

fiction prodotte negli anni dalla Rai, che hanno per tema l'unificazione del nostro Paese: tra queste, *Vita di Cavour* (di Piero Schivazappa, con Renzo Palmer), e *Lo scandalo della Banca Romana* (di Luigi Perelli, con Ivo Garrani).

Ma naturalmente la programmazione ha affrontato, come sempre, molti momenti della nostra Storia passata e recente, con il ciclo *Res – ritorno al presente* che con la gloriosa Fiat 1500 carta da zucchero che a fine anni Sessanta era al seguito del Giro d'Italia ha realizzato un viaggio per il Paese per un confronto fra passato e presente; con la rubrica *Res Mille papaveri rossi* che ha dedicato ogni giorno un'ora alle guerre del XX secolo, con documentari su 'le guerre del dopoguerra', dalla Corea alla guerra del Coltan in Congo; con *Res - Come Eravamo - La Donna* che ha proposto trent'anni di vita italiana raccontati attraverso una selezione di materiali tratti dalle teche Rai, con un occhio speciale dedicato alla condizione femminile.

E' andata in onda inoltre la nuova serie di *Scrittori per un anno*, che oltre ai tradizionali ritratti con intervista a uno scrittore, ha proposto puntate tematiche su diversi argomenti attraverso le diverse voci dei numerosi protagonisti incontrati fra cui Franca Valeri, la drammaturga e regista Emma Dante, lo scrittore cileno Luis Sepúlveda, Aldo Nove e Alessandro Piperno. Tra le puntate tematiche la biblioteca ideale, un originale percorso tra i libri che hanno segnato una vita.



Rai Scuola è il canale di Rai Educational nato per favorire la comunicazione tra il mondo della scuola, i giovani, le famiglie e gli studenti di ogni età.

Un laboratorio di idee e contenuti che risponde alle esigenze di una società in via di trasformazione e che, soprattutto, fa dei giovani il punto di partenza per leggere la realtà e guardare al futuro.

Il canale ha proposto nel 2011 due nuovi programmi in convenzione con il Ministero della Istruzione, Università e Ricerca i cui ricavi generano margini per l'Azienda:

- *In Italia, l'Italia e l'Italiano per gli stranieri*, il progetto che Rai Educational dedica all'alfabetizzazione dell'Italiano di base di stranieri adulti e giovani adulti e che si pone l'obiettivo ambizioso di creare i presupposti per un 'cantieri per nuove cittadinanze attive' alla luce di un rinnovato concetto di cittadinanza non ereditata ma elettiva, non dominata dall'emergenza e dalla necessità, ma da una scelta sempre più consapevole.
- *A ruota libera*, un progetto sulla cultura della sicurezza stradale per studenti delle scuole medie superiori e per le scuole medie inferiori e per gli insegnanti. L'obiettivo è stato quello di promuovere in particolare le regole del nuovo codice stradale.

Si è aggiunto il programma realizzato in convenzione con il Ministero dell'Interno:

- *Cantieri d'Italia*, strumento destinato a contribuire all'integrazione dei cittadini stranieri di nuova residenza nel nostro Paese.

Web Educational

Nel corso dell'anno Rai Educational ha avviato il rinnovamento e l'implementazione del web in funzione della realizzazione di una piattaforma multimediale di diffusione dei propri prodotti attraverso i due canali digitali Rai Storia e Rai Scuola, i relativi video-portali Internet e portali tematici verticali sui contenuti.

Per quanto riguarda i portali tematici verticali, nel 2011 è stata avviata la realizzazione dei portali Rai Arte e Rai Letteratura.

Sono stati inoltre realizzati i portali tematici dedicati ai temi affrontati nei progetti finanziati dalla Convenzione con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca.

1. Lo studio del Tg1



Il **Tg1** si conferma il prodotto di punta dell'informazione Rai realizzando il momento di incontro tra il cittadino-telespettatore e il mondo delle istituzioni, della politica, della società, dell'economia, della cultura, della religione, con grande attenzione al territorio nazionale e con ampi spazi dedicati agli avvenimenti oltre i confini nazionali. In questo quadro il Tg1 si prefigge di rimanere il primo telegiornale italiano, sia per quanto riguarda il primato degli ascolti, sia per quanto riguarda l'autorevolezza nel panorama generale dell'informazione del nostro Paese.

Nell'ultimo anno il Tg1 si è confermato come il telegiornale più visto dagli italiani, tutte le prime 75 posizioni dei Tg più visti sono del Tg1; nella top 100, 98 posti sono del Tg1 e 2 del Tg5.

L'impegno produttivo della Testata nell'ultimo anno ha permesso di realizzare un ammontare di ore di trasmissione (telegiornali, speciali, rubriche, approfondimenti ed edizioni straordinarie) di circa 1.226 con 4.461 eventi televisivi.

Il 2011 è stato caratterizzato da molti avvenimenti di cronaca italiana e internazionale. E' stato il 150° anniversario dell'Unità d'Italia, Papa Giovanni Paolo II è stato proclamato Beato, alla guida del Governo c'è stato il passaggio del testimone tra Silvio Berlusconi e Mario Monti. Per la cronaca ha tenuto banco la drammatica vicenda dell'omicidio di Melania Rea. Il mondo dello sport ha perso il campione di motociclismo, Marco Simoncelli,

rimasto ucciso in un incidente nel Gran Premio della Malesia.

All'estero — accanto a eventi felici come il royal wedding inglese tra il principe William e Kate Middleton — la strage terroristica che ha ucciso 21 persone nella Chiesa dei Santi ad Alessandria d'Egitto, la Primavera araba e la caduta di Mubarak, la rivolta in Libia e l'uccisione di Gheddafi, il terribile terremoto in Giappone e la conseguente esplosione nella centrale nucleare di Fukushima, l'uccisione di Osama Bin Laden, la strage di Oslo con 76 morti, la scomparsa del padre della Apple, Steve Jobs.

Il Tg1 ha proseguito il lavoro della redazione internet che ha consistentemente amplificato il ruolo del sito preesistente della Testata. Nel 2011 il sito web del Tg1 ha totalizzato 50,4 milioni di pagine viste e una media mensile di 504 mila utenti unici. Sull'anno precedente si è registrato un incremento dell'87% in termini di pagine viste e del 52% in termini di utenti unici. All'interno dell'informazione Rai, il traffico del sito rappresenta il 13% sul totale delle pagine viste e il 16% sul totale degli utenti unici. Nella classifica per utenti unici dei siti Rai, il sito del Tg1 sale al 6° posto, dall'11° del 2010.

L'edizione del Tg1 delle 20.00 si conferma la prima fonte di informazione italiana e uno dei programmi televisivi quotidiani più seguiti. Il Tg1 delle 20.00 nel 2011 ha ottenuto un ascolto medio di 5.299.256 spettatori con uno share medio del 23,66%.

Il Tg1 delle 13.30 raggiunge un ascolto medio di 4.261.356 spettatori con uno share del 24,03%; il supplemento *Economia* del Tg1 della durata di circa 10 minuti che va in onda alle 14.00, ha realizzato un ascolto di 2.076.226 spettatori con uno share del 12,11%.



Il Tg1 delle 17.00 nel 2011 ha ottenuto un ascolto medio di 1.896.402 spettatori con il 18,80% di share. Il Tg1 notte nel 2011 ha registrato una media di 483.928 ascoltatori con uno share del 10,71%. Ma la vera novità e non solo dal punto di vista editoriale è il Tg1 60 secondi della mezza sera che totalizzato un ascolto medio di 2.044.820 spettatori e uno share del 12,41%. Il Tg1 60 Secondi è stata la trasmissione più vista nella Top 100 telegiornali Reti Generaliste conquistando il 1° e il 2° posto il 19 febbraio 2011 con 9.824.908 ascoltatori e uno share del 67,97% e il 15 febbraio 2011 con 7.474.866 spettatori e il 49,23% di share durante il Festival di Sanremo.

Per quanto riguarda le edizioni della fascia del mattino, il Tg1 delle 7.00 ha ottenuto una media di 871.633 spettatori con uno share del 25,56%; il Tg1 delle 8.00 1.465.697 spettatori di media e uno share del 25,57% e il Tg1 delle 9.00 una media di 1.331.855 spettatori e uno share del 25,57%.

