
















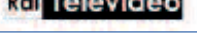













Mappa dell'offerta editoriale

Digitale terrestre e Satellitare			Web (www.rai.tv)		
32	Rai 1	37	Rai News	32	Rai 1
32	Rai 2	37	Rai Sport 1	32	Rai 2
33	Rai 3	37	Rai Sport 2	33	Rai 3
34 (a)	Rai 4	24 (a)	Rai HD	34	Rai 4
34 (a)	Rai 5	37	Rai Televideo	34	Rai 5
34 (a)	Rai Premium			34	Rai Premium
34 (a)	Rai Movie			34	Rai Movie
35 (a)	Rai YoYo			35	Rai YoYo
35	Rai Gulp			35	Rai Gulp
35	Rai Scuola			35	Rai News
35	Rai Storia			35	Rai Storia
				35	Rai Scuola
				37	Rai Sport 1
				37	Rai Sport 2
				22	Euro News

(a) Tali canali su digitale satellitare sono visibili solo mediante la piattaforma Tivù Sat.

Radio ^(b)		Informazione ^(c)		Offerta internazionale	
43		36		22	
43		36		22	
43		36			
44		37			Internet
44		37		23	
44		37		23	
44		37			Cinema
	Radio su Web (www.rai.tv)	43		38	
43					Editoria
43				52	
43					
44					
44					
44					
44					
					

(b) I canali radio sono fruibili anche tramite digitale terrestre e satellitare.

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



Area editoriale TV

28 Performance

32 Canali generalisti

- 32 Rai 1
- 32 Rai 2
- 32 Rai 3

34 Canali specializzati

- 34 Rai 4
- 34 Rai 5
- 34 Rai Premium
- 34 Rai Movie
- 35 Rai YoYo
- 35 Rai Gulp
- 35 Rai Educational
- 35 Rai Storia
- 35 Rai Scuola

36 Testate

- 36 Tg1
- 36 Tg2
- 36 Tg3
- 37 TGR
- 37 Rai Parlamento
- 37 Televideo
- 37 RaiNews
- 37 Rai Sport

38 Generi e Supporto TV

- 38 Rai Cinema
- 38 Rai Fiction
- 39 Rai Teche

PAGINA BIANCA

Performance

Il 2012 è stato caratterizzato dal completamento del processo di spegnimento del segnale analogico su tutto il territorio nazionale. Dalle quattordici regioni già 'all digital' all'inizio del 2012 (pari a circa il 78% della popolazione italiana) si è infatti passato alla totalità della popolazione nei mesi di maggio e giugno con lo switch-off delle rimanenti regioni del Sud Italia (Abruzzo, Molise, Puglia, Basilicata, Calabria e Sicilia dove le operazioni si sono concluse il 4 luglio nella provincia di Trapani).

Come osservato nel corso degli ultimi anni in occasione dei precedenti switch-off, tra gli effetti più significativi dovuti all'ampliamento e alla diversificazione dell'offerta televisiva vi sono:

- l'aumento della platea che prosegue in un trend di crescita che dal 2009 in avanti vede il mezzo a livelli sempre superiori a quelli degli anni precedenti;
- la redistribuzione degli ascolti tra emittenti generaliste e canali specializzati.

Nel 2012, grazie anche alla presenza di grandi eventi sportivi come gli Europei di Calcio e le Olimpiadi di Londra, sono stati infatti infranti i primati appena stabiliti nell'anno precedente: per il secondo anno consecutivo sono stati superati i 10 milioni di telespettatori nell'intera giornata (quasi 10,4 milioni di ascolto medio rispetto ai 10,2 milioni del 2011) e per la prima volta dall'inizio delle rilevazioni Auditel si sono raggiunti i 26 milioni nella prima serata (vs i 25,8 milioni di ascolto medio registrati nel 2011).

I canali generalisti (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Canale 5, Italia 1, Rete 4 e La7) continuano invece a registrare un trend in flessione scendendo complessivamente al 65,4% di share su base giornaliera (-5,5 punti vs 2011) e

al 69,7% in prima serata (-4,7 punti rispetto al 2011).

In questo scenario di crescente competizione, il Gruppo Rai si mantiene comunque leader riuscendo a contenere il calo di ascolti in misura maggiore di quanto sia riuscito complessivamente a fare il principale e storico concorrente.

Nel **giorno medio**, Rai si afferma con il 39,8% di share (-0,4% rispetto al 2011) a fronte del 33,8% di Mediaset (-2,5%). Questo risultato è stato ottenuto in un quadro di generale incremento dei canali specializzati gratuiti presenti su satellite e/o su digitale terrestre: escludendo i canali Rai e Mediaset rilevati da Auditel, l'insieme delle 'Altre Tv Free' sale complessivamente al 13,8% (+3,4 punti rispetto al 2011), mentre le 'Altre Tv Pay' sono sostanzialmente stabili al 9,2% (-0,1 punti).

