



3



4

Rai International e la Radio

Attualità quotidiana seguita dai notiziari giornalistici, lo sport raccontato nelle rubriche *Sport Italia*, *Non solo calcio*, *I commenti del lunedì*.

Un'ora con Voi per approfondire i temi di politica interna ed estera, di economia, di scienza, del sociale e tutti quei problemi che più direttamente interessano gli italiani all'estero.

Italia chiama Italia, appuntamento settimanale con i direttori degli organi di informazione italiani all'estero, con le eccellenze imprenditoriali nazionali nel mercato globale, e grande attenzione anche agli appuntamenti del *Consiglio Generale degli Italiani nel Mondo* (Cgie).

E poi ancora *Taccuino Italiano*, un mosaico della realtà italiana con la partecipazione di esperti, giornalisti e operatori culturali.

Notturmo Italiano, programma quotidiano di cinque ore, con la consueta programmazione delle canzoni di ieri e di oggi, lo spazio per la musica lirica e sinfonica, le rubriche d'approfondimento.

Tra gli altri programmi radiofonici *Con Voi sul mare*, *Studio Azzurro*, *Ovunque Voi siate*, *Questo è amore*.

Rai International e Internet

Rai International è presente su Internet con due siti in lingua italiana, inglese e spagnola, www.international.rai.it e www.italica.rai.it, offrendo un servizio quotidiano di informazione sui programmi radiotelevisivi.

Più di 65.000 pagine, 70.000 immagini e migliaia di filmati online.

Circa 36 milioni di pagine visitate per un totale di 7 milioni di visitatori unici, piazzandosi costantemente nei primi dieci siti più cliccati dell'offerta Rai.

Disponibili online i siti delle produzioni originali di Rai International, all'interno dei quali è possibile visionare tutte le puntate in modalità On Demand.

Ampio spazio è dedicato anche alla radio; sul portale è possibile ascoltare due canali radiofonici in diretta - Hot Bird e Satelradio - e i 26 notiziari in lingua de *Il Giornale dall'Italia*.

Italica è il portale della lingua e della cultura italiana al cui interno gli utenti hanno a disposizione:

- un corso di lingua italiana interattivo, in cinque lingue, la *Storia della lingua*, realizzata con la partecipazione dell'Università Ca' Foscari di Venezia;
- *Diario di Bordo*, calendario aggiornato quotidianamente con le segnalazioni di tutti gli eventi culturali italiani;
- *Dante*, uno studio del poeta e della Divina Commedia realizzato con l'apporto dell'Università di Pisa;
- *Momenti del Cinema italiano*, in 12 puntate la storia della nostra cinematografia, dai telefoni bianchi a oggi.

Rai International e i 3 canali

Nel mese di marzo del 2006 è stato inaugurato il 3° canale televisivo di Rai International che ha consentito di raggiungere ciascun continente (Americhe, Australia, Asia e Africa) con una programmazione più mirata e maggiormente differenziata rispetto al passato, assicurando le prime visioni negli orari di maggior fruizione di ciascun fuso principale.



1. *Il mare di notte*

Simona Olive e Gabriele La Porta in diretta dallo studio del Direttore

2. *Buone notizie*

dallo studio di Via Teulada



Rai Notte

Da più di dieci anni *Rai Notte* è un esperimento unico nel panorama televisivo italiano, mirato a creare e a riformulare continuamente un'idea di 'televisione notturna'. Non, quindi, uno zibaldone di programmi che, casualmente, vanno in onda nelle ore in cui i più dormono, ma veri e propri 'percorsi televisivi' che si articolano su tutte e tre le reti Rai.

Tenendo sempre presente che la notte è una sorta di 'zona franca': i problemi del giorno sono accantonati, il lavoro non incolza, il telefono non squilla e tutto è più tranquillo.

La notte crea un'attenzione differente, un modo diverso di guardare e ascoltare.

Per questo, elaborare una 'televisione notturna' significa concentrarsi il più possibile su ciò che nella 'televisione del giorno', inevitabilmente, non c'è o resta ai margini.