*Anche
nel corso del 2011 gli
italiani hanno preferito
come prima fonte
informativa il Tg1.*



1 e 2. Lo studio del Tg2



Il 2011 è stato un anno caratterizzato da numerosi eventi di grande rilievo internazionale e nazionale: l'esplosione nella centrale nucleare di Fukushima; la cattura e uccisione di Osama Bin Laden avvenuta in un covo-bunker vicino a Islamabad; la guerra in Libia, la cattura e morte di Gheddafi; le sommosse popolari al Cairo contro la giunta militare con morti a piazza Tahrir e le dimissioni di Mubarak; l'uccisione in Afghanistan dei nostri soldati Roberto Marchini e David Tobini; la beatificazione e canonizzazione di Giovanni Paolo II; i matrimoni reali di William e Kate a Londra e di Alberto di Monaco e Charlene Wittstock nel Principato di Monaco. In Italia le celebrazioni per i 150 dell'Unità d'Italia; a ottobre l'alluvione con morti nello Spezzino e nella Lunigiana e a fine novembre quella in Sicilia in cui furono particolarmente colpite le zone di Saponara, Milazzo e Barcellona Pozzo di Gotto. Nella politica la fine del Governo Berlusconi e l'arrivo di quello tecnico guidato da Mario Monti.

L'edizione delle 20.30 nel 2011 raggiunge un ascolto medio di 2.451.991 spettatori (età media 53 anni) con lo share del 9,97%.

Il Tg2 delle 13.00 registra ancora un ulteriore aumento di ascolto rispetto all'anno precedente passando da una media di 2.866.000 spettatori a 3.062.282 con uno share pari al 18,78%; nella stessa fascia oraria Tg2 Costume e Società in onda dal lunedì al venerdì registra un ascolto di 2.188.118 con uno share 12,43%, Medicina 33 (dal lunedì al giovedì) un

ascolto di 1.790.530 e uno share del 10,08%; entrambi di poco superiori all'anno precedente. Nella stessa fascia il venerdì la rubrica *Eat Parade* con un ascolto di 1.745.717 spettatori e lo share pari al 9,96%.

Nella fascia preserale il Tg2 delle 18.15, in onda dal lunedì al venerdì, ha avuto un ascolto medio di 741.345 telespettatori (share 6,20%), mentre l'edizione nella lingua dei segni per le persone non udenti delle ore 17.45 ha raggiunto un ascolto medio di 634.087 con lo share pari al 5,88%.

Il Tg2 della notte, nelle 321 edizioni trasmesse nel 2011, ha avuto un ascolto medio di 712.159 spettatori con lo share pari al 5,50%.

Nella fascia mattutina 10.00-11.00, dal lunedì al venerdì, la rubrica-contenitore *Tg2punto.it* con un ascolto medio di 228.285 spettatori e lo share pari a 5,04%. Nell'ora di trasmissione, sono andate in onda varie rubriche tra cui *Nonsol SOLDI* con un ascolto pari a 258.053 spettatori e 5,48% di share; una volta la settimana, *Achab, libri in onda*, rubrica specializzata sulle novità librarie che nelle 40 puntate trasmesse ha registrato un ascolto medio pari a 281.817 telespettatori e 5,75% di share e la rubrica *Cinematinee*, specializzata nelle novità cinematografiche, con 299.757 spettatori e 6,39% di share.

Il martedì sera, dopo il Tg2 della notte, la rubrica di approfondimento *Punto di Vista* è stata seguita da 1.046.911 spettatori con uno share pari al 6,85% di share.

La domenica, alle ore 13.30 *Tg2 Motori*, rubrica storica del Tg2 che si occupa delle novità nel mondo delle quattro e due ruote: nelle 49 puntate realizzate nel 2011 ha registrato un ascolto medio pari a 2.324.772

spettatori con un'età media di 51 anni e uno share del 12,50%.

La seconda serata del sabato di Rai 2 è dedicata ad altre rubriche di successo: *Tg2 Dossier*, *Tg2 Storie*, *Mizar*, *Si Viaggiare*.

Nel 2011 il Tg2 oltre a 4 edizioni straordinarie (media di ascolto di 1.267.250 – share 10,48%) ha seguito eventi di interesse nazionale con numerose telecronache.

Nel 2011 il Tg2 con 3.902 edizioni ha totalizzato 1.265 ore di trasmissione.

Il Tg2 ha raccolto la sfida della digitalizzazione ed entro la fine del 2012 sarà il primo telegiornale nazionale a utilizzare le nuove tecnologie, confermando la propria vocazione nella sperimentazione di nuovi linguaggi televisivi.

1.265

ore di trasmissioni prodotte nel 2011



Il **Tg3** è il telegiornale immediatamente riconoscibile per il suo essere originale, per l'uso della diretta, per il racconto delle storie. Unisce autorevolezza e imprevedibilità, capace di sorprendere e di uscire dagli schemi per essere là dove i fatti avvengono, portando gli spettatori dentro gli avvenimenti.

L'impegno è quello di aiutare chi ci guarda a costruirsi una propria opinione fornendo tutti gli elementi utili, le informazioni, i retroscena, i protagonisti.

Raccontare i cambiamenti della società, quella che incontriamo sotto casa ogni giorno ma anche quella lontana da noi.

Una scelta che viene premiata dal pubblico nonostante il moltiplicarsi delle fonti informative online che anticipano i media più tradizionali.

L'edizione principale del Tg3, quella delle 19.00, è stabilmente al terzo posto tra le edizioni serali di tutti i Tg, costantemente sopra il 14%.

Ottimi anche gli ascolti del Tg delle ore 14.20 e delle ore 12.00, unica edizione di un telegiornale nazionale Rai in onda da Milano.

Lusinghieri gli ascolti di *Linea Notte*, un'ora di informazione in diretta da mezzanotte all'una fortemente innovativa rispetto ai tradizionali Tg notturni. La conferma viene dallo share che è dell'8,5%. Un Tg che racconta la società con i suoi cambiamenti, le contraddizioni e i conflitti, particolarmente attento alle categorie dei cosiddetti 'soggetti deboli' che, solo

marginalmente, entrano dei notiziari tradizionali e che, nel Tg3, trovano attenzione e spazi specifici.

Il *Tg3 Lis* realizzato tutti i giorni con il linguaggio dei segni, tradotto in simultanea, fornisce notizie flash per 2/3 minuti per telespettatori non udenti.

Fuori Tg dal lunedì al venerdì dalle ore 12.27 per la durata di venti minuti. E' un programma informativo in diretta con ospiti ed esperti in collegamento dalle sedi Rai o da studio. *Fuori Tg* si occupa giornalmente dei problemi della gente: dalla salute ai consumi, dall'immigrazione al sociale. Con uno share costantemente al di sopra dell'8%, il format attuale si è dimostrato vincente negli ascolti rispetto alla vecchia formula delle rubriche che avevano, molte volte, uno share al di sotto del 5%.

Agenda del Mondo. Reportage di politica estera raccontata attraverso storie e vita quotidiana di protagonisti, personaggi anche non famosi ma rappresentativi della realtà. Venti minuti di rubrica settimanale realizzata dalla Redazione Esteri in collaborazione con i corrispondenti delle sedi estere della Rai a costi estremamente contenuti.

Sabato Notte è una rubrica che tratta vari argomenti: spettacoli dal vivo, teatro, danza, circo, con ospiti in studio.

Pixel si occupa di tecnologia e innovazioni, di web e di argomenti legati all'energia e all'ambiente.

Persone. Una rubrica che propone storie di vita raccontate in prima persona, interessanti per originalità e curiosità.

Salute informa. Pillole di medicina all'insegna del benessere della mente e del corpo.

Internet. Il Tg3 è presente sul web con centinaia di pagine, con la possibilità di vedere online tutti i tg, le rubriche settimanali, fuori Tg e i video inviati dagli utenti. Prima testata giornalistica a utilizzare i social network, vanta circa 70.000 collegamenti con gli utenti di Facebook. Il Tg3 ha sempre dedicato una particolare attenzione alla ricerca di nuovi linguaggi necessari per raccontare meglio le notizie. L'impegno è premiato dalla costante ascesa dei contatti che ogni giorno aumentano.

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.

14,7%

share nel 2011 dell'edizione serale delle 19.00



1



2

1. Fabrizio Frizzi e Federico Monechi
durante la diretta del Carnevale di Viareggio

2. Stefania Battistini
conduce Buongiorno Italia



In uno scenario in cui il mondo delle telecomunicazioni è notevolmente cambiato, l'informazione regionale della Rai curata dalla **TGR** ha registrato nel 2011 un crescente interesse, soprattutto nella fascia mattutina.