Alla performance del Gruppo Rai contribuiscono in modo determinante i canali specializzati ('Rai Specializzate') che ottengono complessivamente il 6,2% di share nell'intera giornata (con un incremento di +1,4 punti sul 2011) grazie in primis alle performance di Rai Premium, Rai 4, Rai Movie e del canale per bambini in età prescolare Rai YoYo, tutti nella graduatoria dei dieci canali più visti nel 2012.

Tra tutti i canali specializzati quello con il miglior risultato è Real Time del Gruppo Discovery che registra una media dell'1,4% seguito da Rai Premium, 1,2% e da Rai 4, 1,1%.

Rai presenta anche il maggior numero di canali in questa classifica, quattro, rispetto ai tre di Mediaset (Iris, Boing e La5), ai due di Discovery (Real Time e DMax) e all'unico di Switchover Media (Giallo).

Questi risultati consentono a Rai di confermarsi con la sua offerta completamente gratuita il primo editore digitale del mercato italiano, superando

Mediaset (5,3%), Sky (4,6%), Discovery (2,4%) Fox (1,7%), Switchover Media (1,6%) e tutti gli altri competitor nazionali e internazionali del calibro di Disney, Viacom e Turner.

I canali generalisti Rai scontano, come quelli della concorrenza, una flessione fisiologica con i tre canali Rai che mantengono comunque le proprie posizioni di leadership nei confronti dei rispettivi competitor e si confermano tra i canali nazionali più seguiti:

- Rai 1 con il 18,3% di share (-0,3 punti vs il 2011) si conferma la rete più vista in assoluto e conserva un buon margine rispetto all'ammiraglia Mediaset (che realizza il 15,2%, -1,6 punti vs il 2011, che rappresenta il maggior calo tra le generaliste);
- Rai 2 si attesta al 7,6% (-0,7 punti) confermandosi come quarto canale nazionale, superato solo da Canale 5 e dagli altri due canali Rai;
- Rai 3 pur in calo al 7,7% (-0,9 punti) resta quindi il terzo canale nazionale più visto dopo le due ammiraglie.

In **prime time** il Gruppo Rai mantiene invariata la propria quota di mercato confermandosi leader con il 41,3% di share a fronte del 34,9% di Mediaset (-1,9% punti).

Nella fascia oraria di maggiore ascolto, dove tradizionalmente i canali generalisti concentrano i loro prodotti di punta, la crescita delle altre offerte specializzate appare infatti più contenuta: l'insieme delle 'Altre Tv Free' realizza l'11,0% di share (+2,4 punti rispetto al 2011), mentre le 'Altre Tv Pay' restano ferme all'8,7%.

Per quanto riguarda i singoli canali:

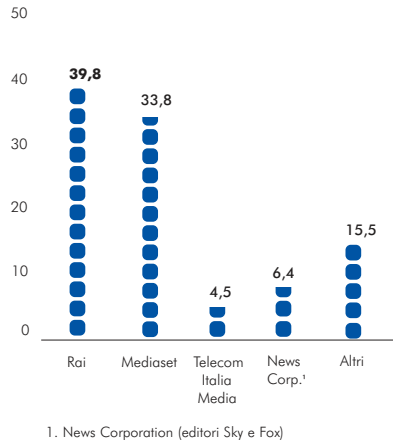
- Rai 1 resta il canale più seguito con uno share del 19,4% (+0,4 vs il 2011) e supera Canale 5 di oltre 3 punti (16,1%, -0,9%). Rai 1 inoltre è l'unico canale generalista con segno positivo,

realizzato grazie anche alla presenza degli Europei di Calcio e all'ottimo risultato sportivo dell'Italia finalista di questa competizione;

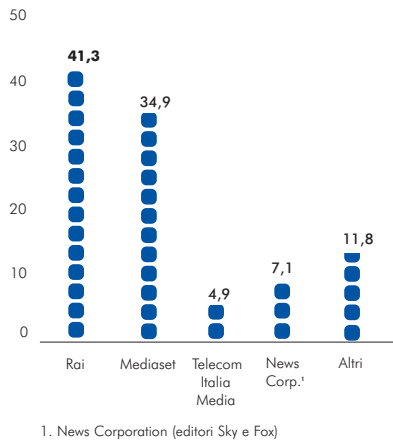
- Rai 2 e Rai 3 registrano risultati analoghi, rispettivamente l'8,4% (-1 punto) e l'8,3% (-0,8) di share, confermandosi i canali più visti dopo le reti ammiraglie.

L'insieme dell'offerta dei canali 'Rai Specializzate' raggiunge il 5,3% (+1,4 punti di share rispetto al 2011) collocandosi al pari dell'offerta specializzata Mediaset (+0,8) che in questa fascia oraria si avvale anche del rilevante contributo dato dagli eventi calcistici premium (quali la Serie A, la Champions League e l'Europa League).

