

Introduzione

Bilancio Separato

Bilancio Consolidato

53

Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione/ **L'attività della Rai****Rai News 24**

Al passo con i tempi dello spettatore: il canale all news visto dagli italiani che desiderano essere informati in qualunque momento, tempestivamente, 24 ore su 24.

Nel corso del 2015 è proseguito il processo di integrazione tra le tre 'anime' che compongono l'offerta informativa Rai, attiva 24 ore su 24, e multipiattaforma che fa capo a Rai News 24. Un'unica redazione, adeguatamente organizzata e in modo trasversale, fornisce contenuti a Rai News 24 (il canale televisivo all news), a Rainews.it (il portale informativo della Rai) e a Teletext (la piattaforma teletext che ogni giorno ha in onda oltre 16.000 pagine di notizie e di servizi dedicati a non vedenti e non udenti).

Negli scorsi mesi, Rai News 24 ha ulteriormente accentuato la sua vocazione all news incrementando la tempestività sulla notizia e coprendo un numero sempre crescente di eventi nazionali e internazionali con lunghe dirette, servizi, approfondimenti con ospiti ed esperti e reportage. L'aumento della produzione di contenuti originali – arricchito anche con spazi di approfondimento snelli, flessibili e puntuali – è stato possibile anche grazie a una forte sinergia con altre testate Rai (in particolare con la TGR) e a un impiego sempre più massiccio della rete dei corrispondenti Rai presenti nel mondo.

Rai News 24, inoltre, nel 2015 ha consolidato ulteriormente la sua vocazione di 'service': i suoi giornalisti sono spesso in onda per altre testate e per i programmi di punta dell'informazione Rai così come i mezzi dispiegati sul territorio vengono condivisi dai colleghi. Una sinergia di cui Rainews è il cuore e che consente un sensibile risparmio di risorse economiche e umane.

Il portale Rainews.it, che è nato in piena integrazione e coordinamento con il canale, continua la sua fase di crescita.

Il pubblico, specialmente in occasione di grandi eventi, torna sempre più convintamente sulle pagine del sito informativo Rai.

Rainews.it dà spazio al meglio della produzione informativa di tutta l'Azienda e correda ogni notizia con testi, foto, video, webdoc e prodotti multimediali di ultima generazione per fornire un'informazione gratuita, imparziale, approfondita, sempre disponibile e a tutto tondo.

Teletext, dal canto suo, continua a essere uno strumento di informazione semplice, tempestivo e solidamente al centro della dieta mediatica degli italiani che riconoscono alla testata autorevolezza, velocità e affidabilità.

Ma la semplicità non va a scapito della qualità dell'informazione né della crescita tecnologica: le app con i contenuti di Teletext sono tra le più scaricate e apprezzate nel panorama informativo italiano.

“Significativi investimenti nelle infrastrutture e nei sistemi produttivi stanno allineando Rai News 24 ai più moderni concorrenti, nazionali e internazionali, nel settore dell'informazione all news”.

Rai World

Rai World opera sul mercato televisivo internazionale attraverso il canale **Rai Italia**, con un'offerta realizzata in conformità con le previsioni della Convenzione stipulata tra la Presidenza del Consiglio dei Ministri e l'Azienda e inerente la programmazione della Rai per gli italiani nel mondo (in particolare nei continenti extra-europei).

Nel 2015, l'attività si è quindi concentrata esclusivamente sull'offerta televisiva internazionale, a differenza dell'esercizio precedente in cui parte dell'operato riguardava anche attività commerciali e distributive, in seguito trasferite alla consociata Rai Com.

Rai Italia è un canale generalista, di flusso, che contiene al suo interno tutti i generi televisivi (telegiornali, approfondimento, rubriche culturali e religiose, intrattenimento, fiction, film, programmi per bambini, sport etc.) ripresi dai canali Rai, in particolare Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai Storia e Rai 5, costituendo un *best of* Rai che viene proposto anche ai nostri connazionali all'estero. Inoltre, da anni Rai Italia ha introdotto una serie di programmi originali, specificamente progettati e realizzati per le esigenze delle comunità italiane nel mondo.

Il canale viene diffuso attraverso tre emissioni che tengono conto dei rispettivi fusi orari (una per il continente americano, una per l'Africa subsahariana, una per Asia e Oceania).

Nell'ambito della programmazione 2015, si ricordano:

- *Community – L'altra Italia*, dedicato al racconto della vita, degli eventi, dei personaggi e delle storie delle comunità italiane nel mondo attraverso servizi filmati e ospiti in studio, cui seguono le rubriche quotidiane *InfoCommunity*, per rispondere con esperti alle e-mail degli spettatori in materia di fisco, pensioni, servizi consolari ecc., e *La lingua di Community*, con i linguisti della Società Dante Alighieri alla scoperta di

proverbi, neologismi, parole desuete e tutte le altre meraviglie della lingua italiana.

- *Camera con vista*, dedicato al racconto delle eccellenze italiane in tema di arte, paesaggio, turismo, letteratura, spettacolo, sport: un viaggio dunque nelle più importanti rassegne e fiere come nei borghi più nascosti, e poi ancora le mostre più importanti, le industrie e l'artigianato che fanno grande l'Italia nel mondo, gli itinerari meno conosciuti ma più sorprendenti.
- *Un giorno nella Storia*, dedicato all'anniversario o alla ricorrenza del giorno nella storia d'Italia: un album della memoria dal grande patrimonio delle Teche Rai.
- *Doc! Doc!*, con la proposta dei migliori documentari d'autore italiani, per uno sguardo 'altro' sull'Italia di oggi.