S'inizia dal versante dell'immaginario, ossia dall'offerta cinematografica, di fiction e di intrattenimento, concentrata in particolare su RaiUno.

Per quanto riguarda il cinema, le scelte di programmazione si sono sempre orientate verso film di qualità, senza però cadere in proposte eccessivamente elitarie.

È sempre pensando al pubblico, ai suoi gusti e alle sue differenze che *Rai Notte* ha ripercorso ad esempio i generi cinematografici italiani, europei e americani, riproponendo noir, thriller, grandi western, commedie.

Tutto questo, ovviamente, senza togliere spazio al cinema d'autore.

Quanto alla fiction, il 2006 ha visto continuare la tradizione, caratteristica di *Rai Notte*, della memoria.

Nulla ha segnato in profondità l'immaginario degli italiani come gli sceneggiati del passato; offrire agli spettatori la possibilità di rivederli è, oltre che un piacere, anche un dovere culturale. Tra gli altri – particolarmente graditi dal pubblico – hanno fatto ritorno nella notte Rai il Gesù di Zeffirelli, *Linda e il Brigadiere*, *Cuore e batticuore* e il cult *Attenti a quei due*.

Per qualcuno, la notte è il momento dei sogni o del relax; per altri è il tempo ideale per meditare. Rai Notte cerca di offrire una programmazione che tenga conto di queste diverse esigenze.

L'altra anima di *Rai Notte* è quella della riflessione.

È qui, in particolare, che si concentra la produzione, specialmente su RaiDue, con una serie di programmi – inseriti nei due 'contenitori' *Attualità Magazine* e *Anima Magazine* – che affrontano temi 'alti', dal sociale alla politica, dall'ambiente alla cultura, usando un linguaggio il più possibile semplice e diretto.

Perché la notte non ha bisogno di giri di parole.

A *Rai Notte*, per esempio, si parla di filosofia e psicologia. Di Platone e Plotino, di archetipi junghiani, di tradizione ermetica e iconologia. Ma si cerca di farlo senza trasformare queste parole in spauracchi astratti e incomprensibili. Rendendole amichevoli, accessibili, addirittura semplici. Il tutto senza sacrificare la profondità delle idee.

Nel 2006 è accaduto in programmi come *Eros Salute*, *Il mare di notte*, *L'arte dentro*, *Gli occhi dell'anima*, *Anima Good News*.

A *Rai Notte*, poi, si parla di giustizia – quella di tutti i giorni, quella che ci riguarda da vicino – nell'*Avvocato per voi*, programma fatto di risposte concrete a domande concrete dei telespettatori; di politica e informazione in rubriche agili come *Quarto Potere* e *Focus*, o in *Parola di...*, dove i direttori delle principali testate italiane guidano con chiarezza il pubblico tra le righe e le pieghe dei loro giornali; di ecologia e problemi dell'ambiente ne *Il Paese di Alice*.

Infine, a *Rai Notte* si parla spesso anche di *Buone notizie*, cui è dedicata l'omonima rubrica.

Perché, dopo un giorno di cronache drammatiche, di fatti tristi o talvolta raccapriccianti, sentirsi raccontare il 'lato luminoso' dell'attualità è come tirare un lungo, liberatorio sospiro di sollievo.

2.500/300

ore di trasmissione/produzione nel 2006

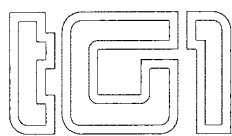


1. i volti del Tg1

alcuni dei conduttori in occasione dell'inaugurazione del nuovo studio del Tg1

2. collegamento da San Pietro

in occasione della visita del Presidente Prodi in Vaticano il 13 ottobre 2006



Il Tg1 rappresenta il prodotto di punta dell'informazione Rai: il momento d'incontro tra il cittadino e il mondo delle istituzioni, della politica, della società, dell'economia, della cultura e della religione, con ampi spazi d'attenzione per gli avvenimenti oltre i confini nazionali.