Buongiorno Italia, con una ricca e articolata panoramica sulle notizie più importanti provenienti dal territorio e *Buongiorno Regione*, con il racconto dettagliato dell'attualità locale, hanno ottenuto significativi incrementi in termini di ascolto e gradimento.

Due appuntamenti che hanno recepito i nuovi bisogni e le nuove esigenze sorte nella fruizione delle notizie. Innovativi nello stile e nella capacità di integrarsi con le nuove tecnologie.

In questo contesto la TGR ha cercato nel 2011 di ripensare il proprio ruolo adattandosi alla nuova domanda e cercando di diventare protagonista dei mutamenti in atto.

In tal senso si è rivelata positiva l'esperienza di *Italia Sera*, notiziario quotidiano trasmesso sul canale Rai News, con l'intento di offrire a un pubblico diverso un resoconto giornaliero sulle notizie locali più importanti.

Si è trattato della prima possibilità per la testata di sperimentare la propria capacità di lavorare in sinergia con altre realtà editoriali aziendali, in vista di un imminente varo di un canale con un'ampia programmazione dedicata alle realtà territoriali.

Sempre su Rai News nel corso dell'estate 2011, nel pieno della crisi finanziaria

che ha investito l'Europa, ha preso il via *Piazza Affari*, nuovo appuntamento informativo dedicato alla borsa e all'economia in generale.

La TGR, con un organico di 913 unità tra giornalisti, tele-cineoperatori e impiegati, e con le 23 redazioni ha garantito una copertura informativa capillare con notizie e contributi prodotti anche per le testate nazionali della Rai.

Complessivamente nel 2011 la Testata Giornalistica Regionale ha realizzato 8.500 ore di informazione televisiva di cui circa 500 dedicate alle minoranze linguistiche e oltre 300 ore di rubriche a diffusione nazionale; 6.200 ore di informazione radiofonica regionale di cui ben 2.000 dedicate alle minoranze linguistiche.

Ottimi anche i risultati del nuovo sito web, www.tgr.rai.it, dove è possibile vedere anche in simul-cast tutti gli appuntamenti targati TGR.

*Investire e innovare
rimanendo
sempre vicini
ai cittadini,
questa è
la nuova sfida della
Testata Giornalistica
Regionale.*

17,1%

share nel 2011 dell'edizione delle 14.00

1. *Settegiorni*2. *La Tribuna Politica*

1



2



Rai Parlamento è la testata giornalistica che informa gli utenti televisivi sull'attività del Parlamento nazionale e del Parlamento Europeo, in stretta connessione con gli sviluppi dell'attività politica.

Rai Parlamento produce, inoltre, le *Tribune Politiche* e le *Tribune Elettorali* e realizza, infine, i programmi nazionali dell'Accesso.

Rai Parlamento è una testata tematica, cui sono affidati specifici compiti di approfondimento giornalistico nel settore politico-parlamentare.

Attraverso le tre edizioni del suo Tg Parlamento quotidiano, in onda su Rai 1 e Rai 2 dal lunedì al venerdì, offre un'informazione puntuale e completa sull'attività del Governo e dei due rami del Parlamento, con particolare attenzione per i lavori parlamentari che, di norma, non rientrano nel campo di interesse dei telegiornali 'generalisti'.

Il Tg Parlamento in onda il venerdì su Rai 2 ospita la rubrica *Le Pagine della Politica*. Brevi interviste in studio con autori di saggi o pubblicazioni di argomento politico sia essi esponenti del Parlamento o del Governo, giornalisti, professori e universitari.

Dibattiti, inchieste e indagini parlamentari, lavori nelle Commissioni permanenti di Camera e Senato e nelle Commissioni bicamerali sono al centro dell'attenzione del Tg Parlamento. Un'attenzione che trova la sede di un necessario approfondimento nella rubrica settimanale *Settegiorni*, in onda il sabato mattina su Rai 1: un magazine tematico di cinquanta minuti dedicato ai

maggiori temi dell'attualità politica e sociale del paese e che ha l'obiettivo di valutare le ricadute della politica sulla vita dei cittadini, con servizi, inchieste, ospiti in studio.

Su Rai 2, per 40 minuti, ogni sabato mattina, va invece in onda il settimanale *Quello che*, dedicato a Regioni, Province e Comuni. Dà voce ai politici regionali e locali e alle loro attività sul territorio, trattando anche di economia, cultura, identità e tradizione. Particolare attenzione è riservata alle Associazioni nazionali delle istituzioni locali (Conferenza delle Regioni, Anci e Upi) e ai loro rapporti con Governo e Parlamento.

L'attività del Parlamento Italiano è seguita in presa diretta in occasione degli *Speciali*, dedicati alla trasmissione televisiva dei principali dibattiti a Montecitorio e a Palazzo Madama, nonché attraverso la trasmissione settimanale del *Question Time*, le interrogazioni a risposta immediata che vedono un serrato confronto tra parlamentari e Governo.

Di regola, queste dirette parlamentari ottengono una buona accoglienza da parte dei telespettatori, soprattutto quando si occupano di temi di grande attualità politica e sociale, o in momenti 'caldi' per la vita delle istituzioni, come l'elezione del Presidente della Repubblica o dei Presidenti di Camera e Senato, oppure in occasione dei dibattiti sulla fiducia al Governo.

La comunicazione politica regolata dalla Commissione Parlamentare per l'Indirizzo Generale e la Vigilanza sui Servizi Radiotelevisivi è l'altro grande ramo produttivo di Rai Parlamento.

Le *Tribune elettorali* ospitano con diverse modalità il confronto tra le forze politiche che concorrono alle elezioni

politiche, europee, regionali, amministrative, referendarie. Le Tribune, vengono trasmesse anche in radiofonia.

10'... è la rubrica quotidiana che va in onda, dal lunedì al venerdì, su Rai 3 ma anche in radiofonia, ospita i programmi autogestiti dalle organizzazioni culturali, politiche, assistenziali, in genere espressioni dell'associazionismo privato, ammesse dalla Sottocommissione Permanente per l'Accesso. Uno spazio che da trent'anni mette in comunicazione con il grande pubblico attività e iniziative solo apparentemente 'minori'.

*La politica raccontata
con rigore, obiettività e
completezza.*

274

ore di informazione parlamentare nel

2011

60/4.000

indici/pagine simultanee su Rai 1 e Rai 2

21/13.000

edizioni regionali/pagine simultanee su Rai 3



Con i suoi 28 anni di storia, con il suo giornale in tempo reale e con i suoi 60 indici e le sue oltre quattromila pagine pubblicate contemporaneamente, **Televideo** è uno dei brand più riconoscibili e duraturi della Rai. Presente tradizionalmente con il teletext sulle tre storiche reti generaliste (Rai 1, Rai 2 e Rai 3), la testata è declinata anche su tutti i canali Rai del digitale terrestre e, con differenti versioni originali, anche su Internet, sulla telefonia mobile e sull'applicazione Mhp del digitale terrestre.

Sul Televideo Nazionale, oltre all'informazione (con *Ultim'ora*, la *Prima Pagina*, il sintetico 'rullo' dei fatti del giorno, le cronache italiane e mondiali, l'economia, la politica, i diritti dei cittadini, lo sport, la cultura, lo spettacolo), si trova di tutto: dai programmi radiotelevisivi alle lotterie, dalla salute alla previdenza, dalla borsa al lavoro, dal meteo ai trasporti, dalle tematiche ambientali alle associazioni dei consumatori, dalle novità cinematografiche, musicali e teatrali all'oroscopo.

Dal 2011, tutte le news del Televideo Nazionale sono sbarcate anche su Rai 3, integrandosi alla già presente offerta regionale. Su Rai 3, infatti, vanno in onda le 21 diverse edizioni del Televideo Regionale (un'edizione per ogni regione, due nel Trentino Alto Adige), con circa tredicimila pagine simultanee. Il Televideo Regionale si concentra su servizi e rubriche di interesse territoriale, garantendo un aggiornamento costante su farmacie, cinema, teatri, tempo, traffico, turismo,

sport locali (con oltre 500 campionati delle varie discipline) e cercando di favorire un rapporto diretto tra Pubblica Amministrazione e cittadini, anche con chi ancora non usa abitualmente il web.

