



## **L'offerta Rai**

26 **Mappa dell'offerta Rai**

28 **L'offerta Rai**

31 **Performance del prodotto Tv**

# Mappa dell'offerta Rai

Analogico terrestre		Digitale terrestre		Satellitare	
36		36		36	
38		38		38	
40		40		40	
54		46		46	(b)
		46	(a)	46	(b)
		47	(a)	47	(b)
		47	(a)	47	(b)
		48		48	
		48	(a)	48	(b)
		55		55	
		56		56	
		56		56	
		45		45	
		28	(a)	45	
		54		28	(b)
				54	

(a) Tali canali sono visibili esclusivamente nelle aree già interamente migrate al digitale terrestre.

(b) Tali canali sono visibili esclusivamente mediante la piattaforma Tivù Sat.

(c) L'informazione televisiva è disponibile su tutte le piattaforme trasmissive.

Web (www.rai.tv)		Radio		Informazione <sup>(c)</sup>	
36		68		49	
38		71		50	
40		72		51	
46		70		52	
46		69		53	
47		66			
47				<b>Offerta internazionale</b>	
55		73		42	
56		73			
56		73			
45					
45		<b>IPTV</b>			
48		29			
48		<b>Internet</b>			
		76		<b>Editoria</b>	
		76		85	

## L'offerta Rai

Il Servizio Pubblico è protagonista su tutte le piattaforme consolidate ed emergenti presenti sul mercato proponendo un'offerta molto ampia e articolata capace di raccogliere un diffuso apprezzamento presso il pubblico.

Per una disamina puntuale delle attività delle reti televisive e delle testate, dei generi e dei canali radiofonici, si rimanda ai capitoli seguenti che trattano dettagliatamente l'area editoriale Tv e l'area editoriale relativa alla Radiofonia.

### Televisione Digitale Terrestre

Il digitale terrestre è la piattaforma televisiva digitale di riferimento per il Servizio Pubblico.

Rai ha perseguito una strategia volta allo sviluppo multicanale dell'offerta e delle infrastrutture trasmissive che ha consentito di fornire un supporto decisivo all'affermazione della piattaforma nel quadro dell'avanzamento del piano di progressiva migrazione del sistema televisivo allo standard digitale.

Nel corso del 2010 è proseguito il processo di implementazione della strategia editoriale che ha portato:

- il 18 maggio, al lancio del nuovo canale Rai Sport 2 e al varo del restyling del brand Rai e dei suoi canali con l'obiettivo di rendere più riconoscibile l'intera offerta Rai;
- alla fine di novembre, in coincidenza con lo switch-off nell'area di Milano, all'avvio delle trasmissioni del canale semi-generalista Rai 5 dedicato all'intrattenimento culturale.

Per quanto attiene l'offerta televisiva, Rai si è dotata di un piano editoriale che prevede un bouquet di quattordici canali in chiaro, di cui uno in HD.

Al termine del 2010 l'offerta televisiva Rai su digitale terrestre disponibile su scala nazionale risulta essere composta da nove canali in chiaro:

- simulcast delle tre reti generaliste RaiUno, RaiDue e RaiTre;
- sei canali specializzati – Rai 4, Rai News, Rai Storia, Rai Sport 1, Rai Sport 2, Rai Gulp.

Nelle aree 'all digital', grazie alla maggiore capacità trasmissiva che si rende disponibile dopo lo switch-off, si aggiungono altri cinque canali in chiaro che al termine del processo di

digitalizzazione, che potrebbe essere anticipato al 2011, saranno disponibili su scala nazionale:

- quattro canali specializzati - Rai 5, Rai Movie, Rai Premium, Rai Yoyo;
- un canale in alta definizione - Rai HD.

Tutto ciò configura la più ampia offerta in chiaro disponibile in Italia e tra i principali paesi europei.

### Televisione digitale satellitare

Per Rai, il satellite è una piattaforma televisiva complementare rispetto al digitale terrestre, che consente sia di raggiungere fasce di popolazione non servite, anche solo parzialmente, da questa tecnologia trasmissiva, sia di diversificare ulteriormente l'offerta.

Per quanto attiene il tema della complementarietà dal punto di vista della diffusione del segnale, occorre sottolineare la scelta strategica effettuata da Rai, congiuntamente a Mediaset e Telecom Italia Media, di dare vita alla prima piattaforma satellitare gratuita italiana ('Tivù Sat') che, lanciata a luglio 2009, offre al pubblico l'opportunità di accedere via satellite all'offerta gratuita disponibile sul digitale terrestre.

La piattaforma satellitare, oltre a replicare in versione integrale, senza l'oscuramento di alcun programma in palinsesto, l'offerta generalista di sempre e i nuovi canali televisivi nazionali trasmessi anche sul digitale terrestre, consente di accedere a numerosi altri canali del panorama televisivo italiano e internazionale.

L'offerta di Tivù Sat è in continua evoluzione, basti pensare che si è passati dai circa venti canali nazionali disponibili al momento del lancio a un

bouquet di ben cinquanta canali nazionali e internazionali. Tutti i generi sono coperti: dall'intrattenimento alla cultura, dall'informazione allo sport, dalla musica al lifestyle fino all'home shopping e al gaming. Sono presenti le più importanti emittenti internazionali di all news e non solo.