La prima testata giornalistica propone, con dodici edizioni giornaliere, il panorama completo della cronaca quotidiana puntando al raggiungimento di elevati standard qualitativi nel rispetto dei principi di autorevolezza, completezza e tempestività dell'informazione.

Erede indiscusso della tradizione del Servizio Pubblico con oltre cinquant'anni di attività, il primo telegiornale del Paese è leader di ascolti nelle fasce orarie più rilevanti, incrementando il distacco rispetto al principale concorrente.

È quindi risorsa fondamentale per l'azienda Rai nell'adempimento della propria missione di Servizio Pubblico, nell'agire da traino per la programmazione della rete ammiraglia e, aspetto non secondario, nell'attrarre gli investimenti pubblicitari.



Questo grazie alla propria capacità di essere sempre un prodotto riconoscibile per il pubblico, con una veste rinnovata nel tempo ma sempre fedele a una grafica istituzionale, a uno stile di conduzione elegante e serio ma al tempo stesso sereno e non ansiogeno, al ruolo di finestra delle case italiane sui luoghi istituzionali della politica, sui sentieri della cultura e della cronaca, sulle tracce del costume.

Il 2006 ha rappresentato un anno di forte impegno per la redazione anche alla luce degli importanti appuntamenti elettorali, della dialettica politica sempre serrata e del perdurare delle situazioni di instabilità a livello internazionale.

Nel 2006 la redazione ha prodotto oltre 4.325 trasmissioni per un totale di 1.323 ore: non solo telegiornale ma anche speciali, rubriche e approfondimenti, telecronache ed edizioni straordinarie, un insieme di appuntamenti che complessivamente si propongono come un codice unico di informazione.

È motivo d'orgoglio segnalare che questo notevole sforzo della redazione e della produzione ha raggiunto risultati eccellenti di gradimento e di ascolto, che derivano dal radicamento che la testata del Tg1 ha creato nel tempo.

L'anno trascorso è stato dedicato anche alla riflessione sullo sviluppo editoriale della testata, elemento necessario per mantenere non solo la leadership nel futuro ma anche il contatto con le nuove generazioni già proiettate verso approcci più individuali di consumo mediale.

Solo usando come traghetto le nuove tecnologie sarà possibile rendere il brand Rai familiare per i giovani nati dopo la caduta del muro di Berlino.

Il telegiornale deve diventare un punto di riferimento non più per la platea indistinta che ne recepisce i messaggi ma per un alveare di individui, ciascuno diverso, legato alla comunità ma fiero della propria originalità, che si sente protagonista della propria vita e cultura ed è consapevole di voler ricevere un messaggio proprio, distinto e indipendente.

Tra le prime azioni in tal senso è prevista la trasformazione del sito del Tg1 in una realtà sperimentale d'avanguardia nella comunicazione Rai.

La sfida del futuro è il proseguimento di questa tendenza all'interazione con lo spettatore anche grazie al coinvolgimento delle nuove tecnologie digitali.

Ulteriore sfida è la crescita della testata nel Settentrione, in regioni dove il Tg1 è meno forte, ponendo maggiore attenzione ai temi del Nord che avranno sempre più spazio nella dialettica narrativa. Alcuni progressi sono stati già registrati ma il percorso per riacquistare la leadership in quest'area primaria e quindi proporsi come voce davvero nazionale e globale richiede maggiori energie e sforzi editoriali.

L'altissima percentuale di ascoltatori che hanno il Tg1 come sola fonte d'informazioni fa riflettere sull'enorme responsabilità che grava sulla testata.

1. il quartetto dei conduttori
dell'edizione serale del Tg2

2. 10 minuti
la striscia quotidiana del Tg2



Il Tg2 è sempre stato, fin dal suo primo giorno, il telegiornale dell'approfondimento e dell'innovazione, elemento qualificante per un telegiornale del Servizio Pubblico.

