

3



4



5

Per il successo di pubblico e di critica, il programma dal IV trimestre del 2006 si è spostato dalla fascia premattutina (7.30 – 9.00) alla fascia mattutina (9.00 – 10.30), sempre il sabato su RaiTre.

A completare lo spazio del sabato mattina su RaiTre, un'altra novità di Rai Educational: Art News, settimanale sull'attualità del mondo dell'arte e della cultura (italiana e non solo), per raccontare in modo anche critico i luoghi e il mercato dell'arte, gli artisti e le loro opere.

Arte figurativa, cinema, teatro, danza, videoarte, grandi rassegne ed eventi internazionali sono i protagonisti di un magazine attento a tutto ciò che fa cultura.

Tra gennaio e marzo, nello spazio mattutino di RaiDue dedicato ai bambini, è stata trasmessa una selezione di 30 puntate della fiction educativa *Tracy e Polpetta*, interamente prodotta da Rai Educational, per favorire l'apprendimento della lingua inglese da parte dei bambini della scuola primaria e secondaria attraverso le 'avventure' di questi due personaggi principali.

Durante l'estate, dal 17 luglio al 21 settembre, è stata poi lanciata una campagna per la prevenzione degli incidenti stradali, con una trasmissione alle 8.05 su RaiTre del programma *Metticilatesta*, 25 puntate da 5 minuti ciascuna.



Per quanto riguarda invece i canali satellitari, il canale **RaiEdu1**, che nasce dalla collaborazione fra Rai Educational e il Ministero dell'Istruzione, trasmette 24 ore su 24 e 7 giorni su 7, con 8 ore di prima trasmissione al giorno, ed è più specificamente dedicato al mondo della scuola, ovvero a offrire materiali per l'insegnamento e l'apprendimento.

Il canale è in onda anche sul digitale terrestre.

Le trasmissioni principali:

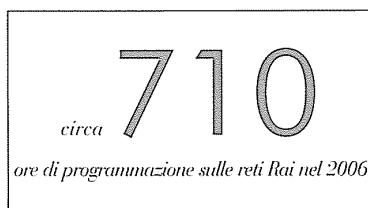
- **il Divertinglese**, un progetto multipiattaforma (Tv, Digitale satellitare e terrestre, Web) che ha come obiettivo l'apprendimento dell'inglese sin dai primi anni di scuola. La caratteristica del progetto risiede nell'uso sistematico degli strumenti multimediali, per consentire non solo l'insegnamento e l'apprendimento in modo interattivo, ma soprattutto la creazione di prodotti utilizzabili per i bambini di tutte le scuole elementari, in classe con i loro insegnanti ma anche in casa con i loro genitori.
- **Media**: il progetto dedicato alla diffusione di contenuti didattici per i docenti italiani sul canale satellitare, con la possibilità di fruire degli stessi materiali audiovisivi tramite un apposito portale Internet.
- **FuoriClasse**, strumento utile all'orientamento scolastico e al passaggio dal mondo dell'istruzione-formazione al mondo del lavoro.



RaiEdu2 è invece il canale che si rivolge a un pubblico più ampio, offrendo ogni giorno 4 ore di prima trasmissione.

Tra i programmi principali:

- **Explora**, un progetto multipiattaforma giunto alla sua terza edizione, che si propone di promuovere la diffusione scientifica offrendo, attraverso un prodotto integrato (Tv + web), informazioni sul lavoro svolto dai ricercatori e sulle strutture di ricerca nazionali ed estere;
- **Magazzini Einstein**, con puntate relative a eventi culturali, mostre, convegni, artisti, ma anche con i numerosi documentari d'arte prodotti da Rai Educational che ha rinnovato per tre anni la convenzione con il Ministero per i Beni Culturali;
- **Rewind**, la TV a grande richiesta, un ricchissimo palinsesto per il sabato e la domenica, con la televisione da non dimenticare, riproposta in un alternarsi di varietà, inchieste, sceneggiati, film Tv ecc.





