



1



2



3

La radio è velocità e approfondimento: arriva prima e va più a fondo.

Radio1 è la rete per chi ama la notizia, gli approfondimenti sull'attualità politica, sociale e religiosa, ma anche lo sport, la buona musica: un'identità precisa e apprezzata dal pubblico.

Consiste in una radio di flusso, uno straordinario meccanismo informativo, molto imitato proprio per queste caratteristiche peculiari, cioè la capacità di raccontare il Paese attraverso una rete che vuole essere un unico grande giornale quotidiano. Questo impone ai giornalisti Rai il dovere dell'investigazione, della scoperta, della tutela, in sintesi, del diritto all'informazione più completa.

Gli ultimi mesi del 2006 hanno già evidenziato il progetto per il 2007: la rimodulazione degli storici programmi di Radio1, rendendo più attuali e rapide le trasmissioni di Servizio Pubblico, richiamando ai microfoni nomi famosi che proprio a RadioRai sono nati, da Maurizio Costanzo a Enrica Bonacorti, da Giulia Fossà a Tiberio Timperi.

La diretta resta la cifra di Radio1: sia quella 'classica' in palinsesto che quella aperta agli eventi imprevisti. Solo alcuni esempi: la realizzazione di *A tu per tu con i leader*, filo diretto collocato nello spazio di *Radio Anch'io*, le varie dirette realizzate sui principali avvenimenti, dalle elezioni americane di medio termine ai recenti fatti di Catania con l'omicidio fuori dallo stadio di Filippo Raciti. L'imminente esordio di *Italian Express* aggiungerà un grande reportage sul Paese in presa diretta, a bordo dei treni, per raccontare l'Italia che non si racconta mai nei talk show.

Tra le sfide c'è la conquista di un target più giovane. La radio, infatti, rappresenta il partner ideale per i nuovi media; il Giornale Radio si moltiplica su Internet: chat, forum, podcasting,

massima apertura al pubblico. Il web non può essere considerato solo come un ripetitore, pur senza limiti territoriali trasmettendo in streaming, ma è di stimolo a disegnare un nuovo percorso, capace di influenzare i palinsesti e le scelte della radiofonia tradizionale.

Sul fronte del Giornale Radio, l'attività punta a offrire la massima apertura sul mondo, perché l'informazione italiana soffre di una cronica insufficienza d'attenzione verso quello che succede intorno a noi, in un pianeta che si complica e si rimpicciolisce ogni giorno di più.

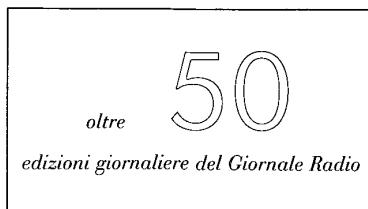
Lo sforzo editoriale, nel 2006 e nel prossimo futuro, mira ad allargare l'orizzonte informativo.

E' opportuno sottolineare che l'informazione politica, nel complesso dei tre Gr, risulta equilibrata e centrata sui temi economici e sociali, non solo sul dibattito a volte autoreferenziale che riguarda partiti.

Per questo motivo la diversificazione editoriale e di contenuto contraddistingue i tre giornali radio, partendo dall'identità diversa dei tre pubblici: una marcata scelta di cronaca sul Gr1, costume e tendenze sul Gr2, un'indicazione più in linea con le tematiche culturali sul Gr3.

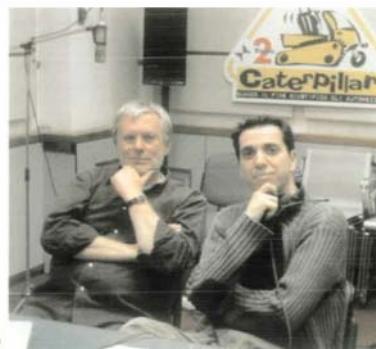
La qualità discontinua della ricezione del segnale, connessa all'ormai storico affollamento dell'etere e alla nuova importanza strategica dell'ascolto in movimento che riguarda oltre il 60 per cento dell'utenza, permane un aspetto critico primario.

