

Performance del prodotto Tv

Nel **giorno medio**, in un 2008 caratterizzato dalla forte crescita dell'offerta digitale satellitare e terrestre, il Gruppo Rai consolida la propria quota di mercato mostrando un aumento dello 0,10% di share nel giorno medio, a fronte di un calo di -1,07 punti % registrato da Mediaset.

Questo risultato deriva sia dalle buone performance di RaiDue (+0,20% di share), in parte attribuibile alla programmazione delle Olimpiadi estive di Pechino, sia dal raddoppio dell'ascolto registrato dai canali che compongono l'offerta digitale Rai ('Rai Digitale'), che passano complessivamente dallo 0,40% di share del 2007 allo 0,82% del 2008. Questi risultati hanno controbilanciato la flessione di 0,51% di RaiUno, cui si accompagna la stabilità della quota di mercato di RaiTre (-0,01%).

Sulla performance positiva di Rai Digitale incide soprattutto il lancio del nuovo canale digitale terrestre Rai 4, ma non vanno trascurati i buoni risultati di ascolto del rinnovato Rai Sport Più realizzati in occasione della trasmissione degli eventi olimpici dell'estate 2008. La Rai diviene così il terzo editore digitale del mercato italiano, collocandosi dopo Sky e Fox e prima di importanti competitor internazionali quali Disney, Turner, Discovery Channel e Viacom.

Più in generale, va rilevato che nello scenario competitivo sempre più affollato ed aggressivo, cresce l'ascolto dei canali digitali: escludendo i canali Rai, l'agglomerato delle 'Tv satellitari' incrementa di +0,58 punti percentuali di share la performance del 2007, mentre le 'Altre Tv terrestri' (Tv locali e DTT) crescono dello 0,28%.

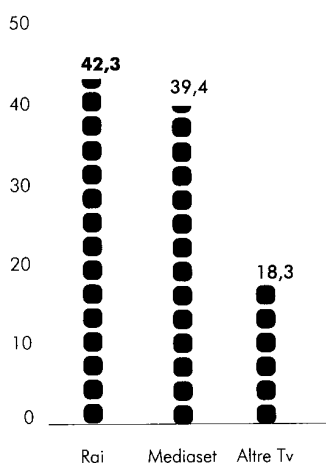
In **Prime Time** il gruppo Rai mantiene inalterato il risultato dello scorso anno (+0,01%).

Alla base di questo risultato vi sono gli stessi fattori già evidenziati per il giorno medio: la flessione di RaiUno (-0,61%) e,

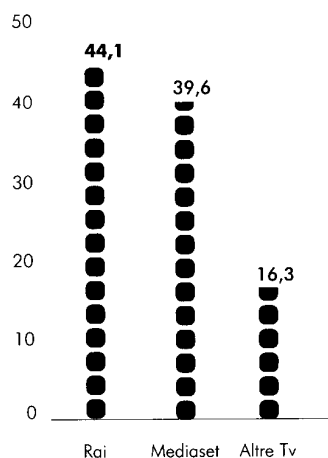
in misura minore, di RaiTre (-0,09%), viene bilanciata dalle buone performance di RaiDue (+0,42%) e di Rai Digitale (+0,29%). Si contrae la quota di mercato del gruppo Mediaset

(-1,09%), a beneficio delle 'Tv satellitari' (+0,47% di share), delle 'Altre Tv terrestri' (+0,30%) e di La 7 (+0,32%).

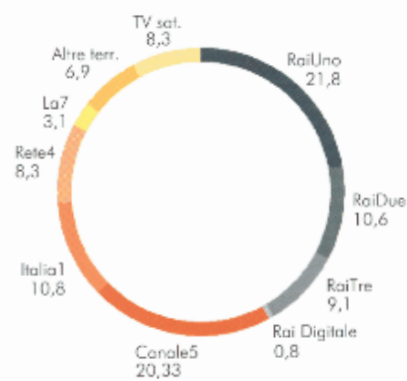
Share giorno medio
(fonte Auditel)



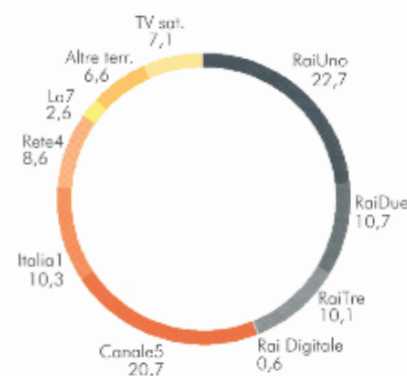
Share prime time
(fonte Auditel)



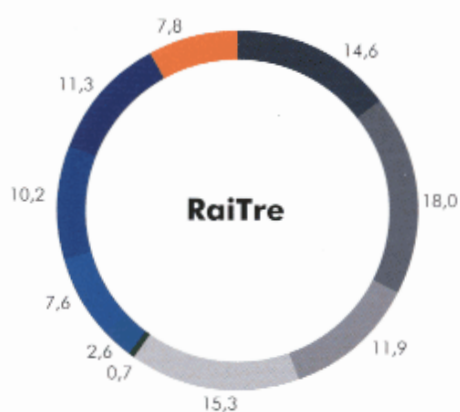
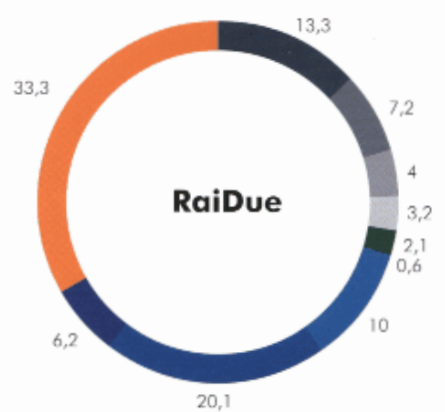
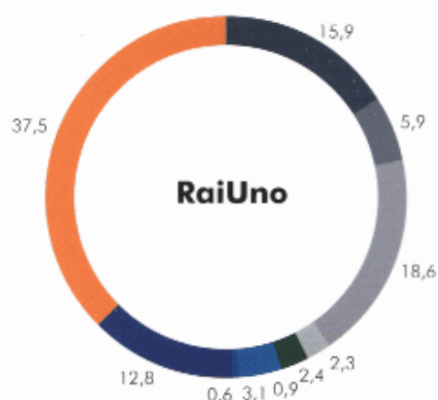
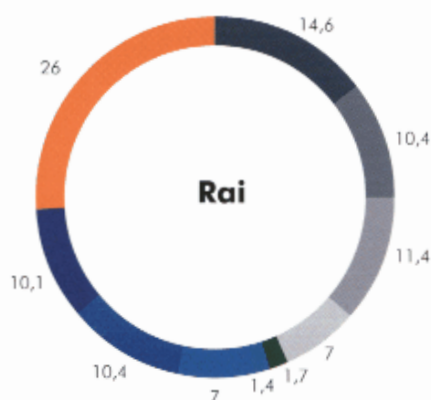
Share giorno medio per canale
(fonte Auditel)



Share prime time per canale
(fonte Auditel)

