no. a titolo esemplificativo. gli importi del canone in Francia (114 euro). nel Regno Unito (173 euro). in Germania (174 euro). e in Danimarca (254 euro). paese dove si registra il canone più elevato.

Con riferimento ai *ricavi da pubblicità*. il mercato per l'anno 2000 ha presentato un andamento a due velocità: ad un primo semestre caratterizzato da una forte crescita. si è contrapposto un repentino rallentamento nell'ultima parte dell'anno che ha riguardato tutti i mezzi pubblicitari e che coinvolge soprattutto le aziende delle telecomunicazioni e della *new economy*: A livello annuo comunque la crescita complessiva di mercato ha raggiunto livelli superiori a quelli dello scorso esercizio: 14% contro il 12% del 1999.

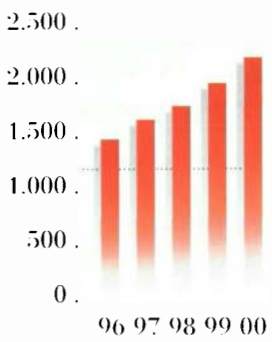
Il complesso del mercato pubblicitario televisivo ha presentato una variazione più contenuta rispetto all'intero mercato. pari a circa il 12%. Più brillante invece è il mezzo radiofonico. con una crescita rispetto all'anno precedente del 22%.

I settori che hanno contribuito in maggior misura a questa crescita sono quelli che da alcuni anni sostengono il mercato quali la telefonia. l'informatica e i servizi finanziari.

In questo contesto di mercato. i ricavi da pubblicità della Rai ammontano a 2.259,6 miliardi, e presentano un incremento rispetto al 1999 dell' 11,6%. Sul mezzo Tv l'incremento è pari al 11,7%; sulla radio, dove la concorrenza degli operatori privati è molto sostenuta. l'incremento è più contenuto, ed è pari al 6,7%. I ricavi relativi alle altre tipologie di pubblicità. tra cui figurano le sponsorizzazioni e le promozioni, hanno evidenziato una crescita di circa il 15%.

Questi risultati, nonostante la progressiva erosione di quote di mercato sul fronte radiofonico. rafforzano il positivo trend di crescita degli ultimi anni portando gli introiti da pubblicità a raggiungere il 44,2% dell'ammontare complessivo dei ricavi Rai (+1.2% nel 1999).

RICAVI
DA PUBBLICITÀ
(miliardi di lire)



Dal lato dei **costi operativi** si osserva:

- un incremento del 30.6% dei *consumi di beni e servizi* esterni (da 1.988.8 a 2.596.5 mldi): componente rilevante di tale incremento è rappresentata dalle prestazioni di servizi rese alla Rai dalle controllate Rai Way e Rai Cinema (divenute pienamente operative nel corso del 2000). in applicazione dei relativi contratti di servizio: a perimetro di rilevazione costante l'incremento è dell'8.3%. per lo più dovuto all'aumento dei costi unitari dei programmi in linea con le tendenze del mercato. che registra spinte significative. in particolare sul mercato dei diritti:
- un consistente decremento del *costo del lavoro* (-9.7%. da 1.601.8 a 1.446.2 mldi) determinato dalla riduzione del personale in organico conseguente alle politiche di esodo agevolato poste in essere dalla società. dalle operazioni di conferimento dei rami d'azienda in Rai Way

(758 unità) e Rai Cinema (50 unità) e dalla riduzione dei costi d'incentivazione all'esodo (da 122.6 mldi a 33.4 mldi).

Il personale in organico al 31.12.2000 è pari a 10.118 unità con una diminuzione netta di 690 unità. La politica d'incentivazione all'esodo ha comportato risoluzioni del rapporto di lavoro per 154 unità. 133 delle quali con efficacia inizio 2001.

Al netto degli effetti derivanti dal trasferimento del personale per scorpori d'attività. il costo complessivo del lavoro evidenzia un calo del 5.2% (da 1.601.8 a 1.517.9 mldi). in relazione al forte contenimento nell'anno della politica di incentivazioni.

La dinamica dei ricavi e dei costi sin qui illustrata ha determinato una riduzione del **MOL civilistico** da 1.384.5 a 1.117.5 mldi (-19.3%). Il dato è tuttavia non significativo in relazione alle modifiche di assetto: a perimetro di rilevazione costante. infatti. il MOL civilistico è pari a 1.510.5 mldi. con un incremento del 9.1% rispetto al 1999.

Analoghe considerazioni vanno fatte per il **MOL gestionale,** il quale evidenzia una diminuzione del 27.5% (da 900.3 a 653.2 mldi). ma che. a perimetro di attività invariato. mostra una più contenuta riduzione del 16.3% (da 900.3 a 753.3 mildi). La flessione è da imputare agli ammortamenti dei programmi ad utilità ripetuta. i quali. tenendo anche conto delle quote accantonate nel 2000 da Rai Cinema. aumentano di circa 160 miliardi rispetto al 1999. in relazione al maggior volume di investimenti in tali programmi complessivamente effettuati nell'anno e negli anni precedenti. a sostegno delle esigenze dei palinsesti. nonché in relazione al maggior impegno Rai nell'audiovisivo europeo conseguente agli obblighi di legge e di contratto di servizio.



Serate di forti emozioni e di grande calcio in TV per gli europei 2000.

Per quanto concerne la **gestione finanziaria**. l'avvio e la piena operatività nel corso del 2000 di nuove società ha comportato sostanziali modifiche nella struttura finanziaria della Capogruppo e nel profilo dei cash - flow della stessa. A livello di Gruppo. si è comunque mantenuta l'unitarietà della gestione finanziaria con tutte le nuove società. attuata in service o attraverso la gestione di conti in pooling.