La stagione autunnale 2015 ha inoltre visto l'introduzione di nuove produzioni, tra cui *Speciali Community – Le storie*, con il meglio delle storie delle comunità italiane nel mondo, pensato per la trasmissione anche su altre reti Rai e *Camera con vista – Speciali*, un appuntamento settimanale dedicato all'approfondimento di temi che hanno riscosso particolare successo nel programma principale, realizzando grandi documentari sulle eccellenze italiane e sul 'sistema Paese'.

Importante sottolineare come, grazie alla sinergia con Rai 3 e Rai Storia, Rai Italia ha potuto offrire anche nel nostro Paese le storie dei nostri connazionali all'estero e il racconto dell'altra Italia che vive lontano dai nostri confini, attivando così quella 'informazione di ritorno' da lungo tempo richiesta dalle nostre comunità nel mondo e auspicata anche dalla stessa Convenzione con la Presidenza del Consiglio dei Ministri.

È questo uno dei principali risultati del 2015 da parte di Rai Italia, che peraltro ha visto – nel consueto monitoraggio realizzato nel mondo dal Ministero degli Affari Esteri con la collaborazione di ambasciate e consolati e delle rappresentanze delle comunità italiane – un notevole aumento del consenso e del gradimento da parte dei nostri connazionali del mondo, appunto alla luce dei nuovi programmi di produzione originale.

Accanto ai nuovi programmi, si ricordano poi appuntamenti consolidati quali *Cristianità* con la Santa Messa e l'Angelus del Papa, e *La giostra dei gol* che offre la diretta delle partite di calcio del Campionato di Serie A.

Con una nuova veste, personalizzata specificamente per il pubblico degli italiani nel mondo, Rai Italia ha inoltre proposto cicli di prime serate di prosa e di musica lirica, realizzate attingendo alla produzione di Rai 5 e del 'Tavolo della Musica' di Rai Com.

Anche in questo, dunque, così come nella composizione del suo palinsesto, Rai Italia appare una delle espressioni più coerenti della mission di Servizio Pubblico assegnata alla Rai.

Rai Sport

Tutto lo sport minuto per minuto: eventi in diretta, news e competizioni internazionali per non mancare mai l'appuntamento con gli eventi preferiti. Ma, anche, sfide e imprese storiche che hanno reso lo sport qualcosa di più di uno sport.

L'attività di Rai Sport, proseguita intensamente nonostante la mancanza di grandi eventi sportivi che tipicamente caratterizzano gli anni pari, ha visto nel 2015 la nascita del canale in alta definizione Rai Sport 1 HD. Un evento importante che ha dato alla Testata la possibilità di migliorare e di guadagnare terreno nei confronti dei maggiori competitor anche sul piano tecnologico.

Altre importanti novità hanno riguardato la realizzazione di una programmazione 'aperta' e pronta a intervenire grazie a studi e squadre tecniche sempre operativi dalle 7:30 alle 24:40, un nuovo rebranding della Testata, un nuovo studio SR8 in HD e il trasferimento da Torino a Roma della messa in onda di Rai Sport 2.

Tornando al prodotto, la programmazione è stata ricca così come la pianificazione e la produzione degli avvenimenti.

Per il calcio, Rai Sport ha prodotto e curato tutti gli eventi legati alla Nazionale. Partite di qualificazione e amichevoli che hanno registrato importanti indici di ascolto.

Le rubriche calcistiche legate al campionato hanno visto l'arrivo di un' importante novità, nata dalla fusione di *90° minuto* con *Stadio Sprint*. Il nuovo programma, in onda su Rai 2, è diviso in tre parti, per una durata di due ore e trenta minuti: *Anteprima 90°*, *90° minuto* e *Tempi Supplementari*. In studio due conduttori e opinionisti di prestigio internazionale.

Autentica rivoluzione per quanto riguarda la *Domenica Sportiva*. Con uno studio completamente ristrutturato, il ritorno del pubblico, numerosi ospiti fissi di prestigio e grandi firme che si alternano ogni settimana consolidando, anche per il 2015, i successi della storica rubrica della Rai.

Invariati *Sabato Sprint*, *Dribbling* e *90° minuto di B*, tutti su Rai 2, mentre si è registrato lo storico ritorno del *Processo del Lunedì* che dopo tanti anni è di nuovo in programmazione su Rai 3.

Introduzione

Bilancio Separato

Bilancio Consolidato

55

Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione/ **L'attività della Rai**

Ma Rai Sport non è solo calcio. Anche la Formula Uno ha riscontrato un pieno successo con i Gran Premi in diretta e in differita e le tradizionali rubriche dedicate: *Pole Position*, *Pit Lane* e *Numero Uno*.

Confermato il grande ciclismo con la trasmissione del Giro d'Italia e del Tour de France, quest'ultimo personalizzato da Rai Sport dopo tanti anni. Entrambi hanno registrato notevoli ascolti, così come la Milano-Sanremo, il Giro di Lombardia, le grandi classiche del Nord, i Mondiali e la Tirreno-Adriatico.

Ascolti importanti si sono ottenuti anche nel mondo degli sport invernali, in particolare per la Coppa del Mondo di sci alpino, ma anche per il fondo e tutte le altre discipline.