L'impegno massiccio dell'Azienda sul fronte delle infrastrutture resta perciò determinante.





1



2



Radio2 è il canale dell'intrattenimento e della musica leggera, impegnato a sviluppare un'offerta competitiva nel contesto della radiofonia commerciale con l'obiettivo di acquisire ascoltatori più giovani. In particolare, l'ormai celebre appuntamento di Viva Radio2, con Fiorello e Marco Baldini, ha superato i successi del 2005 rafforzando l'immagine della Rete e contribuendo alla fidelizzazione di nuovi segmenti di pubblico.

Con 5.486.000 ascoltatori nel giorno medio, vanta i successi più significativi dell'intero panorama radiofonico, con ottimi progressi sul 2005 (+30,2%) e sul 2004 (+21,9%). Torna così a collocarsi in terza posizione nel giorno medio.

Analogni i successi nell'ascolto settimanale: +24,3% sul 2005 e +29,8% sul 2004.

L'offerta di Radio2 è stata orientata anzitutto sul consolidamento di due linee dell'azione editoriale: accentuazione della missione di intrattenimento leggero della Rete, in particolare dei programmi che si coniugano con l'attualità, il coinvolgimento del pubblico e la ricerca di contatto diretto con gli ascoltatori.

Al primo obiettivo va ascritta la definitiva collocazione del *Ruggito del Coniglio* alle 8 del mattino, nella nuova formula che trae spettacolo dalle news quotidiane; l'estensione degli spazi di varietà del pomeriggio, con la striscia quotidiana affidata a Lillo e Greg, *Sei*

Uno Zero, in onda per l'intero arco dell'anno; la revisione degli spazi mattutini del fine settimana, interamente dedicati all'intrattenimento (*Ottovolante*, *Black Out*, *Numero Verde*, *Vasco de Gama*).

Al secondo obiettivo va ricondotto l'incremento dei programmi realizzati in presenza del pubblico, e le numerose iniziative speciali realizzate in esterna, mediante la partecipazione di Radio2 a manifestazioni fieristiche o con l'organizzazione diretta di speciali occasioni di incontro.

Oltre a *Viva Radio2*, in onda dalla Sala B di Via Asiago sempre gremita di ascoltatori, altre tre produzioni sono allestite alla presenza del pubblico: *Parole Parole*, gli incontri con i grandi artisti della musica italiana, presentati da Vincenzo Mollica; *Ottovolante*, la rassegna quindicinale dei comici e cabarettisti; *Conigli & Friends* l'appuntamento mensile con il pubblico del *Ruggito del Coniglio*.

L'evento principale organizzato direttamente dalla rete resta comunque il raduno annuale di *Caterpillar*, che si è tenuto quest'anno a Senigallia nel mese di giugno. Il *Caterraduno* ha coinvolto l'intera città per più di una settimana, con dirette radiofoniche, concerti, eventi di spettacolo che hanno registrato la presenza di decine di migliaia di spettatori.

Particolarmente suggestiva la performance del duo *Petra Magoni e Tommaso Spinetti* che si è tenuta all'alba sulla spiaggia di Senigallia di fronte a duemila persone; non meno spettacolare l'esibizione serale sul palco principale di *Antonio Di Bella*, direttore del *Tg3*, nell'insolita veste di cantante e musicista.

1. *Sei Uno Zero*

Lo spettacolo è tutto. Tutto e tutti possono fare spettacolo. Programma con Lillo e Greg e Alex Braga

2. *Caterpillar*

attualità, politica e satira su Radio2 con Massimo Cirri e Filippo Solibello

5.486 mila
ascoltatori nel giorno medio

La partecipazione di Radio2 a manifestazioni ed eventi fieristici è stata possibile grazie a partnership con istituzioni o investitori commerciali e ha visto la presenza della rete in occasione della Borsa Internazionale del Turismo (Milano in febbraio), di Vinitaly (Verona ad aprile), della Fiera del Libro (Torino a maggio), dei Radioincontri (Riva del Garda a giugno), del Salone del Gusto (Torino in settembre), del Motorshow (Bologna a dicembre).

