

1. Guida!

la nuova guida interattiva ai programmi
Tv sul Digitale Terrestre

2. Televideo

lo storico teletext della Rai sul DTT

3. L'isola dei famosi

interfaccia interattiva per il televoto e le
informazioni sul programma

4. BorsaLavoro

applicazione per la Regione Lombardia

5. Campagna Fiat

sperimentazione di format pubblicitari

La Rai ha continuato nella sperimentazione dei canali digitali **Rai Utile** e **Rai Doc** secondo le linee editoriali che prevedono:



Programmazione di servizio pubblico destinato alla Pubblica Amministrazione e al t-learning, con 4 ore di diretta la mattina e 4 il pomeriggio dal lunedì al venerdì.

In particolare sono state realizzate le seguenti rubriche finanziate da convenzioni:

- t-government con il Dipartimento della Funzione Pubblica;
- rubrica di 40 puntate con il consorzio To Care TV per la Provincia di Roma;
- rubrica di 47 puntate per il Ministero della Comunicazione;
- rubrica di 15 puntate per il Formmez.



Uno spazio televisivo destinato a ospitare programmazione di qualità, tra cui film, fiction e operette.

Si segnalano:

- 12 documentari sulle attività dell'Arma dei Carabinieri;
- 4 trasmissioni settimanali su danza, arte, libri, archeologia;
- un settimanale sui giovani;
- trasmissioni sul jazz e sulla musica leggera;
- documentari su cinema e teatro e sulla musica classica;
- 2 documentari diffusi in dvd Handycup e Barcolana 2006.



4



5

Nel 2006 Rai ha stipulato alcune convenzioni relative ai bandi CNIPA (Centro Nazionale per l'Informatica nella Pubblica Amministrazione) e ai bandi FUB (Fondazione Ugo Bordoni).

Tra i progetti sperimentali si segnalano:

- Borsalavoro Lombardia - Ente Regione Lombardia;
- Casper - Regione Emilia Romagna;
- T-sei - Comune di Reggio Calabria;
- T-Info - Enti interessati: Comune di Roma, Provincia di Roma, Regione Lazio;
- Postitaliane - Partner: Poste e Telespazio;
- Servizi per te - Partner: AGSM Verona.

Tutti i progetti sono stati completati e gran parte dei partner istituzionali hanno richiesto a Rai di superare la fase sperimentale e di proseguire l'esercizio dei vari servizi anche per il 2007.

E' stata collaudata e resa operativa la piattaforma interattiva Rai per la gestione del canale di ritorno e il collegamento con service provider terzi.

Si è proceduto al completo restyling del Televideo digitale e della Guida TV interattiva, oltre allo sviluppo di strumenti di produzione di servizi e applicazioni interattive all'interno della fabbrica digitale Rai.

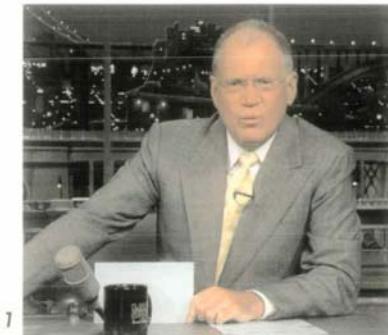
Nell'anno sono state progettate e realizzate oltre 180 applicazioni per un totale di circa 77.000 ore di messa in onda. Queste ultime hanno raggiunto sempre maggiori livelli di interattività, permettendo attraverso il DTT il televoto in diretta durante le trasmissioni più popolari (Ballando sotto le stelle, L'isola dei famosi) e la partecipazione a giochi in sincrono con la trasmissione (Lost). È stata realizzata inoltre un'applicazione ad hoc per i mondiali di calcio.

È proseguita, infine, la sperimentazione di formati per la pubblicità interattiva e, in collaborazione con Sipra, sono state realizzate quindici campagne pubblicitarie.

Si segnalano due prodotti non correlati a specifiche trasmissioni televisive ovvero l'applicazione interattiva Antonello da Messina e il gioco per ragazzi Gioca con Kiko:

- Antonello da Messina è stata realizzata su sollecitazione del partner tecnologico della mostra Accenture che ha chiesto a Rai di declinare anche in DTT le modalità di fruizione multipiattaforma dell'evento. Durante il periodo dell'esposizione Rai ha messo in onda, in orari prestabiliti, un'applicazione interattiva che proponeva una fruizione virtuale della stessa in coerenza con le altre modalità interattive presenti fisicamente in loco.
- Gioca con Kiko è stato invece realizzato in collaborazione con il PAM (Programma Alimentare Mondiale delle Nazioni Unite) con la finalità di sensibilizzare i ragazzi sulle problematiche legate alla fame nel mondo.