Appuntamenti significativi sono stati anche i Mondiali di nuoto a Kazan e quelli di atletica a Pechino.

Tra le novità del canale tematico Rai Sport 1 HD, da segnalare la nascita di rubriche come *Portami con te*, su temi legati al sociale, *Ludus*, relativa alle prossime Olimpiadi di Rio, *Tutti i colori del bianco* sugli sport invernali, *Quelle che il calcio* dedicata al calcio femminile, *Dai e vai* sul basket e la confermata rubrica di Lega Pro.

“L'obiettivo di Rai Sport è quello di creare un'offerta che dia agli spettatori riferimenti certi di programmazione e che faccia della testata Rai una presenza costante nel racconto degli eventi sportivi e nelle trasmissioni di approfondimento e discussione”.

56

Introduzione

Bilancio Separato

Bilancio Consolidato

Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione/ **L'attività della Rai****Ascolto
edizioni
meridiane**

TG1

22,8%

TG2

16,7%

TG3

10,7%

TGR

15,7%

Informazione**TG1**

Da oltre sessant'anni il TG1 è la testata architrave dell'informazione Rai che realizza il momento di incontro tra il cittadino-telespettatore e il mondo delle Istituzioni, della politica, della società, delle religioni, dell'economia e della cultura. In due parole il Servizio Pubblico.

Leader indiscusso dell'informazione italiana in termini di ascolto e di immagine, anche nel 2015 il TG1 si conferma come primo telegiornale italiano con un ulteriore aumento degli ascolti e un netto distacco dai telegiornali concorrenti.

In particolar modo, l'edizione serale del TG1 ha guadagnato quasi un punto percentuale sul 2014.

Alla base di questi risultati la correttezza e il pluralismo dell'informazione, la scelta delle notizie, la cura delle immagini, la credibilità del racconto e il rigore nei contenuti e nella predisposizione dei servizi. Tutti elementi che fanno del TG1 un telegiornale di garanzia rivolto a tutti gli italiani, un mix tra tradizione e innovazione nell'attualizzazione dei linguaggi e degli argomenti.

Il successo del TG1 trova ragion d'essere anche in un palinsesto ampio che comprende dodici edizioni al giorno (dalle 6:30 all'1:30 del mattino) per un totale di 175 minuti di trasmissione quotidiana; gli approfondimenti di Tv7 e Speciale TG1 e altre nove rubriche tematiche; la condivisione con Rai 1 di tre ore di *Uno mattina*; oltre quaranta dirette di grandi eventi e diverse edizioni straordinarie all'anno; la sinergia con *Porta a Porta* per quanto riguarda le puntate destinate alla prima serata.

“Il TG1 ripercorre nel proprio sommario la mission indicata per la tv dal mitico fondatore della BBC, Lord John Reith: informare, educare, divertire. Informare attraverso le principali notizie della giornata, educare con i ‘pezzi di servizio’ su temi fondamentali della vita dei cittadini, divertire con personaggi e cultura, attraverso la musica, il cinema e il teatro.”

**Ascolto
edizioni
serali**

TG1

24,7%

TG2

8,1%

TG3

10,4%

TGR

12,3%

Introduzione

Bilancio Separato

Bilancio Consolidato

57

Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione/ **L'attività della Rai****TG2**

Segni distintivi del TG2 sono l'innovazione e l'approfondimento quali elementi qualificanti del suo ruolo di Servizio Pubblico.

Anche nel 2015 il TG2 consolida i risultati d'ascolto nelle due edizioni principali, quella delle 13:00 con circa il 17% di share e quella delle 20:30 con circa l'8,2% di share.

Con oltre 4.400 eventi in onda tra telegiornali, speciali, rubriche di approfondimento e dirette, circa 2.000 ore di trasmissione e 25.000 servizi, il TG2 è oggi seguito quotidianamente da quasi 8 milioni di spettatori. L'edizione serale delle 20:30, in particolar modo con la seconda parte denominata *Dentro la Notizia*, ha prodotto da sola circa 1.100 servizi di approfondimento, raccontando in modo originale argomenti che spesso non hanno modo di essere analizzati con il classico breve minutaggio dei tg. Da ricordare che i competitor nella fascia oraria di riferimento sono programmi di prime time come *Affari tuoi* e *Striscia la notizia* che da soli attirano quasi la metà del pubblico presente.

Se si considera la perdita globale in un anno di circa un milione di telespettatori dalle reti generaliste, va anche ricordato che il TG2 risulta il più seguito all'interno di Rai 2 rispetto alla media dei programmi di rete.

Il TG2 è l'unico telegiornale generalista ad avere rubriche identitarie. Prima fra tutte il *Tg2 Dossier*, focus settimanale da sempre presente nella testata che proprio nel 2016 festeggia i 40 anni di vita e che grazie al suo alto livello qualitativo riscuote ancora oggi un notevole apprezzamento.

Oltre *Tg2 Dossier*, si confermano i successi delle rubriche *Storie*, *Mizar*, *Tg2 Punto di Vista*, *Tg2 Costume e Società*, *Medicina 33*, *Tg2 Motori*, *Si Viaggiare*, *Eat Parade*, *Cinemattineé*, *Achab libri*, le ultime quattro replicate con successo, nel 2015, anche all'interno del TG2 delle 18:20 dal lunedì al giovedì per raggiungere un target di pubblico più ampio.