Proprio per questa caratteristica 'genetica', anche nel 2006, il Tg2 ha proseguito su questa linea innovativa: cifra di riconoscimento, anche stilistica, per distinguere l'offerta editoriale e renderla inconfondibile nella sua grafica, nella diversità dello studio di trasmissione, nel modo di conduzione e in molti dettagli che concorrono alla definizione e all'identità di un prodotto televisivo.

In questo senso, la riconoscibilità grafica del Tg2 è chiara e netta, rafforzata – ad esempio – dallo scorrimento del banner con le notizie del giorno per l'intera durata delle edizioni delle 18.30 e delle 20.30; un'innovazione introdotta nel 2002 per consentire ai telespettatori 'ritardatari' di poter comunque disporre di una rapida sintesi dei fatti salienti della giornata; innovazione pensata soprattutto per l'edizione serale che, come orario, è destinata a un pubblico quanto mai mobile, che rientra in casa in quella fascia oraria o che sia 'armato' di telecomando alla ricerca di una valida proposta televisiva.

Il Tg2, naturalmente, è riconoscibile anche nei contenuti della sua proposta editoriale, sia nell'attenzione alle tematiche internazionali in una realtà sempre più globale, sia nella costante ricerca di un racconto delle vicende

politiche italiane che si allontanano, quanto più possibile, dallo schema del classico, e indigesto, 'pastone politico'.

Negli ultimi anni il Tg2 ha accentuato la sua attenzione (nelle edizioni del Tg e in molte rubriche) alle tematiche ambientali, cioè alla sfida decisiva del comune futuro prossimo, come pure alla tutela degli animali, contro ogni forma di violenza.

Di queste tematiche e della loro cogente attualità si occupano gli approfondimenti del Tg2: la striscia quotidiana *10 minuti*, inserita quest'anno nell'edizione delle 20.30 con lusinghieri risultati e con crescente affezione da parte del pubblico; gli appuntamenti del fine settimana *Tg2 Dossier Storie* e *Tg2 Dossier*, appuntamenti conosciuti e consolidati, nonostante la concomitanza sulle altre reti di programmi popolari del sabato sera e della domenica pomeriggio.

*Il Tg2 si caratterizza
come 'l'altro'
telegiornale, testimone
quotidiano di 'diversi
pareri', in cui la scelta di
un approccio e di un
linguaggio duttile e
discorsivo non
diminuisce credibilità né
autorevolezza.*

4.212

trasmissioni prodotte nel 2006

Nel 2006 il Tg2 ha 'firmato' 4.212 trasmissioni, tra edizioni del telegiornale, speciali, rubriche di approfondimento e telecronache in diretta, per una durata totale di 1.074 ore, corrispondenti a un impegno produttivo medio di circa 3 ore al giorno.

I numeri dicono, per definizione, della quantità del lavoro. I dati d'ascolto – in crescita, per le principali edizioni rispetto al 2005 – dicono dell'interesse e della partecipazione del pubblico per un telegiornale che fin dalla sua nascita, nel 1976, ha avuto una marcata identità e seguito coerentemente una sua precisa vocazione.

Nel rispetto di una tradizione ormai trentennale, dopo aver salutato la nascita del telegiornale delle 18.30 (28' dal lunedì al venerdì) il Tg2 intende realizzare nel 2007 un Tg-contenitore del mattino (10.00 – 11.00, dal lunedì al venerdì) con una formula innovativa che proponga news e approfondimenti, reportage e rubriche, collegamenti e ospiti.



1. Primo Piano

con Emma Bonino e Franco Frattini

2. lo studio di Night News



Il Tg3 è un telegiornale snello, spigliato, dinamico e innovativo. Un telegiornale votato al Servizio Pubblico, più vicino alla società che alle istituzioni, con una spiccata sensibilità rivolta alle tematiche sociali e ai diritti dei cittadini.

Seguendo la propria missione editoriale, il Tg3 è la testata giornalistica che fa il maggior uso di collegamenti in diretta. È il Tg che dà più spazio all'informazione internazionale e all'economia reale delle famiglie, l'economia della borsa della spesa.