La posizione finanziaria netta di Rai S.p.A. a fine esercizio è positiva per 47.1 mldi. con un miglioramento del saldo complessivo. nei confronti del 1999 (-205.3 mldi). di circa 252 mldi. Tale risultato è conseguente alla capacità di generare liquidità della gestione corrente. caratterizzata dal differenziale positivo del trend di incremento degli incassi pubblicitari e commerciali. rispetto agli esborsi. nonché all'incasso di alcune partite di credito pregresse: in particolare il saldo dei crediti verso il Ministero delle Finanze per canoni di abbonamento è passato da 286 a 229 miliardi.

A tale risultato ha inoltre contribuito il trasferimento a Rai Way. nell'ambito dell'operazione di conferimento del ramo d'azienda. di una quota pari a 70 mldi del debito a m/l termine con Cofiri S.p.A. (acceso originariamente per 300 mldi).
Il costo medio del debito si è attestato al 5.0% (+.8% nel 1999). nonostante il generale rialzo dei tassi d'interesse. mentre la remunerazione delle giacenze è stata del +.10% (2.6% - 3% nel 1999). con modesti spread rispetto al benchmark di riferimento. Tali giacenze erano ancora in vita alla chiusura dell'esercizio per oltre 508 mldi. impiegate in depositi vincolati. in Italia e all'estero. con rendimenti prossimi al +.80%.



"La storia in prima serata". Immagini inedite da archivi internazionali per una serie di reportage sulla storia dell'umanità.

La gestione valutaria ha invece potuto solo in parte recuperare il negativo andamento del cambio lira/dollaro (con minimi a 186+ e massimi a 234-6). Il movimento in continuo deprezzamento della moneta europea ha infatti portato il cambio ai minimi storici e. nonostante una gestione dinamica delle coperture abbia potuto evitare oneri di cambio per oltre +
mldi. il risultato negativo sul conto economico è stato di oltre 11 mldi.
Il risultato economico della gestione finanziaria presenta un saldo netto positivo pari a +9.1 mldi contro i 27.7 del passato esercizio. Si ricorda che tale dato comprende i dividendi erogati da Sipra (26 mldi). Rai Trade (7 mldi). Rai Sat (1.9 mldi) e Finsiel (0.5 mldi) ed il relativo credito d'imposta (20.5 mldi).
Sul risultato netto dell'esercizio hanno viceversa pesato i risultati negativi conseguiti da alcune **Società controllate** di nuova costituzione. che hanno vissuto nel 2000 la fase di avvio operativo: si tratta. in particolare. di Rai Net (21.1 mldi). Rai Cinema (18.1 mldi) e Serra Creativa (1.+ mldi).
Il positivo risultato dell'esercizio ha generato una crescita del **Patrimonio Netto** del 7.5 %. elevandone l'ammontare a 1.178.1 mldi.
Gli **investimenti in programmi** ad utilità ripetuta effettuati nel 2000 presentano un incremento (inclusa l'area di attività Rai Cinema) del 2+%. in linea con l'obiettivo di migliorare costantemente la qualità del magazzino programmi e di rafforzare la presenza della Rai nel mercato dell'audiovisivo nazionale ed europeo. Più in particolare. nel corso del 2000 la Rai ha investito oltre il 25% dei ricavi da canone televisivo in produzioni italiane ed europee di audiovisivi superando largamente – in tal modo – gli obiettivi minimi fissati dall'art. 9 del Contratto di Servizio.
Lo sviluppo tecnologico delle reti. il miglioramento qualitativo e quantitativo dei servizi resi nonché gli obblighi previsti dal contratto di servizio stipulato con il Ministero delle Comunicazioni. hanno richiesto **investimenti tecnici** (compresa l'area di attività Rai Way) per circa 236.3 miliardi. con una flessione rispetto all'anno precedente di circa il 33%. anche in virtù di una attenta selezione e valutazione degli investimenti effettivamente necessari.

L'ATTIVITÀ RAI NEL 2000

L'attività della Rai nel 2000 si è svolta nell'ambito di un processo di gestione di tipo divisionale, già operativo nel corso del 1999.

In particolare, l'attività tipica e primaria dell'azienda, a seguito di tale riorganizzazione, è attualmente focalizzata su quattro divisioni così articolate:

- le Divisioni Editoriali (Divisione TV Canale 1 e 2, Divisione TV Canale 3 e Offerte Collegate, Divisione Radiofonia), cui è demandato lo sviluppo dell'offerta di programmi e prodotti Rai;
- la Divisione Produzione TV, che fornisce le risorse necessarie al processo realizzativo – produttivo; la Divisione Trasmissione e Diffusione, destinata al presidio del processo distributivo del segnale audiovisivo e dati, dal 29 febbraio 2000, data in cui è divenuto effettivo il conferimento di ramo d'azienda a Rai Way S.p.A., svolge tale attività in forma societariamente autonoma.

Le funzioni di indirizzo, controllo e rappresentatività verso l'esterno sono affidate alle Direzioni di Corporate, mentre alle Direzioni di Servizio spetta lo svolgimento di attività ausiliari di supporto.

L'OFFERTA EDITORIALE

L'offerta editoriale Rai si concretizza nella proposizione sia in ambito nazionale che internazionale di servizi di informazione, d'intrattenimento e di pubblica utilità attraverso sette canali televisivi (tre tramite impianti di diffusione "terrestre" via etere e quattro via satellite) e cinque canali radiofonici.



Eccezionali i risultati della squadra azzurra a Sidney, per le Olimpiadi 2000. Nuovo record europeo nel nuoto registrato da Rosolino.

L'azienda inoltre sta sperimentando e sviluppando nuovi servizi nella logica di valorizzazione delle risorse disponibili e di perseguimento di nuove opportunità di business.

La programmazione televisiva e le edizioni dei telegiornali avvengono attraverso le tre reti RaiUno, RaiDue, RaiTre, con una diffusione via etere a livello nazionale ed internazionale attiva sulle 24 ore.