1. **David Letterman Show**
su RaiSat Extra
2. **Barbara De Rossi e Lorenza Foschini**
su RaiSat Premium
3. **Jamie Oliver**,
su RaiSat Gambero Rosso Channel
4. **Teopy e Bino**
su RaiSat YoYo
5. **Secret Show**
su RaiSat Smash



RaiSat continua la propria attività volta alla conferma del ruolo di principale editore italiano della televisione satellitare a pagamento, agenda da channel provider della piattaforma Sky.

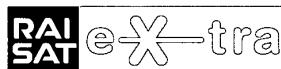
Gli sforzi editoriali tendono alla ricerca del miglior mix possibile tra diversificazione dell'offerta verso un pubblico comunque diverso dalla Tv analogica, da un lato, e la massimizzazione degli ascolti dall'altro.

Con i suoi sei canali (RaiSat Extra, RaiSat Premium, RaiSat Cinema, RaiSat Gambero Rosso Channel, RaiSat YoYo, RaiSat Smash) la Società offre una programmazione che fa convivere prodotti d'intrattenimento e spazi di approfondimento critico: grandi successi Rai, trasmissioni di culto dei più importanti network stranieri, film d'autore, serie internazionali di successo, fiction popolari, documentari, magazine d'informazione, cartoni animati e itinerari del gusto.

Nei palinsesti molti i programmi d'acquisto di prestigio: *Mujeres*, la serie-tv prodotta da Pedro Almodóvar (Premium), il *David Letterman Show* (Extra), le serie per bambini *Teletubbies*, *Pingu* (YoYo) e quelle per ragazzi *Tweeny Witches*, *le Winx* e *The Secret Show* (Smash).

Tra le produzioni, importanti appuntamenti, come le cronache in diretta dalla Mostra del Cinema di Venezia e dalla Festa del Cinema di Roma, i programmi di infotainment e le finestre quotidiane con i reality Rai su

RaiSat Extra, gli esclusivi corsi di cucina di Gambero Rosso Channel e le produzioni dei nuovi canali, su misura per i più piccoli.



Il canale è nato per dare al telespettatore italiano un'opportunità in più, extra appunto, come già accade nelle offerte televisive di altri paesi.

Si chiama Extra perché:

- seleziona il meglio della programmazione delle reti Rai e la ripone immediatamente, il giorno stesso (con il criterio della 'prima serata in seconda serata') oppure nei giorni subito successivi alla messa in onda originale;
- trasmette in esclusiva programmi culto dei maggiori network stranieri, programmi collaudati ma anche programmi nuovi;
- propone programmi propri che sperimentano nuovi percorsi ideativi, diversificati rispetto all'offerta tradizionale della Tv generalista in chiaro.

Vale inoltre la pena di citare, a solo titolo di esempio, la diretta di due ore del programma radiofonico *Viva Radio2* in onda a giugno su RaiSat Extra, i cui ascolti hanno raggiunto livelli particolarmente significativi.



Dalle fiction ai telefilm, dai varietà agli spettacoli comici e satirici, dai magazine di divulgazione ai programmi d'attualità, RaiSat Premium offre, ogni giorno, una selezione dei programmi Rai più seguiti dal pubblico e alcune delle più importanti produzioni nell'ambito della fiction internazionale.

Grazie a questa formula, RaiSat Premium ha riscosso sempre maggior successo divenendo uno dei canali di intrattenimento più apprezzati della piattaforma Sky.

Grande spazio è dedicato alle migliori serie televisive italiane e straniere che vengono proposte in appuntamenti quotidiani nel corso del day-time (dal lunedì al sabato): giallo-polizieschi, action movie, drama, sit-com, soap opera e sceneggiati. Il canale rappresenta un'importante vetrina per le fiction Rai degli ultimi anni e per produzioni europee e internazionali di successo.

Nel palinsesto di RaiSat Premium trovano posto anche programmi che hanno fatto la storia della televisione italiana come *L'altra domenica*, riportati in tv con la collaborazione delle Teche Rai, e telefilm di culto come *Dallas*.



Dal 1 novembre 2006, RaiSat Cinema World ha cambiato nome, diventando RaiSat Cinema.