Il pubblico apprezza il telegiornale perché so che nel Tg3 trova questo tipo di informazioni.

La sua sfida editoriale è quella di saper ascoltare e capire quel che accade nella società, anticipare esigenze, richieste e istanze senza condizionamenti e pregiudizi. Cercare informazioni, riferirle e spiegarle per fornire strumenti il più possibile utili a formare un'opinione pubblica onesta.

Il gradimento è confermato dal fatto che il Tg3 registra un alto indice di fedeltà tra il proprio pubblico di riferimento che ne premia gli ascolti facendoli aumentare in tutte le edizioni.

15,4%

share nel 2006 dell'edizione serale delle 19.00

La stella polare del telegiornale porta a dare informazione e farla capire prescindendo dal contraccollo che la notizia può avere su un potere costituito: la sintesi di autorevolezza e autonomia.

L'edizione delle 19.00 è stabilmente al terzo posto tra le edizioni serali, quella di mezzogiorno, l'unica edizione di un Tg nazionale Rai in onda da Milano, ha un incremento d'ascolto continuo, anno dopo anno.

Gli ascolti premiano, inoltre, la più recente innovazione: *Night News* che ha trasformato l'edizione della notte in una finestra sul mondo che anticipa i temi internazionali del giorno dopo, trattando la politica mondiale non solo con summit e tavole rotonde ma con reportage originali.

Fiore all'occhiello del Tg3 è il suo approfondimento serale *Primo Piano* che riesce a essere un luogo di confronto ma anche di riflessione: per la prima volta dopo 27 anni le telecamere di un telegiornale sono tornate dentro la Fiat di Mirafiori con un'inchiesta giornalistica che ha raccontato il disagio che si vive dentro e fuori la fabbrica.

Ma l'attenzione non è rivolta solo ai

fatti nazionali: la realizzazione del primo settimanale di politica estera, *Agenda nel mondo*, ha dato maggiore impulso all'informazione internazionale della testata approfittando anche dell'apertura di nuovi uffici di corrispondenza della Rai, in Africa a Nairobi e in America Latina a Buenos Aires.

Nella vocazione informativa che il Tg3 ha sviluppato in questi anni, è opportuno segnalare le rubriche che trattano dei cosiddetti 'soggetti deboli' che solo marginalmente entrano nei notiziari tradizionali.

Immigrati, donne, consumatori, spettacoli minori, nuove tecnologie, agricoltura diventano protagonisti di *Shukran*, *Punto Donna*, *Cifre in chiaro*, *Chie'discena*, *Sabato notte*, *Scenari*, *Agri3*.

Il Tg3 è, infine, particolarmente attento al suo pubblico più giovane: quotidianamente va in onda il *Gt Ragazzi*, un vero telegiornale pensato e raccontato con un linguaggio e un commento di immagini adatte ai ragazzi senza nascondere mai le notizie, ma aggiungendo informazioni per una corretta interpretazione.

Il Tg3 è un continuo 'work in progress', nell'immediato futuro sono previste cinque edizioni al giorno, tutte diverse, per ogni giorno che è sempre nuovo, ma con la caratterizzazione stilistica della testata, cioè non indulgere alla voglia di catturare il pubblico a ogni costo, ma raccontare i fatti.

Tra le innovazioni è prevista una maggiore interazione con i new media che estende il prodotto Tg3 su Internet con un sito sempre rinnovato e sulla televisione in movimento su apparati mobili con notiziari appositamente realizzati.



1. diretta del TgR Toscana
Federico Monechi in diretta dal
Carnevale di Viareggio

2. lo studio del TgR Lazio
Vania Contadini conduce l'edizione
laziale del TgR

TG R

La TgR, Testata Giornalistica Regionale, è l'ossatura del sistema dell'informazione territoriale Rai. Per l'azienda del Servizio Pubblico la TgR rappresenta perciò un forte elemento di identità e ne caratterizza l'intera offerta informativa. Presidiare il territorio, raccontarlo con le sue caratteristiche e specificità, ed esserne antenna per tutta la Rai è il punto cardine della missione della TgR e valore aggiunto imprescindibile per tutta l'azienda. Mantenere e rafforzare il primato nell'informazione territoriale è quindi l'impegno quotidiano della Testata.