Gli appuntamenti con lo sport hanno visto in primo piano due eventi di massimo rilievo internazionale, le Olimpiadi Invernali di Torino e i Campionati Mondiali di Calcio. Le due manifestazioni sono state seguite da Radio2 con ampie coperture nel palinsesto quotidiano affidando la conduzione a due team che si distinguono per la capacità di trasformare la cronaca sportiva in intrattenimento brillante: rispettivamente il trio di *Caterport* (Ferrentino, Lauro, Ardemagni) e la *Gialappa's Band*.



1

1. **Sergio Romano ai microfoni di Radio3**

2. **i percorsi di Stefano Bollani**
 tra i personaggi più amati di Radio Rai,
 il Dottor Djembè, divagazioni musicali in
 compagnia di David Riondino



2



Radio3 garantisce il ruolo esclusivo di un canale dedicato alle musiche di qualità, all'attualità della cultura, della scienza, dello scenario internazionale. L'ampia offerta di eventi musicali è arricchita dalla prestigiosa stagione dei Concerti al Palazzo del Quirinale, giunta alla settima edizione.

Con 1.914.000 ascoltatori nel giorno medio registra una buona crescita rispetto al 2005 (+3,0%), mantenendo la decima posizione in graduatoria ma compensando solo in parte il divario rispetto al 2004 (-9,9%). L'incremento del dato settimanale è invece netto e continuo: +3,9% sul 2005, +2,5% sul 2004.

Anche nel 2006 Radio3 ha seguito la programmazione musicale italiana e internazionale offrendo ai suoi ascoltatori, per buona parte in diretta, più di 800 trasmissioni di concerti e opere liriche dai cartelloni delle più prestigiose istituzioni italiane e straniere.

Radio3 ha, inoltre, rafforzato il rapporto con il circuito Euroradio, che permette il collegamento con i più importanti teatri e sale da concerto internazionali, e che a sua volta trasmette in molte decine di paesi del mondo le migliori produzioni musicali italiane riprese dalla Rete.



Tra le principali iniziative si segnala la sesta edizione dei Concerti del Quirinale di Radio3, promossi dal Presidente della Repubblica e prodotti in collaborazione con Rai Quirinale. I concerti, aperti al pubblico, sono trasmessi tutte le domeniche a mezzogiorno in diretta dalla Cappella Paolina del Palazzo del Quirinale. In occasione della Giornata speciale Euroradio per il 250° anniversario della nascita di Mozart il 29 gennaio, i concerti hanno ospitato il Quartetto Bernini e Alessandro Carbonare in un programma interamente mozartiano mandato in onda da numerose emittenti estere del circuito Euroradio.

Altra iniziativa speciale è stata quella relativa ai festeggiamenti dei 30 anni compiuti dallo storico programma di Radio3 *Prima Pagina*, con un lungo speciale che si è svolto il 15 marzo in diretta radiofonica dalla Sala A di Via Asiago e che ha coinvolto il gotha del giornalismo italiano.

Il 23 aprile, Radio3 e Radio3 RNE di Spagna hanno realizzato in diretta da Roma e da Madrid Brava Radio3, uno speciale di 6 ore con conduttori e artisti ospiti italiani e spagnoli.

Dal 1 maggio al 2 giugno è andato in onda il programma *La Via di Paolo e Giovanni*, realizzato in collaborazione con la Marina Militare, in cui sei coppie di conduttori-pellegrini hanno raccontato in diretta tutti i giorni dalle 18.00 alle 18.45 il loro viaggio nella spiritualità d'oriente lungo le tappe che furono dei due apostoli.

Per il teatro, Radio3 ha trasmesso un ciclo di dodici nuove produzioni dedicate al teatro del Novecento italiano. Accanto alle nuove produzioni, sono andate in onda le radiocronache di

importanti spettacoli in diretta dai principali teatri nazionali.

