiDue programmes to Europe via the Hot Bird 1 artificial satellite and cable TV (there are 11 million users in various European countries who can receive RAI broadcasts via cable). Through RAI America, it provides Italian language broadcasting to Latin America, the US and Canada (5,428 hours of broadcasting in 1995). Through RAI Usa, a service is provided to the New

York area, with programmes relayed to California and Latin America. Finally, Telelatino provides programmes for Canada, TVA for Brasil and the public broadcasting network SBS a daily news programme for Australia.

In 1995, RAI International also fulfilled the tasks assigned to RAI under the 1962 and 1992 agreements with the Italian government. New initiatives are currently under way in the field of medium and short wave radio broadcasts and in the distribution of TV programmes abroad.

In this context, the agreement signed with the Istituto per il Commercio con l'Estero (Institute for Foreign Trade) is of particular importance for practical cooperation to promote RAI and Italian enterprises abroad.

Finally, one should not underestimate the importance of RAI's confirmation of its commitment in Euronews, the only experiment in multilingual television to provide Europe-wide news coverage.

RAI's growing international role will be further improved by the service which the Corporation started for the Six-Month Period of the Italian Presidency of the European Union and for the Jubilee Celebrations of 2000 (a global event for which the Italian public broadcasting service has been chosen as the worldwide broadcaster to all the other world television networks). One can also cite the agreement between RAI and

più efficace posizionamento delle aziende italiane nei mercati internazionali, anche quale contributo ad una politica industriale del nostro Paese.

È questo un compito al quale il servizio pubblico non intende sottrarsi, pur se va rilevato che l'Italia è tra i grandi e medi Paesi europei quello in cui lo Stato investe di meno per la diffusione dei programmi al di fuori dei confini nazionali.

È stata perciò appositamente costituita **RAI International**, che ha lavorato per la realizzazione di **un canale televisivo ed uno radiofonico destinato alle comunità di connazionali residenti in Europa, Nord America, America Latina e Australia**, nonché nel bacino del Mediterraneo, che contengano il meglio della programmazione radiotelevisiva del servizio pubblico italiano.

Sulla base di tale esperienza già oggi la RAI è arrivata a diffondere il proprio segnale in 125 paesi di tutti i continenti, compresi Asia ed Africa - nelle quali la RAI non era mai arrivata - e per cui sono in via di definizione ultimativa gli accordi operativi.

La stessa RAI International si è occupata anche - attraverso il satellite Hot Bird I e la ridiffusione via cavo (sono 11 milioni gli utenti che nei diversi paesi europei possono rice-

vere via cavo il segnale RAI) - della diffusione dei programmi di RaiUno e RaiDue in **Europa**; attraverso Rai America, delle trasmissioni in lingua italiana in **America Latina, America del Nord e Canada** (5.428 ore di trasmissione nel 1995); attraverso RAI Usa del servizio nell'area di **New York**, con ritrasmissioni via satellite in **California e America Latina**; attraverso Telelatino in **Canada**; attraverso TVA in **Brasile** e attraverso la TV pubblica SBS la trasmissione quotidiana di un TG in lingua italiana in **Australia**.

Nel 1995 **RAI International** ha inoltre assolto ai compiti spettanti alla RAI in base alle convenzioni con lo Stato del 1962 e del 1992, e attualmente in fase di rinnovo, relative alle trasmissioni radio ad onde medie e ad onde corte, nonché alla distribuzione di programmi televisivi all'estero.

In tale contesto, un particolare rilievo assume un accordo stipulato con l'**Istituto per il Commercio con l'Estero** per una collaborazione operativa al fine di rafforzare la presenza RAI e delle imprese italiane al di fuori dei confini nazionali.

È infine da non sottovalutare la riconferma dell'impegno RAI nell'emittente **Euronews**, unico esperimento di televisione multilingue indirizzata ad un'informazione di

dimensione europea.

Il **crescente ruolo internazionale della RAI** sarà inoltre ulteriormente valorizzato dal servizio che l'Azienda ha avviato in occasione del **Semestre Italiano di Presidenza dell'Unione Europea**, nonché del **Giubileo dell'anno 2000** (evento planetario per il quale il servizio pubblico radiotelevisivo italiano è stato scelto quale broadcaster mondiale a favore di tutte le altre televisioni del mondo). In questo stesso quadro si pone l'accordo che la RAI ha stipulato in esclusiva con l'**Organizzazione delle Nazioni Unite** per la realizzazione di programmi televisivi - che saranno distribuiti a livello mondiale - su alcuni temi di grande interesse mondiale. Di rilievo, infine, la partecipazione della RAI alla "Round Table of Industrialists" in seno al **G7** sulla Società Globale dell'Informazione, nel corso della quale si è sostenuta la necessità di provvedere ad affrontare le disuguaglianze nei Paesi e tra i Paesi che i nuovi sviluppi tecnologici potrebbero veicolare.