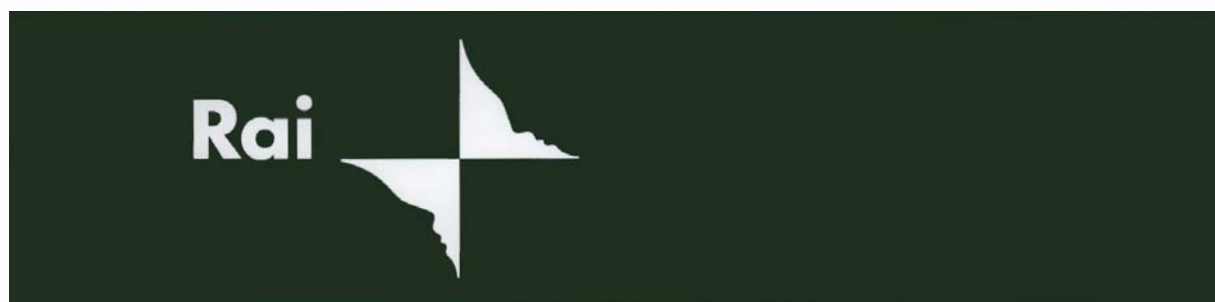


Programmazione televisiva (analogica) per generi (fascia 06.00-24.00)
Quota minori pari all'11,6% (fascia 07.00-22.30)



- Informazione
- Approfondimento
- Pubblica utilità
- Educativi e culturali
- Turismo e territorio
- Spettacoli
- Sport
- Minori
- Promozione audiovisivo
- Altri generi

	Generi di Servizio Pubblico	Altri Generi
Reti Rai	74,0	26,0
RaiUno	62,5	37,5
RaiDue	66,7	33,3
RaiTre	92,2	7,8



Area Editoriale Tv

Reti

RaiUno
RaiDue
RaiTre
Raitalia
Rai Notte

Generi

Rai Cinema
Rai Fiction
Rai Educational

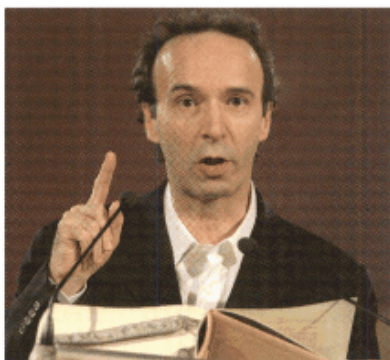
Testate

Tg1
Tg2
Tg3
TgR
Rai Parlamento
Televideo
RaiNews 24
Rai Sport
Diritti sportivi

Supporto Tv

Rai Teche
Produzione tv

PAGINA BIANCA

**1. Roberto Benigni**legge la *Divina Comedia* in *Tuttodante***2. Carlo Conti**ne *I migliori anni***3. Antonella Clerici**e i protagonisti di *Ti lascio una canzone***4. Luca Zingaretti**nella fiction *Il Commissario Montalbano***5. Bruno Vespa**festeggia il successo di *Porta a Porta*

Il 2008 è stato per **RaiUno** soprattutto un anno di intenso lavoro e di grandi investimenti, con l'obiettivo di rinforzare e rinnovare il proprio magazzino titoli in due generi fondamentali come la fiction e l'intrattenimento, che ormai rappresentano il cuore dell'offerta editoriale di rete.

Considerata infatti la difficoltà per RaiUno di offrire al pubblico generi classici come la fiction d'acquisto e il cinema, sono proprio la fiction di produzione e l'intrattenimento i terreni dove è possibile cercare di coniugare tradizione e innovazione, da un lato conservando quelle caratteristiche che sono proprie del profilo editoriale di RaiUno - come il senso di calore e di affettività - e dall'altro cercando nuovi spunti e nuove idee per rappresentare ai telespettatori il mondo che cambia intorno a loro.

Questa operazione, svolta nell'arco dei dodici mesi di programmazione, ha visto il nascere di nuovi prodotti di intrattenimento sia nel daytime che nel prime time, ed è stata accompagnata anche dalla sperimentazione di nuove conduzioni; sul fronte della fiction si è declinata invece in una ricerca di nuovi linguaggi narrativi, capaci di incontrare il gradimento del pubblico anche nella non facile prova della lunga serialità. I risultati, già nel 2008, sono stati assolutamente positivi ma soprattutto sono destinati a durare nel tempo, rappresentando così reali punti di forza per il futuro dell'Azienda.

Accanto a questa fondamentale linea di sviluppo editoriale, RaiUno non ha

mancato l'appuntamento con grandi eventi tradizionali, come *Miss Italia* e *Sanremo*; ma ha anche ospitato l'apertura e la chiusura di un evento unico come *La Bibbia giorno e notte*. Infine, nel corso del 2008, la rete ha dato spazio al Campionato europeo di calcio.

Intrattenimento

Rinnovare i titoli disponibili per il fondamentale genere dell'intrattenimento è oggi una ineludibile necessità: e RaiUno vi si è dedicata con impegno ottenendo risultati validissimi, senza mai perdere di vista il proprio pubblico di riferimento e la necessità di mantenere comunque, anche nell'innovazione, la propria leadership.

In particolare, sono entrati in produzione tre nuovi format che hanno immediatamente dimostrato di saper sposare la linea editoriale della rete, e la sua tradizionale attenzione al target familiare, con ascolti superiori alla media di tutto il sistema: *I migliori anni*, *Ti lascio una canzone* e *Tutti pazzi per la tele*.

21,8%

share nel giorno intero (07.00-02.00)
(fonte: Auditel)

22,7%

share in prima serata (20.30-22.30)
(fonte: Auditel)

Per rinnovare e potenziare il magazzino titoli è importante sperimentare anche nel campo dei nuovi volti e dei nuovi possibili stili di approccio al pubblico: e infatti, oltre ai programmi citati, sono stati sperimentati nel periodo estivo alcuni numeri zero, in parte anch'essi già entrati in produzione, con altrettante nuove conduzioni.

Non sono mancati infine alcuni appuntamenti classici, capaci di garantire comunque risultati, come *Carramba* e *I raccomandati*.

Fiction

Resta ancora e sempre la capacità di generare emozioni il motore delle fiction di successo di RaiUno: in grado di raccontare la quotidianità dei grandi, così come la grandezza delle persone comuni.

Per le miniserie ha avuto un ruolo molto significativo il filone biografico, che ha spaziato dai grandi personaggi della nostra storia come *Paolo VI* a giganti dell'arte come *Caravaggio*, da menti ardite come *Einstein* a figure che hanno fatto il costume e la moda nel mondo come *Coco Chanel*; ma anche le storie quotidiane capaci di trasformarsi in favole hanno avuto risultati assolutamente di rilievo, come è stato con *Per una notte d'amore*.

Non è mancata poi l'attenzione a far rivivere sul piccolo schermo testi letterari: dalla nuova versione di *Rebecca la prima moglie*, tratto dal fortunato romanzo di Daphne du Maurier portato al cinema da Hitchcock, a *I Vicerè* ispirato all'opera di Federico de Roberto, che è insieme saga familiare e spaccato della storia italiana tra Risorgimento e unificazione.