Inoltre, attraverso il satellite è diffuso il canale in chiaro Rai Scuola realizzato prevalentemente in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e che si rivolge ai bambini della scuola primaria e ai ragazzi della scuola secondaria di primo grado con una programmazione dedicata a varie discipline e tematiche tra cui le scienze, la lingua inglese e l'educazione stradale.

Attraverso la piattaforma satellitare, inoltre, è diffusa l'offerta internazionale di Rai che attualmente si compone di quattro emittenti:

- **Rai Italia;**
- **Yes Italia;**
- **Rai Med;**
- **Euronews.**

#### Internet

Il web rappresenta, insieme alla televisione digitale terrestre, una piattaforma centrale nella strategia editoriale e industriale di Rai, sia alla luce della sua crescente diffusione presso le famiglie italiane, sia per la sua capacità di determinare profonde innovazioni nei modelli di offerta, di consumo e di business.

Sfruttando la crescente diffusione della banda larga nelle famiglie italiane e l'interesse sempre più forte degli utenti verso questa tipologia di contenuti, essa manifesta importanti trend di crescita in termini di traffico.

**Rai.tv** è l'ambiente attraverso il quale è possibile accedere, tramite un'interfaccia grafica evoluta, a tutta l'offerta audio-video di Rai disponibile su Internet. Nel corso del 2010 l'offerta di Rai.tv è cresciuta sia dal punto di vista della qualità dei video erogati che della varietà dei contenuti e servizi offerti agli utenti.

Sul media portale della Rai sono disponibili:

- in modalità streaming live - 16 canali tv, 8 canali radiofonici, 3 web Radio e 16 canali web tematici;
- in modalità on demand - numerosi programmi in onda sulle tre reti generaliste, sui canali specializzati e produzioni extra solo per il web Rai.

Infine è stata consolidata l'esperienza del format 'video chat'.

Rai.tv nel 2010 si è arricchita con il lancio del nuovo e innovativo servizio di *Rai Replay* che permette agli utenti di accedere alla programmazione in diritti di RaiUno, RaiDue e RaiTre trasmessa nei 7 giorni precedenti e di rivedere integralmente in streaming alta qualità tutta la programmazione in diritti.

**Rai.it** è il portale che aggrega e rende più facilmente accessibile la vasta offerta web del Servizio Pubblico che comprende i siti informativi delle testate giornalistiche Rai, quelle dei canali e dei principali programmi radiofonici e televisivi, nonché un'area dedicata ai bambini.

Rai.it propone, inoltre, una serie di servizi di grande importanza e interesse per l'utenza quali ad esempio la guida alla programmazione di tutti i canali radio e tv di Rai e la community che permette di interagire con i personaggi e i programmi Rai preferiti.

#### Televisione digitale su protocollo Internet (Iptv)

L'Iptv rappresenta anch'essa, per Rai, una piattaforma diffusiva complementare al digitale terrestre che offre opportunità di ampliamento e diversificazione del modello d'offerta. L'Iptv consente, peraltro, a differenza del digitale terrestre e satellitare, un alto livello di interazione con il pubblico, nonché la personalizzazione dei consumi degli spettatori grazie in particolare ai servizi di video on demand (Vod) garantiti da questa tecnologia.

Anche in questo segmento, ancora marginale in termini di diffusione presso le famiglie italiane, Rai ha sempre mostrato un grande attivismo, attraverso lo sviluppo di un'offerta dedicata finalizzata a sfruttare le potenzialità.

Rai è presente, sulla sola piattaforma gestita dall'operatore Fastweb, con un servizio Video On Demand denominato 'Rai On' articolato in più canali tematici e alimentato con la programmazione Rai corrente e del passato.

Rai nel 2010 ha proseguito l'implementazione dei canali tematici di Rai On: Cultura, Spettacolo, News and Sport, Fiction, Junior, per la piattaforma Vod Tv. Ogni mese l'offerta prevede dei contenuti nuovi e percorsi speciali per ogni canale, per valorizzare eventi televisivi e di attualità, e percorsi metatelevisivi.

#### Smartphone e tablet

Nel corso del 2010 sono state lanciate numerose applicazioni di successo rivolte all'utenza dei dispositivi mobili di nuova generazione tra la quali si segnalano: RadioRai, Isola dei famosi, X Factor, Mondiali di Calcio in Sud Africa, TG3, TG1 e Guida Programmi Rai.

# Performance del prodotto Tv

Il 2010 è stato caratterizzato da un'ulteriore crescita del bacino di utenza del Digitale Terrestre; a fine anno le regioni completamente digitalizzate sono diventate dieci, pari a circa il 65% della popolazione italiana.

Tra gli effetti più significativi dell'ampliamento e della diversificazione dell'offerta televisiva va citato l'aumento della platea televisiva. Il 2010 è stato infatti un anno record per gli ascolti televisivi: nell'intera giornata sono stati raggiunti i 9,8 milioni di telespettatori (il più alto valore mai registrato dalla nascita delle rilevazioni dell'Auditel), mentre il pubblico medio della prima serata è stato pari a 25,1 milioni di telespettatori (pari al record assoluto del 2004).

In questo contesto competitivo in forte e rapida evoluzione, caratterizzato dal notevole aumento del numero dei canali televisivi e dal progressivo rafforzamento dei canali digitali specializzati (terrestri e satellitari, free e pay), il Gruppo Rai ha confermato la propria leadership.