L'enorme pubblico conquistato da Televideo regge alla sfida dei nuovi media. Sono sei milioni e mezzo gli utenti che leggono il Televideo Nazionale ogni giorno. E dal 'vissuto' del pubblico di Televideo emerge soprattutto la soddisfazione per l'utilità, la facilità di consultazione e la tempestività.

Più che lusinghieri i risultati di gradimento per la versione su Internet (www.televideo.rai.it). Nel 2011 il sito di Televideo ha registrato 197,3 milioni di pagine viste e una media mensile di 706 mila utenti unici, con una crescita sull'anno precedente del 3% degli utenti e del 13% delle pagine viste. Da solo, il sito di Televideo rappresenta circa il 50% del traffico complessivo ('pagine viste') dell'informazione Rai, conquistando il secondo posto assoluto dopo il sito Rai.tv, e il 22% sul totale degli utenti.

Missione centrale, insieme all'informazione, è quella affidata a Televideo sulla base del Contratto di Servizio tra lo Stato e Rai. Per i non udenti Televideo sottotitola in diretta ogni giorno le principali edizioni dei tre Tg dalle 8 alle 20, per oltre 1.200 ore l'anno. Oltre alla sottotitolazione di rubriche giornalistiche come *Speciale Tg1*, *Tg2 Dossier*, *Medicina 33*, *Costume e società*, *Tg3 Pixel*, Televideo garantisce in particolare la sottotitolazione di un ampio palinsesto – in parte riproposto anche sul web per oltre 600 ore – e differenziato per generi di programmi, registrati o in diretta (film, fiction, intrattenimento, informazione, partite di calcio, documentari, cartoni animati ecc.), e

fornisce sottotitoli di lingua inglese, per un totale di oltre 13.000 ore di sottotitolazione nel 2011.

Accanto alla sottotitolazione, c'è anche una delicatissima attività editoriale dedicata ai non vedenti, con audio-libri e opere musicali, non solo con funzione divulgativa ma anche di alfabetizzazione informatica.

Fiore all'occhiello della produzione originale realizzata da Televideo è l'offerta di opere multimediali di vario argomento e, in particolare, di fiabe dedicate ai bambini ciechi e ipovedenti, con fini anche didattici: nel 2011, per il 150° anniversario dell'Unità d'Italia, è stata appositamente prodotta un'opera in 12 puntate, proposte a cadenza mensile sul sito web del Telesoftware, arricchita da contributi audio/video delle Teche Rai.

*Televideo va in onda
e in rete.
E il suo pubblico non lo
tradisce: circa 6 milioni
e mezzo di lettori al
giorno per il teletext.
Una leadership
assoluta – tra i siti
informativi della Rai – in
termini di 'pagine viste'
su Internet e
alti indici di gradimento
per le 'app' sui tablet e
su tutta la telefonia
mobile evoluta.*



Facciamo parlare i numeri: 61.474 spettatori di media annua sull'intera giornata, ben più del doppio rispetto a quella dell'anno precedente (26.675 spettatori) e senza contare il contributo proveniente dalle trasmissioni in chiaro su Rai 3. Il dato è ancora più interessante se letto in termini di share: lo 0,6% raggiunto dal canale all news della Rai lo porta, nella classifica dei canali specializzati, dal diciannovesimo posto del 2010 (con lo 0,2%) all'undicesimo, con una crescita di otto posizioni.

Il sorpasso sul concorrente diretto Sky Tg24, concretizzatosi nel dicembre del 2010, si è trasformato nel 2011 quasi in un doppiaggio: 61.474 spettatori contro 34.983, per uno share dello 0,6 contro lo 0,34 (elaborazioni su dati Auditel, fascia 02.00 – 01.59, individui 4+ con ospiti). Si tratta di un dato indubbiamente positivo, sul quale però grava l'incognita di un nuovo competitor, il Tgcom 24 di Mediaset, i cui ascolti non sono ancora disponibili, presente tanto sul digitale terrestre che sulla piattaforma satellitare (a differenza di Sky Tg 24, presente solo sul satellite).

Oltre alla realizzazione di un nuovo studio, progetto in corso di esecuzione, la novità più importante è stata senz'altro il passaggio dalla trasmissione in 4:3 a quella in 16:9, accompagnato da un rinnovamento della grafica del canale, più essenziale in fatto di linee ma anche più ricca a livello di informazioni scritte.

In questo modo Rai News ha confermato il suo ruolo di avanguardia all'interno dell'offerta Rai e si è allineata

agli standard dei più importanti canali all news del mondo. Il lavoro sulla grafica è tutt'ora in progress, il prossimo step è previsto con il cambio di studio.

Interessanti novità anche sotto il profilo editoriale.

Coerentemente con la sua mission, Rai News non ha rinunciato all'idea di proporsi non tanto come un telegiornale ma come una finestra sempre aperta sui fatti del mondo, dalla primavera araba alle vicende che hanno portato alla nascita del Governo Monti, con occhio attento soprattutto agli avvenimenti in diretta. Ma il canale ha continuato anche a offrire diritto di tribuna a realtà solitamente poco 'illuminate' dalle televisioni generaliste, a sperimentare formule non tradizionali, come – ad esempio – la rassegna dei giornali commentata da esponenti della stampa estera, ad alimentare un sito internet, www.rainews24.rai.it, ormai considerato un punto di riferimento per l'informazione in rete e per il dialogo con i social network.

oltre **61.400**
spettatori di media annua
nell'intera giornata



1



2

1. La Formula 1*le rosse in pole position***2. Ciclismo***le grandi competizioni su Rai Sport***3. 90° minuto**

Rai Sport

Nel 2011, pur non essendo anno olimpico e senza Mondiali di calcio, **Rai Sport** ha offerto migliaia di ore di programmazione, consolidando l'offerta dei due canali sulla piattaforma digitale: Rai Sport 1 e Rai Sport 2.

Lo sanno bene gli appassionati di sport e soprattutto coloro che amano i cosiddetti sport minori, che non trovano grande spazio nella programmazione delle reti generaliste ma che costituiscono l'offerta principale dei Canali tematici.

Successo per le cronache in diretta degli eventi ma, ascolti alla mano, successo anche per le rubriche dedicate agli assi dello sport del passato (*Memoria Rai Sport* o repliche di incontri leggendari di calcio e non solo).

Grande sport in tv senza dimenticare le altre forme di comunicazione per il web. Il sito di Rai Sport, con le sue pagine visitate ogni giorno da milioni di persone e lo streaming degli eventi in diretta, si conferma il sito Rai più cliccato.

Tra gli eventi di maggior richiamo dell'anno ricordiamo i Campionati mondiali di Atletica leggera a Daegu, Corea (26 agosto/4 settembre) e i

29,0%

*share per la partita amichevole**Italia - Germania*

campionati mondiali di Nuoto a Shanghai, Cina (16/31 luglio).

Anche per il 2011, Rai Sport si conferma la testata monopolista per il ciclismo. Grande successo di ascolti per il Giro d'Italia (7/29 maggio), prodotto dalla Rai con le riprese in movimento e tradizionali sempre all'avanguardia. Alto gradimento anche per il Tour de France e le grandi classiche del ciclismo che Rai Sport ha trasmesso integralmente con ore e ore di programmazione sia sulle reti generaliste che su Rai Sport 2, il canale ormai tradizionalmente dedicato alle due ruote.

Rai Sport ha inoltre assicurato la copertura totale dei Campionati mondiali di Sci alpino a Garmisch e quelli di Sci nordico a Oslo (entrambi novembre/marzo) con dirette continue.

2011 di grandi ascolti anche per un altro fiore all'occhiello di Rai Sport, la Formula 1, con inviati e conduttori personalizzati sul posto e le rubriche storiche dedicate al mondo dei motori: *Pole Position*, *Pit Lane*, *Reparto Corse*, *Numero Uno*.

Un capitolo a parte merita anche il basket; nel 2011 si registra il ritorno del Campionato di serie A e la diretta del posticipo della domenica sera.

Nel 2011 la Rai è stata broadcaster per i Campionati europei di Tuffi a Torino (8/13 marzo) e per i Campionati mondiali di Rugby – Under 20 (6/26 giugno); eventi che Rai Sport ha seguito registrando ottimi ascolti.

Audience mantenuta, sulle reti generaliste, anche per tutti gli appuntamenti con le rubriche di approfondimento, quotidiane e settimanali: il Tg Sport delle 17.50 su

Rai 2, *Sabato Sprint*, *90° Minuto Serie B*, *Dribbling*, *Primo Stadio*, *Stadio Sprint*, *90° Minuto*, *la Domenica Sportiva*.