Alle reti si affianca un canale Televideo nazionale per RaiUno e RaiDue, regionale per RaiTre.

A queste si aggiungono quattro canali satellitari: i tre canali digitali tematici Rai Sport Satellite, Rai News 24 e Sat Educational e il canale Rai International.

Attraverso le proprie partecipate, inoltre, il Gruppo Rai propone ulteriori offerte diffuse sui canali satellitari, progressivamente accresciutesi nel corso degli anni: si tratta, più in particolare, di:

	2000 Valore assoluto	%	1999 Valore assoluto	%	ORE DI TRASMISSIONE TELEVISIVA
DIFFUSIONE NAZIONALE					
Rete Uno	8.784	14.4	8.760	15.6	
Rete Due	8.784	14.4	8.760	15.6	
Rete Tre	8.509	14.0	8.486	15.1	
	26.077	**42,9**	**26.006**	**46.3**	
DIFFUSIONE VIA SATELLITE					
Rai Sport	2.909	4.8	2.585	4.6	
Rai News 24	7.440	12.2	3.284	5.8	
Sat Educational	8.784	14.4	8.760	15.6	
	19.733	**31.5**	**14.629**	**26,0**	
DIFFUSIONE REGIONALE					
in italiano	5.762	9.5	5.837	10.4	
in tedesco	726	1.2	620	1.1	
in ladino	44	0.1	44	0.1	
in sloveno	235	0.4	225	0.4	
in francese	55	0.1	60	0.1	
	6.822	**11,2**	**6.786**	**12,1**	
PER L'ESTERO	**8.784**	**14.4**	**8.760**	**15.6**	
TOTALE	**60.816**	**100,0**	**56.181**	**100,0**	

- 6 canali tematici prodotti da Rai Sat (Album. Show. Cinema. Art. Ragazzi e Gambero Rosso). cui si è aggiunto dal 1° marzo 2001 un settimo canale denominato Fiction:
- 2 canali tematici prodotti da Rai Trade (Roma Channel e Inter Channel).

	2000 Valore assoluto	%	1999 Valore assoluto	%	ORE DI TRASMISSIONE RADIO
DIFFUSIONE NAZIONALE					
Radio Uno	8.662	14.9	8.673	14.9	
Radio Due	8.777	15.1	8.687	14.9	
Radio Tre	8.784	15.1	8.760	15.1	
	26.223	**45.0**	**26.120**	**44.9**	
DIFFUSIONE REGIONALE					
in italiano	5.089	8.7	5.233	9.0	
in tedesco	4.814	8.3	4.748	8.2	
in ladino	369	0.6	371	0.6	
in sloveno	4.535	7.8	4.521	7.8	
in francese	101	0.2	109	0.2	
	14.308	**25.6**	**14.982**	**25.8**	
GR Parlamento	**5.124**	**8.8**	**5.096**	**8.8**	
PER L'ESTERO	**11.999**	**20.6**	**11.967**	**20.6**	
TOTALE	**58.254**	**100.0**	**58.165**	**100,0**	

I programmi e i giornali radio sono diffusi dalle quattro reti radiofoniche (RadioUno, RadioDue, RadioTre e GR Parlamento) in onde medie e modulazione di frequenza.
La Rai si avvale inoltre di un canale radio in isofrequenza, ricevibile in autostrada, che fornisce informazioni continue sulla viabilità.
A tale offerta si affiancano i cinque canali di filodiffusione, dedicati alle diverse categorie di musica classica e leggera.

LA TELEVISIONE

Divisione TV Canale 1 e 2

La Divisione TV Canale 1 e 2 ha la missione di ideare e sviluppare l'offerta televisiva di programmi e di informazione con l'obiettivo di massimizzare gli ascolti, la conseguente raccolta pubblicitaria, la qualità dei programmi in linea con la fornitura del più moderno ed innovativo servizio pubblico.

Alla divisione TV Canale 1 e 2 fanno capo le linee di programmazione di RaiUno, RaiDue, TG1, TG2, Rai Sport, Rai Sport Satellite, Rai Notte e Rai Fiction, la struttura dedicata alla fiction di produzione.

Rai Uno

Con riferimento specifico all'offerta televisiva 2000, RaiUno continua a rappresentare un modello di televisione generalista rivolta al grande pubblico, con un'offerta differenziata dei diversi generi televisivi.
La continuità di linguaggio è stata garantita proponendo al pubblico appuntamenti conosciuti e apprezzati da anni come i programmi di informazione e di servizio quali "Porta a Porta", "il Fatto" di Enzo Biagi, "Linea verde", centrato sui temi della natura, dell'agricoltura e del vivere sano; "Linea blu" un programma per gli appassionati del mare; "Superquark" un appuntamento di successo che ha prodotto Speciali di risonanza internazionale come quello dedicato a Giuseppe Verdi nel centenario della nascita.
Anche nell'area dell'intrattenimento il palinsesto di RaiUno ha tenuto conto delle esigenze del vasto pubblico con programmi che durante la giornata si sono proposti come contenitori e condensatori di notizie e suggerimenti legati ai temi della quotidianità.
Oltre al consueto appuntamento di "Domenica In", la programmazione giornaliera si sviluppa con "Unomattina" e con il nuovo "La prova del cuoco", una produzione che sfrutta la passione degli italiani per il cibo e la cucina.
Il pomeriggio si sviluppa su una programmazione-sequenza di due trasmissioni: "Alle due su RaiUno" e "La vita in diretta", dove i conduttori passandosi un'ideale staffetta propongono, in maniera diversa, il salotto come luogo di incontro tra i protagonisti dello spettacolo, della mu-

sica e del cinema con la gente comune. L'itinerario pomeridiano si chiude sul pre-serale e serale con "Quiz Show".
Nel *prime time* i programmi simbolo della rete e l'utilizzo strategico della fiction nel palinsesto, sono state le carte vincenti di RaiUno. Le cinque puntate evento con Renato Zero, le grandi serate del sabato sera con "Torno sabato" e con "Carramba", i campionati europei di calcio sono le punte di diamante di questa fascia oraria.
La *fiction* ha determinato fortemente il palinsesto della rete con le due formule della serialità ("Un medico in famiglia" e "Incantesimo") che serve a fidelizzare il pubblico, e della miniserie, che permette di proporre una ampia gamma di storie legate a temi di attualità e di cronaca ("Una storia qualunque", "Piovuto dal cielo", "San Paolo"). In particolare per la miniserie "Padre Pio", al grande impegno produttivo ha corrisposto non solo un elevato gradimento del pubblico, ma si è creato un vero e proprio caso televisivo.