Nel **giorno medio**, Rai si afferma con il 41,3% di share (+0,7% rispetto al 2009) a fronte del 37,6% di Mediaset (-1,9%).

Questo risultato è stato ottenuto in un quadro di generale incremento dei canali specializzati presenti sulla piattaforma satellitare o su quella digitale terrestre: escludendo le reti Rai e Mediaset rilevate da Auditel, l'insieme delle 'Tv satellitari' sale complessivamente al 9,4% (+0,2 punti di share rispetto al 2009), mentre le 'Altre Tv terrestri' raggiungono l'8,5% (in crescita di +1,0%).

Al risultato positivo del Gruppo Rai hanno contribuito in modo determinante le performance delle reti specializzate ('Rai Specializzate'), che ottengono complessivamente il 3,0% di share nell'intera giornata (con un incremento

di +1,7 punti rispetto al 2009), su cui incidono soprattutto le performance di Rai 4, Rai Premium e Rai YoYo.

Con questa performance, la Rai diventa quindi il secondo editore digitale del mercato italiano, collocandosi immediatamente a ridosso di Sky (3,2%) e superando Mediaset (2,4%), Fox (1,8%) e tutti gli altri competitor nazionali e internazionali del calibro di: Disney, Switchover Media, Viacom, Discovery e Turner.

I risultati delle reti specializzate Rai controbilanciano ampiamente la flessione fisiologica dei tre canali generalisti: RaiUno con il 20,7% si conferma come la rete più vista in assoluto (-0,5% rispetto al 2009) mentre RaiTre si attesta all'8,5% (-0,5%). RaiDue con il 9,1% di share è rimasta invece sostanzialmente stabile rispetto al 2009 (-0,1%) nonostante lo switch-over operato in alcune importanti regioni del Paese; in Lombardia e Piemonte Orientale RaiDue è stata infatti visibile, nel periodo da maggio a ottobre 2010, solo ai possessori di decoder digitale terrestre (o di televisori con decoder integrato) o di impianto satellitare.

In **Prime Time** il Gruppo Rai si conferma leader con il 43,7% di share (+0,9% rispetto al 2009), a fronte del 39,1% di Mediaset (-1,7% punti).

RaiUno consolida anch'essa il suo primato di rete più vista nel mercato nazionale con il 22,4% di share. Nella fascia oraria di maggiore ascolto la crescita delle 'Altre Tv' a scapito della tradizionale offerta generalista appare più contenuta: l'insieme delle 'Tv satellitari' realizza l'8,5% di share (+0,4 punti percentuali rispetto al 2009), mentre le 'Altre Tv terrestri' restano stabili al 7,3%.

Alla base dei risultati di Rai vi sono la sostanziale conferma delle performance

di RaiUno e RaiDue, mentre alla lieve flessione di RaiTre (-0,3%) corrisponde un netto incremento delle reti 'Rai Specializzate' (2,4% di share; +1,4 punti percentuali) trainate da Rai 4, Rai Premium, Rai Movie, Rai YoYo e Rai Sport 1 che risultano i canali più seguiti.

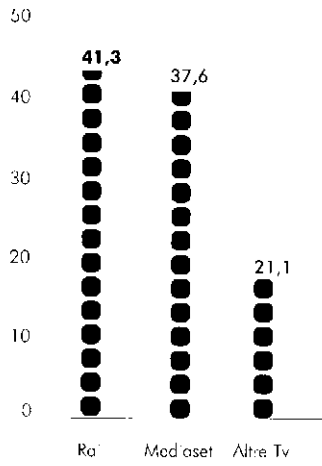
Per avere delle indicazioni sullo scenario competitivo del prossimo futuro è interessante focalizzarsi sugli ascolti delle regioni 'all digital' che a fine 2009 avevano già completato il passaggio al digitale terrestre (Piemonte, Val d'Aosta, Trentino Alto Adige, Lazio, Campania e Sardegna - quest'ultima già digitalizzata nel 2008) perché in queste aree, per tutto il 2010, è stata disponibile un'offerta televisiva più ricca che nel resto del Paese. Questo insieme di regioni 'all digital', costituisce infatti un bacino sufficientemente rappresentativo per eterogeneità e ampiezza della popolazione coinvolta (circa il 30% del totale Italia). I risultati ottenuti nelle regioni '**all digital**' continuano a essere estremamente positivi dimostrando la validità delle scelte strategiche compiute da Rai.

Nel giorno medio, infatti, Rai prevale su Mediaset in modo ancora più netto che nelle altre zone d'Italia: il Gruppo Rai raggiunge il 43,0% di share (+2,9% rispetto all'anno 2009) contro il 35,7% di Mediaset (-3,1%).

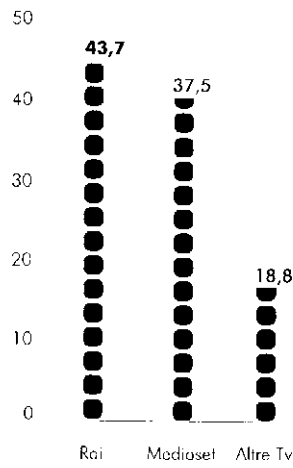
In particolare, nelle 24 ore, le tre reti generaliste Rai superano quelle del principale competitor (36,7% contro il 32,0%).