Più sperimentazione si è potuta attuare sui due canali tematici che garantiscono quotidianamente le tradizionali news e i tg flash dislocati nella giornata con gli ultimi avvenimenti di cronaca.

Ma Rai Sport 1 e Rai Sport 2 hanno dato la possibilità di approntare, anche in poco tempo, speciali e approfondimenti su fatti di cronaca difficilmente prevedibili come il doping o il calcio scommesse.

Grande attenzione anche ai temi sociali e alle disabilità, su tutti la rubrica *Sportabilia*.

4,6%

percentuale di sport sulle reti Rai

836

ore di sport sulle reti Rai



3

**DIRITTI SPORTIVI**

La mission della **Direzione Diritti Sportivi** è l'acquisizione, per tutto il Gruppo Rai, dei diritti di utilizzazione e sfruttamento degli eventi sportivi che si disputano in ambito nazionale e internazionale.

Le attività sono svolte nel rispetto del Piano di acquisto pluriennale elaborato sulla base delle linee guida editoriali, tenendo in considerazione il ruolo di Servizio Pubblico che l'Azienda assolve, nonché nel rispetto dei vincoli economici assegnati in sede di budget e pianificazione economico-finanziaria. Su tale fronte, anche per l'esercizio 2011 è stato conseguito un ragguardevole risparmio rispetto al budget di riferimento.

Le numerose trattative avviate nel corso del 2011 sono state condotte ponendo come obiettivo, ogni qualvolta ciò sia stato praticabile, l'acquisizione full rights dei diritti relativi all'evento sportivo al fine di giungere a una utilizzazione ottimale del prodotto su tutte le piattaforme per le quali Rai ha titolo, alimentando così non esclusivamente i palinsesti televisivi delle reti generaliste e dei due canali tematici Rai Sport 1 e Rai Sport 2, ma anche quello radiofonico, il palinsesto di Rai Italia e il portale internet, con la possibilità di generare ulteriori forme di ritorno dell'investimento.

Le attività contrattuali sono condotte tenendo conto delle diverse tipologie di controparti (rappresentate principalmente da Federazioni e Leghe

Italiane, Federazioni Internazionali, EBU) e della peculiarità delle singole fattispecie oggetto di negoziazione.

Tali attività hanno consentito, nel corso del 2011, di giungere al perfezionamento di un numero considerevole di contratti che hanno alimentato il portafoglio diritti Rai, sia con eventi di respiro internazionale connessi alle discipline maggiormente significative, sia con eventi svoltisi in ambito nazionale riferiti a numerose discipline sportive, andando a coprire il variegato panorama degli sport minori che rivestono un ruolo importante nell'ambito della mission Rai di Servizio Pubblico radiotelevisivo.

Si è trattato, in alcuni casi, di rinnovi di accordi per l'acquisizione di diritti di cui Rai era già titolare, in altri di nuove acquisizioni che hanno ulteriormente incrementato il portafoglio diritti in capo a Rai così da continuare a garantire l'offerta free più ricca rispetto al mercato di riferimento.

Pertanto, le attività svolte dalla Direzione si sono focalizzate, da un lato, sulla gestione degli accordi pluriennali e dei rinnovi, dall'altro, sull'individuazione di nuove opportunità di acquisizione grazie al costante presidio, all'analisi e al monitoraggio del mercato dei diritti sportivi.

A titolo esemplificativo, si ricordano alcuni importanti accordi che hanno permesso la trasmissione, nel corso del 2011, delle seguenti Manifestazioni Sportive:

- contratto con la FIGC per la trasmissione delle partite della Nazionale di Calcio (amichevoli e qualificazioni);
- accordo con UEFA relativo agli Europei maschili 2011 Under 21 di calcio;

- contratto con la Lega Calcio avente a oggetto gli highlights delle partite del Campionato di Calcio di serie A e serie B;
- accordo per l'acquisizione degli incontri della Coppa Italia (a partire dagli ottavi di finale);
- contratto con UEFA per la trasmissione della Champions League (una partita per ciascuna giornata di gara);
- contratti concernenti le partite dei campionati organizzati dalla Lega Pro, Calcio a 5, Calcio femminile e altre manifestazioni giovanili;
- accordo in esclusiva per la trasmissione del Giro d'Italia e altre gare di ciclismo;
- contratto relativo al Tour de France;
- accordo per la trasmissione dei Campionati Mondiali e Diamond League di Atletica Leggera;
- contratto pluriennale avente a oggetto le gare della Coppa del Mondo di Sci Alpino e Sci Nordico;
- accordi per l'acquisizione del campionato maschile e femminile di serie A di Pallavolo, nonché dei Campionati Europei;
- contratto relativo al campionato italiano di serie A maschile e femminile e agli Europei di Pallacanestro.

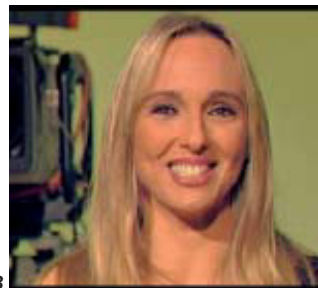
Infine, in termini di ore di programmazione, 1.100 sono state le ore dedicate allo sport sulle reti generaliste tra notiziari, rubriche e telecronache. Tali trasmissioni hanno consentito a ben quattro eventi sportivi di inserirsi tra i primi dodici programmi più visti nell'anno.



1



2



3



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. La programmazione dei Canali Televisivi (Raitalia TV), dell'emittente radiofonica (Raitalia Radio) e dei siti web editi da Rai Internazionale segue i criteri ispiratori indicati dalla Convenzione RAI - Radiotelevisione Italiana e Presidenza del Consiglio dei Ministri, in vigore fino al 31 dicembre 2012. Attraverso una programmazione pluralista e, specie nel caso dei tre canali televisivi, rispettosa dei fusi orari delle aree per i vari Continenti irradiati dal segnale, l'offerta è indirizzata a valorizzare la lingua, la cultura, l'impresa italiana, oltre a garantire un adeguato livello d'informazione per le comunità italiane/italofane all'estero.

Rai Internazionale nel 2011 ha registrato un consolidamento della linea editoriale adottata dalla primavera 2010, che si è concretizzato in una parziale modifica dei palinsesti televisivi, ferma restando la taratura di ogni canale Raitalia TV sui fusi orari delle città di riferimento per ogni continente (New York e Toronto per Raitalia 1 Americhe, Sidney e Pechino per Raitalia 2 Australia/Asia, Johannesburg per Raitalia 3 Africa).

Raitalia è distribuita su tutti i Continenti e con tre canali diversi (Americhe, Australia e Asia, Africa) 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 è completata dalle produzioni originali di Raitalia.

L'informazione riveste un ruolo fondamentale: *Italia Magazine* – rubrica giornalistica che ha raccontato le storie degli italiani, dall'arte alla cultura, dalla cooperazione internazionale alla scienza, dall'attività dei nostri militari in missione di pace al Made in Italy, dal folklore allo sport e tutto ciò che è eccellenza italiana; *Costanzo Italia*, appuntamento domenicale con Maurizio Costanzo che ha commentato gli avvenimenti più importanti della settimana; *Italia chiama Italia* – rubrica bisettimanale dedicata alle attività delle associazioni degli italiani all'estero. La puntata del giovedì si è occupata delle iniziative del CGIE, dei Comites e dei parlamentari all'estero, la puntata della domenica si è occupata della cultura italiana che viaggia nel mondo; *Regioni d'Italia* – rubrica settimanale realizzata in collaborazione con la TGR, che ha selezionato i servizi più significativi del settimanale realizzato dalle redazioni

della Testata Giornalistica Regionale; conclude l'offerta informativa *Cristianità*, rubrica religiosa in onda tutte le domeniche dopo l'Angelus del Papa, con ospiti in studio che hanno approfondito gli argomenti del giorno legati all'attualità religiosa e liturgica.

Spazio speciale è stato dedicato allo sport, che con *La Giostra dei Gol* ha raccontato agli italiani all'estero il calcio italiano, offrendo anticipi, posticipi e le partite del Campionato di Calcio di Serie A e di Serie B. Nel corso della trasmissione, in onda ogni sabato e ogni domenica, commenti e confronti hanno animato lo studio della trasmissione.

Novità, rispetto alla passata edizione, è stata *Aspettando la Giostra*, spazio di 15' in onda il venerdì con ospiti e contributi filmati.