3



4



5

Coronati da grandissimi ascolti sono arrivati anche i molto attesi quattro nuovi episodi de *Il commissario Montalbano*, che hanno confermato il potente appeal di questa serie diventata uno dei prodotti di punta di tutta la fiction europea.

Anche la lunga serialità ha visto affacciarsi nuovi prodotti, come *Ho sposato uno sbirro* e poi *Tutti pazzi per amore*; quest'ultima serie ha saputo coniugare in modo efficace temi cari al pubblico di RaiUno – come gli affetti e la famiglia che cambia – a un linguaggio moderno e vivace, in grado di toccare un pubblico più largo del consueto, confermando così la capacità della rete di innovare e sperimentare anche sul fronte narrativo.

La stagione estiva, oltre a rappresentare un momento ideale per testare nuovi prodotti, ha visto confermato l'appuntamento con la tradizione di *Superquark* e con la grande sapienza divulgativa di Piero Angela.

Confermato anche il punto fermo della programmazione di RaiUno per quanto riguarda gli approfondimenti informativi di seconda serata con *Porta a porta* di Bruno Vespa; non sono mancate incursioni in territori non facili per una rete generalista, come l'educazione all'ascolto della grande musica classica grazie a un evento come *Pierino e il lupo* di Prokofiev, affidato alla voce narrante di Roberto Benigni e alla direzione del maestro Abbado. Benigni ha inoltre proseguito nel 2008 le sue seconde serate di *Tuttodante*; e anche la musica colta ha avuto un altro importante spazio, grazie ai dieci appuntamenti di terza serata con *Uto Ughi racconta la musica*.

Day Time

Anche nella linea di programmazione day time lunedì- venerdì la rete ha voluto dare segnali di continuità, confermando tutti gli appuntamenti classici di *Unomattina*, *Occhio alla spesa*, *La prova del cuoco*, *Festa italiana*, *La vita in diretta*, e insieme ha mostrato desiderio di sperimentare, testando nella fascia del mattino il nuovo format di *Verdetto finale* che ha dato ottimi risultati e che sarà certamente riutilizzabile in futuro.

Ma anche in prodotti che tradizionalmente scandiscono la giornata del pubblico di RaiUno ci sono state innovazioni importanti: è il caso di *Festa italiana* che, non più frammentato, ha acquisito compattezza e definito un proprio profilo, conquistando così ascolti superiori al passato. Rispettivamente nel preserale e nella fascia dell'accesso alla prima serata ritroviamo poi *L'eredità* e *Affari tuoi*, ognuno con novità che garantiscono la vitalità del prodotto pur in una linea di continuità. Nella fascia dell'accesso si è anche dato spazio a una incursione tv di Fiorello, con *Viva Radio 2...minuti*: una 'microtrasmissione' che per quanto durata due sole settimane di programmazione ha avuto un grandissimo impatto mediatico.

Confermata, infine, tutta la linea di programmazione del fine settimana: da *Sabato & domenica*, alle rubriche del sabato, a *Domenica in* affidata a Pippo Baudo, Massimo Giletti e Lorena Bianchetti. Ma anche nel weekend c'è stato spazio per sperimentare, nella mattina del sabato, il format *Pongo & Peggy gli animali del cuore*: una conferma della forte vocazione al rinnovamento da parte della rete.

In uno scenario televisivo in trasformazione, RaiUno affronta una sfida difficile: consolidare la propria autorevolezza come editore di riferimento del Servizio Pubblico e intanto sperimentare nuovi prodotti e linguaggi per intercettare le esigenze e le aspettative di un pubblico anch'esso in evoluzione.

La mappa di RaiUno

Emozioni: *Carramba che fortuna*, *Per una notte d'amore*, *Rebecca la prima moglie*, *Coco Chanel*, *Artemisia Sanchez*, *Tutti pazzi per amore*

Impegno: *Paolo VI*, *I Vicerè*, *Il bambino della domenica*, *In nome del figlio*, *Don Zeno*, *Il coraggio di Angela*, *Don Matteo 6*, *Telethon*, *La partita del cuore*

Divertimento: *Affari tuoi*, *Raccomandati*, *Tutti pazzi per la tele*, *Ho sposato uno sbirro*, *Provaci ancora prof 2*

Eventi: *Il commissario Montalbano*, *Viva Radio 2... minuti*, *Pierino e il lupo*, *Miss Italia*, *Sanremo*, *Campionato europeo di calcio*

Cultura e scienza: *Superquark* e *Superquark speciali*, *Passaggio a nordovest*, *Tuttodante*, *La Bibbia giorno e notte*, *Overland*, *L'appuntamento*, *Applausi*, *Uto Ughi racconta la musica*, *Heritage*

Musica: *I migliori anni*, *Ti lascio una canzone*, *Volami nel cuore*, *Ornella ancor più di me*, *Chi fermerà la musica*

Informazione: *Porta a porta*

1. Michele Santoro
su Annozero

2. Simona Ventura
conduce il reality *L'isola dei famosi*

3. Roberto Giacobbo
nello studio di *Voyager*

4. X-Factor
e i suoi giudici



RaiDue conferma nel 2008 la sua fisionomia di rete moderna pensata per un pubblico esigente e attivo, curioso e informato. Una rete generalista che assicura al suo pubblico pluralità di voci e di generi e dove il gusto non è mai indeciso, incerto. E' l'unica rete generalista che, in un panorama di crescente frammentazione degli ascolti, aumenta il suo share sia in prime time che in day time permettendo al Gruppo Rai di vincere la sfida con i competitors. Ma il successo non è solo quantitativo. RaiDue abbassa di un anno l'età del suo pubblico e torna a essere terza rete generalista non solo negli ascolti ma nella percezione del pubblico che sempre più ne riconosce fisionomia e linguaggi.

In un'offerta che va sempre più differenziandosi, una rete generalista deve avere un gusto preciso, uno stile riconoscibile che attraversa tutti i momenti della sua offerta.

Così si conferma RaiDue: una rete che non indugia, che sceglie con decisione e sperimenta con convinzione.

Molte le novità del 2008: un palinsesto pomeridiano completamente ridisegnato nella seconda metà dell'anno, lancio di nuovi format che hanno conquistato il pubblico, nuovi episodi delle serie di acquisto che concorrono al brand RaiDue, ma anche la proposta di nuove trasmissioni in prima e seconda serata.

Peculiarità del 2008 sono state naturalmente le Olimpiadi di Pechino, interamente ospitate da RaiDue che si è

fatta Rete Olimpica per tutta la durata dell'evento, e gli incontri di Champions League proposti nell'autunno. Il 2008 è stato, inoltre, l'anno del ritorno su RaiDue di 90° minuto.

Nel 2008 la musica, a lungo mancata in una rete che si propone anche a un pubblico giovane, è tornata a 'battere sul Due': *Scalo76* ha ospitato cantanti e gruppi e *X-Factor* ha riportato il talento in televisione lanciando la protagonista musicale dell'estate 2008.

Ma parlando di musica e di giovani, sia *X-Factor* che *Scalo76* hanno proposto sul web una vera e propria user experience interattiva che non è stata limitata alla fruizione di contenuti video in streaming e VOD ma che ha permesso grande partecipazione dell'utente attraverso il liveblog, nel caso di *Scalo76*, e il videoblog e il web casting nel caso di *X-Factor*.