Il canale rinnova così, senza dimenticare il tradizionale interesse per il cinema d'autore e per le



3



4



5

cinematografie del mondo, la sua programmazione nel segno di una maggiore attenzione all'intrattenimento in tutte le sue sfaccettature e al cinema italiano di ieri e di oggi.

In programma i migliori titoli del nostro panorama cinematografico, grandi successi, opere prime di giovani emergenti, festival, anteprime, critiche dei film in sala, interviste e curiosità: il nuovo palinsesto si presenta articolato, completo e ancora più ricco.

Da Venezia a Cannes, da Taormina a Torino, da Berlino a Locarno, RaiSat Cinema continua a seguire i grandi festival, le rassegne, i premi più prestigiosi legati al grande schermo.



Dedicato ai gourmet, agli addetti ai lavori, ai curiosi del buon gusto, a chi adora esplorare i sapori, a chi ama mangiare, bere e girare il mondo, RaiSat Gambero Rosso Channel è il primo e più riuscito canale che racconta e documenta tutto quanto accade nell'universo dell'enogastronomia, della cucina e della tavola.

La programmazione si avvale dell'esperienza editoriale del Gambero Rosso e della riconosciuta qualità dei prodotti televisivi di RaiSat.

In palinsesto, rubriche di cucina che in modo chiaro e divulgativo, introducono alla buona tavola con semplicità ed efficacia proponendo ricette gustose ma anche di facile realizzazione. Altri programmi affrontano l'enologia, in modo competente ma anche attraente, oltre a magazine d'informazione e approfondimento, con

notizie, curiosità e servizi sugli eventi dell'enogastronomia mondiale, il primo settimanale televisivo in Europa che documenta l'attualità e le novità dell'universo dei sapori e del gusto. Il panorama, infine, si allarga all'Europa e al mondo con i grandi successi internazionali della buona tavola in tv, e a decine di programmi realizzati dalle migliori televisioni del mondo.

Numerose le serie animate prescolari in palinsesto a partire da novembre; in programma anche *La scatola delle emozioni*, realizzato in collaborazione con la Federazione Italiana Scuole Materne. Il canale coproduce, insieme a RaiDue, la nuova edizione quotidiana dell'*Albero azzurro*, e offrirà ai suoi piccoli telespettatori anche *La Melevisione*, ormai celebre e premiato programma di RaiTre.



Accompagnare ogni giorno i più piccoli alla scoperta di se stessi e del mondo circostante: questo lo spirito che anima la programmazione di RaiSat YoYo rivolto ai bambini da 0 a 6 anni.

Fondato sul principio di 'imparare attraverso il gioco', il nuovo canale satellitare tematico di RaiSat rivolto al target prescolare trasmette per tutto il giorno cartoni animati, fiction, favole e produzioni originali che propongono in chiave divertente e ludica contenuti adatti a bambini in età evolutiva, con il ricorso ai linguaggi più moderni e una grafica 3D accattivante e particolarmente innovativa.

A tale scopo, il palinsesto del canale spazia dalle migliori serie animate europee alle produzioni italiane più famose per offrire quanto di meglio è prodotto nell'ambito dell'edutainment. Il canale propone un palinsesto che va dal buongiorno fino alla fiaba della buonanotte, passando attraverso la mattina, la merenda e tanti altri appuntamenti che idealmente scandiscono la giornata e il trascorrere delle stagioni nel quotidiano dei piccoli telespettatori.



Animazione 3D, videogiochi, anime (animazione made in Japan), un sito Internet interattivo e multimediale. Si presenta così da novembre RaiSat Smash.

Un canale tutto nuovo per essere sempre più vicino ai gusti e alle aspirazioni della 'tween generation' (da 'between generation', generazione di passaggio tra bambini e ragazzi). Il palinsesto del canale si rivolge a un pubblico fra i 6 e i 10 anni e propone ogni giorno, dalle 6.00 alle 23.00, serie tv, cartoni animati, film, telefilm e produzioni originali divisi per fasce di programmazione giornaliera. Un'offerta molto varia che, con una particolare attenzione alle nuove tecnologie e ai linguaggi multimediali, spazia da cartoon di genere fantasy a serie animate legate al mondo dei videogiochi, da telefilm a serie tv, con un'ampia selezione dei migliori film italiani e stranieri per ragazzi.