Le reti 'Rai Specializzate', con un'offerta sul digitale terrestre di undici canali, ottengono complessivamente il 6,3% di share e collocano ben 7 reti nella graduatoria delle 15 emittenti digitali (free e pay) più viste. In particolare evidenza vi sono Rai Premium (1,3% di share), Rai YoYo (1,3%) e Rai 4 (1,2%).

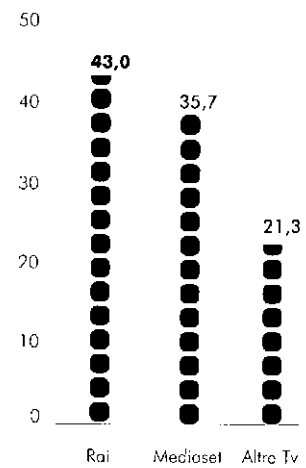
**Share giorno medio**  
(fonte Auditel)



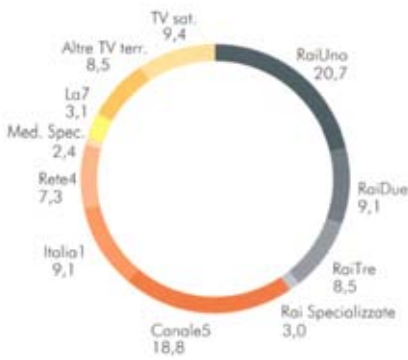
**Share prime time**  
(fonte Auditel)



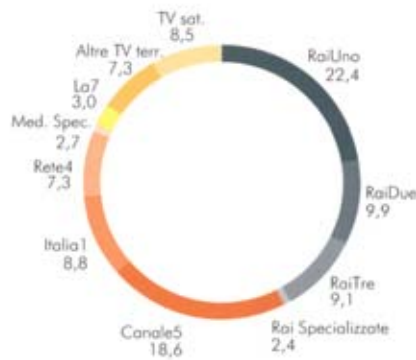
**Share giorno medio - regioni 'all digital'**  
(fonte Auditel)



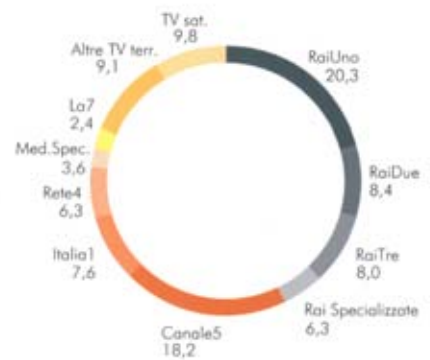
**Share giorno medio per canale**  
(fonte Auditel)



**Share prime time per canale**  
(fonte Auditel)

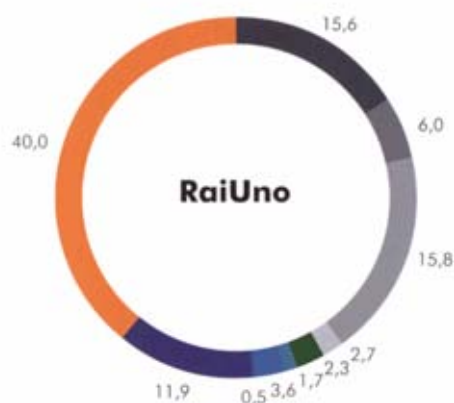
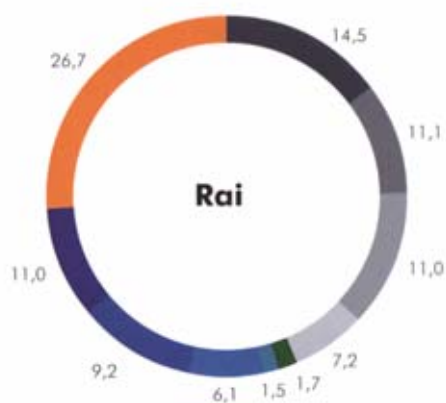


**Share giorno medio per canale - regioni 'all digital'**  
(fonte Auditel)

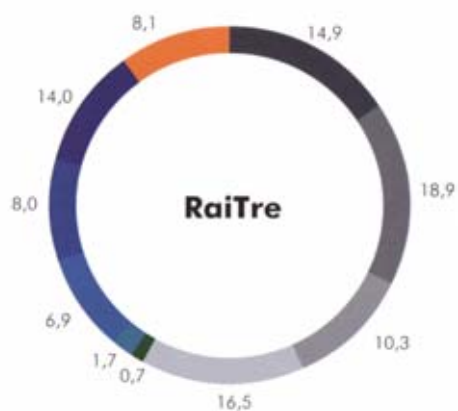
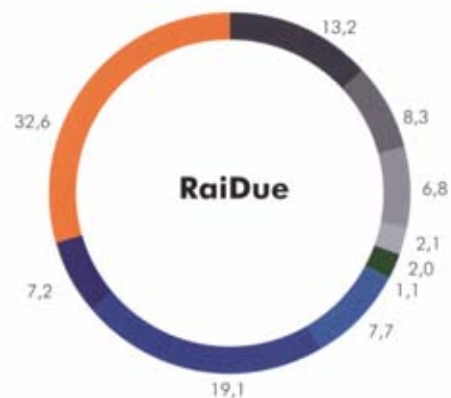




**Programmazione televisiva per generi** (fascia 06.00-24.00)  
**Quota minori pari al 10,3%** (fascia 07.00-22.30)



- 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	73,3	26,7
RaiUno	60,0	40,0
RaiDue	67,4	32,6
RaiTre	91,9	8,1