Molte le programmazioni speciali legate al mondo dell'editoria e della scienza, che hanno portato Radio3 a uscire dai propri studi per raccontare in diretta da postazioni esterne i principali eventi culturali del 2006, come:

- la Fiera del Libro di Torino,
- il Festival della Scienza di Genova,
- il Festivalletteratura di Mantova,
- il Festival Filosofia di Roma,
- 'Galassia Gutenberg' di Napoli,
- la Fiera della piccola e media editoria 'Più libri più liberi' di Roma.

Radio3 ha seguito in diretta i più importanti festival cinematografici, come il Torino Film Festival e la Festa del Cinema di Roma, oltre a offrire molte anteprime di film nel seguitissimo appuntamento del *Cinema alla radio*.

Infine, tra i programmi speciali ideati, prodotti e trasmessi, segnaliamo ancora:

- gli appuntamenti con la scienza al Teatro Palladium di Roma;
- il ciclo di e con Ascanio Celestini *Storie da legare* dedicato al mondo dei manicomì;
- 1956: Budapest e Suez di e con Sergio Romano, trasmesso in coincidenza con i 50 anni della rivoluzione d'Ungheria;
- la trasmissione con la tecnica dell'olofonia del radiodramma *Il sopravvissuto* tratto dall'omonimo romanzo di Antonio Scurati;
- Napoli: dentro il vulcano di Roberto Saviano, autore del best seller *Gomorra*;
- Voci da dentro, storie, dramm, speranze nel mondo del carcere di Gabriella Caramore;
- l'innovativo, sofisticato, irriverente varietà radiofonico *Dottor Djembe* con Stefano Bollani e David Riondino.



11

1. Torchetti al microfono di Isoradio

2. Lo studio Del Cciss



2

I canali di Pubblica Utilità garantiscono una gamma di servizi articolata in offerte radiofoniche diversificate: Isoradio, Cciss Viaggiare Informati, Canali Metropolitani, Filodiffusione. La Direzione è rappresentata nel Sistema Nazionale di Protezione Civile, nel Centro Coordinamento sulla Viabilità del Ministero degli Interni, nella Consulta Nazionale sulla Sicurezza di Autostrade per l'Italia.

Tali canali, in dettaglio, sono articolati secondo la loro funzione e specificità.



Isoradio conferma la sua missione di pubblica utilità al servizio di chi viaggia, realizzata da una programmazione di flusso con frequenti e tempestivi aggiornamenti su viabilità, sicurezza, meteo, trasporti ecc. Trasmette contributi informativi e radiocronache sportive in diretta in collegamento con i Canali nazionali. Il profilo musicale arricchisce un palinsesto duttile e aperto. Con 1.115.000 ascoltatori nel giorno medio inverte l'andamento critico del 2005 (+2,7%) e recupera la quindicesima posizione in graduatoria, anche se permane una flessione rispetto al 2004 (-8,0%). Il dato settimanale, positivo su entrambi i confronti, esprime una espansione del bacino degli ascoltatori saltuari.



Il Cciss-Viaggiare Informati: notiziari radiofonici e televisivi diretti anche a sensibilizzare gli utenti sui temi della sicurezza stradale con particolare riguardo alle cosiddette stragi del sabato notte.

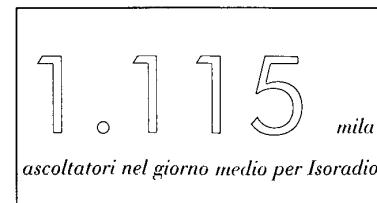
I Canali Metropolitani: specifiche trasmissioni di pubblica utilità nelle città di Napoli, Roma, Torino e Milano in occasione di particolari eventi come le Olimpiadi invernali e l'esercitazione 'Vesuvio' organizzata dalla Protezione Civile nazionale.



La Filodiffusione: con nuovi palinsesti tanto di musica classica (V Canale) quanto di musica leggera (IV Canale) e l'introduzione di nuove rubriche musicali.