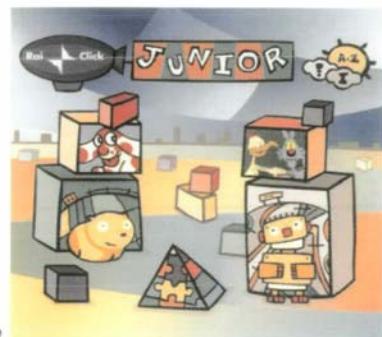
Ad accompagnare RaiSat Smash tre testimonial d'eccezione come *Winx Club*, *Geronimo Stilton* e *Super Mario*. RaiSat collabora con associazioni culturali, federazioni sportive e istituzioni pubbliche attente alla realtà giovanile.



1

1. *Rai Click spettacolo*
home page del sito dedicato

2. *Junior*
home page del sito dedicato



2



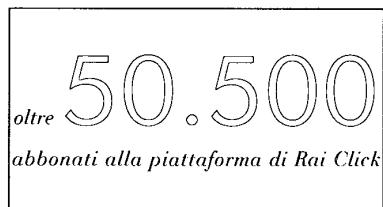
Rai Click, il primo canale televisivo italiano in grado di offrire un vastissimo archivio di contenuti Rai on demand, fonda la sua specificità sulle potenzialità offerte dalla piattaforma distributiva basata sull'IP per inventare un modo tutto nuovo di 'fare' televisione.

La tecnologia dell'IPTV comporta una svolta epocale che modifica il modello di fruizione televisiva non più incentrata sulla rigidità dell'offerta del palinsesto, ma sulla domanda dell'utente. Con Rai Click lo spettatore televisivo diventa utente attivo in grado di costruire un proprio percorso personale.

L'offerta di Rai Click si rivolge a una platea di 'prosumers', ovvero di utenti (consumer) talmente consapevoli e interattivi nella produzione del proprio percorso televisivo da diventare essi stessi autori (producer) di un proprio personale palinsesto.

L'offerta stessa di contenuti, da parte dell'editore, è fortemente plasmata sulla base dei bisogni informativi e di intrattenimento dell'utente.

La progettazione dell'offerta editoriale di Rai Click si configura ogni anno come un laboratorio continuativo di



esperienze, in cui le regole per l'organizzazione dell'offerta sono in continua evoluzione e partono dalla conoscenza accumulata sulla domanda per riprogettare la rappresentazione dei contenuti (albero di navigazione), i criteri di aggregazione degli stessi (percorsi tematici), la schedulazione spaziale (home page vs pagine interne) e temporale (modalità di aggiornamento dei canali) dei contenuti.

L'anno 2006 è stato particolarmente impegnativo in termini di riorganizzazione dell'offerta. Negli anni precedenti tutti gli sviluppi di prodotto erano tesi ad ampliare il più possibile l'offerta contenutistica cercando di coprire, attraverso la riproposizione della library Rai, tutti i principali ambiti tematici: dalla fiction all'informazione, dai contenuti per bambini all'intrattenimento.

Nel 2006 si è resa necessaria la riorganizzazione di questa ampissima library, molto apprezzata dagli utenti di Rai Click ma sempre più difficile da esplorare in tutta la sua ampiezza per limiti di accesso e di interfaccia.

Nel 2006, infatti, Rai Click diventa un vero e proprio bouquet di canali tematici, tutti direttamente raggiungibili attraverso Fastweb, azionista di minoranza della Società.

Oggi: i consigli on demand. Il canale che offre ogni giorno il meglio della programmazione di Rai Click.

Fiction: un'ampia offerta di serie televisive, soap opera e sceneggiati del presente e del passato, con tutte le fiction più amate della stagione.

Cinema: un vasto archivio di film d'autore gratuiti e una ricca

programmazione di film di Rai Cinema non ancora trasmessi dalle reti Rai, acquistabili singolarmente.

Junior: un mondo fantastico, con cartoni animati, programmi in lingua inglese, telefilm per ragazzi e divertenti giochi per tutte le età.

News e sport: la grande informazione delle reti Rai, i programmi di attualità e approfondimento, il calcio e le maggiori competizioni sportive della stagione.

Focus: il canale della cultura, con programmi di storia, arte e scienze. Inoltre documentari e reportage sui viaggi.

Spettacolo: i varietà storici della Rai, i reality della stagione, i talk show e gli spettacoli comici più divertenti. Inoltre una ricca offerta di musica e teatro.

Nel 2006 Rai Click, in un'ottica di valorizzazione del know how tecnologico, editoriale e organizzativo, inizia a sviluppare la sua offerta anche su altre piattaforme (IPTV e mobile).