1

1. 1954
una ripresa agli esordi della Televisione Italiana

2. le catalogazioni delle Teche Rai
interfacce interattive per la ricerca e la catalogazione



2



"Il futuro è un territorio del passato", così scriveva anni fa il celebre massmediologo americano Walter Ong. Per le Teche della Rai questa frase è diventata la headline del proprio lavoro, che è quello di recuperare, catalogare in formato digitale e quindi valorizzare al massimo l'immenso patrimonio audiovisivo dell'azienda di Servizio Pubblico.

L'obiettivo principale di questa attività è stato, fin dall'inizio, quello di documentare il materiale presente nei magazzini aziendali in modo tale da renderlo ricercabile nel modo più completo e rapido possibile, al fine di utilizzarlo per ogni genere di produzione e per tutti gli altri usi istituzionali e commerciali.

A tal fine è stato realizzato il **Catalogo Multimediale delle Teche** (CMM) che viene implementato ogni anno attraverso la documentazione digitale di tutto il trasmesso dalle reti televisive via etere e dai canali radiofonici nonché dal progressivo recupero del materiale storico.

Per la Tv viene recuperato, riversato e catalogato tutto il trasmesso dal 1954 in poi. Il CMM, grazie alla sua complessa ed evoluta tecnologia, consente di visionare il materiale di archivio presso ogni postazione aziendale sul proprio computer e ascoltare il materiale radiofonico.

Il 2006, per il processo di recupero della produzione storica, è stato un anno in linea con i precedenti, che ha confermato le ottime performance, pur in presenza di alcune tradizionali

difficoltà riguardanti lo stato dei supporti.
Anche il settore delle teche radiofoniche ha portato avanti il recupero dei nastri non documentati e di quelli relativi al programma 3131, oltre alla digitalizzazione dei brani di musica sinfonica conservati presso il Centro di Produzione di Torino.

Alcuni cambiamenti significativi sono avvenuti in altre strutture delle Teche: è il caso dell'**Archivio Diritti**, con un notevole incremento di attività per il costante aumento di richieste di certificazione dei diritti esistenti sui singoli prodotti, finalizzate all'offerta dell'archivio Rai sulle piattaforme satellitari e digitali di ogni tipo e per la commercializzazione su Dvd.

L'archivio della Rai è un patrimonio unico per l'azienda e un grande valore per il Paese: per questo l'UNESCO ha inserito le Teche Rai nel registro ufficiale della memoria d'Italia.

Altro aspetto significativo è quello che riguarda il rapporto con gli utenti interni ed esterni. Aumentano le cessioni di materiale a fini istituzionali e la frequenza della biblioteca e dell'emeroteca per esigenze aziendali anche non legate al prodotto (relazioni esterne, auditing, legale, marketing e Segretariato Sociale).

Il progetto **Teca Aperta**, realizzato con il Coordinamento Sedi Regionali, ha garantito un efficace servizio di consultazione del catalogo presso gli info point aperti in tutte le sedi, escluse Trieste e Pescara che apriranno nel corso del 2007. La sola Biblioteca centrale di viale Mazzini a Roma ha avuto 12.232 utenti.

L'**Help Teche** ha svolto migliaia di ricerche per le reti, le testate, i canali satellitari e le società del gruppo Rai, mentre il Customer Service istituzionale ha fornito 2.350 ore di materiale a scuole, università, Enti pubblici, associazioni senza scopo di lucro e altri. Le Teche hanno partecipato con loro filmati di archivio a moltissimi eventi istituzionali (con l'Auditorium di Roma, la Discoteca di Stato, la Festa del cinema di Roma ecc.).

Le Teche hanno un proprio sito Internet che nel corso dell'anno è stato rinnovato e offre anche clip di archivio in download gratuito.

Le Teche svolgono infine una propria attività editoriale attraverso l'opposita collana di libri della ERI: nel 2006 è stato pubblicato *Come si documenta la TV*, primo manuale del genere.