Nell'anno 2000 RaiDue ha profondamente ristrutturato il proprio modello d'offerta per adeguarsi alla nuova missione aziendale che prevede l'orientamento prevalente ad un pubblico giovane.
A questo scopo è stato totalmente ridisegnato il pomeriggio dei giorni feriali e della giornata di sabato, essendo la domenica con "Quelli che il calcio..." già pienamente in sintonia con i gusti dei target, con il lancio di programmi mirati e con la creazione di uno spazio dedicato al pubblico dei bambini.
In prima e seconda serata il riposizionamento della Rete ha comportato l'inserimento in palinsesto di prodotti seriali d'acquisto quali "Streghe", che si affianca al consolidato "E.R. Medici in prima linea" e di varietà originali quali "Convenscion" e "Libero". Grande visibilità è stata riservata in palinsesto alla programmazione di tipo informativo grazie all'innesto nella Rete del gruppo di lavoro di Michele Santoro cui è stata affidata la copertura di una collocazione di prima serata ("Il raggio verde") ed una di seconda ("Sciuscià").
RaiDue ha confermato la propria vocazione per l'evento culturale, con operazioni di successo quali il monologo di Marco Paolini sulla tragedia di Ustica, e per l'attenzione ai nuovi talenti con il ciclo di comici di "Palcoscenico". *Fiction* di qualità, infine, con i nuovi episodi della serie tratta dai romanzi di Camilleri "Il Commissario Montalbano".



Per l'informazione, l'anno 2000 ha confermato il primato d'ascolto del TG1 che si propone come strumento autorevole e credibile di raccordo tra i cittadini e le istituzioni democratiche.
Il TG1 ha ispirato la sua linea editoriale alla logica del servizio pubblico cercando di offrire ai telespettatori un puntuale racconto della realtà del Paese in una pluralità di voci corrispondenti ai differenti filoni ideali, culturali, politici e religiosi.



Non solo informazione, ma grandi approfondimenti e consigli per il fenomeno "Mucca pazza".

Nel 2000 il TG1 ha prodotto 1.688 ore di trasmissione, con un aumento di 83 ore rispetto all'anno precedente, suddivise in notiziari, GT Ragazzi, edizioni straordinarie, Stampa Oggi, Agenda, Referendum, Giubileo.
Le 12 edizioni quotidiane del TG1 si snodano nell'arco della giornata dalle 6.30 alla mezzanotte. Gli appuntamenti più importanti sono quelli collocati alle 8 del mattino, alle 13.30, alle 20 e alle 24. Tra queste, in coda all'edizione delle 13.30 ed all'interno del telegiornale delle ore 8, è collocato uno spazio dedicato all'economia.
Nell'area degli approfondimenti TG1 ha realizzato nella seconda serata 44 puntate di "Serata TG1": il rotocalco quotidiano di tipo popolare "Prima"; "Frontiere", programma settimanale di reportage ampio ed approfondito e, da dicembre, "TV7".
Inoltre nell'anno del Giubileo il TG1 ha seguito tutti i viaggi all'estero del Papa effettuando circa 30 dirette per un totale di 50/60 ore di trasmissione.

Il 2000 è stato per il TG2 un anno positivo per risultati raggiunti e per un'ulteriore conferma del gradimento di una formula che coniuga rigore informativo e ricerca costante di innovazione. Le ore complessivamente prodotte ammontano a 1.072, dato stabile rispetto l'anno precedente, così suddivise: 711 ore di notiziari, 226 ore di rubriche, 64 di "Dossier", approfondimento monografico settimanale, 55 di Meteo, 7 ore sono state dedicate agli appuntamenti giubilari, 2 alle elezioni amministrative, altre 2 ad avvenimenti straordinari.
Tutti gli appuntamenti tradizionali di news e rubriche sono stati riconfermati. A questi si sono aggiunte la novità del contenitore delle 10.30 del mattino, un nuovo appuntamento della durata di un'ora, in onda dall'inizio di ottobre, dal lunedì al venerdì, che raccoglie e amplia alcune rubriche collocandole tra loro e aggiungendo anche nuovi spazi di informazione. Rientrano nel contenitore "Medicina 33", il "Meteo" e, a giorni alterni, "Eat Parade" (dedicata all'alimentazione), "TG2 Motori" e una selezione settimanale del meglio dei servizi trasmessi a "Costume e Società". Nel contenitore rientrano il TG2 delle 11.15 e una rubrica di economia "Nonsolosoldi", realizzata in collaborazione con la redazione economica milanese del TG3.