Per la prima volta, inoltre, un programma televisivo Rai come *Scalo76* è entrato nel mondo dei social network MySpace e Facebook.

Ma RaiDue non dimentica mai di essere Servizio Pubblico e lo declina con modernità per un pubblico consapevole.

Lontana da intenti pedagogici, RaiDue si apre al confronto delle tante voci che compongono il Paese attraverso i suoi approfondimenti e la sua attenzione al territorio e ai suoi protagonisti.

Anche la forte esperienza produttiva di RaiDue nel nord del Paese rientra in questa strategia di ascolto delle diverse sensibilità e istanze presenti in Italia, strategia che ha certamente dato i suoi frutti: l'ascolto medio di RaiDue cresce di circa 0,5% al nord, da sempre

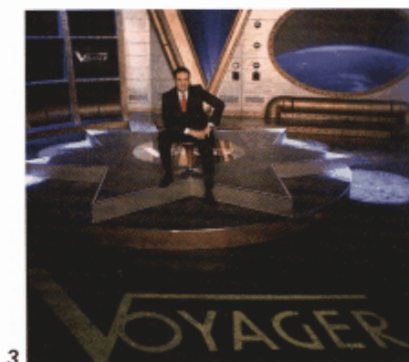
territorio 'difficile' per il Gruppo Rai, e conquista un pubblico con maggiore scolarizzazione (crescono di quasi l'1% gli spettatori laureati).

Nella percezione del suo pubblico, RaiDue è certamente 'azione' grazie alle fortunate serie *NCIS*, *Criminal minds*, *Senza traccia*, *Cold case*, *Numbers*, *Cobra*, ma è anche mistero con *Ghost Whisperer* e *Lost* e ironica analisi dei costumi sociali con *Desperate Housewives* e *Brothers & sisters*. Non si può inoltre dimenticare *E.R.*, la serie antesignana del filone medical.

Per quanto riguarda la fiction di produzione, genere massicciamente presente su RaiUno e Canale 5 e quindi difficilmente programmabile su RaiDue, è proseguito il difficile percorso verso un prodotto più affine alle caratteristiche distintive della rete, ne sono prova *Zodiaco*, *Terapia d'urgenza* e la sit-com *Piloti*.

La produzione di RaiDue continua a crescere in ore prodotte in tutte le fasce (il 2008 vede un incremento di 70 ore, 22 delle quali in prime time). Oltre ai successi di prima serata come *L'isola dei famosi*, *Voyager*, *AnnoZero* e *X-Factor*, anche le seconde serate gestite dalla rete ospitano principalmente produzioni: *Scorie*, *Artù*, *Pirati*, *Confronti*, *Su al sud*, *Linea d'ombra*, *Stracult*.

Da aprile, inoltre, anche il ciclo *Palcoscenico*, da sempre dedicato al teatro e alla musica, è stato anticipato in seconda serata.



3



4

10,6%

share nel giorno intero (07.00-02.00)

(fonte Auditel)

10,7%

share in prima serata (20.30-22.30)

(fonte Auditel)

Il pubblico ha dimostrato gradimento anche per le produzioni di day time che lo accompagnano durante la settimana come *Insieme sul due*, *Cargo*, *Italia allo specchio* e *Ricomincio da qui*, o quelle del weekend come *Mattina* e *Mezzogiorno in famiglia*, *Voyager ragazzi* e *Scalo76*.

Si conferma, inoltre, il grande successo di *Quelli che il calcio*, titolo storico della rete che ogni anno riesce a rinnovarsi e trovare nuovi spunti.

La mappa di RaiDue

Divertimento: *L'isola dei famosi*, *Desperate Housewives*, *Ghost whisper*, *Brothers & sisters*, *Mezzogiorno in famiglia*

Comicità e satira: *Quelli che il calcio*, *Scorie*, *Artù*, *Pirati*, *Piloti*

Musica: *Scalo76*, *X-Factor*

Informazione: *AnnoZero*, *Confronti*, *Insieme sul due*

Costume e cultura: *Voyager*, *Su al sud*, *La storia siamo noi*, *Palcoscenico*, *Magazine sul Due*, *XXII round*

Talk Show: *L'Italia sul Due*, *Ricomincio da qui*

Thriller: *NCIS*, *Criminal minds*, *Cold case*, *Senza traccia*, *Zodiaco*, *Linea d'ombra*

Giovani: *Voyager Ragazzi*

Bambini: *Cartoon flakes*

Sport: *Domenica sportiva*, *Olimpiadi*, *Champions League*, *90° minuto*

RaiDue sa di avere un pubblico esigente e attivo che la segue per scelta e non per abitudine, un pubblico che sa muoversi tra le varie piattaforme ma apprezza la scansione della programmazione di RaiDue e soprattutto i suoi prodotti. Un pubblico contemporaneo che condivide con la rete la consapevolezza che in un mondo in continua trasformazione, solo il movimento può garantire la coerenza.



Il 2008 è stato per **RaiTre** un anno di conferme e di nuove iniziative che ne hanno ridisegnato il palinsesto. Conferme perché la rete ha continuato a esplorare le linee di tensione che attraversano la società, attenta a lanciare con i suoi programmi un ponte tra memoria e futuro, a raccontare il mondo complesso in cui viviamo proprio mentre la crisi spinge all'insofferenza verso la realtà. Nuovi progetti perché, accanto ad alcune iniziative speciali (serate evento), nel corso dell'anno è stato avviato un diverso assetto di palinsesto.

Il 93% di quello che trasmette RaiTre è servizio pubblico: informazione, inchieste, impegno sociale, viaggi e turismo consapevole, divulgazione, cultura, ironia ed emozione. Sono questi i cardini intorno ai quali la vocazione di servizio della rete viene declinata, con diverse modalità di racconto, in format di consolidato successo come *Report*, *Ballarò*, *Che tempo che fa*, *Blu notte*, *Chi l'ha visto*, *Ulisse*, *Mi manda RaiTre*, *Blob*, *Geo & Geo*, *Alle falde del Kilimangiaro*, *Cominciamo bene*.

A questi programmi, nel 2008, la rete ha affiancato nuovi progetti sperimentando linguaggi diversi.

Nel campo dell'inchiesta con:

- *La guerra infinita*, due puntate di Riccardo Iacona. 'Kosovo nove anni dopo' ricostruisce la terribile pulizia etnica di cui sono stati vittime i kosovari di etnia serba. 'Afganistan': la guerra, i

bombardamenti, sette anni di presenza militare della Nato non sono riusciti a impedire che l'Afghanistan diventasse il più grande produttore mondiale di oppio ed eroina, consegnando così ai movimenti armati talebani la loro principale fonte di finanziamento: 100 milioni di dollari solo l'anno scorso. Con questi soldi i talebani stanno vincendo la guerra.