Il 2015 ha visto la nascita della tredicesima rubrica *Tutto il bello che c'è*, il racconto di storie positive di volontariato e solidarietà che raramente trovano spazio nei telegiornali.

“L'obiettivo del TG2 per il 2016 è ancora una sfida che la testata vuole affrontare: arricchire la seconda parte del TG delle 20:30 con un restyling di studio e con una doppia pagina informativa per continuare a raccontare l'Italia che cambia con storie incentrate sui problemi di tutti i giorni.”

TG3

Il TG3 è il telegiornale dei cittadini e della società, dove i problemi concreti vengono affrontati con chiarezza e la politica è spiegata con equilibrio tra le varie posizioni. Sempre attento alle dinamiche sociali, il TG3 affronta con sensibilità i temi che determinano la qualità della vita quotidiana.

Con oltre 550 ore di telegiornali l'anno, decine di ore di rubriche, 33 ore di speciali in diretta sui grandi temi di attualità internazionale, il TG3 trova il suo punto di forza nell'uso di un linguaggio diretto nel racconto degli avvenimenti, nella scelta dei temi trattati, nella vocazione a dar voce ai soggetti deboli o esclusi dando spazio alla politica ma non al 'palazzo'.

Nel 2015, il TG3 si conferma ancora una volta tra i telegiornali più seguiti, con uno share medio nell'edizione delle 19:00 del 10,4% e un numero di spettatori costante rispetto all'anno precedente: 1.741.000. L'edizione delle 12:00, unico tg Rai realizzato a Milano, nel corso del 2015 ha fatto registrare 1.268.000 spettatori con il 22,7% di share, in aumento rispetto all'anno precedente. Ottimi ascolti, dunque, e un pubblico altamente fidelizzato e con un livello di scolarizzazione medio-alta che apprezza l'informazione in diretta, caratterizzata da numerose interviste ai protagonisti, le rubriche, gli speciali, i reportage degli inviati, gli ospiti in studio o in collegamento.

Ma il TG3 non è solo telegiornali. Anche nel 2015, ampio spazio è stato dedicato alle rubriche come *Linea Notte* con i suoi approfondimenti di fine giornata, *Fuori Linea*, con i servizi presentati da un luogo d'arte o storico e *Fuori TG*, con i suoi collegamenti in diretta. E ancora: *Agenda dal Mondo*, reportage di politica estera, raccontata attraverso le storie e la vita quotidiana dei protagonisti; *Chièdiscena*, dedicata a spettacoli dal vivo di danza e teatro; *Pixel*, rubrica di tecnologia e innovazione sulle ultime novità del web e delle tecnologie legate alle nuove fonti di energia e all'ambiente; *Persone*, che propone storie di vita raccontate in prima persona, interessanti per originalità e curiosità. Di particolare significato, inoltre, l'ascolto del LIS, il TG3 nella lingua dei segni per gli ascoltatori non udenti.

Va infine ricordata l'importante presenza su Internet del TG3, con migliaia di pagine e la possibilità di rivedere online tutte le edizioni di telegiornali e rubriche e i video inviati dagli utenti. La pagina web è caratterizzata anche dalla presenza di una vignetta satirica e dalle rubriche *TG3Tech*, *TG3Books*, *TG3Comics*, *TG3Kids*, dedicate alla tecnologia, all'invito alla lettura, ai fumetti e ai ragazzi. Video chat e ospiti

58

Introduzione

Bilancio Separato

Bilancio Consolidato

Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione/ **L'attività della Rai**

in diretta, infine, rinsaldano il legame tra il TG3 e il pubblico web.

Sul fronte dei social network, il TG3 è stata la prima testata a sperimentare questo mondo virtuale e vanta oggi più di 140.000 amici su Facebook e oltre 145 mila followers su Twitter con una costante ascesa dei contatti.

“Punti di forza del TG3 sono il linguaggio diretto nel racconto degli avvenimenti e un marcato uso della diretta, per trasportare lo spettatore là dove i fatti avvengono”.

TGR

La TGR è la testata multimediale basata sul contatto diretto con i territori che produce contenuti per la tv, la radio e il web, supportando le altre testate dell'Azienda.

Vera e propria ricchezza per la Rai grazie alla capillarità delle sedi regionali e a circa 700 giornalisti, la TGR garantisce una presenza costante sul territorio utile non solo ai tg regionali, consentendo alla Rai di essere tempestivamente nei luoghi dove avvengono i fatti più importanti per il Paese. Negli ultimi anni, per eventi rilevanti come i terremoti che hanno sconvolto l'Aquila e l'Emilia, il naufragio della Costa Concordia, la tragedia di Lampedusa o l'alluvione di Genova, la Rai ha potuto svolgere egregiamente la sua mission di Servizio Pubblico proprio grazie alla TGR.

In totale, la Testata Giornalistica Regionale ha trasmesso, nel 2015, oltre 14.000 ore di contenuti informativi tv e radio, parte dei quali dedicati alle minoranze linguistiche, e distribuito circa 30.000 contributi verso le testate nazionali: un grande lavoro più che mai segno distintivo del Servizio Pubblico radiotelevisivo.

Il 2015 ha rappresentato anche l'anno della svolta sul piano dei contenuti e dell'immagine. Particolare attenzione è stata rivolta ai temi sociali, con numerose campagne di sensibilizzazione e frequenti approfondimenti su temi di grande interesse per il territorio. È stato compiuto, inoltre, un rinnovamento dell'identity della TGR attraverso un processo di restyling, con nuovi studi e con una nuova grafica, sperimentando nuovi linguaggi e cercando di integrare il tutto in un'offerta multimediale già ampiamente apprezzata.