La RAI oggi: un patrimonio a disposizione del Paese

Alla luce di tutte queste considerazioni si può dire che **la televisione pubblica italiana** costituisce, per

the United Nations for producing TV programmes, to be distributed worldwide, on some topics of great international interests. Finally, there was RAI's participation in the "Round Table of industrialists" in the G7 on the topic of the World Information Society. On this occasion, the meeting stressed the need to deal with the inequalities between various countries which could stem from new technological developments.

RAI today: a national resource

In the light of these considerations, one can say that the Italian public broadcasting service is, in some respects, a reference point and a model for public broadcasting service in the other major countries. It is one of the few public broadcasters which has recorded a favourable consolidated financial position (despite license fees which are lower than the other major countries). Regarding the same average levels as for the other European public broadcasters (approximately 43%), it has the highest audience share among the major European broadcasters. Together with the BBC, it is the public network with a substantial number of news, cultural and public service programmes, as well as being strongly oriented to playing a competitive role on international scenarios together with the other major players.

This would not have been possible without those measures which have led to the Corporation's recovery over recent months, endowing it with greater competitiveness while confirming and improving its public service approach. RAI is now a national Institution-Corporation with deep roots, looking towards the future and on par with international corporations and markets.

It is a resource which is available

to the country as a whole, which will have to take the necessary political, social and economic decisions as to how it can be used, improved and invested.

One thing is sure. In order to make the country competitive in the context of the changing scenarios of communications, its strong points must be exploited, and RAI's history, current status and future strategies make it one of these indispensable factors.

Supplementary notes

The following information is provided pursuant to Art. 2428 of the Civil Code.

With regard to the research and development activity undertaken by the Corporation, see the section on "RAI leadership in technological innovation".

The Corporation has a share capital of Lit. 120 billion consisting of 20,000,000 ordinary shares with a nominal value of Lit. 6,000.

The Corporation does not hold any of its own shares nor shares in IRI, either directly or through trustees or third parties; during the 1995 financial year there were no purchases or transfers of its own shares or those of the parent company.

With regard to significant events occurring after the end of the financial year, one should recall that in its meeting of 18-19 January, 1996, the Board of Directors decided to terminate the appointment of Dr. Raffaele Minicucci as Director General; by the subsequent resolution of 22-23 February, 1996, the Board approved and confirmed the decision to terminate the employment of Dr. Minicucci adopted by the President as the delegate of the Board on 13 February, 1996. In order to guarantee continuity of management after the termination of Dr. Minicucci's appointment, and until an agreement (attempted many times) with the General Meeting is reached for the appointment of a new Director General, the duties of the latter were undertaken by the Operational Assistant Director General by the resolu-

certi versi, un punto di riferimento e un modello anche per i servizi pubblici degli altri principali Paesi: è uno dei pochissimi servizi pubblici che ha una **situazione economica in equilibrio consolidato** (nonostante un livello del valore del canone più basso rispetto agli altri grandi Paesi); è l'emittente che, pur collocandosi intorno ai valori medi che ovunque sono raggiunti in Europa dalle tv pubbliche (circa il 43%), ha la **maggior quota di ascolto** tra tutte le emittenti dei principali Paesi europei; è una delle emittenti pubbliche, insieme alla BBC, con la **programmazione più fortemente caratterizzata dai generi informativi, culturali e di servizio**; è infine uno dei servizi pubblici più orientato a svolgere **un ruolo competitivo negli scenari internazionali** al fianco degli altri grandi protagonisti.

Tutto ciò non sarebbe stato possibile senza quelle attività e quegli interventi che, in questi ultimi mesi, hanno risanato l'Azienda e le hanno conferito nuova competitività, nel rispetto e nella valorizzazione della sua funzione al servizio dei cittadini. Come si è visto ora la **RAI è una Azienda-Istituzione radicata nel Paese, proiettata verso il futuro e accreditata nei confronti dei soggetti e dei mercati internazionali**. Questo patrimonio è a disposizio-

ne del Sistema Paese: è il Sistema Paese che oggi deve decidere, a livello politico, sociale ed economico, di come disporne, di come valorizzarlo e di come investirlo.

Con una consapevolezza: se si vuole disegnare un Paese competitivo,

di fronte ai nuovi scenari evolutivi della comunicazione, occorre fare leva sui suoi punti di forza. Ebbene, la storia, la situazione attuale e le strategie future della RAI possono rappresentare una di queste leve fondamentali.