- *Doppio gioco* e *Mani sulla città*, due docu-fiction che servendosi di intercettazioni audio e video, testimonianze di repertorio e ricostruzioni, svelano quanto la mafia si sia infiltrata nei gangli vitali della società.
- Due serate evento di *Ballarò*: 'Passa una vela', dedicata alle vittime del terrorismo con la lettura teatrale di Luca Zingaretti tratta da 'Spingendo la notte più in là' di Mario Calabresi, diventato fenomeno editoriale e culturale. 'La luna spalancata', dedicata alle vittime del rogo della Tyssen e alla vera e propria stage delle morti sul lavoro.

Nel campo dei talk con:

- *Tatami*, condotto da Camila Raznovich, dedicato al confronto sui temi della contemporaneità e del costume.
- *Il cielo e la terra*, condotto da Giorgio Zanchini, il primo talk show sulla spiritualità della televisione italiana. Il programma si propone di affrontare le grandi domande dell'esistenza al di fuori dei recinti confessionali, in un dialogo aperto e serrato sul senso della vita e sulla realtà della sofferenza, sull'etica e sulla morale, sul significato dell'esistenza e sulle questioni fondamentali cui il pensiero religioso e filosofico di ogni tempo tenta da sempre di offrire risposta.

Nei programmi per bambini con:

- *Il Gran concerto*, la musica come divertimento: tredici puntate per avvicinare i più giovani alla musica classica. Protagonisti del nuovo programma di RaiTre sono i bambini e l'Orchestra Sinfonica Nazionale Rai.

È approdato con successo in prima sera *Amore criminale*, un programma di forte denuncia dei delitti contro le donne.

Di gran rilievo il primo di una serie di speciali di Fabio Fazio, dedicato ad Andrea Bocelli, che ha portato in prime time *Che tempo che fa* con una diversa e più ricca struttura. Lo straordinario successo ha aperto inedite prospettive per l'affermatissimo talk.

Nell'ultimo trimestre è stato varato, in coerenza con il piano editoriale generale, il nuovo palinsesto di RaiTre.

La programmazione di *Blob* alle 20.00 è stata messa in coda alla fascia dei telegiornali e subito dopo c'è stato il raddoppio della programmazione soap, con la nuova serie *Agrodolce* in testa a *Un Posto al Sole*. In seconda serata va in onda, dal martedì al venerdì, *Parla con me*, striscia di talk e satira che oltre a caratterizzare in maniera più moderna l'offerta editoriale della rete, ha già ottenuto un incremento di ascolti.

RaiTre attraverso l'innovazione editoriale e di struttura ha continuato a investire sulla propria identità, basandosi sulla forza della sua linea editoriale e sul suo legame con un pubblico attento ed esigente, non abdicando alla competizione.

RaiTre è l'unica rete Rai a non aver perso pubblico negli ultimi 5 anni e per il terzo anno consecutivo nel 2008 ottiene un risultato a due cifre in prime time, il 10%.



1. Giovanni Floris
in Ballarò

2. Che tempo che fa
Fabio Fazio e Luciana Littizzetto

3. Milena Gabanelli
in Report

4. Serena Dandini
con Lorenzo Cherubini ospite di
Parla con me

5. Alberto Angela
in Ulisse

Proprio sui programmi informativi e su quelli di intrattenimento intelligente, caratteristici della sua programmazione, la rete ha un pubblico giovane, con il 14% di share sul target dai 25 ai 54 anni (*Che tempo che fa*, *Report*, *Ulisse*). Tra i laureati i programmi dello stesso genere ottengono il 20-30% di share.

RaiTre, negli ultimi 5 anni è stata la rete Rai che è invecchiata di meno, l'unica a mantenere l'invecchiamento del proprio pubblico in linea con quello della platea (+2 anni), anche e soprattutto rispetto all'avvento e alla crescita della tv satellitare.

RaiTre: connubio tra Servizio Pubblico e ascolti

RaiTre è la rete dove il Servizio Pubblico raggiunge, nel 2008, ascolti elevati come:

- il 18,2% e 4,5 milioni di ascoltatori per *Ballarò* (13 maggio);
- il 18% di *Che tempo che fa*, Speciale Bocelli (11 dicembre);
- il 16,5% di *Report* (18 maggio);
- il 12,8% di *Mi manda RaiTre* (16 maggio);
- il 12,8 % di *Enigma* (27 giugno);
- il 12,8% *Ulisse il piacere della scoperta* (13 dicembre).

In seconda serata meritano di essere segnalati:

- il 16,3% di *Un giorno in pretura* (13 dicembre);
- il 16,3% di *Blu Notte* (5 luglio);
- il 14,5% di *Storie maledette* (17 maggio);
- il 12,4% di *Parla con me* (20 aprile).

Nel day time si ricordano:

- il 22,7% di *Geo & Geo* (24 novembre);
- il 12,4% di *Cominciamo Bene* (26 febbraio).

La mappa di RaiTre

Informazione: *Ballarò*, In 1/2 ora, RT - Rotocalco televisivo

Inchieste: *La guerra infinita*, *Doppio gioco*, *Mani sulla città*, *Un paese normale*, *Blu notte*, *C'era una volta*

Ironia: *Che tempo che fa*, *Blob*, *Parla con me*, *Glob*, *Tintoria*, *Viziati*, *Non perdiamoci di vista*, *Tatami*

Memoria: *La Grande Storia*, *Enigma*, *Correva l'anno*, *Sfide*, *Ritratti*

Impegno: *Mi manda RaiTre*, *Chi l'ha visto*, *Racconti di vita*, *Doc3*, *Il cielo e la Terra*

Cultura: *Passepartout*, *Le Storie*, *Per un pugno di libri*, *Gargantua*, *Prima della prima*, *La musica di RaiTre*

Noir: *Un giorno in pretura*, *Ombre sul giallo*, *Amore criminale*, *Storie maledette*

Emozioni: *Un posto al sole*, *Agrodolce*, *Terra Nostra*, *La squadra*, *Medium*, *Un caso per due*

Natura e Scienza: *Ulisse*, *Geo & Geo*, *Elisir*

Viaggi: *Alle falde del Kilimangiaro*

Bambini: *Trebisonda*, *Melevisione*, *E' domenica papà*, *Il Gran Concerto*, *Farò strada*

*Nella tv contemporanea,
sempre più omologata,
RaiTre ha un suo filo
conduttore, ha carattere,
è interessante.
RaiTre è una rete il cui
valore di marchio e la
cui visibilità appaiono
da anni superiori alla
sua quota di share.*

9,1%

share nel giorno intero (07.00-02.00)
(fonte Auditel)

10,1%

share in prima serata (20.30-22.30)
(fonte Auditel)



Raitalia trasmette nel mondo il meglio dei programmi della Rai insieme a programmi originali prodotti per gli italiani che vivono all'estero e per tutti quelli che hanno con il nostro paese un legame d'origine o anche solo di curiosità. Opera in convenzione con la Presidenza del Consiglio dei Ministri per sviluppare la presenza del Servizio Pubblico nella distribuzione radiotelevisiva internazionale e per rispondere alle esigenze d'informazione e servizi espressi dalle collettività italiane all'estero.

Alla luce della Convenzione stipulata tra la Rai-Radiotelevisione Italiana e la Presidenza del Consiglio dei Ministri nel 2007, Rai Internazionale ha proseguito nel corso del 2008 una serie di innovazioni per meglio rispondere alle esigenze di promozione dell'immagine italiana nel mondo e di informazione per gli italiani all'estero.