Il 2000 è stato ricco di avvenimenti sportivi internazionali e nazionali e gli appuntamenti più importanti figurano nella programmazione di Rai Sport.
Tra questi spiccano i Giochi olimpici di Sidney, per i quali RaiTre, in collaborazione con Rai Sport, si è trasformata in una vera e propria rete olimpica: quattordici ore di dirette quotidiane, lunghe sintesi, rubriche con ospiti in studio ed appuntamenti introduttivi alle dirette. Altamente significative e oltre i semplici confini sportivi, si sono rivelate le Paraо-

limpiadi per le quali sono state prodotte sintesi e servizi sulle gare.
Il calcio ovviamente è stato seguito con la consueta attenzione: il campionato europeo di calcio in Belgio ed Olanda. il campionato italiano. le partite di qualificazione ai Mondiali della Nazionale. le finali di Supercoppa. Coppa Uefa e Coppa Italia. sono state oggetto di dirette e rubriche di approfondimento.
Ma anche gli altri sport sono stati seguiti: il ciclismo ("Giro". "Tour". le classifiche. le gare della Coppa del Mondo). il motomondiale. la Formula Uno. l'atletica. il nuoto (gli Europei a Helsinki). la vela. con il grande successo di audience fatto registrare dalla partecipazione di Luna Rossa alle gare di America's Cup. il rugby. l'equitazione hanno trovato ampi spazi nella programmazione di Rai Sport.

Rai Notte

Nel 2000 la linea editoriale di Rai Notte ha continuato a snodarsi prevalentemente lungo due direttrici: da un lato la "memoria". ovvero la programmazione di prodotti di qualità presenti nelle teche Rai. dall'altro il "sociale", ovvero programmi di produzione incentrati su temi legati alle problematiche attuali della società italiana e all'approfondimento di speciali argomenti e ambiti culturali.
Per quanto concerne la "memoria" particolare attenzione è stata dedicata alla programmazione cinematografica con l'obiettivo di offrire un'ampia panoramica sui generi della produzione filmica sia italiana che internazionale.
Sulle circa 2.400 ore di trasmissioni curate dalla direzione di Rainotte (andate in onda su RaiUno e RaiDue), la programmazione basata sulla memoria è stata pari a circa 1.400 ore: la linea del "sociale" è stata sviluppata. come accennato, attraverso programmi di produzione diretta (pari a circa 700 ore) e di acquisto (per circa 100 ore).

In diretta da Parigi, nelle ore e nei luoghi de "La Traviata", regia di Patroni Griffi: un impegno tecnologico senza precedenti.



Divisione tv canale 3 e offerte collegate

La Divisione TV Canale 3 e Offerte Collegate ha la missione di ideare e sviluppare l'offerta televisiva di programmi e di informazione relativa al canale TV 3. ai canali distributivi ed ai programmi nazionali ed esteri la cui produzione rientra in accordi. contratti o convenzioni dell'Azienda con lo Stato o con Istituzioni pubbliche e ai servizi Televideo con particolare attenzione alle finalità proprie di un moderno e completo servizio pubblico. salvaguardando l'obiettivo di massimizzare gli ascolti e la qualità dei programmi.
Alla divisione TV Canale 3 e Offerte Collegate fanno riferimento le linee di programmazione di RaiTre. TG3. la programmazione regionale delle sedi di Aosta. Bolzano. Trento e Trieste. Rai News 24. Televideo. Rai International. Tribune e Servizi Parlamentari e, da quest'anno. Rai Educational.

Con specifico riferimento all'offerta editoriale, il 2000 è stato un anno che ha visto il consolidamento della linea editoriale di RaiTre, con l'obiettivo di qualificare in maniera sempre più visibile il ruolo di rete di servizio.

L'obiettivo è stato raggiunto attraverso un sistema di accostamento di una serie di nuovi titoli ai programmi "storici" e di allargamento delle aree di programmazione di pertinenza della rete.

La prima serata presenta programmi aventi uno stretto rapporto con il pubblico, mirati a temi di valenza sociale fortemente avvertiti: tematiche sulla salute, prevenzione sanitaria, qualità della vita ("Elisir"); difesa del cittadino - consumatore ("Mi manda RaiTre"), viaggi, ambiente e natura ("Il pianeta delle meraviglie"); individuo e società ("Chi l'ha visto?", "In nome del popolo italiano"); particolare gradimento ha riscosso il programma di varietà culturale "Novecento" ed un unanime apprezzamento di critica e di pubblico è derivato dal proseguimento del ciclo "La grande storia".

Accanto alla conferma di trasmissioni già in corso si sono proposti cicli di cinema di qualità, con forte capacità di connotazione del profilo editoriale della rete.

Inoltre in prima serata, è stata proposta, oltre "Un posto al sole", anche un'altra *fiction* autoprodotta dal titolo "La squadra".

Nella fascia day-time è stato confermato il programma "Geo & Geo". Ma la principale conferma per tale fascia d'orario è rappresentata dall'attenzione che s'intende dedicare ai programmi per l'infanzia, nella logica della rete di servizio. Va ricordata infatti "La Melevisione", una proposta che risponde alla missione della rete di tutela della fasce di telespettatori "minori", i bambini dai 4 ai 7 anni, con prodotti mirati di alta qualità.

Nella fascia della seconda serata, la Rete ha proseguito la linea editoriale imperniata sulla tematizzazione, sulla specializzazione per target e sull'impegno culturale. Hanno fornito continuità di appuntamento informativo le inchieste video-giornalistiche di "Report", "Blu notte", "Così va il mondo", fornendo un'importante documentazione per la conoscenza del Paese. Tale programmazione è integrata da altri appuntamenti, alcuni "storici", quali "Harem" e "Storie maledette", altri nuovi come "Energia", strumento televisivo di informazione sulla new economy.

Le Olimpiadi di Sidney, sono state seguite per tutto il periodo di svolgimento con collegamenti in diretta e differita.

Sempre in linea con gli obiettivi programmatici e come conferma di una caratterizzazione culturale, la Rete trasmette "La musica di RaiTre", programmazione settimanale di un concerto o opera musicale di compositori classici, e "Prima della prima".