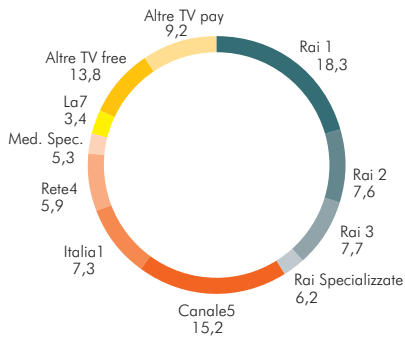
Share giorno medio
(fonte Auditel)



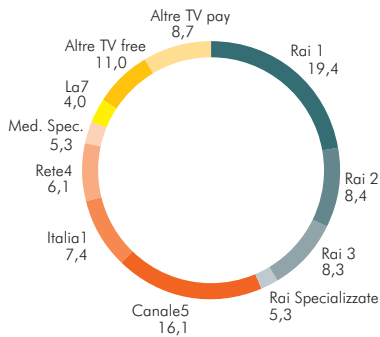
Share prime time
(fonte Auditel)



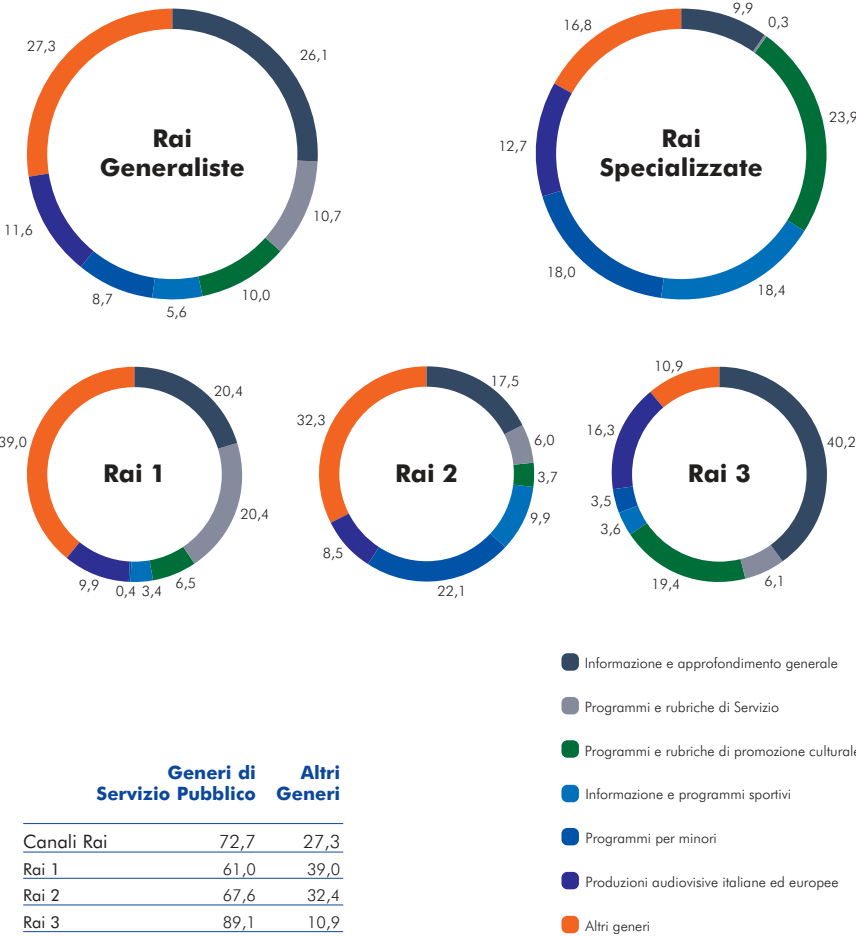
Share giorno medio per canale
(fascia 02.00-02.00⁺¹ – Fonte Auditel)



Share prime time per canale
(fascia 20.30-22.30 – Fonte Auditel)



Programmazione televisiva per generi
Rai Generaliste (fascia 06.00-24.00) e **Rai Specializzate** (fascia 02.00-02.00⁺¹)
Quota minori Rai Generaliste pari al 9,28% (fascia 07.00-22.30)





62° Festival di Sanremo con Gianni Morandi



Il 2012 è per **Rai 1** l'anno del definitivo passaggio alla tecnologia digitale terrestre. Lo scenario è decisamente più competitivo anche a causa delle crescenti quote di ascolto dei canali specializzati.

Questo il nuovo panorama di riferimento nel quale Rai 1 mantiene la leadership migliorando in prime time il risultato del 2011 e incrementando il vantaggio sul diretto competitor Canale 5.

Rai 1 ha consolidato il rapporto con il pubblico grazie a un'offerta popolare e di qualità che ha spaziato sui diversi generi televisivi.

Rai 1 affronta una sfida difficile: consolidare la propria autorevolezza come editore di Servizio Pubblico e intanto sperimentare nuovi prodotti e linguaggi.