Ai programmi d'informazione si aggiungono quelli della rete.

Storie d'Italia, concluso il 10 luglio il ciclo triennale dedicato al 150° anniversario dell'Unità d'Italia, ha raccontato la storia del nostro Paese, utilizzando il patrimonio di fiction, inchieste e documentari delle Teche Rai. Ospiti in studio hanno approfondito il periodo storico al centro della puntata; *Gran Sportello Italia*, programma settimanale di servizio per gli italiani che vivono all'estero. Con esperti e ospiti in studio sono stati affrontati temi come fisco, pensioni, diritto di voto, cittadinanza, scuola e università, salute e sanità e tanti altri argomenti che i telespettatori hanno suggerito con le loro lettere; *Italia è...*, appuntamento quotidiano dedicato alla lingua italiana, alla musica, allo spettacolo, all'arte e alla cultura che hanno fatto grande il nostro Paese nel mondo. Novità, rispetto alla passata edizione è stato lo speciale settimanale, in onda il sabato, che oltre ad aver raccontato un



4



5

1. Benedetta Rinaldiconduce *Italia chiama Italia***2. Cristianità**

la rubrica religiosa in onda ogni domenica

3. Italia è**4. la rubrica giornalistica Regioni d'Italia****5. Italia magazine**

la rubrica settimanale in collaborazione con la TGR

territorio, una città, un evento, ha parlato anche dei personaggi che rappresentano le eccellenze del luogo.

Raitalia è anche radio e Internet, ovvero un'offerta mediatica completa.

Anche nel 2011 l'offerta **radiofonica** di Rai Internazionale per il canale Raitalia Radio si è articolata attraverso i contenitori *Taccuino Italiano*, *Racconto Italiano* e *Notturmo Italiano*.

Taccuino Italiano è il programma che realizza, attraverso tanti tasselli, un grande mosaico di voci e di suoni per rappresentare l'Italia di oggi, ma anche la presenza italiana nel mondo, senza dimenticare le tante tracce del passato. Due i filoni principali: quello della musica e quello delle eccellenze (nei campi della cultura, dell'arte, dello spettacolo, della scienza, del cinema ecc.).

Nello spazio di *Taccuino Musica* sono stati ospiti, in diretta, cantanti, cantautori, gruppi e le nuove promesse dei diversi settori della musica, spesso con esecuzioni dal vivo. Alla musica sono stati dedicati anche *Cinque minuti con...*, un ospite musicale alla settimana per cinque minuti quotidiani, e *Taccuino Suite* il sabato mattina.

Lo spazio di *Taccuino Eccellenze* è stato dedicato, tra gli altri temi, a imprenditori, scrittori, creativi, artigiani e a tutti coloro che contribuiscono alla realizzazione dell'eccellenza italiana.

Racconto Italiano ha ospitato una serie di sceneggiati radiofonici originali trasmessi quotidianamente in due diversi spazi orari (uno diurno, l'altro notturno) per permettere una più ampia fruizione nei diversi continenti.

Notturmo Italiano, programma in onda ogni notte dalle 00.20 alle 06.00 (ora italiana), in una fascia corrispondente al pomeriggio-sera del nord-sud America

e al mattino australiano, ha diffuso la tradizione della musica italiana di tutti i tempi. Uno spazio è stato dedicato alla presentazione delle novità e ai principali eventi di musica leggera nazionale (dal Festival di Sanremo al Premio Tenco, da *Musicultura* al mercato dei produttori indipendenti). Due ulteriori spazi di trenta minuti sono stati dedicati, rispettivamente, alla notte australiana e a quella americana (nord, centro e sud-America).

Nella programmazione radiofonica sono rientrate nel 2011 anche pagine di informazione: *Italia chiama Italia*, *Servizi giornalistici* e *Italia Magazine*, con l'informazione da e per gli italiani che vivono fuori dall'Europa, e *Tutto di prima* settimanale di sport.

Per un'offerta mediatica completa, Raitalia è anche **Internet**, con due portali, entrambi online anche in versione inglese e spagnola.

Il primo, Rai Internazionale online (www.international.rai.it) è legato alla produzione radiofonica e televisiva dove gli utenti possono consultare i palinsesti e godere della TV on demand e della radio in streaming. È un servizio d'informazione e d'approfondimento sulla programmazione televisiva e radiofonica della televisione pubblica italiana all'estero e sulla diffusione del segnale nel mondo.

Il secondo portale, *Italica* (www.italica.rai.it) è dedicato alla cultura italiana. Una vera e propria enciclopedia virtuale del nostro Paese dedicata alla storia, agli usi e alla tradizione con l'obiettivo istituzionale di diffondere e promuovere la conoscenza della lingua e della cultura italiana nel mondo.

È stata realizzata un'integrale riformulazione dell'architettura del sito

di Italica al fine di assicurare agli utenti una migliore fruizione dei contenuti. Inoltre, il passaggio della risoluzione dello schermo da 800x600 a 1024x768 ha comportato anche un consistente intervento sul piano grafico.

Nel 2011 Rai Internazionale online e Italica hanno totalizzato quasi 20,1 milioni di pagine viste da 3,9 milioni di utenti unici (dati Nielsen). Il numero totale delle pagine online è di oltre 25.000, circa 21.000 sono le immagini, oltre 6.000 i file audio e video.

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

8.760 ore televisive
prodotte nel 2011 (di cui 700
autoprodotte)

8.760 ore radiofoniche
prodotte nel 2011 (di cui 2.513
autoprodotte)

1. *The Tree of Life*
2. *Habemus Papam*
3. *Nessuno mi può giudicare*
4. *Le Idi di marzo*
5. *Qualunque*



1



2

Rai Cinema

Le principali attività di **Rai Cinema** sono l'acquisto di film e fiction in funzione prioritariamente delle esigenze delle Reti Rai, che si manifestano nel contesto di sviluppo dell'offerta televisiva rappresentato dal digitale terrestre, la produzione cinematografica e la distribuzione theatrical e home video.

In linea generale Rai Cinema, pur confrontandosi con una capacità di investimento in progressivo contenimento, attraverso un'accorta politica di acquisto riesce a mantenere un proprio ruolo da protagonista in termini di peso e considerazione, ritagliandosi spazi importanti in un mercato in costante e rapida evoluzione e fortemente competitivo, grazie a rapporti da tempo consolidati e alla rapidità d'azione.

Permane e cresce, dunque, l'attenzione di Rai Cinema alle diverse tipologie di diritti acquisibili, a fronte dell'affermarsi di sempre nuove forme di sfruttamento e di una strategia del Gruppo Rai basata sullo sviluppo del digitale terrestre e di rinnovati modelli di business.

Nel 2011 la politica di acquisizione di Rai Cinema si è rivolta al rafforzamento del rapporto con quei fornitori che offrono una produzione particolarmente ricca e varia, di interesse e di provato successo sulle Reti Rai. È il caso delle statunitensi CBS Corporation e Disney e delle germaniche Beta/Eos, Telepool e ZDF.

Tra le 'new entry' evidenziamo il primo contratto di volume con HBO stipulato in Rai. Si tratta di uno dei più importanti

broadcaster via cavo statunitense: un 'content provider' qualitativamente eccellente, produttore di serie e film per la TV straordinari, tra i più apprezzati al mondo e capace di trasferire un altissimo ritorno d'immagine ai canali che trasmettono queste produzioni.

Altro elemento di una politica corretta e proficua, pur in una situazione di difficoltà oggettiva, è rappresentata dal rapporto attivato Sony/Columbia, grande Major hollywoodiana, finalizzata all'acquisizione di programmi da trasmettere sulle Reti Rai.

Abbiamo anche raggiunto con Warner Bros. un accordo nel quale spiccano le produzioni di serie essenziali e appuntamenti ormai tradizionali per la seconda serata di Rai 2.

Con MGM è stato definito un accordo che consente l'ingresso in magazzino di una quantità di prodotto che per varietà e qualità risponde ottimamente ai fabbisogni e alle esigenze editoriali sia delle Reti Generaliste che delle Specializzate Digitali.

Anche con NBC/Universal e BBC sono stati mantenuti in vita rapporti fruttuosi per quanto concerne l'approvvigionamento di serie e miniserie.

Sul fronte dei distributori italiani, sono stati stipulati accordi con alcuni produttori nazionali per l'approvvigionamento essenzialmente di titoli cinematografici di qualità ma con forti potenzialità commerciali.