PAGINA BIANCA

## Area Editoriale Tv

### 36 Reti generaliste

- 36 RaiUno
- 38 RaiDue
- 40 RaiTre

### 42 Canali specializzati

- 42 Raitalia
- 44 Rai Educational
- 46 Rai 4
- 46 Rai 5
- 47 Rai Premium
- 47 Rai Movie
- 48 Rai YoYo
- 48 Rai Gulp

### 49 Testate

- 49 Tg1
- 50 Tg2
- 51 Tg3
- 52 TGR
- 53 Rai Parlamento
- 54 Televideo
- 55 RaiNews
- 56 Rai Sport
- 57 Diritti sportivi

### 58 Generi

- 58 Rai Cinema
- 61 Rai Fiction

### 62 Supporto Tv

- 62 Rai Teche
- 63 Produzione Tv

**1. Soliti ignoti**

condotta da Fabrizio Frizzi

**2. Antonella Clerici**

e il successo del Festival di Sanremo

**3. Carlo Conti**

ne I migliori anni

**4. Filumena Marturano****5. La vita in diretta**

con Mara Venier e Lamberto Sposini



Il 2010 è l'anno in cui il passaggio al digitale terrestre si estende a nuove e popolate regioni con il parallelo ulteriore ampliamento dell'offerta e delle piattaforme televisive (terrestre, satellitare, IPTV).

Nel nuovo scenario si modificano i modelli di consumo e le dinamiche della competizione fra vecchi e nuovi broadcaster: aumenta il pubblico televisivo nel complesso (con una media nell'intera giornata intorno ai 10 milioni di telespettatori), grazie alla spinta dei nuovi canali digitali e più in generale delle Altre TV che superano nell'intera giornata il 21% di share, mentre l'ascolto delle tradizionali reti televisive generaliste si erode progressivamente (-4% nel prime time; -4,5% nel day time), pur nell'ambito di una platea più vasta.

In questo contesto i risultati ottenuti da RaiUno sia nell'intera giornata (20,71%; -0,46%) che nel prime time (22,35%; +0,01%) risultano molto positivi e le consentono non solo di mantenere la leadership nel sistema radio-televisivo, ma di proporsi come l'unica Rete con un ascolto medio al di sopra del 20%, pur con il favore dei Mondiali di calcio, ospitati nel periodo estivo. Lo scontro con il competitor Canale 5 segna una netta supremazia di RaiUno sia come ascolti sia come settimane vinte (48 su 52 e 4 pareggi), che si distribuisce omogeneamente nell'arco dell'intero anno.

La Rete ammiraglia ha saputo consolidare il suo rapporto con il pubblico con un'offerta popolare e di qualità che ha raccolto vaste platee sia con i grandi eventi, dal Festival di

Sanremo ai Mondiali di calcio, alla Formula 1, sia con proposte fortemente innovative come il teatro di Eduardo De Filippo, rivisitato da Massimo Ranieri e Mariangela Melato interpreti di *Filumena Marturano*, un'opera interamente girata negli studi del Centro di produzione Rai di Napoli, in cui si è realizzata un'originale commistione di teatro, tv e fiction. *Filumena Marturano* è risultato il programma culturale più seguito, fra tutte le reti generaliste, con il 20,5% di share e quasi 6 milioni di telespettatori, aprendo nuove prospettive per un genere cui sembrava ormai preclusa la collocazione in prime time.

Il Festival di Sanremo, condotto da Antonella Clerici all'insegna della semplicità e della buona musica, ha ottenuto nella serata conclusiva il 53% di share, pari a 12 milioni e mezzo di telespettatori, riportando la Rete ai grandi numeri del passato, nonostante la maggior concorrenzialità dei nuovi scenari televisivi.

Un'altra novità nella programmazione del 2010, come viene sottolineato nell'Annuario Geca, è "stato il ritorno della fiction ad ascolti di massa con le

classiche miniserie evento" (*Sissi, La mia casa è piena di specchi, Preferisco il paradiso, La leggenda del bandito e del campione, Sant'Agostino, Mia Madre, Lo scandalo della Banca Romana, La città dei matti* etc.) a tema per lo più storico o letterario, ma anche con la media serialità: *Terra Ribelle* e *Paura d'amare*, con episodi che hanno superato i 7 milioni di telespettatori, eguagliando i risultati di alcune delle miniserie sopraelencate e con i Tmovie di produzione come *Mi ricordo Anna Frank* e *Il sorteggio* (oltre 6 milioni).

La forte vocazione alla missione di Servizio Pubblico della Rete si è espressa anche nella scelta della programmazione cinematografica con l'offerta natalizia dei classici Disney, le tre principesse: *La bella addormentata nel bosco, Biancaneve e i sette nani, Cenerentola*. Gli oltre 7 milioni di telespettatori raccolti testimoniano la forza aggregatrice che la Rete può svolgere anche in un contesto sempre più frammentato come l'offerta per bambini e ragazzi.

Anche nell'intrattenimento RaiUno ha caratterizzato la sua offerta con prodotti collaudati ma in costante rinnovamento nel linguaggio o nella conduzione, nell'intento di coniugare i tratti che caratterizzano l'immagine di RaiUno, quali sobrietà, eleganza e capacità di emozionare, con il successo di pubblico.