Per l'informazione, nel 2000 il TG3 ha prodotto 561 ore di trasmissione relative ai telegiornali nazionali e 5.938 ore per le edizioni regionali: a queste si aggiungono 139 ore di rubriche prodotte dalla redazione centrale e 405 ore di rubriche nazionali realizzate dalle redazioni regionali. Le redazioni regionali han-

no poi prodotto oltre 5.625 ore di giornali radio regionali. oltre le trasmissioni per le minoranze linguistiche.
Sotto l'aspetto dei contenuti. si è proceduto a rinnovare la grafica. cambiando sigla e tornando al nome TG3. Il palinsesto si è arricchito di nuovi appuntamenti informativi che accompagnano il telespettatore dal mattino presto a notte. Da Milano si apre con l'informazione finanziaria di "Economia e Mercati". poi "Italie" approfondisce prima e dopo il TG delle 12 la realtà territoriale del nostro paese. Quindi le rubriche di servizio. da "Shukran" sul tema degli immigrati a "Pari e Dispari" sui diritti civili. da "Articolo 1" sui temi del lavoro a "Dentro il Giubileo". "L'Una italiana" offre uno spaccato dell'Italia delle regioni attraverso i protagonisti dello spettacolo e delle tv locali. Seguono l'edizione delle 14 il TG scientifico "Leonardo" e "Neapolis". Il "GT Ragazzi" presenta poi una quotidiana informazione destinata ai giovanissimi. Dalle 19 alle 20 l'appuntamento con il TG nazionale e regionale e dopo i TG di mezzasera nazionale e regionale. la nuova iniziativa editoriale di approfondimento quotidiano "Primo Piano". Nel fine settimana molte rubriche tematiche completano l'informazione del TG3. quali: "Ambiente Italia". "Italia Agricoltura". "Bellitalia". "Europa". "Mediterraneo". "Agenda del mondo". "Sabato notte" e "Nord-est Europa" primo esempio di rubrica a diffusione interregionale.

Rai Educational

Nel mese di settembre è stata deliberata la suddivisione della Direzione Teche e Servizi Tematici/Educativi in due distinte strutture: la Direzione Rai Teche e Rai Educational. riconducendo quest'ultima. come già accennato, nell'ambito della Divisione TV Canale 3 e Offerte Collegate.

Per quanto attiene alle attività svolte. la programmazione di Rai Educational. autoprodotta per il 95% dei programmi trasmessi. si è svolta sulle tre reti generaliste e sul canale satellitare Sat Educational. La programmazione ha approfondito la pluralità di aspetti e di manifestazioni riconducibili al "sapere". L'aspetto formativo è stato curato con diversi programmi dedicati all'approfondimento di temi di carattere storico. economico. filosofico. letterario. artistico. religioso e sociale. Particolare attenzione è stata dedicata alla alfabetizzazione informatica (con il programma "Mediamente"). alla storia recente ("La storia d'Italia del XX secolo". "La grande depressione") ed alle derivanti implicazioni sociali ("La storia siamo noi". "Questo è il mio Paese". "Mondo a Colori") e linguistiche ("ABC. L'ha detto la TV").

Grande prova d'attore per Nino Manfredi nella fiction tutta italiana "Una storia qualunque".



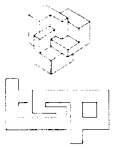
Il canale satellitare Sat Educational ha sviluppato il proprio palinsesto con particolare attenzione alla formazione scolastica. Con il

programma in diretta "Mosaico" si rendono disponibili materiali didattici. audiovisivi e multimediali per integrare le lezioni e approfondire i temi trattati sui libri di testo. tramite un catalogo di circa 4.000 titoli ordinati su 27 materie. reperibile sull'apposito sito internet.
Inoltre nell'ambito del collaudato rapporto con il Ministero della Pubblica Istruzione rientrano programmi realizzati in convenzione quali "La scuola in diretta". ove insegnanti e studenti si confrontano sui problemi della scuola. e i cinque corsi di formazione a distanza per gli insegnanti. che hanno visto la partecipazione di oltre centomila docenti grazie alle 5.000 parabole installate da Rai Educational nelle scuole nel 1999.

Il 2000 è stato per Rai News 24 un anno di forte consolidamento e insieme di sviluppo multimediale. confermando il valore innovativo dell'*all news* del Servizio Pubblico. Rai News 24 è ancora l'unico Canale in Italia a trasmettere 24 ore su 24. collocandosi per le sue tecnologie di convergenza digitale ai primissimi posti in Europa. Dopo aver trasmesso dall'aprile del '99 per 5 giorni alla settimana come Canale satellitare in chiaro e coprendo anche il palinsesto di RaiTre dall'1.30 alle 8.30 del mattino. Rai News 24 dal 15 luglio del 2000 è passato alla copertura integrale 7 giorni su 7.
Ciò ha consentito un ulteriore rilancio del Canale. con una profonda revisione e diversificazione del palinsesto. un'ancora più accentuata integrazione fra il Canale TV e la navigazione in Internet. sperimentazioni di convergenza e d'innovazione nelle tecnologie. nei linguaggi. nelle figure professionali.
Per quanto riguarda i palinsesti. si è consolidata la tipologia editoriale di flusso. che prevede un notiziario di 8'/9' all'ora e alla mezz'ora. un meteo e un "Viaggiare Informati" in collegamento con il CCISS di 3' ogni mezz'ora. approfondimenti d'attualità di 4'. con esperti dei più vari campi collegati in diretta in videoconferenza o telefonicamente. magazine tematici di 12' alternati e replicabili. L'impaginazione video continua ad essere un multiscreen costituito dalla contemporanea attivazione e autonoma alimentazione di finestre televisive e di internet.