Si è continuato a lavorare su tre differenti versanti: riorganizzazione del palinsesto, incremento delle autoproduzioni, individuazione di nuovi conduttori.

L'incremento di programmi originali è passato dal 10 al 20% del totale di messa in onda, e ha puntato a rispondere alle richieste della nuova Convenzione tra Rai e Presidenza del Consiglio dei Ministri. Il principale obiettivo è stato quello di proporre trasmissioni che riuscissero a raggiungere target di telespettatori diversi: il target più giovane, da una parte, e dall'altra quello degli emigrati di terza generazione che richiedono momenti televisivi per 'conoscere' l'Italia di oggi e per 'arricchire' il loro italiano.

L'azione, quindi, si è focalizzata sui diversi format, sia giornalistici che di intrattenimento, che sono stati potenziati e trasformati proprio con la ripresa del palinsesto autunnale.

Due importanti novità sono state introdotte nel 2008. La prima è frutto di una grande partecipazione con i telespettatori. Nei diversi incontri con le comunità italiane all'estero, è sempre arrivata la richiesta di dare il nome Italia al nostro canale. Così nascono **Raitalia** e **Raitalia radio**, i nuovi nomi assegnati ai quattro canali televisivi e alla radio. Rai Internazionale resta il nome della 'struttura'. L'innovazione del nome dei canali è stata introdotta in contemporanea con

la nuova grafica e il nuovo logo che hanno preso ispirazione da un grande artista italiano, Arnaldo Pomodoro, e dalle sue sfere poste la prima dinanzi al Ministero degli Esteri e l'altra di fronte al palazzo dell'ONU.

Si tratta di due grandi monumenti di eccellenza italiana conosciuti nel mondo. La sfera, il suo colore vivo e gli ingranaggi visibili al suo interno rendono bene l'idea della bellezza italiana e della laboriosità del nostro popolo.

È proprio il colore bronzio delle sfere e la loro iconizzazione a fare da 'file rouge' della nuova grafica del canale. Raitalia è la Tv del servizio pubblico italiano pensata e studiata per gli italiani all'estero e per chi, non di origine italiana, ama il nostro Paese, la nostra cultura e la nostra storia. Raitalia è distribuita su tutti i Continenti e con quattro canali diversi (Americhe, Australia, Asia e Africa, Europa e anche in Italia sul canale 804 di Sky). Propone ai telespettatori il meglio della produzione televisiva Rai di ogni genere: dalla fiction all'intrattenimento, dall'informazione all'approfondimento giornalistico fino alle produzioni culturali.

L'offerta televisiva del meglio di RaiUno, RaiDue e RaiTre è completata dalle produzioni originali di Raitalia. L'informazione riveste un ruolo fondamentale. A quella quotidiana realizzata da *Italia News* - un Tg autoprodotta e pensato per i connazionali all'estero con sottotitoli in italiano e inglese - si unisce l'approfondimento quotidiano di *Italia Focus*. Cultura, temi di politica ed economia internazionale, scienza, politiche europee, l'eccellenza italiana all'estero e la cooperazione internazionale trovano spazio in 30 minuti di approfondimento quotidiano immediatamente dopo il Tg.

*La Rai è la prima
azienda culturale del
Paese e Raitalia diventa
il veicolo privilegiato di
tutto ciò che è italiano.*



4



5

Appuntamento con l'informazione anche nella serata televisiva con *Italia World*, il talk di approfondimento che si occupa dei grandi temi socio-politici di interesse per gli italiani all'estero, condotto dal direttore Piero Badaloni. Le pagine di informazione si chiudono con quella di servizio, rappresentata da *Italia chiama Italia - Sportello Italia*, una finestra aperta al servizio degli italiani che vivono all'estero per aiutarli ad affrontare i problemi nel rapporto con la madre patria. Una rubrica religiosa, *Cristianità*, conclude l'offerta informativa. Spazio speciale per lo sport che con la *Giostra dei Gol* racconta agli italiani all'estero il calcio italiano, offrendo – a seconda dei diritti acquisiti – anticipi, posticipi e alcune partite del campionato di calcio. Nel corso della trasmissione (in onda ogni sabato e ogni domenica) commenti e confronti animano lo studio della trasmissione.

Ai programmi di informazione si aggiungono quelli di rete. La ricorrenza del Centocinquantesimo dell'Unità d'Italia, marzo 1861–marzo 2011, è stata una buona occasione per raccontare la storia del nostro Paese. Con *Storie d'Italia* Raitalia ha deciso di farlo, per il suo pubblico di italiani e di persone che amano l'Italia nel mondo, producendo un ciclo televisivo triennale che utilizzerà il patrimonio di programmi, fiction innanzitutto e poi anche alcune grandi inchieste, raccolti nelle teche della Rai. Con *Made in Italy*, girando con le telecamere per le industrie, i luoghi di progettazione, le fiere, le mostre e i saloni, conosciamo i protagonisti del made in Italy, raccontiamo le storie e il presente degli uomini che con il proprio lavoro e ingegno, fondendo l'anima artistica e imprenditoriale, hanno fatto e fanno grande il nostro Paese agli occhi di tutto il mondo. Appuntamento quotidiano con *L'Almanacco del giorno dopo*, la rubrica

che spazia con le sue numerose pagine dai fatti storici avvenuti in quella tale data ai consigli per il giorno che sta per arrivare.

La cultura è di scena ogni settimana con *Il Caffè*, il salotto dove si alternano i protagonisti del panorama culturale italiano, dal teatro alla letteratura, dalla musica al cinema, alla comicità.

Avvicinare e riavvicinare all'uso della nostra lingua i tanti telespettatori attratti da questa opportunità, stranieri ma anche italiani o figli e nipoti di italiani, residenti all'estero, è l'ambizione di *Parliamo italiano*.

Un appuntamento quotidiano che consiste in una conversazione con un ospite straniero residente in Italia e felicemente integrato nella nostra società.

Raitalia è anche radio e Internet, ovvero un'offerta mediatica completa. La **radio** con gli spazi di informazione e le trasmissioni storiche di *Taccuino Italiano* e *Notturmo Italiano*, la trasmissione più antica ancora in onda nella galassia Rai insieme alla *Domenica Sportiva*.

Internet, con due portali. Il primo legato alla produzione radiofonica e televisiva dove è possibile leggere i palinsesti e godere della Tv on demand (www.international.rai.it) e della radio in streaming.

Il secondo, *Italica* (www.italica.rai.it) dedicato alla cultura italiana. Una vera e propria enciclopedia virtuale dedicata alla storia, agli usi e alla tradizione del nostro Paese.

Online dal 1995, il sito ufficiale di Rai Internazionale www.international.rai.it è servizio di informazione e approfondimento sulla programmazione televisiva e radiofonica della televisione pubblica italiana all'estero e sulla diffusione del segnale nel mondo. Il sito si rivolge essenzialmente al pubblico fruitore dei contenuti della Rete, ed è l'unico strumento che i

1. *Italia World*

e l'approfondimento di Piero Badaloni

2. *Lo studio di Italia News*

3. *Cinzia Tani*

e l'appuntamento con *Il Caffè*

4. *Italia chiama Italia*

5. *La giostra dei gol*

con Carlo Brienze e Francesca Calligaro

telespettatori hanno per conoscere la programmazione dei canali della Rai all'estero. Aggiornato quotidianamente, esso fornisce infatti una guida ai programmi trasmessi con particolare approfondimento per le produzioni Raitalia di cui è possibile guardare online le puntate.