La musica come spettacolo e come racconto, la scoperta di nuovi talenti artistici, la sfida, hanno rappresentato il filo conduttore di una programmazione che va da *Ballando con le stelle*, a *Ti lascio una canzone, Raccomandati e Ciak... si canta*, dalle serate con Gigi D'Alessio fino alle emozioni nostalgiche de *I migliori anni*.

Ma anche la musica colta è stata una sorprendente protagonista del palinsesto

# 20,7%

share nel giorno intero (02.00-24.00)  
(fonte Auditel)

# 22,4%

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



3



4



5

di RaiUno: dopo la conferma del format *Mettiamoci all'opera*, la serata speciale di lirica e balletto dall'Arena di Verona ha conquistato ben 5 milioni di telespettatori.

Michele Guardì con *I Promessi sposi* ha messo in scena in prime time un originale esperimento di opera moderna un mix di musical e opera rock. Infine ricordiamo lo spettacolare evento in mondovisione offerto dal Rigoletto a Mantova, film televisivo in diretta, girato nei luoghi e nelle ore previste dal libretto dell'opera di Verdi, per la regia di Marco Bellacchio, l'interpretazione di Plácido Domingo e la direzione di Zubin Mehta.

Nella prospettiva di rinnovamento di un genere, l'intrattenimento, che identifica in modo crescente l'offerta generalista, non sono mancate le sperimentazioni sia in prime time sia nella fascia strategica dell'access. Fra i nuovi format ricordiamo le 4 puntate in prime time di *Vaglia di aria fresca* con un Carlo Conti impegnato nella ricerca di nuovi comici, e il debutto di *Da da da* di Michele Bovi, una proposta che ha riscosso un vasto consenso caratterizzando l'access estivo di Rete con l'originalità di un racconto interamente costruito con materiali d'archivio delle Teche Rai. *Da da da*, *Soliti ignoti*, *Affari tuoi*, tre formati di successo che si alternano nella programmazione dell'access di RaiUno garantendo un forte traino alle prime serate.

Nel 2010 i tradizionali talk show e contenitori ormai consolidati - *Uno mattina*, *La vita in diretta*, con Mara Venier a fianco di Lamberto Sposini, *Le amiche del sabato*, *Domenica in l'Arena* - e le rubriche più amate dal pubblico - *Occhio alla spesa*, *Verdetto finale*, *La prova del cuoco*, che ha visto il ritorno di Antonella Clerici, *Linea verde* affidata a Elisa Isoardi - sono stati affiancati da

nuove proposte come *Bontà loro*, una finestra su attualità, cultura e spettacolo condotto da Maurizio Costanzo nel primo pomeriggio dei giorni feriali e come *Se... a casa di Paola*, il nuovo talk show pomeridiano condotto da Paola Perego.

Nel 2010 RaiUno ha quindi proseguito nella strada del rinnovamento graduale e coerente anche del day time, con una linea editoriale che continua a privilegiare il rapporto diretto con il pubblico, quale elemento caratterizzante della televisione generalista, e gli appuntamenti con una forte valenza di Servizio Pubblico, senza peraltro trascurare il divertimento e il gioco che vede nell'*Eredità* di Carlo Conti un momento di incontrastato successo nella fascia preserale.

In quest'ottica, ricordiamo anche la nuova impaginazione della domenica pomeriggio che dopo *l'Arena* di Giletti, propone due nuovi volti femminili, Sonia Grey con le storie d'amore e Lorella Cuccarini con lo spettacolo e il varietà della *Domenica in...onda*. Novità anche nel primo mattino del week end con il passaggio su RaiUno di *Mattina in famiglia* dove, sotto la guida di Michele Guardì, i conduttori Tiberio Timperi e Miriam Leone allietano le prime ore del sabato e della domenica.

L'informazione e la divulgazione rimangono fra i punti di forza della programmazione della Rete che ripropone, in seconda serata, gli appuntamenti con la cronaca politica, sociale e di costume, del *Porta a Porta* di Bruno Vespa e le incursioni di Piero e Alberto Angela nel mondo della scienza, della storia e dell'archeologia con i tradizionali *Superquark* natalizi ed estivi e con i documenti di *Passaggio a nordovest*.

### La mappa di RaiUno

Emozioni: *Sissi*, *Terra ribelle*, *Capri*, *Paura d'amore*, *Ragazze dello Swing*, *Il bandito e il compione*, *Mia Madre*

Eventi: *Filumena Marturano*, *Rigoletto*, *Promessi Sposi*, *Festival di Sanremo*, *Miss Italia*, *Galà da Verona*, *Mondiali di calcio*, *Premio Regia Televisiva*, *Le tre principesse Disney*

Divertimento: *Ballando con le stelle*, *Vaglia di aria fresca*, *Tutti pazzi per amore*, *Stasera è la tua sera*, *Soliti ignoti*, *Affari tuoi*, *La ladra*, *I Raccomandati*, *L'Eredità*, *Reazione a catena*, *Tutti i padri di Maria*

Musica: *Ti lascio una canzone*, *Ciak si canta*, *I migliori anni*, *Gigi questo sono io*

Impegno: *La città dei matti*, *Lo scandalo della Banca Romana*, *S. Agostino*, *Sangue pazzo*, *Sorteggio*, *Sotto il cielo di Roma*, *Anna Frank*, *Cose che restano*