La missione editoriale di Rai International è di sviluppare la presenza del servizio pubblico nella distribuzione internazionale via satellite e cavo della programmazione Rai. presenza che nel 2000 è stata consolidata tramite i due canali satellitari. in tutti i continenti. ad eccezione dell'Europa. dove invece vengono ritrasmessi i canali nazionali.
La programmazione di Rai International ha la missione principale di rivolgersi agli oltre 60 milioni di persone di origine o cultura italiana all'estero e di diffondere la conoscenza della lingua e della storia italiana nel mondo. sviluppando le relazioni tra le collettività nazionali e le comunità italiane all'estero.
In particolare. per quanto riguarda il Nord America. sono stati stipulati importanti accordi per la distribuzione del segnale del canale di

Rai International negli Stati Uniti: in America Latina Rai International è distribuita via satellite. via cavo e con sistema MMDS. In Africa la distribuzione è stata estesa ad oltre 40 paesi. nei quali il segnale viene irradiato via satellite. In Australia Rai International è trasmessa via cavo a partire dal 1997 ed anche via satellite dal 1999. In Asia la diffusione del segnale avviene via satellite. Nel corso del 2000 sono stati stipulati due nuovi accordi con cavo-operatori locali per la distribuzione a pagamento di Rai Intenational nei territori di Macao e Taiwan.



La testata Tribune Accesso - Servizi Parlamentari nel rispetto delle decisioni della Commissione parlamentare di indirizzo generale e vigilanza dei servizi radiotelevisivi. ha assicurato quotidianamente l'informazione sulle attività di Camera e Senato e. più in generale. sulla situazione politico istituzionale del Paese.

In totale la TSP ha prodotto per la Televisione 1.002 trasmissioni per 291 ore: per la Radio sono state realizzate 179 trasmissioni per un totale di oltre 50 ore.

Lo sforzo messo in atto lo scorso anno da Televideo di dare sistematicità al lavoro della redazione giornalistica. con un nuovo palinsesto idoneo a contenere un'offerta più ricca e articolata grazie alla creazione di indici di settore. è stato perfezionato nel 2000 e completato da una rinnovata struttura grafica e da un palinsesto più organico e omogeneo anche per la parte dei servizi nazionali e regionali.

La frequenza delle "Ultim'ora" è stata incrementata e maggior spazio è dedicato alle informazioni economiche ed allo sport.



Televideo Regionale su RaiTre. dal 2000 riguarda tutte le regioni italiane ed offre una vasta opportunità di informazione di servizio a carattere locale sui diversi livelli istituzionali.

Infine la sottotitolatura dei programmi copre tutte le fasce orarie e tutti i generi televisivi per circa 80 ore settimanali. Nell'anno 2000 è stata realizzata la sottotitolatura in diretta. sette giorni su sette del TG1 delle 17 e del TG2 delle 20.30.

LA RADIO

La Divisione Radiofonia ha la missione di ideare. sviluppare e produrre l'offerta radiofonica di programmi e di informazione. con l'obiettivo di massimizzare gli ascolti complessivi. la raccolta pubblicitaria. la qualità dei programmi e la fornitura del più moderno e completo servizio pubblico. anche attraverso il costante adeguamento dell'offerta alle più innovative tendenze di sviluppo del mercato e dei canali distributivi. Ha favorito il consolidarsi del processo di riposizionamento dei canali. mirato ad un allargamento dei bacini di ascolto e dei target. e al conseguente incremento dei ricavi pubblicitari. Va sottolineato che la ristrutturazione è stata avviata in un momento in cui il mer-

cato si sta affollando sempre più con nuovi operatori privati che contendono tutti la leadership di radio Rai.

RadioUno è il canale leader d'ascolto dedicato all'informazione esauriente e completa riguardo a tutte le tematiche attuali (economia, politica, società, scienze e tecnologie, Unione Europea, ecc.): alle radiocronache e commenti degli eventi sportivi: all'informazione regionale. L'identità informativa è integrata da un profilo musicale che ne accentua la riconoscibilità, l'attrattiva e la modernità nel contesto del panorama radiofonico.

RadioDue è il canale dell'intrattenimento e della musica leggera, ha sviluppato il proprio riposizionamento nel contesto competitivo, con l'obiettivo di integrare nel suo bacino di ascolto i target più giovani. La programmazione ha offerto numerose novità, sia nei contenuti, sia nel corredo sonoro del canale, che ha prestato una cura particolare alla creazione di eventi dal vivo capaci di favorire il contatto diretto con gli ascoltatori.

RadioTre garantisce il ruolo di un canale di qualità imperniato sulla musica e sulle attualità culturali, aperto all'innovazione e alla commistione dei generi e delle discipline conoscitive ed espressive. Forte l'impegno nell'approfondire le tematiche scientifico - tecnologiche: le realtà locali - globali della società italiana: l'esplorazione di ambiti espressivi inconsueti: i consumi culturali della popolazione.

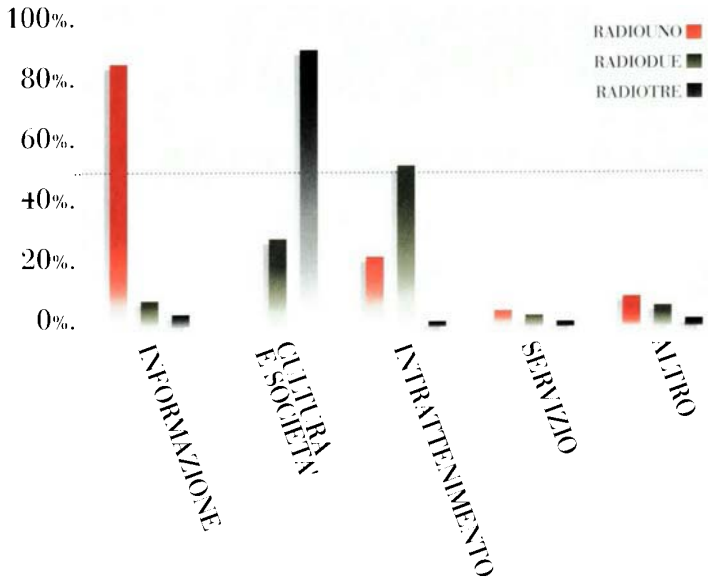
Il Giornale Radio mantiene la leadership nel panorama dell'informazione radiofonica e registra le massime punte di ascolto. Produce quotidianamente circa 47 edizioni su RadioUno, RadioDue, RadioTre, diversificate secondo il profilo editoriale e la vocazione tematica dei canali: generalista per RadioUno, sociale e giovanile per RadioDue, internazionale e d'opinione per RadioTre. Le principali edizioni del Gr1 sono trasmesse anche da Isoradio.