18,3%

share nel giorno intero
(fonte Auditel)

La mappa di Rai 1

Emozioni: Un passo dal cielo 2, Il Giovane Montalbano, Una grande famiglia, Il restauratore, Terra ribelle, Questo nostro amore, L'isola, Maria di Nazareth, Walter Chiari, Il sogno del maratoneta, Suor Pascalina, Caruso, Né con te né senza di te, La vita che corre, A fari spenti nella notte, Mai per amore, Il paese delle piccole piogge, Santa Barbara, È stato solo un flirt?

Eventi: Festival di Sanremo, La più bella del mondo, Concerto per l'Emilia, Paolo Bonolis - i 57 giorni, Premio regia televisiva, Il Galà da Verona, Miss Italia, Sabato domenica e lunedì

Divertimento: Ballando con le Stelle, Attenti a quei due, Affari tuoi, L'eredità, Tale e quale show, Superbrain, Che Dio ci aiuti, Provaci ancora prof, Nero Wolfe, Sposami

Musica: Ti lascio una canzone, 4 serate omaggio ai grandi artisti, Non sparate sul pianista, Wind Music Awards

Bambini e ragazzi: Zecchino d'oro, Alice in wonderland, Il libro della giungla, Bambi, Il re leone, Le mille e una notte, Little lady

Impegno: Il Generale dei briganti, La figlia del capitano, La certosa di Parma, Barbarossa, Titanic, L'olimpiade nascosta, Prefetto di ferro, Anita Garibaldi, Il commissario Nardone

Cultura e scienza: Superquark, Quark atlante, Passaggio a Nord-Ovest, L'Appuntamento, Cinematografo, Applausi

Viaggi: Dreams Road, Overland

Informazione: Porta a porta, Confronto Bersani-Renzi



Rai 2 è un canale di tendenza, attento ai movimenti culturali emergenti, ai fenomeni di costume, alla storia recente. Un canale a cui si associano connotazioni semantiche quali modernità, dinamicità, curiosità, originalità, creatività.

Il 2012 per Rai 2 è stato un anno di transizione. Superata la difficile contingenza 2011, Rai 2 si è presentata al proprio pubblico con un progetto organico di palinsesto, in cui notevoli sono state le novità, di formula, di impaginazione e di inserimento di nuovi volti.

Rai 2 si presenta come il più digitale dei canali generalisti Rai. Un canale rivolto a un pubblico esigente e attivo che lo segue per scelta e non per abitudine, un pubblico che sa muoversi tra le varie piattaforme ma apprezza una proposta innovativa e al tempo stesso riconoscibile.

19,4%

share in prima serata
(fonte Auditel)

Victoria Cabello e l'ironia di Quelli che



Giovanni Floris conduce Ballarò
l'approfondimento informativo di Rai 3

La mappa di Rai 2

Informazione: L'ultima parola,
La storia siamo noi

Sport: Domenica sportiva, 90° minuto

Intrattenimento: L'isola dei famosi,
Mezzogiorno in famiglia, I fatti vostri,
Quelli che, Made in Sud,
Un minuto per vincere, Pechino Express

Musica: Musica sul 2

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

Ragazzi: Cartoon flakes, L'albero azzurro,
Ragazzi c'è Voyager, A come Avventura

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

Divulgazione: Voyager, Sereno Variabile



Nel 2012 **Rai 3** ha confermato la propria linea editoriale fondata su un'interpretazione consolidata ma anche innovatrice dell'idea di Servizio Pubblico televisivo. Gli asset fondamentali di questa interpretazione sono l'informazione e l'approfondimento, i talk culturali e di attualità, la satira, l'intrattenimento attento alla realtà che ci circonda, i programmi di servizio veri e propri.

Rai 3 è un canale di Servizio Pubblico per conoscere la realtà del nostro Paese, approfondirne i temi, discutere le diverse opinioni, inquadrarle nel contesto internazionale.

Un luogo di divulgazione culturale e scientifica, di intrattenimento colto. Un'identità riconoscibile, consolidata negli anni, che continua a sperimentare, con un'offerta innovativa nell'interesse del cittadino abbonato.

La mappa di Rai 3

Informazione: Ballarò, In 1/2 ora, Agorà,
Cominciamo bene, Telecamere, Telepatia

Inchieste: Report, Presa diretta, Lucarelli racconta,
C'era una volta, Sirene

Ironia: Che tempo che fa, Blob, Glob spread,
Volo in diretta, Lilit

Memoria: La grande storia, Correva l'anno,
Slide, Ritratti, F.I.L.