Note aggiuntive

Si forniscono di seguito le notizie richieste dall'art. 2428 del Codice Civile.

Per quanto riguarda le attività di ricerca e di sviluppo svolte dalla società si rimanda al capitolo "Innovazione tecnologica RAI all'avanguardia del Paese".

Si precisa che il capitale sociale della società è di 120 miliardi ed è formato da 20 milioni di azioni ordinarie del valore nominale di L. 6.000.

Si precisa inoltre che la società non possiede azioni proprie né dell'IRI, neppure tramite società fiduciarie o interposte persone e che nel decorso esercizio non vi sono stati acquisti o alienazioni di azioni proprie o della società controllante. Per quanto riguarda i fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio occorre ricordare che il Consiglio di ammi-

nistrazione, con determinazione assunta nella riunione del 18/19 gennaio 1996, ha ritenuto esaurito il rapporto fiduciario con il Direttore Generale, dr. Raffaele Minicucci e con successiva delibera del 22/23 febbraio 1996, ha ratificato e fatto proprio il provvedimento di risoluzione del rapporto di lavoro con il dr. Minicucci adottato dal Presidente su delega consiliare in data 13 febbraio 1996. Il Consiglio, peraltro, al fine di assicurare continuità di gestione dopo la cessazione dalla carica del dr. Minicucci e nell'attesa di trovare l'intesa, più volte tentata, con l'Assemblea degli Azionisti per la nomina di un altro Direttore Generale, ha ritenuto doveroso attivare funzioni vicarie del Vice Direttore Generale Operativo con provvedimento consiliare del 6 marzo 1996.

Occorre rammentare, tra gli altri fatti di rilievo, che con determinazione adottata dai Presidenti

tion of the Board dated 6 March, 1996. Among the other important aspects we should recall the resolution adopted by the Speakers of the Chamber of Deputies and the Senate on July, 1996 when, implementing Art. 2, Para. 2 of Law No. 206 of 25 June, 1993, and subsequent amendments, they appointed the new members of the Board of Directors. The latter all duly accepted their appointment. The Board of Directors was convened on 10 July, 1996, and elected Dr. Vincenzo Siciliano as Chairman (Art. 2, Para. 4). On 15 July, 1996, implementing Art. 3, Para. 1 of the aforesaid law, the Board of Directors, in agreement with the General Meeting, appointed Dr. Franco Iseppi as Director General of RAI.

Furthermore, one should recall the renewal of Decree Law No. 330 of 22/6/1996 (urgent measures for the recovery and restructuring of RAI S.p.A.). A new stage concerning sports broadcasting rights has also started, with RAI recovering the broadcasting rights for the world motor and motorcycle race championships; there was also a controversy regarding the purchase of rights for the Italian soccer championship. The labour contracts for journalists and subscriptions collection staff were approved.

A Guarantee Unit (coordinated by Jader Jacobelli) was set up as a group of experts to be consulted by the Board of Directors for the monitoring of news

and commentary broadcasts during the electoral campaign in order to ensure "par condicio" and the complete impartiality of information provided by RAI. Decree Law No. 543 of 23/12/1995 set the television license fee for 1996 at

Lit. 161,450.

With regard to the forecast financial performance, it should be pointed out that in early 1996 budget requirements were met within the forecast deadline, thus showing the continuation of a highly positive trend.

The Corporation's branches

List of the offices of General Headquarters and Branches

Relationships with group companies

The financial statements of the subsidiaries show a significant improvement, which had already occurred in 1994 for the companies showing a profit; the companies which recorded a loss in 1994 either showed a profit in 1995 or considerably reduced their losses.

The results achieved confirm the economic success of the new policy guidelines laid down by the RAI Board of Directors for the Group Companies with the aim of fostering recovery and genuine restructuring.

The relationships with subsidiary and associated companies, the parent company and companies controlled by the latter were based on ordinary business criteria, negotiated on the basis of current market values for the services provided.

During the last months of the year, RAI set up a pool account service,

which up to now concerns Sacis and Sipra. The purpose of the initiative is to coordinate and take full advantage of the Group's cash flow.

There follows a summary of the most significant Group companies (RAI subsidiaries only), recalling that these links are regulated by credit and debit transactions on specific current accounts (bearing interest at market rates) of the individual companies.

On 31 December, 1995, **NUOVA ERI S.p.A.** was granted the use of the TV-Radiocorriere magazine, owned by RAI. The RAI Board of Directors had decided to suspend publication, and intends to manage the distribution of the magazine directly in the future, though in a different form. RAI provides this subsidiary with a fund management service, since the subsidiary does not have one of its own.

NUOVA FONIT-CETRA S.p.A. has the task of utilising the programmes in