Internet: informazioni di servizio mirate ad agevolare chi si mette in viaggio sui siti di Isoradio e del Cciss-Viaggiare informati.

Il futuro dei canali è strettamente legato alle nuove tecnologie che agevolleranno la ricezione di Isoradio e permetteranno al Cciss di rendere ancora più affidabile e tempestivo il suo servizio per chi viaggia.





1



2

1. veduta dell'aula della Camera dei Deputati a Palazzo Montecitorio

2. veduta dell'aula del Parlamento Europeo a Strasburgo



GR Parlamento è il canale di informazione delle due Camere e delle massime istituzioni della Repubblica: la radio che dà voce alle Istituzioni portandole a contatto diretto con i cittadini.

Una missione questa assegnata per legge nel 1998 e che trova la sua configurazione editoriale nel Contratto di Servizio.

La testata cura inoltre spazi riservati all'informazione parlamentare e istituzionale su Radio1.

Proprio nel corso del 2006, dando risalto al suo impegno istituzionale, la redazione è stata trasformata in testata autonoma con una composizione di palinsesto quasi equamente suddivisa in dirette parlamentari e dai grandi eventi politico-istituzionali, e da news e programmi di approfondimento. Il Palinsesto quotidiano sulle frequenze di Gr Parlamento varia dalle 14 alle 16 ore al giorno, a partire dalle ore 7.00.

Il canale offre agli utenti una documentazione di prima mano e un contatto diretto con la vita della Camera e del Senato, delle sedute d'aula e delle principali commissioni, inframmezzando i 'tempi morti' delle dirette con interviste e servizi che spiegano i provvedimenti in discussione e le procedure in atto, oltre a rubriche di approfondimento sui provvedimenti, dibattiti, rassegne stampa.

Permette, inoltre, di seguire le attività istituzionali del Capo dello Stato e dei Presidenti dei due rami del Parlamento, sia in Italia che all'estero.



Dà conto di congressi, di iniziative e convegni di partito e riferisce dei lavori dei Consigli regionali e di quelli comunali delle principali città italiane, nonché dell'Europarlamento.

Le rubriche di approfondimento sono circa 15 a settimana e sono di due tipi: specialistiche e divulgative, che approfondiscono temi politico-parlamentari in senso stretto, oppure più leggere quando toccano argomenti contigui al lavoro parlamentare, come la religione, i temi sociali, lo sport, la salute e i libri.

Nella fascia del mattino l'appuntamento più seguito è quello con la rassegna stampa, un'accurata lettura ragionata dei principali quotidiani in edicola, corredata da interviste a opinionisti e direttori delle principali testate.

Le trasmissioni della testata, infine, sono disponibili in streaming via Internet.

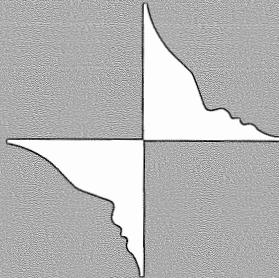
Il sito web è infatti uno strumento di comunicazione fondamentale, proprio nel rispetto e nel rafforzamento degli obiettivi di Servizio Pubblico, garantendo una visibilità anche internazionale, la facile reperibilità delle informazioni e la consultazione di materiali d'archivio.

Gr Parlamento è la prima, e finora l'unica, radio delle Istituzioni nel panorama europeo. Avvicina le Istituzioni ai cittadini e i cittadini alle Istituzioni e a questo obiettivo, che rappresenta il fine ultimo delle moderne democrazie, si ispira tutta la programmazione della Rete.

PAGINA BIANCA



Rai



Area Editoriale Nuovi Media e DTT

Televisione digitale terrestre

RaiSat

Rai Click

RaiNet



Lo sviluppo del digitale nell'industria televisiva ha prodotto e continuerà a produrre, specie nella prospettiva della transizione della televisione generalista alla nuova piattaforma trasmittiva digitale terrestre, una serie di profondi mutamenti, in cui la moltiplicazione dei canali diffondibili e la possibilità di trasmettere flussi di dati e applicazioni sono solo quelli più immediati e visibili.