Sociale, impegno e servizio: Chi l'ha visto,
Robinson, Paesereale, Doc3,
Codice a Barre, Percorsi

Cultura: Le storie di Augias, Il Capitale,
Per un pugno di libri, Prima della prima,
La musica di Rai 3

Noir: Un giorno in pretura, Amore criminale,
Storie maledette

Fiction ed emozioni: Un posto al sole, Boris,
Julia, Medium, Boss, Law and order,
Sulle tracce del crimine

Natura e Scienza: Ulisse, Nanuk, Geo&Geo,
E se domani, Cosmo, Elisir, Pronto Elisir,
Buongiorno Elisir

Viaggi e divertimento: Alle falde del Kilimangiaro,
Il circo, Concerto del primo maggio,
Il Viaggio di Boudo

7,6%

share nel giorno intero
(fonte Auditel)

8,4%

share in prima serata
(fonte Auditel)

7,7%

share nel giorno intero
(fonte Auditel)

8,3%

share in prima serata
(fonte Auditel)



Rai 4 - The Truman Show



Rai 5 - David Letterman Show



L'anno del compimento del processo di switch-off e del definitivo approdo a un mercato televisivo nazionale all-digital ha confermato per **Rai 4** il trend d'ascolto ascendente del triennio precedente, sia pur mostrando un incremento annuo più contenuto: con riferimento all'intera giornata, la media annua dello share individui si è attestata sull'1,08%, mentre il valore riferito al target 25-54 anni è di 1,38%. I dati dimostrano inoltre una migliore risposta di pubblico tra i cluster più qualificati da un punto di vista pubblicitario ('eclettici' ed 'esplorativi').

L'andamento delle medie mensili d'ascolto nel corso del 2012 conferma, d'altra parte, le dinamiche di consumo già evidenziate nei due anni precedenti, con un posizionamento del canale 'alternativo e complementare' a quello della tv generalista. In particolare, il fisiologico calo d'ascolti dei mesi estivi si è ancora accompagnato ad altissimi livelli di share, mentre il periodo fuori garanzia delle strenne ha eguagliato ancora le alte medie d'ascolto e share registrate nella precedente garanzia invernale.



Rai 5 nasce nel 2010 con la missione di proporre un'offerta di intrattenimento culturale e con l'obiettivo ambizioso di recuperare alla fruizione televisiva un pubblico esigente che dispone di molti modi di intrattenersi e informarsi e di numerosi strumenti per reperire prodotti specifici di suo interesse.

Con questa formula, il canale è riuscito finora a interpretare lo spirito più autentico del Servizio Pubblico, offrendo ai suoi telespettatori una programmazione 'culturale', non pedagogica o accademica, bensì vivace e innovativa, interessante, moderna, varia e in grado di sollecitare le molteplici curiosità del suo pubblico.

In quanto canale semigeneralista, Rai 5 offre molti temi: arte, spettacolo, viaggi, scienza, lirica e danza, teatro e design, tendenze e lifestyle, documentari e film d'autore, tutti declinati 'alla maniera di Rai 5', cioè cercando sempre di coniugare cultura e intrattenimento, in linea con i modelli di eccellenza e di successo internazionale, per rispondere alle esigenze del pubblico più attento e curioso.



Il 2012 per **Rai Premium** è stato l'anno della metamorfosi: da canale del 'racconto italiano' a canale del 'racconto'.

Infatti, per ottemperare alla Delibera AGCOM n. 366/10/CONS, sono state inserite dal mese di aprile almeno 7 ore quotidiane di programmazione extraeuropea.

Questo cambiamento tuttavia non ha snaturato l'identità di Rai Premium, costruita negli anni selezionando i titoli più efficaci e i protagonisti più amati, derivata da un'offerta sempre più omogenea e attuale, da una narrazione densa, da un coinvolgimento sempre più forte e duraturo.



Nel 2012, **Rai Movie** ha consolidato nelle sue linee generali la filosofia di palinsesto che ne definisce la programmazione, quella di un canale di cinema volto a un'offerta allargata e non di nicchia, introducendo nel contempo alcune novità di rilievo.

Nell'ottica della fidelizzazione della platea, la programmazione di prima e seconda serata di ciascun giorno della settimana ha mantenuto la serializzazione per generi e cicli tematici. Fra le novità più importanti del 2012 è da segnalare uno spazio settimanale di prima serata dedicato al nuovo cinema italiano.

765 mila

spettatori il 4 luglio 2012 per il film

The Truman Show

1.031 mila

spettatori per La più bella del mondo

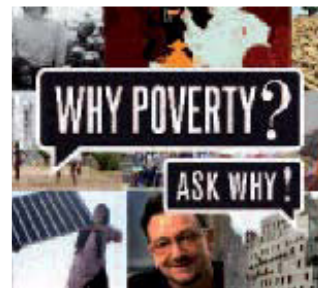
di Roberto Benigni in replica



Rai YoYo - La Posta di YoYo



Rai Educational - Tv Talk



Rai Storia - Why Poverty



Rai YoYo: per apprendere e crescere con il gioco e il racconto.

Rai YoYo è il canale dedicato ai bambini in età prescolare (3-5 anni, con target secondario esteso fino ai 6-7 anni) e alle rispettive famiglie.