Nata nel 1996, *Italica*, www.italica.rai.it ha l'obiettivo istituzionale di diffondere e promuovere la conoscenza della lingua e della cultura italiana in Italia e nel mondo. *Italica* è online anche in versione inglese e spagnola.

Seguito dalle scuole, dalle università e dagli Istituti di Cultura, ma anche da utenti semplicemente interessati o incuriositi dalla scena culturale italiana, il portale fornisce una puntuale informazione sulle principali novità di arte, libri, cinema e musica e approfondimenti monografici sugli argomenti più rilevanti della cultura italiana.

Il Corso di Lingua Dentro l'italiano, disponibile in cinque lingue, consente inoltre agli utenti di apprendere in un modo semplice e divertente la nostra lingua.

Nel 2008 Rai Internazionale Online e *Italica* hanno totalizzato circa 34 milioni di pagine viste e più di 5,5 milioni di utenti unici (dati Nielsen).

La media mensile di traffico è di circa 2,8 milioni di pagine viste e 460 mila utenti unici.

Il numero totale delle pagine online è di oltre 80.000, circa 160.000 sono le immagini, oltre 6.000 i file audio e video.

338/3.489 ore
televisive/radiofoniche
prodotte nel 2008



Rai Notte

Dal 1996, **Rai Notte** è un esperimento unico nella tv italiana, mirato a ricercare e a ricreare continuamente un'idea di 'televisione notturna'. Il risultato, consolidato in tredici anni di esperienza, è un percorso televisivo articolato sulle tre reti Rai, che si propone di andare incontro all'essenza della notte e - soprattutto - ai molti spettatori che la popolano. Per circa 2.500 ore l'anno, di cui più di 400 di programmi di produzione.

La notte implica un'attenzione differente, un modo diverso di guardare e ascoltare. Per questo, creare una 'televisione notturna' significa concentrarsi il più possibile su ciò che nella 'televisione diurna', inevitabilmente, non c'è o resta ai margini.

Si parte dal versante dell'immaginario, ossia dall'offerta cinematografica e di fiction (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 eccessi di cinofilia o in una concentrazione troppo elitaria. È sempre pensando al pubblico, ai suoi gusti variegati e ai suoi 'affetti' che Rai Notte ha ripercorso ad esempio i generi cinematografici italiani e americani, riproponendo grandi western, noir, thriller d'autore e non, fantascientifici, horror. Tutto questo, ovviamente, senza togliere spazio al cinema d'autore.

Quanto alla fiction, nel 2008 Rai Notte ha proseguito il suo itinerario di programmazione su un filo che è ormai

tradizione, quello della memoria. Nulla ha segnato in profondità l'immaginario degli italiani come gli sceneggiati e i telefilm del passato recente e lontano; offrire agli spettatori la possibilità di rivederli è, oltre che un piacere, anche un dovere culturale. Tra gli altri - particolarmente graditi al pubblico - hanno fatto ritorno nella notte Rai *Il Maresciallo Rocca*, *Commesse*, *Il commissario Corso*, *La porta sul buio* e *Stargate*.

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, all'ambiente alla cultura, usando un linguaggio il più possibile semplice e diretto. Perché la notte ama sciogliere i nodi, ama parlare chiaro. Nei programmi di Rai Notte, per esempio, si parla di filosofia e psicologia. Di anima, di Jung, di tradizione ermetica e iconologia, di medicine olistiche. Ma si cerca di farlo senza trasformare queste parole in spauracchi astratti e incomprensibili, rendendole accessibili, addirittura amichevoli. Il tutto senza sacrificare la profondità delle idee.

Nel 2008 è accaduto in programmi come *Medicina per voi*, *Inconscio e magia*, *L'arte dentro*, *Gli occhi dell'anima* e *Good News*.

2.475/402

ore di trasmissione/produzione nel 2008

Nei programmi di Rai Notte, poi, si parla di giustizia - quella di ogni giorno, quella che tocca la concretezza delle persone - nell'*Avvocato risponde*, programma fatto di risposte puntuali a domande dei telespettatori; di politica e informazione in rubriche agili come *Quarto Potere*, *Focus*, o in *Parola di...*, dove i direttori delle principali testate italiane conducono il pubblico tra le righe e le pieghe dei loro giornali: di attualità in appuntamenti come *La voce dei cittadini* e *Quasi le sette*.

Infine, a Rai Notte si parla spesso anche di Buone notizie. Un modo per passare 'sul lato soleggiato della strada', per ricordare e ricordarsi che, tra tanti drammi, tra tante notizie ansiogene, esistono sempre anche eventi capaci di donarci il sorriso e la speranza.

*La notte è il momento
per stare con se stessi. Le
esigenze del giorno non
incalzano, i ritmi
rallentano, la confusione
si affievolisce.
Per qualcuno, la notte è
il territorio dei sogni; per
altri è il tempo ideale per
pensare. Rai Notte
coltiva ambedue queste
anime: l'immaginario e
la riflessione.*

1. Lo studio del Tg1



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, mantenendo 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 2008 è stato un anno dominato nel primo semestre dalla caduta del Governo Prodi e il ritorno di Silvio Berlusconi a Palazzo Chigi; nel secondo semestre la corsa alla Casa Bianca con la vittoria di Barack Obama è senza dubbio la notizia internazionale più importante dell'ultimo anno, seguita dalla crisi finanziaria che ha colpito il sistema bancario mondiale, con conseguenze negative sull'economia.

Accanto alle grandi esclusive, nel 2008 è proseguita la presenza nello studio del Tg1 di ospiti illustri, tra questi: per la prima volta in diretta in un telegiornale il Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano, il Segretario Generale dell'Onu Ban Ki Moon, il Presidente della Commissione Europea José Manuel Durão Barroso, il Vice Presidente della Commissione Europea Antonio Tajani, i Presidenti di Camera e Senato Schifani e Fini, l'ex Presidente degli Stati Uniti George W. Bush.

Lo sforzo produttivo della testata del Tg1 ha prodotto un incremento nel numero di trasmissioni (telegiornali, speciali, rubriche, approfondimenti ed edizioni straordinarie) per un totale di circa 1.352 ore, rispetto alle 1.346 ore del 2007.

Per il Tg1 il 2008, inoltre, è stato l'anno del web.

Una rinnovata impostazione grafica e un rafforzamento dei contenuti video aggiornati di continuo sono i miglioramenti che hanno contribuito nell'ultimo anno all'aumento degli accessi al sito www.tg1.rai.it. Sul sito web del Tg1 è possibile visionare le ultime edizioni e avere in linea un ricchissimo archivio con tutti gli approfondimenti della testata.