L'attività della testata è ben rappresentata dai 'numeri' della sua produzione:

- oltre 6.500 ore di informazione televisiva regionale di cui 550 dedicate alle minoranze linguistiche;
- circa 200 ore di rubriche a diffusione nazionale;
- 5.900 ore di informazione radiofonica regionale di cui ben 2.000 dedicate alle minoranze linguistiche;
- oltre 30.000 contributi, tra servizi e collegamenti, a telegiornali, giornali radio e programmi di rete nazionali.

18,5%

share nel 2006 dell'edizione delle 14.00

Un'offerta informativa importante realizzata da una rete di 23 redazioni regionali nelle quali operano complessivamente 737 giornalisti distribuiti sul territorio sempre più capillarmente anche grazie alla nuova figura dei 'redattori residenti' insediati già in diverse province.

Accanto alla cronaca, all'economia, alla politica e al costume locali è importante il ruolo delle rubriche nazionali che, curate e trasmesse dalle redazioni locali (tra le altre *Leonardo* da Torino, *Economia e Lavoro* da Milano, *Italia Agricoltura* da Bologna, *Bell'Italia* da Firenze, *Mediterraneo* da Palermo), arricchiscono il ruolo informativo della testata con argomenti di interesse nazionale vicini alle esigenze del pubblico di RaiTre.

Buoni complessivamente i risultati di audience nel 2006: in particolare l'edizione dei Tg delle ore 14 ha aumentato gli ascolti di un punto percentuale passando al 18,5% di share mentre il Tg delle 19.30 si attesta al 16,9%.

Il profilo del pubblico è anagraficamente adulto, più concentrato nei piccoli e nei grandi centri urbani e nelle regioni del centro-nord.

L'informazione regionale ha quindi potenzialità di sviluppo e opportunità di mercato enormi, tanto più che la Rai è l'unica azienda radiotelevisiva ad avere un'articolazione così diffusa sul territorio.

Per continuare a vincere la sfida il principale nodo da affrontare è l'innovazione tecnologica e l'abbattimento di numerose rigidità strutturali.

Digitalizzazione dei processi produttivi, tecnologie adeguate e logica multimediale nel processo di produzione dell'informazione territoriale rappresentano una concreta, e forse obbligata, linea di sviluppo.

L'introduzione di mezzi e sistemi che consentano alle redazioni regionali di interagire tra loro e con il centro agevolando servizi e immagini in tempo reale, rappresenterebbe un primo importante passo verso l'indispensabile svolta innovativa finalizzata a riaffermare il primato dell'azienda di Servizio Pubblico nell'informazione territoriale.

Qualunque Tg guardiate, qualunque GR ascoltiate, la TgR è presente. In qualunque regione italiana voi siate la TgR in radio e Tv vi informa di quanto accade sul territorio. Qualunque trasmissione sportiva voi guardiate la TgR c'è.



1

1. una edizione di Tg Parlamento

2. Tribuna Politica

una trasmissione in occasione del dibattito tra le forze politiche sulla riforma elettorale



2



Rai Parlamento è la testata giornalistica che informa gli utenti televisivi sull'attività del Parlamento nazionale e del Parlamento Europeo, in stretta connessione con gli sviluppi dell'attività politica. Rai Parlamento produce inoltre le *Tribune Politiche* e le *Tribune Elettorali*. Realizza i programmi nazionali dell'accesso.