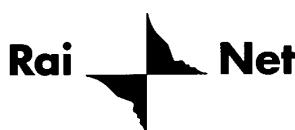
Nascono, quindi, quattro canali tematici lineari (Junion, Magazine, Fiction, Viva la Rai) e un canale VOD su Alice Home TV di Telecom Italia, organizzando un'offerta a brand Rai che parte dalla vastissima library VOD di Rai Click e si ricompona attraverso percorsi tematici originali.

Nello stesso anno comincia lo sviluppo di un portale WAP per TIM, che ha visto la luce nei primi mesi del 2007 in occasione del Festival di Sanremo.



1. **Home page di www.rai.it**
il portale del mondo Rai prodotto da RaiNet

2. **il sito della Melevisione**
prodotto da RaiNet



La missione di **RaiNet** è quella di rendere accessibili a tutti gli italiani le nuove tecnologie Internet moltiplicando le occasioni di consumo dei contenuti Rai.

L'attenzione massima al navigatore costituisce il perno delle linee editoriali che ispirano la scelta dei contenuti e la loro collocazione all'interno del portale, mettendo a disposizione degli utenti web contenuti organizzati e proposti secondo la nuova sintassi di Internet consentendo a Rai di adempiere sempre meglio alla propria funzione di Servizio Pubblico.

Attraverso la 'digital extension' dei programmi radiotelevisivi, curandone la visibilità, la riaggregazione, la diffusione attraverso le più diverse piattaforme, RaiNet moltiplica le modalità d'offerta dei contenuti Rai, anche tramite la creazione di format innovativi di intrattenimento e di comunicazione, capaci di impattare positivamente sia sull'audience televisiva che sulle comunità web.

In particolare, RaiNet ha la responsabilità editoriale e produttiva del Video On Demand di Rai Click.



Agli utenti che approdano su **www.rai.it**, RaiNet offre tutti i plus di un moderno portale, quali serietà dei contenuti, varietà dell'offerta, rapido accesso alle pagine preferite e ampliamento dell'offerta multimediale.

In linea con la missione affidata a RaiNet, sono stati raggiunti i seguenti obiettivi:

- promozione delle produzioni televisive e radiofoniche;
- incremento qualitativo e quantitativo dell'offerta web dei siti della Rai, della facilità e immediatezza della loro reperibilità nel mondo web Rai nel suo complesso;
- maggiore visibilità per i contenuti più ricercati dagli utenti: l'offerta multimediale (video, audio, podcast), l'informazione, la programmazione delle reti televisive e radiofoniche, l'offerta per i ragazzi;
- maggiore movimentazione dei contenuti a seconda delle fasce orarie o del giorno della settimana.

Particolare rilevanza in ambito editoriale è stata posta al progetto **Rai.it Media** con il quale la struttura ha inteso rispondere alla crescente richiesta degli utenti di contenuti multimediali. E' stato quindi creato, all'interno di Rai.it, uno spazio web dedicato alla fruizione di contenuti multimediali ma in continuità con l'offerta web dei singoli contesti di provenienza dei contenuti in modalità VOD e/o Live.

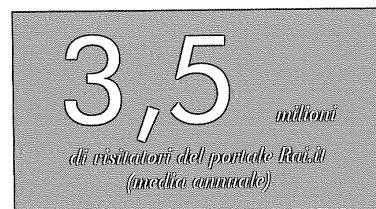
Forum, chat con personaggi famosi, strumenti di condivisione ma anche giochi (oltre 140 videogame), sondaggi e altro hanno visto un significativo gradimento da parte degli utenti, rilevato dalla moltiplicazione del traffico e degli iscritti, di **Community**, area interattiva del mondo web Rai.

Intenso, nel corso dell'esercizio, l'attività svolta da RaiNet per gli operatori telefonici mobili.

A RaiNet infatti è stato affidato il compito di erogare contenuti Rai sia per le piattaforme UMTS che per le piattaforme DVB-H.

All'interno del Gruppo Rai, Rainet ha acquisito sempre di più, nel corso del tempo, quel ruolo di frontiera avanzata dell'innovazione e di punto di riferimento per ogni iniziativa Internet istituzionale e di prodotto.

Notevole è stato lo sforzo di RaiNet nel creare con le redazioni dei programmi una stretta sinergia in grado di realizzare quel circolo virtuoso tra Tv e Internet grazie al quale lo spettatore diventa navigatore alla ricerca di nuove modalità di fruizione dei contenuti Rai.



PAGINA BIANCA