Rai Cinema nel 2011 ha proseguito la politica di approvvigionamento, ormai consolidata, dei cosiddetti 'full rights', avviata nel 2001 e volta all'acquisizione, con riguardo a titoli di nazionalità estera opportunamente selezionati, di tutti i diritti di sfruttamento nel territorio italiano per un rilevante periodo di tempo.

Tale modalità acquisitiva permette l'individuazione mirata dei prodotti e la costituzione di una raccolta di titoli pregiati con periodo medio di licenza molto lungo (12-15 anni) e ha consentito a Rai Cinema di realizzare listini compositi, attraverso i quali è stato possibile veicolare nelle sale (soprattutto nel segmento multiplex) il cinema italiano di produzione, affiancando a esso titoli di generi diversificati, per la maggior parte americani e di elevato appeal presso il grande pubblico. Siffatta politica di acquisto, in un contesto di scarsità di risorse, si rivela una scelta particolarmente valida anche in relazione alle esigenze delle Reti Rai, essendo in grado di fornire un apporto significativo al soddisfacimento dei fabbisogni per la messa in onda televisiva, soprattutto alla luce del moltiplicarsi dell'offerta Rai nell'ottica multiplatforma.

Tra i titoli acquistati nel 2011, si segnalano in particolare *Le Idi di Marzo* di e con George Clooney, *Biancaneve* di Tarsem Singh con Julia Roberts, *Cosmopolis* di David Cronenberg con Robert Pattinson.

Sotto il profilo dei risultati, dalla Palma d'oro a Cannes per *The Tree of Life* di Terrence Malick, che – uscito a ridosso della presentazione al festival – ha ottenuto un ottimo risultato al box office, all'apertura della Mostra Cinematografica di Venezia con *Le Idi di Marzo* di George Clooney, che ha avuto una brillante performance Theatrical nel periodo natalizio, fino alle Nominations agli Oscar, che hanno visto trionfare *Hugo Cabret* di Scorsese con 11 candidature, per un totale di 16 Nominations ai film del nostro listino (11 *Hugo Cabret*, 3 *Tree of Life*, 1 *Le Idi di Marzo*, 1 *Margin Call*), il 2011 è stato un anno di eccezionali soddisfazioni per le acquisizioni in modalità Full Rights, i



3



4



5

cui benefici sono già evidenti anche nella stagione 2012: *Hugo Cabret*, uscito il 3 febbraio 2012, si è aggiudicato 5 statuette agli Oscar e sta ottenendo un clamoroso successo di critica e pubblico.

Il 2011 è stato un anno pieno di soddisfazioni per il nostro cinema di produzione grazie ai riconoscimenti ricevuti dai film distribuiti e prodotti dalla Società. Presentato a Berlino nella sezione Panorama, il film di Giulio Manfredonia con Antonio Albanese, *Qualunque sia*, ha incassato 16 milioni di Euro, posizionandosi al primo posto degli incassi dell'anno di Rai Cinema.

Il festival di Cannes ha visto in concorso l'attesissimo film di Nanni Moretti, *Habemus Papam*. La pellicola ha ricevuto una calorosissima accoglienza durante la proiezione ufficiale e ha incassato quasi 6 milioni di Euro.

Per quanto riguarda invece la mostra di Venezia, nel concorso ufficiale c'erano *Quando la notte* di Cristina Comencini con Filippo Timi e Claudia Pandolfi (in cui una storia d'amore impossibile fa da sfondo a un argomento scomodo quale la depressione post partum) e il film *L'ultimo terrestre* (una tenera storia di fantascienza sulla grazia e il senso di umanità; notevole il protagonista, l'esordiente Gabriele Spinelli) che rappresenta l'anomalo esordio alla regia di un grandissimo fumettista italiano, Gipi (al secolo Gianni Pacinotti).

Al Festival di Roma è stato presentato fuori concorso *L'industriale* di Giuliano Montaldo che racconta la crisi economica e umana dell'imprenditoria italiana ottenendo un unanime consenso di critica e pubblico.

In autunno è uscito nelle sale un altro successo al box office *Ex-amici come prima*, dei fratelli Vanzina, con un cast di grande richiamo.

Per quanto riguarda i film la cui produzione è iniziata o si è conclusa nell'arco del 2011, molte sono le pellicole di grandi autori. Innanzi tutto, *The Big House*, attesissimo film di Matteo Garrone dopo il grande successo di *Gomorra*. Ferzan Ozpetek ha finito di girare *La magnifica presenza*, commedia 'soprannaturale'.

Marco Tullio Giordana ha portato a termine *Romanzo di una strage*, ricostruzione e interpretazione dei drammatici fatti di piazza Fontana.

Particolare nel panorama italiano l'esperienza di Roberto Faenza, che ha girato interamente negli Usa e con cast americano di grandi attori *Un giorno questo dolore ti sarà utile*, dal romanzo di Cameron. Il film, in puro stile 'indie' americano è stato presentato fuori concorso alla Festa di Roma ed è in uscita nel 2012.

Tra le coproduzioni europee del 2011 si segnalano: *Bel Ami* (da Maupassant), coproduzione inglese con un cast internazionale di grandi nomi; *Le premiere homme*, coproduzione con la Francia per un grande regista italiano, Gianni Amelio, tratto dal romanzo postumo di Camus e summa dei temi e delle poetiche da sempre cari al regista; *Romeo and Juliet*, scritto dal premio Oscar Julian Fellowes, diretto da Carlo Carlei, supervisione a scene e costumi di Milena Canonero. Gli attori principali sono quasi tutti giovanissimi, noti al grande pubblico internazionale di adolescenti per essere i protagonisti delle migliori serie televisive inglesi e americane.

Infine ricordiamo *Cesare deve morire*, il film dei fratelli Taviani che rappresenta la messa in scena del Giulio Cesare da parte di una compagnia teatrale di carcerati, che è stato invitato in concorso

al Festival di Berlino 2012 dove oltre ad aver avuto un'accoglienza caldissima sia di pubblico che di critica, anche internazionale, ha vinto l'Orso D'Oro.

L'anno 2011 è caratterizzato dallo sviluppo delle strategie degli investimenti e si compie nell'undicesimo anno di vita di Rai Cinema con il consolidamento (nel sistema cinema italiano) del suo ruolo di protagonista culturale e commerciale nel mercato nazionale ed estero.

In tale contesto si è registrata la netta affermazione dei registi esordienti, la conferma degli autori sostenuti dalla Società e il lancio editoriale e industriale del prodotto documentaristico.

Uno degli obiettivi della Rai e di Rai Cinema è investire su registi esordienti e il 2011 è stato a tal proposito un anno pieno di soddisfazioni.

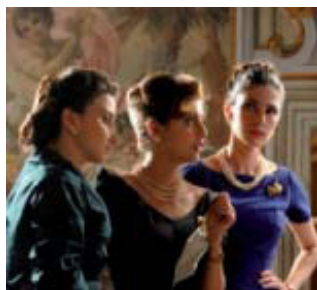
Rai Cinema, infatti, ha distribuito i film: *Nessuno mi può giudicare* del regista Massimiliano Bruno che rappresenta la nostra migliore performance 2011 nella categoria registi esordienti e il top degli incassi in Italia e *Scialla* del regista Francesco Bruni. Quest'ultimo, dopo il trionfale successo veneziano nella sezione Controcampo 2011 (terzo trionfo di Rai Cinema nella sezione italiana della Mostra del Cinema di Venezia), è stato presentato nei festival di tutto il mondo dalla Corea agli Stati Uniti, dalla Francia alla Spagna, raccogliendo premi e tantissimo consenso.

Nel 2011 Rai Cinema ha sostenuto il sistema cinema italiano anche con specifico riferimento alla coproduzione di importanti opere prime distribuite da altre società.

I nuovi registi vengono poi avviati da Rai Cinema a sviluppare nuovi progetti per il futuro, come ad esempio avviene per Massimiliano Bruno, Francesco Bruni,



1



2



3

Valerio Mieli, Claudio Capellini e Michele Rho.

La ricerca di autori per il cinema di domani riguarda anche e soprattutto i temi trattati: il cinema italiano deve, secondo gli obiettivi strategici di Rai Cinema, osservare la realtà attuale e nello stesso tempo sostenere la creatività, spaziando dal racconto della nostra storia a quello di storie provocatorie o d'ispirazione letteraria.