Rai Parlamento è una testata tematica, cui sono affidati specifici compiti di approfondimento giornalistico nel settore politico-parlamentare. Attraverso le tre edizioni del suo *Tg Parlamento* quotidiano, in onda su RaiUno e RaiDue dal lunedì al venerdì, offre un'informazione puntuale e completa sull'attività del Governo e dei due rami del Parlamento, con particolare attenzione per i lavori parlamentari che, di norma, non rientrano nel campo di interesse dei telegiornali 'generalisti'.

Dibattiti, inchieste e indagini parlamentari, lavori nelle Commissioni permanenti di Camera e Senato e nelle Commissioni bicamerali, sono al centro dell'attenzione del *Tg Parlamento*.

*Raccontiamo la politica
senza superficialità: il
nostro obiettivo è la
trasparenza.*

80/3.541

campagne a carattere sociale/spot
trasmesse nel 2006

Un'attenzione che trova la sede di un necessario approfondimento nella rubrica settimanale *Settegiorni*, in onda il sabato mattina su RaiUno: trenta minuti non solo per raccontare la settimana politica, ma per valutare le ricadute della politica sulla vita dei cittadini, con servizi, inchieste, interviste.

L'attività del Parlamento Italiano è seguita in presa diretta in occasione degli *Speciali*, dedicati alla trasmissione televisiva dei principali dibattiti a Montecitorio e a Palazzo Madama, nonché attraverso la trasmissione settimanale del *Question Time*, le interrogazioni a risposta immediata che vedono un serrato confronto tra parlamentari e Governo.

Di regola queste dirette parlamentari ottengono una buona accoglienza da parte dei telespettatori, soprattutto quando si occupano di temi di grande attualità politica e sociale, o in momenti 'caldi' per la vita delle istituzioni, come l'elezione del Presidente della Repubblica o dei Presidenti di Camera e Senato, oppure in occasione dei dibattiti sulla fiducia al Governo.

All'attività del Parlamento Europeo e delle altre istituzioni comunitarie, che nei suoi momenti salienti è seguita anche negli spazi quotidiani, è dedicata la rubrica settimanale *Europa*, in onda il sabato su RaiUno: una finestra aperta sui paesi del vecchio continente. All'Europa, con particolare riguardo a temi di grande interesse popolare, come l'ambiente, l'agricoltura e il turismo, è dedicata anche la rubrica *Eurozone*,

dieci minuti settimanali (il sabato su RaiDue) per intercettare problemi e sensibilità su materie in cui la competenza comunitaria è particolarmente rilevante.

La rubrica settimanale *Regioni*, in onda da Milano su RaiDue il sabato tratta delle ricadute dell'attività politico-parlamentare sulle istituzioni regionali. Con ospiti in studio, di volta in volta sotto i riflettori, cadono temi e problemi di grande interesse per il cittadino, che rientrano tra le competenze congiunte di Stato e Regioni.

La comunicazione politica regolata dalla Commissione Parlamentare per l'Indirizzo Generale e la Vigilanza sui Servizi Radiotelevisivi è l'altro grande ramo produttivo di Rai Parlamento. Le forme della comunicazione politica variano a seconda delle stagioni. Le *Tribune elettorali* ospitano con diverse modalità il confronto tra le forze politiche che concorrono alle elezioni politiche, europee, regionali, amministrative, referendarie. Le *Tribune politiche* tematiche ospitano il confronto tra le forze politiche rappresentate in Parlamento nei periodi non interessati da consultazioni elettorali.

Il conduttore in studio modera il dibattito, con l'ausilio di servizi e contributi filmati.

10'... è la rubrica quotidiana che, su RaiUno, dal lunedì al venerdì, ma anche in radiofonia, ospita i programmi autogestiti dalle organizzazioni culturali, politiche, assistenziali, in genere espressioni dell'associazionismo privato, ammesse dalla Sottocommissione Permanente per l'Accesso. Uno spazio che da trent'anni mette in comunicazione con il grande pubblico attività e iniziative solo apparentemente 'minori'.