GR Parlamento GR Parlamento è il canale di informazione delle massime istituzioni della Repubblica. Offre agli utenti una documentazione di prima mano e un contatto diretto con la vita della Camera e del Senato, sia in Aula sia nelle Commissioni, oltre a rubriche di approfondimento, dibattiti, rassegne stampa. L'insieme dei materiali inediti ed esclusivi – in onda tutti i giorni dalle 7.00 alle 21.00 - ne fa un canale privilegiato per la partecipazione del cittadino alla vita parlamentare.

Isoradio conferma la sua missione di pubblica utilità realizzata da una programmazione di flusso al servizio di chi viaggia, con frequenti e tempestivi aggiornamenti su via-

bilità. sicurezza e meteo. Il profilo musicale non trascura le novità. mentre le brevi rubriche sui grandi temi (lavoro. salute. tempo libero. ambiente ecc.) arricchiscono un palinsesto duttile e "aperto".

PROGRAMMAZIONE RADIOFONICA



Completa l'attività editoriale la struttura Rai Giubileo con una programmazione trasversale rispetto all'offerta aziendale.

Per quanto riguarda l'offerta televisiva Rai Giubileo ha partecipato alla preparazione di 112 trasmissioni televisive per un totale di quasi 235 ore di trasmissione.

Nei rapporti con le Reti e le Testate responsabili delle produzioni. Rai Giubileo ha mantenuto uno stretto ruolo di coordinamento sia rispetto ai contenuti editoriali, sia rispetto alle soluzioni di palinsesto. Gli eventi televisivi del Giubileo hanno compreso molte telecronache di celebrazioni liturgiche. con un lavoro notevole per dare contenuto spettacolare a momenti ed eventi che. per il loro contenuto spirituale o religioso, non sembravano prestarsi a rapporti con il pubblico fatti di grandi numeri.

Per quanto riguarda l'offerta radiofonica Rai Giubileo ha fornito gli strumenti necessari al rafforzamento della capacità produttiva in questo ambito tematico. Il totale della produzione media settimanale si può quantificare in quasi cinque ore settimanali.

Nel campo multimediale, sono state realizzate numerose iniziative con prestigiosi partner editoriali aventi per oggetto la diffusione di collane home-video o CD-ROM in molti casi abbinati a riviste o quotidiani. È stato inoltre realizzato un sito internet di Rai Giubileo. tradotto in tre lingue. con l'intento di rispondere. in un'ottica di servizio. a tutti i telespettatori interessati alla programmazione Rai dedicata ai temi giubilari. ai pellegrini in vista del viaggio verso Roma. e più specificatamente a giornalisti e operatori radiotelevisivi e addetti ai lavori in genere.

Infine Rai Giubileo ha allestito un centro di assistenza alle TV straniere. presso Borgo Sant'Angelo in prossimità strategica con il Vaticano.



Tanti casi difficili risolti brillantemente da don Matteo. simpatico e moderno sacerdote.

L'ATTIVITÀ INDUSTRIALE

L'attività riguardante il processo realizzativo – produttivo e distributivo dell'azienda è svolta dalla Divisione Produzione TV e dalla società Rai Way, nella quale, nel corso del 2000, è confluita la Divisione Trasmissione e Diffusione.

La produzione televisiva

Nel corso del 2000 la Divisione Produzione Tv ha continuato ad operare per assicurare il raggiungimento degli obiettivi propri della missione assegnatale:

- assicurare l'erogazione dei servizi di produzione televisiva necessari all'attività della Rai al minor costo con il più alto livello di servizio in termini di qualità, sicurezza e flessibilità:
  - adeguare costantemente il sistema produttivo ai maggiori concorrenti nazionali ed internazionali e ricercare fonti di reddito provenienti da soggetti terzi;
  - massimizzare il valore delle risorse ricercando l'ottimizzazione dei principali indicatori di risultato economico e finanziario.



Satira graffiante, musica, spettacolo. Una squadra di grandi comici per "L'Ottavo Nano."

Nel corso dell'esercizio 2000 sono stati realizzati investimenti, principalmente legati al mantenimento degli standard qualitativi e di efficienza degli impianti al fine di permettere all'azienda di rimanere ad alto livello nel panorama delle società di produzione televisiva europeo e mondiale.
In particolare si è puntato su quelle soluzioni sistemiche e tecnologiche che consentono di assorbire la richiesta di incremento di produzione nel rispetto degli obiettivi di riduzione dell'organico richiesti, pur offrendo flessibilità e qualità adeguate agli standard aziendali sul prodotto.

Trasmissione e diffusione

Per quanto attiene al processo distributivo la Divisione Trasmissione e Diffusione, preposta all'attività di installazione ed esercizio degli impianti diffusivi e dei collegamenti, è stata oggetto, come detto, di conferimento di ramo d'azienda in Rai Way Spa in data 29 febbraio 2000. Pertanto per approfondimenti si rimanda al capitolo "Rapporti Intersocietari".

I RISULTATI DI ASCOLTO

Televisione

La fruizione del mezzo televisivo nella sua globalità conferma anche nel 2000 il trend di crescita iniziato nel 1997. Il numero medio di ascoltatori nell'arco dell'intera giornata è pari a 8.848.000 unità, con un incremento annuo superiore al 2%. Nella fascia oraria di prima serata il dato è pari a 24.899.000 individui, in crescita dell'1,5%.Per quanto riguarda la Rai, il ruolo di leader di mercato è riconfermato seppure in presenza di una crescita degli ascolti inferiore al tasso di crescita del mercato.