Nei Festival di Berlino, Cannes, Taormina, Locarno, Venezia, Toronto, Roma e Torino, Rai Cinema ha avuto conferma dell'ampio apprezzamento dei selezionatori e dei direttori verso la linea editoriale seguita; non c'è festival in cui non è stata selezionata la miglior produzione di Rai Cinema, che ha così visto premiata la propria strategia selettiva e produttiva.

A Venezia 2011 ha trionfato il bellissimo film di Emanuele Crialese *Terraferma*, Gran Premio della Giuria, e *La Bas* di Guido Lombardi, miglior Opera Prima, oltre che il già citato *Scialla* di Francesco Bruni.

L'attenzione ai temi sociali della realtà italiana ha convinto Rai Cinema a sostenere la produzione del film sul caso Parmalat, *Il Gioiellino* di Andrea Molaioli che ha raccolto consensi e un dignitoso botteghino.

A settembre 2012 Rai Cinema lancerà in rete il progetto Low Budget con i primi cinque film realizzati nel 2011: ulteriore investimento strategico per individuare talenti di genere a costi limitati per l'esclusiva distribuzione su web.

Per il mercato cinematografico il 2011 si è concluso con un calo delle presenze dell'8% rispetto al 2010: poco più di 100 milioni di spettatori per un incasso di circa 660 milioni di Euro, il 10% in meno rispetto all'anno precedente.

In questo contesto non particolarmente brillante, Rai Cinema, in totale controtendenza, è cresciuta rispetto all'anno precedente e si è posizionata al 4° posto fra i distributori con 11 milioni e mezzo di biglietti venduti, con un incasso superiore ai 70 milioni di Euro e con una quota di mercato di circa il 12%.

Il mercato nazionale Home Video nel 2011 si è concluso con un risultato negativo: -18% rispetto al 2010.

I fattori determinanti sono stati essenzialmente la pirateria che è in costante aumento per mancanza di regolamentazioni ma anche per effetto della recessione economica nella quale ci troviamo e l'offerta di prodotto decisamente inferiore all'anno precedente in cui sono stati proposti al mercato prodotti come *Avatar* e la saga di *Twilight*. Il rental, inoltre, ha subito un'ulteriore contrazione dovuta alla chiusura di uno dei maggiori distributori.

Nota decisamente positiva è stato l'incremento a doppia cifra nella vendita dei formati Blu Ray.

L'entità di tale calo, comunque, è evidentemente contenuta rispetto al risultato negativo complessivo del mercato nazionale degli home video e ciò è stato determinato dalla significativa incidenza delle vendite (sell-thru 80%) rispetto al noleggio (rental 20%).

Il prodotto di Rai Cinema sulle reti Rai

- 22% del palinsesto dell'intera giornata (per 5.652 ore)
- 32% del palinsesto in prima serata (per 699 ore)
- 723 'pezzi' (tra film, tv movie e prodotto seriale) in prima serata, coprendo 444 collocazioni (41% del totale)

Film

- 170 collocazioni in prima serata di cui:
 - 28 su Rai 1 (15,0% di share medio)
 - 40 su Rai 2 (7,8% di share medio)
 - 102 su Rai 3 (6,0% di share medio)

Tv movie

- 19 prime serate su Rai 1 con uno share medio del 14,8%
- 16 prime serate su Rai 2 con uno share medio dell'8,9%
- 1 prima serata su Rai 3 con uno share medio del 4,9%

Prodotto seriale

- 238 serate, prevalentemente su Rai 2
- 8,9% di share medio su Rai 2
- 5,0% di share medio su Rai 3

170

serate di film nel 2011

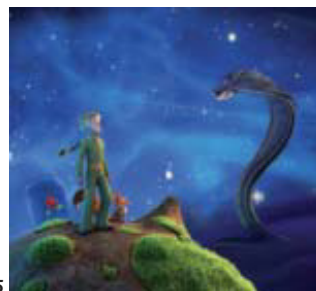
238

serate di telefilm nel 2011

1. *Il Commissario Montalbano*
2. *Atelier Fontana - Le sorelle della moda*
3. *Sarò sempre tuo padre*
4. *Cenerentola*
5. *Il cartone animato Il Piccolo Principe*



4



5

Rai Fiction

Rai Fiction è la struttura della Rai responsabile della produzione di fiction e cartoni animati per la messa in onda sulle Reti generaliste e sui canali specializzati Rai.

La fiction di produzione Rai è un punto di forza editoriale e produttivo per la Rai e in generale per l'audiovisivo italiano.

Il 2011 è stato un anno particolarmente positivo per la fiction Rai, per i risultati di messa in onda e per l'avvio di nuove produzioni da trasmettere nelle stagioni successive.

In primo luogo la fiction della Rai ha saputo rafforzare il suo rapporto con il pubblico. Nonostante l'aumento dei canali di trasmissione e la concorrenza dei nuovi media, sia il volume di offerta sia gli ascolti delle fiction Rai nel corso del 2011 sono cresciuti in termini assoluti di 14 prime serate e di 140.000 spettatori, rispetto al pur positivo anno precedente.

La fiction è il genere più programmato nella prima serata della rete ammiraglia Rai, è leader degli ascolti e fornisce un contributo essenziale anche al prime time di Rai 3 con la soap *Un Posto al sole*, la principale soap europea trasmessa in prima serata e realizzata da oltre 15 anni presso il centro di produzione Rai di Napoli.

Con oltre 900 ore di fiction di produzione trasmesse dalle reti generaliste Rai nel corso dell'anno, Rai Fiction è uno strumento essenziale dell'autonomia editoriale dell'azienda. Grazie alla produzione originale, la Rai

non è dipendente dalle dinamiche del mercato internazionale di prodotto, ma può dare spazio alle migliori risorse artistiche e produttive nazionali, definire autonomamente una linea editoriale e offrire al proprio pubblico, in Italia e all'estero, un palcoscenico di qualità per le storie, i personaggi, i luoghi, la cultura e gli stili di vita del nostro Paese.

In questo contesto, la varietà e il pluralismo di storie, formati e linguaggi caratterizzano la fiction Rai e sono stati particolarmente evidenti nel corso del 2011.

Il livello record di nove milioni di spettatori, evento sempre più raro in ambito europeo e internazionale, è stato superato cinque volte dalla fiction Rai del 2011.

Oltre ai quattro nuovi film-tv della collana *Il Commissario Montalbano* (acquisito e trasmesso quest'anno anche dalla BBC), storie di riscatto e di impegno come *Atelier Fontana*, temi sociali di grande impatto come *Sarò sempre tuo padre* sul tema dei padri separati, o *Storia di Laura* sul tema della tossicodipendenza, pagine della nostra storia come *Edda e il comunista*, il risorgimento con *Violetta* e la fiaba per tutta la famiglia come *Cenerentola*, sono stati alcuni tra gli eventi dell'anno.

Ancor più rilevante da un punto di vista industriale, l'aumento e il successo delle serie Rai, da grandi conferme come *Don Matteo* 8, *Un medico in famiglia* 7, *Tutti Pazzi per Amore* 3 e *Il commissario Manara* 2, a nuove produzioni seriali come *A un passo da cielo* nell'inedito scenario dell'Alto Adige, *Fuoriclasse* con Luciana Littizzetto professoressa a Torino e *Che Dio ci aiuti* ambientato a Modena, a testimonianza anche della capacità della fiction Rai di rappresentare l'intero Paese.

I prodotti Rai Fiction si segnalano per un elevato grado di replicabilità, sia nelle reti generaliste, sia in quelle specializzate (in particolare Rai Premium), sia in misura sempre maggiore sul web.

All'attività di produzione fiction, si aggiunge per Rai Fiction quella di coproduzione di cartoni animati.

Si tratta di produzioni generalmente seriali, per il pubblico di bambini e per l'intera famiglia, che alimentano quotidianamente la fascia ragazzi di Rai 2, e i canali specializzati Rai YoYo e Rai Gulp, con una produzione originale che si affianca, con ottimi risultati e apprezzamento, ai migliori prodotti d'acquisto internazionali.

Tra i titoli 2011 si segnalano la coproduzione europea *Il Piccolo Principe*, dal capolavoro di Saint-Exupéry, e lo special *Il generale e i fratellini d'Italia*, in occasione dei 150 anni di unità nazionale, con il patrocinio del Comitato Italia 150.

900

ore di fiction di produzione su

Rai 1, Rai 2 e Rai 3

9.561

mila

spettatori il 14 marzo 2011 per

Il Commissario Montalbano