1



2

1. il sommario

la pagina 100 del Televideo nazionale

2. Ultim'ora

la pagina 103, la notizia del momento



Televideo è una testata con un 'mosaico' di missioni nel segno del Servizio Pubblico: un giornale in onda 24 ore su 24, i tre telegiornali della Rai e 5.400 ore all'anno di programmi Tv sottotitolati per i non udenti, un palinsesto speciale dedicato ai non vedenti.

Venti milioni e 800 mila utenti lo conoscono e lo consultano. Sette milioni e mezzo di italiani lo leggono ogni giorno. Sul web, sul digitale terrestre, sulla telefonia mobile. Questo è Televideo, con ventitre anni di storia.

Televideo è il depositario della produzione testuale in Rai, è una sorta di quotidiano 'stampato' del Servizio Pubblico, è il teletext leader del Paese. Costituisce un unicum nel panorama dei teletext mondiali, nessun broadcaster irradia un giornale capace di seguire in tempo reale, come un'agenzia, il flusso del notiziario interno e internazionale e, nel contempo, di impaginare gli eventi secondo i modelli tradizionali della grande carta stampata.

Sul Televideo Nazionale, oltre all'informazione – con l'Ultim'ora, il rullo dei fatti del giorno, le cronache italiane e mondiali, l'economia, la politica, i diritti dei cittadini, lo sport, la cultura, lo spettacolo – si trova di tutto, dalla Borsa al lavoro, dalla previdenza al fisco, dalla scuola alla sanità, dal meteo ai trasporti, dai programmi radiotelevisivi all'oroscopo, dalla gastronomia alle lotterie, dalla casa alla possibilità di prenotare i teatri, dalle

istituzioni alle associazioni dei consumatori.

Il Televideo Regionale si concentra invece su servizi e rubriche d'interesse territoriale, garantendo un aggiornamento costante su farmacie, cinema, teatri, tempo, traffico, e favorendo il rapporto fra cittadino e Pubblica Amministrazione locale.

Missione centrale, insieme all'informazione, è quella affidata a Televideo sulla base del Contratto di Servizio tra il Ministero delle Comunicazioni e la Rai. Per i non udenti Televideo sottotitola in diretta il Tg2 delle 13, il Tg3 delle 14.20 e il Tg1 delle 20, oltre a circa 5.400 ore di programmi tv pre-registrati. Fornisce i sottotitoli in lingua inglese, destinati sia alle minoranze linguistiche presenti in Italia, sia agli studenti di tale idioma. Accanto alla sottotitolazione svolge una delicatissima attività editoriale dedicata ai non vedenti. Fiore all'occhiello, in questo caso, è la realizzazione di opere multimediali fiabesche ideate espressamente per i bambini ciechi e ipovedenti.

L'enorme pubblico conquistato negli anni da Televideo non solo non si disperde, ma apprezza e cresce, con la concorrenza sempre più distanziata: nel 2006 ha registrato l'8% in più per l'edizione nazionale con 20 milioni e 800 mila utenti, l'11% in più per quella regionale con 6 milioni e 400 mila utenti.

Solo considerando l'ultimo quinquennio si registrano 2 milioni e 800 mila lettori in più sul nazionale e 3 milioni e 400 mila in più sul regionale.

Analoghi i risultati di gradimento per la versione sul digitale terrestre, in onda dal 2004, e soprattutto per la versione web: nel 2006 il sito di Televideo conquista da solo circa il 60 per cento

Qual è lo specifico ruolo di Televideo rispetto a Internet che dà notizie in tempo reale?

La risposta è nella semplice constatazione dei fatti. Il teletext della Rai, nonostante il potere di Internet, è tuttora uno strumento informativo potente e veloce, uno dei più letti e più forti in circolazione.

del traffico complessivo dell'informazione Rai, con quasi 113 milioni di pagine visitate e 409 mila utenti unici al mese.

La testata ha iniziato, infine, un percorso di 'svecchiamento' tecnologico per contrastare le apprensioni riguardo un fisiologico declino del mezzo, in un ambiente competitivo caratterizzato dalla grande concorrenza dei nuovi media.