Cultura e scienza: *Superquark*, *Passaggio a nordovest*, *Quark Atlante*, *Mettiamoci all'opera*, *L'appuntamento*, *Cinematografo*, *Applausi*, *Memorie in bianco e nero*

Informazione: *Porta a porta*

*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.*

1. **Michele Santoro**  
conduce *Annozero*

2. **Simona Ventura**  
e la sua *Isola dei famosi*

3. **Maurizio Costanzo**  
e il suo nuovo programma *Bontà loro*

4. **Roberto Giacobbo**  
alla guida di *Voyager*



Raggiungere pubblici diversi all'insegna dell'originalità, senza dimenticare la storia di **RaiDue**: su questa strada la rete ha lavorato anche nel 2010 e continuerà a lavorare nelle prossime stagioni televisive con l'intenzione di confermare i successi ottenuti lo scorso anno, successi che hanno visto RaiDue confermarsi al terzo posto per ascolti tra le reti generaliste nazionali.

Il 2010 è stato un anno particolare per RaiDue, che ha completato il rinnovamento del suo palinsesto all'insegna della continuità e della contemporaneità in linea con le direttive della Direzione aziendale e le delibere del Consiglio di Amministrazione, che hanno affidato alla rete il compito di catturare un pubblico dinamico e culturalmente, non solo quindi anagraficamente, giovane.

Si è scelto, quindi, di puntare su trasmissioni di approfondimento informativo spregiudicate e curiose; su seriali di acquisto capaci di tenere davanti alla tv l'intera nuova famiglia italiana, giovane e dinamica; sulla musica di qualità; sui documentari e gli speciali; sui cartoons. Il vasto ed eterogeneo pubblico di RaiDue ha compreso questo lavoro, ha capito il progetto e ha assecondato lo sforzo di rinnovamento premiando la rete che, nell'anno in cui dieci regioni e il 70% della popolazione sono passate al digitale terrestre, conferma il suo trend positivo anche nelle aree all'igital.

In un'azienda che ha un bouquet di 14 reti, il più ampio tra tutti i broadcaster pubblici europei, si conferma leader nel mercato nazionale degli ascolti accrescendo l'offerta, RaiDue ha l'obbligo di affrontare la sfida cross mediale, puntando a una maggiore interattività e convergenza tra le proprie trasmissioni e le nuove tecnologie: non solo il digitale terrestre, quindi, ma anche Internet e la telefonia mobile perché il pubblico 'culturalmente giovane' di RaiDue mostra di apprezzare e fruisce delle trasmissioni anche non in diretta, andandole a cercare sul web.

Una rivoluzione morbida che non ha disorientato i telespettatori nonostante l'inserimento di elementi nuovi nel palinsesto.

RaiDue è un progetto complessivo che parte dal mattino e arriva fino alla terza serata, che offre grandi spazi all'informazione e all'approfondimento giornalistico (accanto ad *Annozero* di Michele Santoro, nel 2010 anche *L'ultima parola* di Gianluigi Paragone è diventato un punto di riferimento fisso nel panorama giornalistico italiano), ai grandi eventi, musicali e non, come gli speciali dedicati a Luciano Pavarotti e a Karol Wojtyła premiati da ascolti importanti, alla conferma di trasmissioni e di personaggi che sono il marchio tradizionale della rete: *Quelli che...*, *X Factor* e *L'isola dei famosi*, che Simona Ventura innanzitutto e Francesco Facchinetti hanno contribuito a rendere appuntamenti imperdibili per tutto il pubblico e la critica televisiva.

Uno spazio originale ha saputo ricavarsi *Voyager* di Roberto Giacobbo, che si muove sul sottile confine tra il mistero e la conoscenza e che nel 2010 ha potuto fregiarsi, per quattro appuntamenti, della prestigiosa partnership del National Geographic.

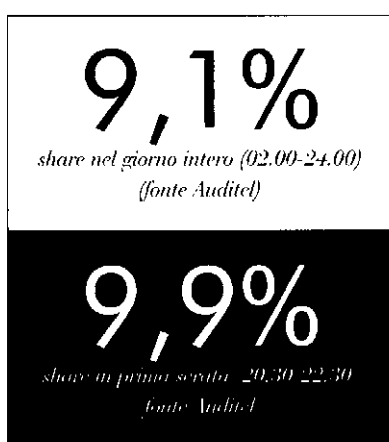
RaiDue condivide il merito di questi successi e di questo importante sforzo produttivo con i Centri di produzione di Milano (dove è concentrato il 70% circa della produzione della rete), Roma e Torino (per la realizzazione di *Voyager* e dei programmi per ragazzi).



3



4



### La mappa di RaiDue

Informazione: Annozero, L'ultima parola, Rubrica economica

Sport: Domenica sportiva, Champions League, 90° minuto

Intrattenimento: L'isola dei famosi, I Fatti vostri, Mezzogiorno in famiglia, Pomeriggio sul 2, Quelli che..., I love Italy

Musica: X Factor, Due, Emozioni, Top of the pops, Ritratti musicali, Musica & Co, Delitti rock

Costume e cultura: Voyager, A come avventura, Speciale 150 anni Unità d'Italia, Sereno Variabile

Seriali: NCIS, NCIS Los Angeles, Criminal minds, Cold case, Squadra speciale Cobra 11, The good wife, Castle, Hawaii Five-0, Numb3rs, Blue Bloods, Past life

Ragazzi: Cartoon flakes, L'albero azzurro, Voyager ragazzi

Rubriche religiose: Protestantesimo, Sulla via di Damasco, Sorgente di vita

Programmi in convenzione: Cerca sapori, Capotavola, Grazie dei fiori, Abissi, La giostra sul 2, Il lotto alle otto

*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.*



Nel 2010 **RaiTre** ha confermato la propria linea editoriale all'insegna del Servizio Pubblico con un'ampia offerta di programmi di divulgazione, approfondimento, talk culturali e di attualità, e un marcato orientamento a costruire programmi fondati sul racconto e sulla memoria.