1.352

ore complessive di trasmissioni nel 2008

Nel 2008 il Tg1 delle 20.00 ha ottenuto un ascolto medio di 6.458.000 spettatori con uno share del 30,7%. Il vantaggio sul Tg5 è salito dai 923.000 spettatori del 2007 (4,8 punti di share) ai 1.100.000 del 2008 (+5,3 punti di share).

Nel 2008, accanto alle 13 edizioni quotidiane del Tg1, si è rafforzata la messa in onda delle 9 rubriche tematiche inserite in alcune edizioni: Personal media, XXI° Secolo, Miti d'oggi, Musica, Turbo, Italia Italia, Cinema, Enciclopedia, Teatro e Benjamin. Quest'ultima, lanciata nel 2007 premiando con un sondaggio popolare il libro Gomorra di Roberto Saviano, nell'edizione 2008 ha assegnato il premio a Harry Potter e i doni della morte di J.K. Rowling.

*Anche nel corso del 2008
gli italiani hanno
preferito come prima
fonte informativa il Tg1.
un risultato che
conferma il gradimento
verso la completezza, la
credibilità e la qualità
dell'informazione
televisiva.*



1. Lo studio del Tg2



2



Il **Tg2** è sempre stato il telegiornale dell'approfondimento e dell'innovazione, elemento qualificante per una testata del Servizio Pubblico. Può vantare, infatti, una propria cifra di riconoscimento. Ciò vale sul piano grafico ma anche nel design che caratterizza lo studio, così come nello stile della conduzione e più in generale in molti dettagli che concorrono alla definizione del suo prodotto.

Il Tg2 ha raccolto la sfida della digitalizzazione che sta comportando un grande investimento anche in termini di ridefinizione dell'attività giornalistica, confermando una vocazione e un coraggio alla sperimentazione che da sempre lo caratterizzano.

E a proposito di innovazione, il 2008 ha rappresentato un anno importante. L'azienda, infatti, ha individuato nel Tg2 la testata pilota cui attribuire la missione di digitalizzare le news. Una sfida che il Tg2 ha voluto raccogliere e che sta comportando un grande investimento anche in termini di ridefinizione dell'attività giornalistica, confermando una vocazione e un coraggio alla sperimentazione che da sempre caratterizzano questo giornale.

Innovare in senso digitale una testata giornalistica significa doversi cimentare con diverse nuove infrastrutture e con l'indispensabile aggiornamento professionale, arrivando a mutare l'intera organizzazione del lavoro. A tal fine i giornalisti del Tg2 non sono solo chiamati a operare con nuove tecnologie, (peraltro già in uso nei più grandi broadcaster europei) ma anche a contribuire alla loro messa a punto. Lo fanno partecipando - dallo scorso anno - a diversi gruppi di lavoro in cui offrono la loro esperienza pratica che si rivela, in questo passaggio dal vecchio al nuovo, un prezioso contributo e un vero arricchimento.

A ridisegnare il Tg2, oltre a questa strategica missione della digitalizzazione, anche importanti iniziative editoriali che hanno rafforzato la testata soprattutto a partire dal 2008.

Una innanzitutto: Tg2.it, un vero e proprio contenitore della mattina con il quale dare maggiore organicità a uno spazio che già apparteneva alla testata.

Si tratta di un'ora al giorno di notizie di attualità, collegamenti con l'Italia e con l'estero, approfondimenti con ospiti in studio e servizi di medicina, cultura, economia, musica, viaggi e itinerari enogastronomici.

Altro appuntamento quotidiano è Tg2 punto di vista, striscia serale di approfondimento che è andata a occupare lo spazio un tempo dedicato solo al tg di mezzasera, oggi sostituito da un'agile sintesi di notizie. La formula è quella di ospiti chiamati a confrontarsi su un tema che si impone per la sua attualità.

Sempre all'approfondimento sono dedicate le 13 rubriche del Tg2: dal costume alla salute, dalla cultura all'economia, dalla moda al tempo libero, i problemi, le tendenze, le sfide del Paese. Non è raro che *Dossier* varchi le frontiere per allargare lo sguardo a un orizzonte europeo e globale.

Profondamente innovate anche Tg2 Motori e *Si viaggiare*, entrambe dotate di un set virtuale ormai collaudato.

Il Tg2 conferma attenzione alle novità, al dibattito e alla polemica culturale, molto spesso con servizi di approfondimento che accompagnano - e talvolta anticipano - discussioni su tematiche destinate alla terza pagina dei quotidiani.

1.155

ore di trasmissioni prodotte nel 2008



1



2

1. Bianca Berlinguer

2. Giuliano Giubilei



Il **Tg3** è il telegiornale dell'innovazione e della chiarezza. Un telegiornale vicino ai cittadini e sensibile ai diritti e alle tematiche sociali.

Il Tg3 è la testata giornalistica più aperta ai collegamenti in diretta per raccontare i fatti da dove avvengono. Il pubblico apprezza il Tg3 perché sa che gli spiega cosa avviene nel mondo e cosa avviene sotto casa. È un telegiornale che dà molto spazio all'informazione internazionale e alla vita delle famiglie, l'economia della borsa della spesa.

La sfida editoriale è capire quel che accade nella società, anticipandone le esigenze senza condizionamenti e pregiudizi. Riferire e spiegare l'informazione per fornire strumenti utili all'opinione pubblica.

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

L'edizione delle 19.00 è stabilmente al terzo posto tra le edizioni serali con il 14,23% di ascolto, quella di mezzogiorno, l'unica edizione di un Tg nazionale in onda da Milano, ha un incremento d'ascolto continuo anno dopo anno ed è arrivata nel 2008 al 14,15%.

Gli ascolti premiano la più recente novità: *Linea Notte* che ha trasformato l'informazione notturna anticipando in un'ora di diretta, da mezzanotte all'una, l'informazione del giorno dopo innovando l'abitudine dei contenitori notturni e delle ultime edizioni dei tg.

Ma l'attenzione non è rivolta solo ai fatti nazionali: la realizzazione del settimanale di politica estera, *Agenda nel mondo*, ha dato maggiore impulso all'informazione internazionale della testata.

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 e agricoltura diventano protagonisti di *Shukran*, *Punto Donna*, *Cifre in chiaro*, *Chi è di scena*, *Sabato notte*, *Pixel*, *Agri3*, *Persone*.

Ancora, *Tg Lis* appositamente realizzato con il linguaggio dei segni per il pubblico non udente in onda sette giorni su sette.

Particolare attenzione il Tg3 riserva al suo pubblico più giovane proponendo dal lunedì al venerdì 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 in continua evoluzione: sperimentando nuovi linguaggi non per la smania di conquistare spettatori ma per riuscire a raccontare meglio le notizie.

Su Internet gli utenti possono trovare, oltre a tutto quello che va in onda in tv, anche prodotti nuovi appositamente realizzati per il pc e sul web possono anche dialogare e interagire con la redazione.

Il Tg3 è il telegiornale dei cittadini, il telegiornale della società, attento alle tematiche sociali e ai diritti.

È attento alla politica ma non al 'palazzo' ed è particolarmente sensibile ai temi che determinano la qualità della vita di tutti i giorni.

14,25%

share nel 2008 dell'edizione serale delle 19.00