L'obiettivo è di accompagnare quotidianamente il bambino alla scoperta di se stesso e del mondo che lo circonda, mediante contenuti basati su un impianto narrativo solido e accurato, di alta qualità realizzativa ed elevato contenuto 'edutainment'.



Rai Gulp: divertirsi, partecipare, emozionarsi e... connettersi.

Rai Gulp è il canale dedicato a un pubblico in età scolare (target compreso fra 8 e 12 anni) e che si rivolge anche alle prime fasce dei teenager. L'offerta di Rai Gulp si propone di coinvolgere e fidelizzare un pubblico 'millennial kids' che oggi è sempre più protagonista della multimedialità, sceglie in prima persona e selettivamente cosa vedere in TV, tende a focalizzare interessi e aspirazioni in ambiti ben definiti, quali musica, performance, azione, videogiochi, sport, interattività e partecipazione diretta.



Il nucleo tematico fondamentale e la ragion d'essere di **Rai Educational** sono la promozione e la diffusione della cultura e della formazione, nelle forme innovative rese possibili dall'incontro fra televisione educativa e nuovi media digitali.



Nel 2012, la programmazione di **Rai Storia** si è sviluppata attorno al programma testato *Res*, che si è occupato delle tematiche della povertà, con la serie in coproduzione internazionale *Why Poverty*, della legalità con le 12 *Lezioni di mafia* con il Procuratore nazionale antimafia Pietro Grasso e con *Maxi+25* sull'anniversario del maxiprocesso di Palermo, dei conflitti del XX secolo e delle donne.

Oltre a questo *Res* ha prodotto due titoli prestigiosi: la terza parte di *Dai nostri inviati* presentato fuori concorso alla Mostra del Cinema di Venezia e la serie *Ben & Clara* da cui è stato tratto il documentario *Mussolini il cadavere vivente*, in onda in prima serata su Rai 3 e in concorso ai più prestigiosi festival internazionali.

Da ricordare infine il nuovo magazine *Italia in 4D* che ha raccontato l'Italia dagli anni '50 agli anni '80.

Oltre la storia in senso stretto, il canale si è occupato di arte e cultura con *Magazzini Einstein* e *Art News*, di

letteratura con *Scrittori per un anno* e *CultBook*, della riproposizione contestualizzata delle fiction storiche con *Rewind* e delle memorie di personaggi pubblici rispetto al passato televisivo con *Visioni Private*.



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.

Nel 2012, sono stati realizzati diversi programmi in convenzione con il M.I.U.R. incentrati su vari argomenti tra cui l'orientamento scolastico, l'educazione alla legalità e alla comprensione della Costituzione della Repubblica Italiana, l'educazione stradale, la salute e lo studio dell'inglese.

Di particolare rilievo anche la produzione ordinaria di Rai Scuola, con programmi apprezzati dal pubblico come *Nautilus*, itinerario culturale in compagnia di personaggi significativi per le nuove generazioni, *Zettel - Filosofia in movimento*, per spiegare come la filosofia aiuti la comprensione e la costruzione del mondo in cui viviamo, *Terza pagina*, rassegna stampa settimanale delle pagine culturali dei quotidiani, con uno sguardo sul mondo del web e con segnalazioni di magazine culturali italiani e stranieri e *Gate C*, un progetto che vede impegnata Rai Educational e gli altri Partner delle televisioni Pubbliche Europee per la realizzazione di una documentaristica di eccezione sui più svariati temi, scientifici e sociali.



Lo studio del Tg1



Lo studio del Tg2



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.

*Anche
nel corso del 2012 gli
italiani hanno preferito
come prima fonte
informativa il Tg1.*



Il 31 dicembre del 2012 il **Tg2** è stato il primo telegiornale della TV generalista a passare interamente al digitale, rivoluzionando il modo di produrre servizi, con un nuovo studio, nuove salette di montaggio, nuove telecamere, nuove regie e nuova veste grafica.

Nell'ultimo anno il Tg2 ha mandato in onda oltre 4.400 eventi, tra telegiornali, speciali, rubriche di approfondimento ed eventi in diretta per circa 2.000 ore di trasmissione. Nel complesso il Tg2 supera ogni giorno la media del canale.

*Il Tg2 è da sempre
il telegiornale
dell'innovazione e
dell'approfondimento,
elemento che qualifica
il Servizio Pubblico.*



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, capacità 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 guarda a costruirsi una propria opinione fornendo tutti gli elementi utili, le informazioni, i retroscena e i protagonisti.

*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.*

1.146
ore complessive di trasmissioni nel 2012

circa **2.000**
ore di trasmissione nel 2012

12,8%
share nel 2012 dell'edizione serale delle 19.00



Giuseppe Castellano conduttore di
Buongiorno Italia



Settegiorni



Nel 2012 la **TGR** si è contraddistinta ancora una volta per la tempestività e per l'attenzione che ha posto sulle piccole e grandi vicende del territorio.