La Testata Giornalistica Regionale dovrà assicurare sempre più, anche in nuova organizzazione aziendale, una maggiore capillarità dell'offerta a livello territoriale e introdurre un consapevole

e deliberato flusso di comunicazione, in grado sia di interagire con le altre Testate, in particolar modo con RaiNews, sia di rispondere a esigenze puntuali, segmentate e orientate a obiettivi di pubblico specifici, fortemente coerenti con una rinnovata missione di Servizio Pubblico.

“Nel 2015 la TGR ha proseguito l'attuazione del piano di digitalizzazione portando a 16 le sedi regionali rinnovate, con un notevole incremento della tempestività produttiva e un maggior coinvolgimento del giornalista nella realizzazione dei servizi, garantendo così evidenti benefici in termini di qualità”.

Rai Parlamento

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

Nel 2015 all'attività del Parlamento Italiano sono state dedicate tre edizioni quotidiane di *Tg Parlamento*, a cui si sono aggiunte 22 edizioni di *Speciale Parlamento*, trasmissione in diretta dalla Camera e dal Senato, e 45 dirette del *Question time*, le interrogazioni a risposta immediata.

All'attualità parlamentare sono state dedicate anche 38 puntate del settimanale *Settegiorni*, mentre sono state 40 le trasmissioni del settimanale *Punto Europa*, dedicato all'attività del Parlamento Europeo.

Rai Parlamento ha inoltre realizzato 77 puntate della trasmissione *SpazioLibero*, sul mondo delle associazioni e del no-profit.

Introduzione

Bilancio Separato

Bilancio Consolidato

59

Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione/ **L'attività della Rai****Rai Cinema**

Le attività di **Rai Cinema** consistono nell'acquisto di film e fiction in funzione delle esigenze dei canali generalisti e specializzati della Rai, nelle attività di produzione cinematografica, nella distribuzione nelle sale e nell'home video.

Acquisti

Rai Cinema realizza l'attività di acquisto dei diritti televisivi attraverso accordi pluriennali con partner strategici di primario rilievo – CBS e Disney per ciò che riguarda le major Usa, ZDF e Beta Film tra i fornitori europei – ai quali si affiancano acquisizioni mirate di prodotto, nell'ottica di un approvvigionamento variegato, orientato al soddisfacimento delle esigenze di programmazione di tutte le Reti Rai.

Nel 2015, oltre alle conferme degli anni precedenti, va ricordato l'acquisto dalla società Eagle Pictures di un pacchetto di film, first run e library, con una vasta gamma di collocazioni di prima serata per tutte le Reti Rai e, con Good Film, di alcuni titoli di prossima uscita nelle sale.

Tra il prodotto derivante dagli accordi internazionali, segnaliamo da CBS le serie first run in prosecuzione – *NCIS*, *NCIS Los Angeles*, *Good wife*, *Extant*, *Under the Dome* – oltre alle nuove serie *Zoo* e *CSI Cyber*.

Sempre con riguardo al prodotto seriale, ricordiamo da Warner i rinnovi della serie *Senza Traccia*, la decima stagione di *Supernatural* e l'ultima stagione di *Two and a half man*.

Da segnalare, inoltre, l'acquisizione della nuova edizione del ciclo *La Bibbia* dalla società Lux Vide: 14 episodi restaurati, digitalizzati in 2K e 4K, con nuovi effetti sonori e scene inedite.

Il costante monitoraggio delle tendenze del cinema mondiale e la partecipazione ai più importanti mercati internazionali hanno consentito a Rai Cinema, nel corso del 2015, di consolidare i rapporti internazionali con tutti i più rilevanti operatori del settore e di accrescere ulteriormente il suo listino di film internazionali. La line up per il periodo 2016/2017 si presenta dunque ricca di titoli di prestigio garantendo alla Rai lo sfruttamento di tutta la catena di diritti.

Tra i principali film internazionali acquisiti nel 2015 ricordiamo: *The Free State of Jones*, grande produzione americana con il regista premio Oscar Gary Ross e l'attore Premio Oscar Matthew McConaughey; il film di Quentin Tarantino *The Hateful Eight*; *A Hologram for the King* con protagonista Tom Hanks dopo il successo mondiale del *Il Ponte delle Spie*; due

film francesi molto importanti, di diverso genere, *Valerian* di Luc Besson che dopo il successo mondiale di *Lucy* torna con un film fantasy con un importante budget, e *Dalida*, con un cast sia italiano che francese di grande richiamo; il film argentino vincitore del Leone d'Argento al Festival di Venezia *El Clan*, prodotto di grande qualità e che sottolinea l'importanza della presenza di Rai Cinema nei Festival internazionali.

Produzione cinematografica

Il 2015 è stato un anno significativo dal punto di vista della produzione, con ben 55 titoli che andranno a comporre un portfolio di prodotti in grado di raggiungere le differenti tipologie di pubblico.

Tra le pellicole realizzate nell'anno e uscite in sala ricordiamo: *Suburra* di Stefano Sollima, film di genere che offre uno spaccato della corruzione contemporanea; *Gli ultimi saranno gli ultimi* di Massimiliano Bruno sul tema della crisi economica; *Il Professor Cenerentolo*, nuova commedia di Leonardo Pieraccioni uscita a Natale; in sala i primi giorni del 2016, il nuovo film di Giuseppe Tornatore, *La corrispondenza*, con Jeremy Irons e Olga Kurylenko.