Dal punto di vista degli ascolti, RaiTre è riuscita a confermare i risultati sia nel prime time che nell'intera giornata nonostante il considerevole incremento delle performance dei canali specializzati. Secondo il rapporto Qualitel 2010, il giudizio dei telespettatori su RaiTre rimane stabile per tutto il 2010 con valutazioni superiori alla media della rete nell'autunno per Cultura, Scienza, Ambiente, Telegiornali e Attualità.

Tra i programmi che hanno caratterizzato RaiTre nel 2010 è senz'altro da evidenziare *Vieni via con me*, il cui successo è stato un vero e proprio caso editoriale, l'evento televisivo dell'anno 2010.

Il programma, caratterizzato da una grande innovazione formale e tematica del linguaggio televisivo, è stato scritto e condotto da una coppia inedita formata da Fabio Fazio e Roberto Saviano, scrittore ormai di fama mondiale, autore del successo letterario *Gomorra*.

Tra gli ospiti ricordiamo: Roberto Benigni, Stefano Bollani, il maestro Claudio Abbado, Angela Finocchiaro, Silvio Orlando, Luciano Ligabue, Pierluigi Bersani, Gianfranco Fini. La puntata del 22 novembre ha fatto

registrare per RaiTre il record di ascoltatori di tutti i tempi: 9.671.000 ascoltatori con uno share del 31,6%. Anche la media delle quattro puntate costituisce un record avendo totalizzato 8.765.000 ascoltatori con uno share del 29,19%. Questo programma è riuscito a portare davanti alla tv persone che abitualmente non la guardano; infatti quando è andato in onda la platea televisiva del prime time è stata di circa 30 milioni di ascoltatori a fronte di una platea media durante la garanzia autunnale di meno di 28 milioni di ascoltatori. Il programma ha realizzato performance elevate anche su target di pubblico che difficilmente si avvicinano ai programmi delle reti generaliste; da segnalare lo share dei giovani fra i 15 e i 34 anni superiore al 32%, e il quasi il 54% fra il pubblico dei laureati.

Per il resto, il palinsesto ha confermato in prima serata i suoi programmi dalla forte connotazione di servizio attenti alle tematiche sociali e sempre dalla parte del cittadino e il meccanismo delle seconde serate a striscia con il programma di Serena Dandini che, oltre a crescere nell'ascolto, ha ottenuto un buon giudizio di qualità registrando valori al di sopra della media di genere.

Il 2010 ha segnato una crescita negli ascolti dei programmi di informazione, di servizio, di cultura e di satira di RaiTre. Da *Ballarò* a *Chi l'ha visto?* da *Parla con me* a *Che tempo che fa*. *Chi l'ha visto?* ha seguito con grande garbo e correttezza professionale casi controversi come quello di Sara Scazzi e ha fatto registrare performance di ascolto straordinarie nel corso dell'autunno 2010 con un incremento di 3,40 punti di share pari a circa un milione di ascoltatori.

*Ballarò* nel corso dell'autunno 2010 ha incrementato i suoi già alti risultati di share passando dal 15,7%, valore medio con cui si è chiusa la stagione 2009/2010, al 16,05% di media al 31 dicembre 2010.

Il genere cultura, scienza e ambiente, che caratterizza porzioni importanti del palinsesto di RaiTre, si è confermato tra quelli più apprezzati dal pubblico in termini di qualità percepita dove spicca soprattutto il gradimento confermato e dichiarato per *Geo&Geo*.

Rimangono veri e propri asset strategici della Rete e della Rai certificati dal rapporto Qualitel 2010 programmi come *Che tempo che fa*, che nel genere Attualità ha ottenuto i valori più alti, *Report*, *Presa Diretta*, *Ulisse*, *Parla con me*, *Blob*, *Amore Criminale*, *Un Giorno in Pretura*, *Doc3*, *Correva l'anno* e *Slide*, il cui valore è cresciuto nel tempo parallelamente alla loro evoluzione in termini di linguaggio.

Tra le novità del 2010 meritano di essere segnalati anche *A Slum Symphony*, il documentario sull'insegnamento della musica classica ai ragazzi venezuelani, andato in onda in prima serata, e le tre puntate di *Va' pensiero!* di e con Antonio Pappano, prodotte da BBC e dedicate all'opera in Italia.

RaiTre si è dunque confermata nel 2010 una rete moderna, contemporanea, e allo stesso tempo solida grazie a un costante lavoro di rinnovamento nella continuità, che ha contribuito a rafforzare il legame e il coinvolgimento con il proprio pubblico: lo story-telling è stato ed è tuttora il carattere fondamentale dei programmi e il marchio intorno al quale si è riconosciuto ed è cresciuto lo spettatore.