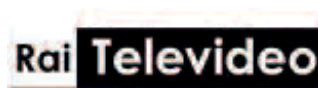
Un anno, purtroppo, ricco di eventi di cronaca, in cui la Testata Giornalistica Regionale ha svolto un ruolo da protagonista e da guida per tutto il mondo dell'informazione Rai.

Con il contributo alle testate nazionali, grazie a un'ottima sinergia con il canale Rai News, la TGR ha raccontato le grandi vicende ma anche le piccole storie del paese.

*Tempestività,
puntualità e
obiettività
sono gli impegni
quotidiani della
Testata Giornalistica
Regionale con i
telespettatori
del Servizio Pubblico.*



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 attraverso le tre edizioni del Telegiornale e specifiche rubriche di approfondimento nel settore politico-parlamentare. Rai Parlamento produce, inoltre, le Tribune Politiche e le Tribune Elettorali. Realizza, infine, i programmi nazionali dell'Accesso.



Con i suoi 29 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 sui tre storici canali generalisti (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.

Televideo va in onda e in rete e il suo pubblico non lo tradisce con circa 8 milioni e mezzo di lettori al giorno per il teletext. Una leadership assoluta in termini di 'pagine viste' su Internet e alti indici di gradimento per le 'app' sui tablet e su tutta la telefonia mobile evoluta.



Con una media-giornata di 59.500 spettatori su base annua, **Rai News** ha sostanzialmente confermato nel 2012 il risultato ottenuto l'anno precedente, quando aveva sorpassato in termini numerici il concorrente diretto Sky Tg 24.

In un anno complicato per il mercato televisivo come il 2012, con la tecnologia del digitale terrestre su tutto il territorio nazionale a cambiare abitudini e a frantumare l'offerta complessiva, la tenuta del canale all news è un sicuro segnale di vitalità.



Rai Sport nel 2012 si è contraddistinta in particolare nella gestione dei grandi eventi e nelle novità editoriali che hanno riguardato Rai Sport 1 e Rai Sport 2.

Per quanto concerne i grandi eventi, Rai Sport ha trasmesso: in esclusiva i Campionati Europei di calcio che si sono disputati in Polonia e Ucraina; non in esclusiva, le Olimpiadi di Londra con un grande bacino di ascolto che ha battuto sempre la concorrenza, nonostante il numero delle ore di trasmissione limitato. Rai Sport nel 2012 ha continuato ad approfondire tutte le tematiche collegate a questo mondo come la sanità, la scuola, i diversamente abili, aggiungendo anche il cinema, che ha viaggiato sempre in parallelo con lo sport.



ACAB di Stefano Sollima

Rai Cinema

Le principali attività di **Rai Cinema** sono l'acquisto di film e fiction in funzione prioritariamente delle esigenze dei canali generalisti e tematici 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.

Per informazioni più dettagliate sull'attività di Rai Cinema si rimanda alla relazione di gestione del bilancio consolidato.

169

serate di film nel 2012

Il prodotto di Rai Cinema sui canali Rai

- 21,3% del palinsesto dell'intera giornata (per 5.595 ore)
- 37% del palinsesto in prima serata (per 812 ore)
- 758 'pezzi' (tra film, tv movie e prodotto seriale) in prima serata, coprendo 476 collocazioni (43,3% del totale)

Film

- 169 collocazioni in prima serata di cui:
 - 26 su Rai 1 (15,2% di share medio)
 - 26 su Rai 2 (7,6% di share medio)
 - 117 su Rai 3 (5,5% di share medio)

Tv movie

- 10 prime serate su Rai 1 con uno share medio del 16,5%
- 15 prime serate su Rai 2 con uno share medio dell'8,9%
- 2 prime serate su Rai 3 con uno share medio del 4,1%

Prodotto seriale

- 278 serate, prevalentemente su Rai 2
- 7,9% di share medio su Rai 2
- 4,2% di share medio su Rai 3

Rai Fiction

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

L'impegno Rai per la promozione della produzione audiovisiva italiana europea è nello stesso tempo un obbligo dettato dal Contratto di Servizio e un punto di forza editoriale dell'Azienda nei confronti del proprio pubblico.

La fiction di produzione Rai è infatti il genere più gradito dalla platea televisiva, e anche i cartoni animati coprodotti dalla Rai sono allineati alle migliori produzioni internazionali.

Il 2012 è stato un anno importante per la fiction Rai, per i risultati di messa in onda e per l'avvio di nuove produzioni da trasmettere nelle stagioni successive. La fiction inedita trasmessa in prima serata su Rai 1 ha raggiunto il livello record di 124 serate, ovvero quasi 250 ore televisive. La media di ascolto è stata superiore al 20% di share, con 5,5 milioni di ascoltatori.