Tra le opere degli autori affermati, in grado di offrire numerosi spunti di riflessione al pubblico: *Le confessioni* di Roberto Andò, che torna a lavorare con Toni Servillo, film ambientato nel cuore dell'Europa che racconta la storia di un monaco invitato a un vertice del G8; *Fai bei sogni* di Marco Bellocchio, tratto dal libro di Massimo Gramellini e interpretato da Valerio Mastandrea; *La verità sta in cielo* di Roberto Faenza, con Riccardo Scamarcio e Valentina Lodovini, sulla scomparsa di Emanuela Orlandi.

Tra le opere prime e seconde, troviamo: il nuovo film di Pif *In guerra per amore*, ambientato in Sicilia sul finire del secondo conflitto mondiale, in cui il protagonista si arruola per chiedere la mano della sua amata; l'opera prima di Marco Danieli, *La ragazza del mondo*, insolito punto di vista di una ragazza testimone di Geova; l'opera seconda di Claudio Giovannesi, *Fiore*, con Valerio Mastandrea, storia di una ragazza rinchiusa in un carcere; *Il padre di Italia*, opera seconda di Fabio Mollo, con Isabella Ragonese e Luca Marinelli; *The whale*, l'opera seconda di Andrea Pallaro con Charlotte Rampling che interpreta una donna tormentata dai dubbi sull'innocenza del marito.

Tra le opere in grado di rivolgersi a un pubblico più ampio, utilizzando i toni più spensierati della commedia, vanno ricordati: *Smetto Quando Voglio 2 e 3*, i sequel della fortunata commedia di Sydney Sibilia; la nuova commedia *Miami Beach* dei fratelli Vanzina; la fresca e tenera

commedia *Troppo Napoletano* di Gianluca Ansanelli; *La pazza gioia* di Paolo Virzì con Valeria Bruni Tedeschi e Micaela Ramazzotti, film 'on the road' sulla fuga di due donne.

Produzione di documentari

In merito all'attività di produzione dei film della realtà, Rai Cinema, nel corso del 2015, ha attivato 32 documentari, in continuità con le proprie linee editoriali e con il mandato di sostegno nei confronti dei produttori e degli autori indipendenti. Questa linea di attività affronta tematiche che hanno come fulcro di interesse la realtà sociale, culturale, politica, storica, economica e religiosa del nostro tempo.

Tra i vari progetti, vanno segnalati quelli di giovani registi emergenti: *Strane Straniere* di Elisa Amoruso, storie di donne di altri paesi che si sono ricostruite un'esistenza piena in Italia; *La gente resta* di Maria Tili, sulla storia di tre fratelli e le loro famiglie nella Taranto dell'Ilva; *La nostra scuola* di Stefano Collizzoli, un percorso alla ricerca di esperienze scolastiche ignorate ma piene di sorprese positive; *Hanaa* di Giuseppe Carrieri e *The Remnants – Quello che resta* di Paolo Barbieri e Riccardo Russo.

Citiamo, inoltre, i nuovi docufilm di autori ormai noti come: Andrea Segre con *I sogni del lago salato*, viaggio nel Kazakistan del boom, che vive oggi l'euforia di uno sviluppo che l'Italia non ricorda nemmeno più; Elisabetta Sgarbi con *Colpa di comunismo*, esplorazione a tutto tondo del mondo delle badanti a cui affidiamo le persone più deboli delle nostre famiglie; Stefano Savona con *La Strada dei Samouni*; Pappi Corsicato con *Julian Schnabel* e Alina Marazzi con *Anna Piaggi, la moda in un caleidoscopio*. Dopo gli ampi riscontri presso le comunità ebraiche del documentario *I figli della Shoah* di Israel Moscati, con due proiezioni internazionali di assoluto rilievo – a Gerusalemme per il Giorno della Memoria e a Parigi, presso il memoriale della Shoah in occasione della ricorrenza del Vel d'Hiver – Rai Cinema ha deciso di attivare un secondo documentario dal titolo *Suona ancora*.

Presenza ai Festival

Il 2015 è stato un anno ricco di riconoscimenti e soddisfazioni.

A Berlino, Rai Cinema ha presentato con successo l'opera prima di Laura Bispuri, *Vergine Giurata*, l'unico film italiano in concorso; *Cloro*, l'apprezzato esordio di Lamberto Sanfelice, selezionato in Generation, e *Torneranno i prati* del maestro Ermanno Olmi, nella sezione Berlinale Special.

Due sono stati i film in concorso al Festival di Cannes: *Il racconto dei racconti* di Matteo Garrone e *Mia Madre* di Nanni Moretti. Accanto a questi, nella sezione Un certain regard, il film-documentario *Louisiana - The Other Side* di Roberto Minervini e, in concorso, l'americano *Sicario* di Denis Villeneuve, con Emily Blunt e Benicio Del Toro.

Tanti e prestigiosi sono stati i riconoscimenti raccolti.

Ricordiamo i 18 David di Donatello, di cui ben 9 assegnati a *Anime nere* di Francesco Munzi, decretato come il Miglior Film dell'anno; i 7 Globi d'Oro assegnati dalla stampa estera in Italia, tra i quali quello come Miglior Film a *Il giovane favoloso* e i 16 Nastri d'Argento assegnati a Taormina dal Sindacato Nazionale Giornalisti Cinematografici Italiani.