La catena del valore del sistema televisivo analogico terrestre, muovendosi verso un sistema digitale di tipo evoluto, si arricchisce infatti di nuove importanti attività e si popola di nuovi soggetti, impegnati nella aggregazione dei canali e nella gestione della piattaforma. Tra le principali funzioni, con elevata rilevanza strategica, rientrano le modalità di presentazione e fruizione dell'offerta e la messa a disposizione dello spettatore di informazioni sulla programmazione dei vari canali.

Il digitale favorisce anche una revisione dei modelli di offerta: all'impostazione editoriale del sistema analogico, caratterizzato dal ridotto numero di canali diffondibili e quindi strutturato con un'offerta di canali di impostazione generalista, si sostituirà una logica di specializzazione delle emittenti e quindi una costruzione dell'offerta per fascia di pubblico piuttosto che per genere/tema o mediante una combinazione di entrambe le dimensioni.

Lo stesso modello di business vedrà affiancare alla tradizionale presenza del finanziamento pubblico mediante il canone di abbonamento e ai ricavi derivanti dalla raccolta pubblicitaria un sempre più massiccio ricorso ad una modalità di finanziamento legata prevalentemente alla spesa del pubblico per l'accesso a contenuti e servizi televisivi.

Quest'ultima rappresenta infatti l'area di ricavo con la prevedibile migliore dinamica di avanzamento.

La proliferazione delle modalità diffuse e trasmissive consentite dal digitale con la conseguente moltiplicazione degli operatori determina inoltre importanti ricadute sul mercato dei diritti. La multicanalità genera inevitabilmente un aumento della domanda complessiva e un tendenziale innalzamento del valore dei diritti, non solo di quelli premium ma oramai anche di quelli basic, anche perché il ricorso alla produzione originale risulta maggiormente rischioso; i diritti vengono inoltre segmentati secondo molteplici logiche al fine di consentire il massimo sfruttamento.

All'interno del mercato digitale, che fa crescere pubblici specifici e frammentati, sofisticati ed esigenti, l'azienda televisiva deve maturare una crescente attitudine a 'cercare' e fidelizzare i propri spettatori/clienti con offerte caratterizzate da una spiccata identità editoriale.

La specializzazione porta con sé l'impossibilità di produrre per un canale digitale i numeri di un canale analogico terrestre ma occorre avere la consapevolezza che i criteri che determinano il successo/fallimento di un canale digitale, anche solo per la diversa penetrazione delle piattaforme, sono oggettivamente diversi da quelli validi nell'ambiente analogico.

Nel contesto digitale la Rai intende avere, e questo viene richiesto anche dal nuovo Contratto di Servizio, un ruolo proattivo e da protagonista.

Nella consapevolezza che l'intensificazione della concorrenza porterà inevitabilmente, nel periodo che precederà la completa conversione alla nuova tecnologia trasmittiva, all'erosione degli ascolti dei canali generalisti, la Rai intende circoscrivere tale fenomeno allestendo un portafoglio di canali costituito dall'insieme coordinato, integrato e sinergico delle classiche e rivisitate offerte generaliste e di quelle nuove specializzate, a partire dall'imminente canale per i bambini, con l'obiettivo di rivolgersi a fasce di pubblico diverse che stabiliscano un rapporto duraturo con la Rai.

Il digitale per la Rai è innanzitutto terrestre, perché si tratta della naturale evoluzione della propria piattaforma elettriva, di carattere universale. Certamente, per un fornitore di contenuti quale Rai, il digitale non si può esaurire nella piattaforma terrestre ma abbraccia anche tutte le altre possibili declinazioni tecnologiche.

In questo contesto la Rai deve, pertanto, riprogettare la propria presenza complessiva sull'intero scacchiere del mercato esaltando le proprie specificità e mantenendo un approccio, al contempo, unitario e rispettoso delle peculiarità dei diversi mezzi.