Ai risultati della fiction su Rai 1, vanno ormai aggiunti anche quelli del canale specializzato Rai Premium, che basandosi nella sua programmazione in tutto l'arco della giornata prevalentemente di repliche della fiction Rai, è divenuto nel corso del 2012 uno dei canali più seguiti dal pubblico tra i canali specializzati.

Di particolare rilievo il fatto che la fiction, rappresentando al meglio l'essenza del Servizio Pubblico, ha saputo raggiungere le più vaste platee con programmi di grande valore editoriale: non a caso i due titoli di maggiore ascolto, entrambi oltre gli 8 milioni di spettatori, sono stati una miniserie come *Maria di Nazaret* e il tv-movie *Paolo Borsellino* – i 57 giorni. Ma anche programmi come *Mai per*

278

serate di telefilm nel 2012

amore, il ciclo di 4 film-tv sul tema della violenza sulle donne, o *A farli spenti nella notte* sul tema della disabilità, *La vita che corre* su quello degli incidenti stradali del sabato sera, o la miniserie *Le Olimpiadi nascoste*, ambientate in un campo di prigionia tedesco nella Seconda Guerra Mondiale, hanno mostrato come sia caratteristica della fiction Rai unire grandi ascolti e impegno editoriale.

Nel campo delle serie, la fiction Rai ha presentato nel 2012 ben tredici serialità, di cui dieci nuove e tre sequel, a testimonianza di una capacità di innovazione e rinnovamento. Alcune serie nuove, come *Una Grande Famiglia*, *Che Dio ci aiuti*, *Il Giovane Montalbano*, *Questo nostro Amore*, *Il Restauratore*, hanno già scaturito l'avvio di una seconda stagione, mettendo a frutto l'investimento nella ricerca e consolidando il pubblico già fidelizzato.

Alla fiction per Rai 1, riproposta poi su Rai Premium, si unisce il costantissimo impegno per la produzione della soap *Un Posto al Sole*, con 250 puntate all'anno, ormai al diciassettesimo anno, una serie record anche a livello europeo, che mantiene nell'orario di massimo ascolto il suo pubblico giovane e attento.

Sul versante della produzione, il 2012 è stato l'anno in cui sono state prodotte la maggior parte delle fiction che andranno in onda nell'anno successivo: tra questi alcuni titoli classici della Rai, come *Un Medico in Famiglia* (realizzato per la prima volta in collaborazione con il Centro Rai di produzione tv di Roma, per una migliore ottimizzazione delle risorse) e quattro nuovi film-tv del Commissario Montalbano. A tale proposito va citato che il Commissario Montalbano è stato trasmesso nel corso dello scorso anno anche dalla BBC, con un significativo successo di ascolti e di critica.

Da un punto di vista produttivo vanno segnalati altri due punti qualificanti.

Il primo è la scelta della Rai di girare le prossime produzioni di fiction in Italia, evitando il ricorso alla delocalizzazione. Si tratta di una scelta impegnativa sul versante dei costi, per sostenere in un momento di difficoltà il comparto nazionale e anche per mantenere un gusto e una qualità tutti italiani.

Il secondo è stata l'approvazione del Piano di produzione fiction 2013 entro la fine del 2012, con una significativa riduzione dei costi medi e un aumento delle serate e del perimetro dell'offerta: verranno prodotte anche fiction per Rai 2 e per il web.

È stato possibile in questo modo partire subito con l'avviamento delle nuove serie, evitando quel trimestre di pausa all'inizio dell'anno, che in passato aveva creato difficoltà produttive e nell'approvvigionamento di prodotto.

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 Gulp.



Nel corso del 2012, le **Teche Rai** hanno messo in funzione la nuova versione del catalogo multimediale dell'archivio, dopo quattro anni di preparazione. Il nuovo portale è entrato in esercizio in tutta l'Azienda nel mese di settembre.

A fine 2012 sono ricercabili sul nuovo catalogo più di un milione di ore di prodotto televisivo e quasi il doppio di prodotto radiofonico, oltre alle fotografie, ai copioni e agli oltre 70.000 volumi presenti nelle biblioteche Rai. Il catalogo non richiede più la registrazione da parte degli utenti Rai che sono tutti automaticamente accreditati.

Nel corso dell'anno si è consolidato il rapporto con il canale Rai Storia, con il quale le Teche hanno una collaborazione anche ideativa, e con alcune trasmissioni di Rai 3 il cui format è basato sui materiali di archivio. Fattiva e di grande successo la collaborazione con Rai 1 per il programma estivo *TecheTecheTè*.

L'archivio della Rai è un patrimonio unico per l'Azienda e un grande valore per il Paese: per questo l'UNESCO ha inserito le Teche Rai nel registro ufficiale della memoria d'Italia.

877

ore di fiction di produzione su
Rai 1, Rai 2 e Rai 3

8.464 mila

spettatori il 2 aprile 2012 per

Maria di Nazareth