Alla Mostra d'Arte Cinematografica di Venezia, Rai Cinema ha partecipato con ben 13 titoli, di cui due in concorso: *Sangue del mio sangue* di Marco Bellocchio e *Per amor vostro* di Giuseppe M. Gaudino, grazie al quale Valeria Golino si è aggiudicata la Coppa Volpi come Migliore interprete femminile.

Nella parte finale dell'anno, Rai Cinema è stata presente al Festival di Roma con 9 film e al Torino Film Festival con 13 film.

Distribuzione

Nel 2015 Rai Cinema ha distribuito 27 film, per un box office totale di circa 68 milioni di Euro e più di 11 milioni di biglietti venduti, attestandosi al quarto posto nella classifica dei distributori con una quota di mercato dell'11,38%.

I titoli che hanno avuto il maggior successo sono: *Si accettano miracoli*, *Non sposate le mie figlie*, *Suburra* e *Il Professor Cenerentolo*. Inoltre, nell'ottica di voler sostenere i giovani registi, Rai Cinema ha distribuito *Se Dio vuole* di Edoardo Galea premiato come miglior regista esordiente nell'ultima edizione del David di Donatello.

Nel 2015, Rai Cinema mantiene la leadership assoluta nel canale del noleggio (fonte Univideo), mentre le vendite registrano un lieve calo (-9%) rispetto all'anno precedente dovuto principalmente alla mancanza, tra le nuove uscite, di prodotti dal grande appeal commerciale. In controtendenza le vendite di catalogo (library) che, grazie a nuove politiche commerciali mirate, hanno avuto un incremento del 23% (fonte GfK), con oltre 2.200 titoli a disposizione.

I migliori risultati maturati nel 2015 sono stati realizzati dai film *Il sale della Terra*, *Il giovane favoloso* e *Si accettano miracoli*.

Introduzione

Bilancio Separato

Bilancio Consolidato

61

Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione/ **L'attività della Rai****Accordi commerciali**

L'attività di distribuzione sulle nuove piattaforme è stata conferita a Rai Com a partire dal 2015, con lo scopo di rendere sinergici e di ottimizzare i processi a livello di Gruppo.

L'arrivo in Italia a ottobre 2015 di un potente player quale Netflix ha reso necessaria una rivisitazione delle strategie di mercato degli operatori dell'on demand, generando una maggior concorrenza e una conseguente appetibilità della tipologia dei diritti Svod, fino ad ora limitatamente sfruttati, posizionandoli su valori mai raggiunti prima.

Il valore totale degli accordi commerciali conclusi nel 2015 (con Mediaset, Telecom e Netflix) per lo sfruttamento dei diritti Svod è stato quindi significativo. Di grossa importanza, sia strategica che economica, è l'accordo concluso con Sky per la commercializzazione dei diritti PPV e PAY che include 23 nuovi current. Anche il canale edicola, grazie agli accordi con Mondadori e L'Espresso, ha registrato una consistente presenza in edicola dei film di Rai Cinema.

Il 2015 è stato un anno di crescita per il mondo web firmato Rai Cinema. La consueta attività di promozione attraverso i portali istituzionali Raicinema.it e Raicinemachannel.it è continuata ma si è anche evoluta. Grazie al prestigioso accordo di collaborazione, avvenuto nel primo semestre, con il portale di rilievo Condé Nast Italia, tutti i contenuti web di Rai Cinema, che sono fruibili anche nel canale Rai Cinema di CNLive!, hanno registrato ottimi risultati in termini di visualizzazioni.

Rai Fiction

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

L'impegno di Rai per la promozione della produzione audiovisiva italiana ed 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.

Complessivamente, i risultati della fiction Rai nell'anno 2015 sono molto positivi. La fiction inedita trasmessa in prima serata su Rai 1 ha raggiunto 102 serate e il risultato di ascolto medio è di oltre 5,1 milioni di spettatori con uno share del 19,9%.

I venti titoli di maggiore ascolto della fiction italiana nel periodo in analisi sono tutte produzioni targate Rai.

La lunga serie *Un passo dal cielo 3* (ascolto medio oltre i 7,2 milioni di spettatori e share del 26,3%) – che guadagna un +2% di share rispetto alla stagione precedente – si conferma il titolo più visto. Un risultato che dimostra il radicamento e l'affezione del prodotto presso il grande pubblico e la capacità del brand di parlare a nuove fasce di telespettatori senza perdere il contatto con quelle più tradizionali.

Ottimi ascolti ha registrato anche la miniserie *L'angelo di Sarajevo* con Beppe Fiorello (7,2 milioni di telespettatori con uno share del 25,5%), che ha ottenuto l'ambizioso risultato di coinvolgere una platea molto vasta ricordando i drammi del conflitto serbo-bosniaco.

Si conferma, inoltre, il grandissimo successo del brand *Braccialetti rossi*, vero e proprio fenomeno televisivo e cross-mediale tra i giovanissimi. La seconda stagione della serie ha superato gli ascolti della precedente totalizzando una media di 6,7 milioni di telespettatori e il 24,2% di share (+381.678 e +1,47% rispetto alla prima serie) e abbassando ulteriormente l'età media del pubblico a 48,7 (-3,7 rispetto alla prima serie).