410.341
ore di materiale televisivo consultabili
582.271
ore di materiale radiofonico consultabili
9.583
utenti registrati
7.438.909
ricerche effettuate nel 2006



1



2

1. la regia della Rete Olimpica

uno dei maggiori sforzi produttivi della Produzione Tv nel 2006

2. la costruzione del programma

le riprese di SuperQuark in chroma key per costruire una scenografia virtuale intorno a Piero Angela

Produzione Tv

La **Produzione Tv** rappresenta, in sintesi, la 'fabbrica' della televisione: creatività, professionalità e tecnologia a sostegno di tutto il processo produttivo per il conseguimento dei migliori risultati, garantendo gli elevati standard qualitativi del prodotto Rai.

La principale area di attività attiene alla produzione di programmi di informazione e intrattenimento di utilità immediata per i canali generalisti. La Produzione Tv opera anche su commesse di società del Gruppo e su commesse esterne.

L'apparato produttivo si articola sul territorio in 4 centri di produzione Tv, sedi regionali e mezzi di ripresa esterna/collegamento.

Il sistema produttivo provvede ad alimentare tutta la filiera del 'below the line': dalla progettazione delle scene, alla loro costruzione, all'allestimento degli studi, alla ripresa, alla post produzione fino alla messa in onda dei programmi per i canali delle varie piattaforme.

Nel corso del 2006 la Produzione TV ha registrato un incremento della produzione televisiva dovuta sia all'arricchimento dell'offerta con l'aggiunta dei canali sul Digitale Terrestre, sia all'aumento delle ore trasmesse dei programmi di utilizzo immediato nel palinsesto delle tre reti generaliste.

Oltre ai consolidati titoli della produzione Tv, merita particolare menzione l'imponente partecipazione delle riprese esterne del Centro di Produzione Tv di Torino alla realizzazione delle *Olimpiadi Invernali di Torino* nonché il particolare impegno nella copertura televisiva delle *Paralimpiadi invernali di Torino* e la personalizzazione dei *Campionati del mondo di calcio* in Germania.

Particolarmente impegnativa l'iniziativa della prima rete di realizzare una variante sul ghiaccio del programma di successo *Ballando con le stelle* ideando *Notti sul ghiaccio*.

Allo scopo la struttura ha ricercato e trovato una soluzione scenografica non convenzionale particolarmente valida, realizzando due piste di ghiaccio in due studi, una per le prove e una per lo spettacolo.

Anche il 2006 ha visto la Rai impegnata nel garantire l'informazione dalle aree di crisi con particolare attenzione all'attività delle nostre truppe in Afghanistan, Iraq e Libano, permettendo non solo una puntuale cronaca degli eventi, ma anche il competente supporto tecnico e logistico per collegamenti dall'Italia in particolari occasioni, come ad esempio gli incontri di calcio della Nazionale Italiana durante il Campionato del Mondo.

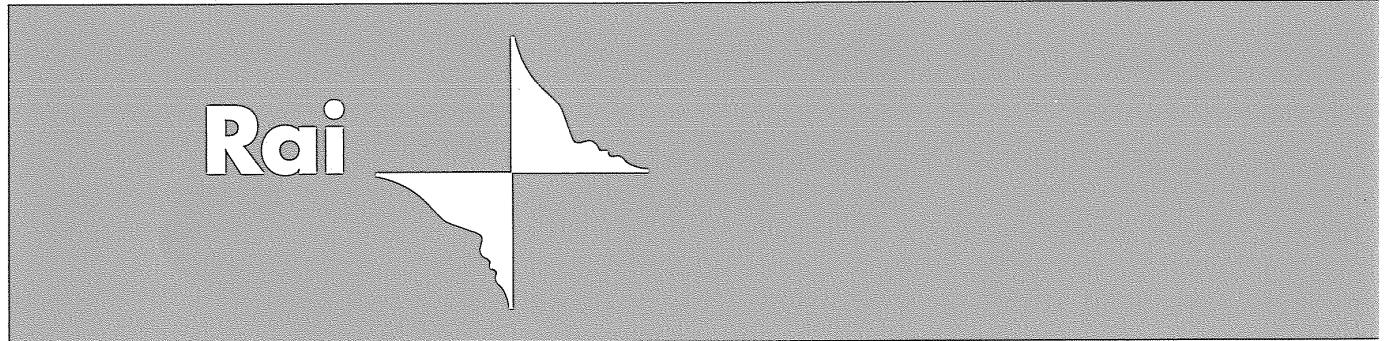
La Produzione TV è anche fortemente impegnata sul fronte tecnologico nell'ambito del quale, oltre alle consuete attività di rinnovo e manutenzione, anche straordinaria, di varia natura, sono stati implementati progetti di particolare rilevanza:

- ° avvio del 'sistema digitale integrato' di produzione dei Telegiornali realizzando il nuovo sistema 'TG

Jolly' trasferendovi un Tg alla volta al fine di predisporre con le nuove tecnologie le aree attualmente in uso dalle testate;

- ° adeguamento e rinnovo: impianti Audio/Video di otto sedi regionali, 2 regie (TV1 e TV3) del Centro di Produzione di Milano, i vidigrafi dei centri di produzione di Milano e Torino e il virtual set dello Studio Teulada 4 di Roma; inizio del rinnovo del Controllo Centrale di Torino e del sistema Televideo;
- ° nell'ambito delle Riprese esterne pesanti è stata realizzata la prima fase della sostituzione del sistema di collegamento moto-elicottero con sistemi Moto-Elix, è stato completato un nuovo mezzo regia di ripresa esterna pesante in tecnologia HDTV, è stato approntato un nuovo sistema di collegamento satellitare IP con controllo remoto, è stato acquistato un prototipo di stazione satellitare leggera per News e una fly-away con controllo remoto utilizzata in Libano;
- ° proseguimento nell'introduzione dei servizi MHP regionali e nazionali per la produzione della Tv digitale terrestre, ampliamento dell'offerta dei canali tematici di RaiSat e realizzazione dei 3 canali trasmessi dall'operatore telefonico H3G.

PAGINA BIANCA

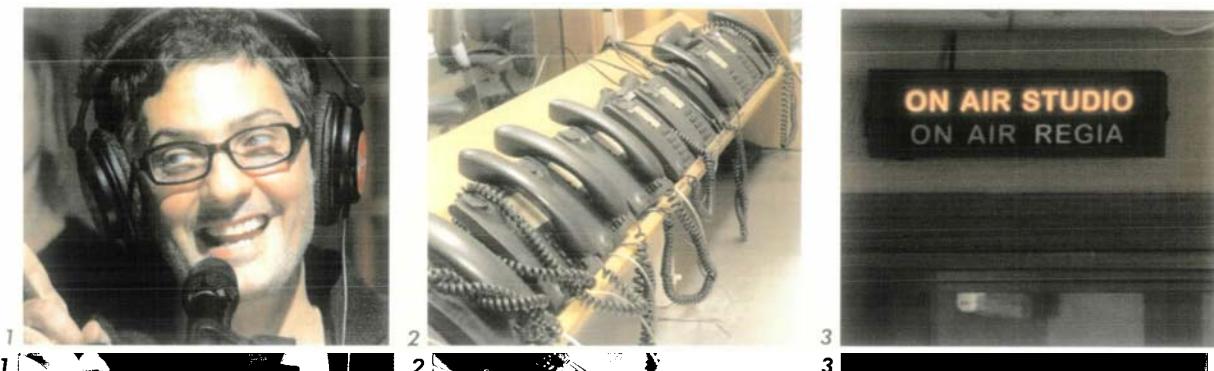


Area Editoriale Radiofonia

La Radio

I canali

Radio1 - Giornale Radio
Radio2
Radio3
Canali di Pubblica Utilità
GR Parlamento



Una rapida e vistosa evoluzione tecnologica investe i media con periodiche ondate di minacce e di promesse, in apparenza ugualmente cruciali per la crescita o la progressiva estinzione di alcuni di essi. Questa intensa attività predittiva rischia di non identificare l'evidente stato di salute della Radio, che ha smentito tutte le profezie di sventura che la vedevano relegata in un ruolo marginale. Lo confermano le dinamiche della società e del mercato, nonché le trasformazioni nel consumo dei media.

La radio è il mezzo che meglio si adatta all'evoluzione mediale. Malgrado l'aumento e la competizione dei media, anche in contemporanea, la radio registra un incremento dell'audience, che ha nel 2006 il suo massimo storico: 38 milioni di ascoltatori nel giorno medio (+2,1% rispetto al 2005) e 45,5 milioni nella settimana (+2,0%).

Nel contesto europeo, la crescente esposizione ai media determina una complementarietà bilanciata tra stampa, radio e Internet, specie tra i giovani tra i 16 e i 24 anni (multitasking). L'ascolto della Radio via Internet è ancora limitato ma la crescita è rapida e continua (+135% nel biennio 2004-2005).

La radio è il mezzo più adatto al consumo in mobilità. Ogni giorno il 64% degli italiani dedica agli spostamenti il 6,2% della giornata (90 minuti) ed è proprio l'ascolto in automobile (+27,2% nell'ultimo quinquennio) ad alimentare il successo della Radio.

Più in generale l'ascolto outdoor esalta le caratteristiche proprie del mezzo, specie la contrazione dei ritmi, la frammentarietà della fruizione, la crescente personalizzazione dell'offerta. Ne derivano conseguenze di carattere editoriale e commerciale, e un ulteriore fattore di competizione tra emittenti e tra media.

Il suono resta la 'killer application' della mobilità. L'aumento della mobilità nei diversi mezzi di trasporto consolida la centralità dei servizi voce/suono nell'andamento dei consumi e dei ricavi. I principali osservatori europei stimano che il progressivo incremento di servizi multimediali avrà un'influenza marginale.

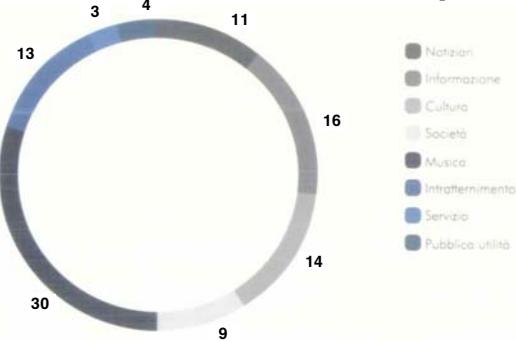
Da broadcaster a editore multipiattaforma. La moltiplicazione e la convergenza dei media attenua le distanze tra i media stessi e le loro funzioni. L'articolazione di contenuti radiofonici su piattaforme o terminali alternativi al broadcasting (computer, lettore portatile mp3, telefono cellulare) rappresenta una chance per l'ulteriore crescita della Radio.

In particolare il bouquet podcasting di RadioRai - avviato nel 2005 e giunto rapidamente a 200.000 download per settimana nel 2006 - si profila come fattore di amplificazione e fidelizzazione dell'offerta on air: più si scaricano file dal sito del canale, più si ascolta la radio, a tutto beneficio del brand dell'emittente presso i consumatori eletti, più giovani rispetto al profilo generale.

Offerta, profilo editoriale, ascolti. Il progressivo invecchiamento della popolazione determina nella società la coesistenza di più generazioni e una stratificazione di stili di vita e abitudini di consumo che richiede una vasta gamma di contenuti.

Questo si traduce in un'opportunità per Radio Rai, che articola la propria offerta attraverso tre canali nazionali in Fm, Radio1, Radio2, Radio3, e altri servizi radiofonici: Isoradio, Gr Parlamento, Filodiffusione IV (musica leggera) e V (musica classica), per un totale di 40.000 ore di trasmissione. Alle quali vanno sommate le trasmissioni a diffusione locale (oltre 15.000 ore) nelle Regioni a statuto speciale e nella Provincia autonoma di Bolzano.

Programmazione radiofonica per generi
(fonte Direzione Radio - Ottimizzazione Palinsesti e Programmazione)





4



5

1. Viva Radio2

Fiorello e Marco Baldini, il programma simbolo di Radio Rai

2. filo diretto

la radio... il mezzo più interattivo

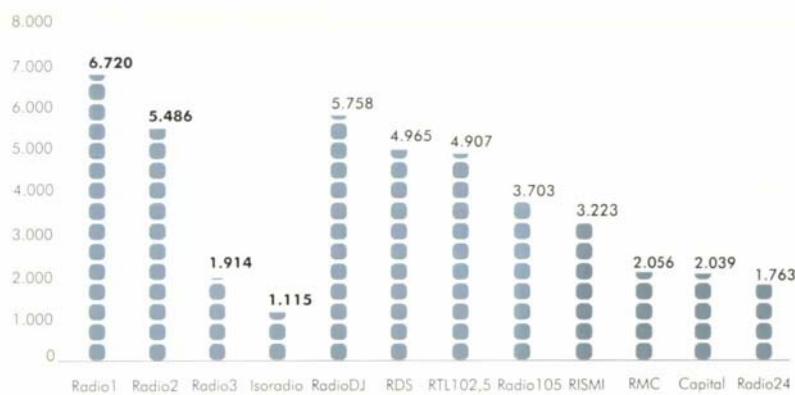
3. on air: il simbolo della radio**4. Il ruggito del coniglio**

condotto da Marco Presta e Antonello Dose

5. La Pecora Nera

le voci di Ascanio Celestini

Ascoltatori nel giorno medio
(fonte Audiradio)



I positivi risultati di ascolto di RadioRai hanno confermato nel 2006 il primato di gruppo nell'ampio e diversificato mercato radiofonico italiano, con uno share complessivo del 20,8% (+1,8 rispetto al 2005).

L'andamento dei principali network commerciali premia soprattutto Rtl 102.5 (+19,0% sul 2005) e Radio Dimensione Suono (+10,2%) tra le radio di intrattenimento, e Radio24 (+12,2%) tra le emittenti a vocazione informativa.

Per assecondare la progressiva crescita del mercato radiofonico anche in termini di investimenti pubblicitari, RadioRai ha sostenuto le modifiche deliberate da Audiradio per l'indagine 2007, ovvero l'ampliamento e il miglioramento delle rilevazioni condotte mediante interviste telefoniche con 'metodo Cat', che consentiranno di incrementare il volume dei dati di mercato e di consolidarne l'affidabilità e il valore; nonché un progetto

sperimentale per il rilevamento elettronico dell'ascolto, finalizzato all'evoluzione sia tecnologica sia metodologica dell'indagine. RadioRai fornisce un decisivo impulso al processo innovativo, seguendone con continuità le fasi operative.

Tecnologie e innovazione
I riflessi che l'evoluzione tecnologica determina nella società e nei consumi mediatici impone a RadioRai di monitorare con cura tutte le opzioni innovative, in particolare gli sviluppi della digitalizzazione.

Viene perciò seguita con interesse ogni attività sperimentale attuata dai settori competenti con standard digitali avanzati, anche considerato il mancato sviluppo del Dab-T, lungamente testato e valutato in vari paesi europei ma diffuso largamente solo in Gran Bretagna.

D'altra parte la struttura assunta nel corso dei decenni dal panorama radiofonico italiano, sviluppatosi intorno a un'unica risorsa trasmissiva, per giunta non regolamentata, la Modulazione di Frequenza, non sembra favorire rapide evoluzioni, né tecnologiche né di mercato.

Pertanto, mentre la prospettiva di una conversione digitale non appare imminente, la comparsa di uno standard digitale in grado di accentuare le opportunità della Radio negli scenari della convergenza potrebbe rivelarsi complementare alla risorsa analogica e migliorare complessivamente la qualità tecnica del broadcasting.

Nella prospettiva di una persistente centralità della risorsa Modulazione di Frequenza, RadioRai ha promosso e sostenuto, insieme con la Direzione Strategie Tecnologiche e con RaiWay, il Piano di miglioramento del segnale in Fm per il biennio 2004-2006, seguendone le tappe esecutive fino al completamento delle direttive previste:

- ammodernamento degli impianti;
- adeguamento della qualità del segnale;
- miglioramento del bacino di copertura in aree specifiche anche mediante l'acquisizione di nuove frequenze in Lombardia attive dall'autunno del 2006.

1. Radio1 e le Istituzioni

Antonio Caprarica intervista Fausto Bertinotti, Presidente della Camera dei Deputati

2. il Giornale Radio**3. la redazione di Radio1**

Ore di trasmissione				
	2006	%	2005	%
Diffusione nazionale (analogiche)				
Radio1	8.609	10,7	8.609	10,7
Radio2	8.760	10,9	8.760	10,9
Radio3	8.760	10,9	8.760	10,9
	26.129	32,5	26.129	32,5
Diffusione locale				
- in italiano	5.383	6,7	5.448	6,8
- in tedesco	4.810	6,0	4.835	6,0
- in ladino	361	0,4	363	0,4
- in sloveno	4.560	5,7	4.556	5,7
- in francese	148	0,2	154	0,2
	15.262	19,0	15.356	19,1
Altri servizi				
Isoradio	8.760	10,9	8.760	10,9
Gr Parlamento	5.110	6,4	5.110	6,4
Filodiffusione IV - V canale	13.140	16,4	13.140	16,3
Onda corta A + B	9.729	12,1	9.729	12,1
Notturno Italiano (Rai International)	2.190	2,7	2.190	2,7
	38.929	48,5	38.929	48,4
Totali	80.320	100,0	80.414	100,0

La mappa di Radio Rai**Radio1**

Informazione: Baobab - L'albero delle notizie, Italia istruzioni per l'uso, Radio anch'io, Zapping, Olimpiadi invernali di Torino 2006, Mondiali di Calcio Germania 2006, Tutto il calcio minuto per minuto serie A e B

Intrattenimento: Con parole mie, Ho perso il trend

Musica: Concerti di Radio1 (dal vivo), Speciale Festival di Sanremo

Società: La Radio ne parla, Pianeta dimenticato

Cultura: Il Bacio del millennio

Servizio: Oggi duemila, Permesso di soggiorno, Pronto salute

Radio2

Intrattenimento: Viva Radio2, Il ruggito del coniglio, Caterpillar, 610 - Sei Uno Zero, Caterpillar, Gli spostati, L'altro lato, Numero Verde, Vasco de Gama, Black out, Catersport

Musica: Il Cammello di Radio2 Hit Parade, Concerti

Società: Ventotto minuti, Condor, Fabio e Fiamma

Cultura: Alle 8 della sera

Radio3

Informazione: Prima pagina, Radio3 Mondo, Radio3 Mondo on line

Cultura: Fahrenheit, Ad alta voce, Hollywood Party, Il Consiglio teatrale, Il Terzo Anello, Piazza Verdi,

Radio3 Scienza, Uomini e profeti, La via di Paolo e Giovanni

Musica: Concerti Euroradio, I Concerti del Quirinale, Radio3 Suite

Intrattenimento: La Barcaccia



Radio1 è il Canale dedicato alle notizie e all'informazione, con notiziari, rubriche e fili diretti su tutte le tematiche dell'attualità.

Contiene inoltre le radiocronache e i commenti degli eventi sportivi, l'informazione regionale e locale, la programmazione per le minoranze linguistiche, le rubriche di servizio per la cittadinanza e le categorie svantaggiate.

Con 6.720.000 ascoltatori nel giorno medio ribadisce il suo primato dopo un triennio di andamento variabile.

Nel 2006 segnala una tendenza al recupero (+5,0% rispetto al 2005) confermata con maggior rilievo dal dato settimanale in aumento sia rispetto al 2005 (+5,7%) sia rispetto al 2004 (+4,1%).



Il Giornale Radio produce quotidianamente oltre 50 edizioni trasmesse su Radio1, Radio2, Radio3 (disponibili anche in streaming live), diversificate secondo il profilo editoriale e la vocazione tematica dei canali.