Per quanto riguarda i formati della fiction, rispetto all'anno precedente, il 2015 ha visto un incremento nella produzione di titoli di lunga serialità (85%) rispetto ai formati brevi (15%).

Anche dal punto di vista dei contenuti, si può rilevare una generale variazione, grazie alla proposta di un volume maggiore di racconti

incentrati sulla contemporaneità (82%) rispetto a storie ambientate in un passato recente o significativo per l'oggi (18%).

Parallelamente alla produzione di fiction per Rai 1, nel 2015 si è consolidato l'impegno per le altre Reti, caratterizzato dalla sperimentazione di linguaggi e formati.

Su Rai 2, la sketch-comedy *Zio Gianni* creata dai The Pills ha avuto un ruolo determinante nel rivitalizzare l'Access Prime Time compiendo un passo non trascurabile per il ritorno della fiction nella programmazione di prima serata. Anche per il Prime Time della seconda rete, le proposte di rinnovamento non sono mancate: ne è un esempio la docu-fiction *Coppie in attesa*, di impianto più sociale e incentrata sul tema del diventare genitori.

Per Rai 3, oltre al tradizionale appuntamento con la soap opera *Un Posto al Sole*, Rai Fiction ha sviluppato e prodotto *Non uccidere*, nuova lunga serialità di genere apprezzata dalla critica anche a livello internazionale. Un progetto attraverso il quale si è potuta sperimentare – a quasi quindici anni dal varo de *La Squadra* – una modalità produttiva a basso costo, ma di qualità da prima serata.

A questi titoli si aggiungono produzioni innovative come la docu-fiction *Ilaria Alpi – L'ultimo viaggio* o la prosecuzione della sketch-comedy *Il candidato - Zucca Presidente* ideata da La Buoncostume (share 9% e più di 1 milione di spettatori alle 23:50).

Tra le esperienze più interessanti del 2015 va ricordato anche l'avvio di RAY, la piattaforma web destinata al target 15-30 anni e al pubblico della rete, inaugurata a febbraio e diventata una presenza di rilievo nell'ambito dell'offerta del Gruppo Rai con risultati caratterizzati da una crescita costante.

All'attività di produzione di fiction, si aggiunge nel 2015 la coproduzione di cartoni animati per il pubblico di bambini e per l'intera famiglia. Si tratta di titoli generalmente seriali, che alimentano quotidianamente i canali specializzati Rai YoYo e Rai Gulp con un'offerta originale che si affianca – con ottimi risultati e apprezzamento – ai migliori prodotti d'acquisto internazionali. Grazie all'impegno della Rai nel settore, è stato possibile rivitalizzare l'industria nazionale dell'animazione, che vede ormai in tutta Italia una rete di imprese innovative e integrate nei processi produttivi internazionali.

Rai Teche

Nel 2015 sono proseguite le iniziative funzionali al rafforzamento del brand come punto di riferimento del Servizio Pubblico per la storia audiovisiva del Paese.

Un risultato ottenuto grazie anche a progetti speciali quali la grande mostra allestita alla Camera dei Deputati sul patrimonio fotografico dedicato alle Tribune politiche storiche, visitata da oltre 2.000 persone in sole due settimane, e la produzione di due documentari realizzati in collaborazione con Rai Cinema, selezionati ai maggiori Festival Italiani e premiati con importanti riconoscimenti internazionali.

Resta fondamentale l'apporto che Rai Teche fornisce alle direzioni di Reti e Testate attraverso il Catalogo Multimediale (CMM) che ha portato le ore di prodotto ricercabili a 1,5 milioni per la tv e 1,3 milioni per la radio.

Sono 75 milioni i documenti indicizzati in Catalogo, con un milione e 300 mila ore di materiale televisivo e altrettante di materiale radiofonico, a cui si aggiungono 75 mila libri tematici e 45 mila fotografie, per circa 12 mila utenti registrati che ogni giorno accedono alle ricerche di archivio per acquisire materiali di repertorio da riutilizzare nei programmi, per un totale di oltre 560.000 ricerche al mese.

Altrettanto importanti tra i compiti delle Teche Rai rimangono la gestione dell'**Archivio Diritti**, che ogni giorno verifica e certifica la validità dei diritti del prodotto trasmesso, e la responsabilità di armonizzare il processo di **digitalizzazione** del patrimonio d'archivio Rai.

Le Teche Rai, infine, anche nel 2015, hanno proseguito con l'importante opera di valorizzazione culturale della memoria Rai come fonte storica e di studio per l'intero Paese, incrementando la fruizione da parte di Enti, Musei, Scuole, Università, Fondazioni pubbliche e private che per ogni tipo di celebrazione o ricorrenza dell'età contemporanea fanno riferimento a Rai come depositaria di materiali storici d'eccellenza.

Rai Teche è oggi presente in molti Musei italiani ed esteri, in Istituti italiani di cultura all'estero, in Università e biblioteche.

Nel corso dell'anno, Rai Teche ha fornito ricerche e filmati, tra gli altri, per la Presidenza del Consiglio per le celebrazioni dei 70 anni della Resistenza Italiana; per il progetto NOMA, museo dell'antimafia; per le Associazioni dei familiari vittime della strage di Ustica; per i canali satellitari del Senato e della Camera dei Deputati; per il Fondo Audiovisivo della Camera dei deputati; per gli Istituti Italiani di Cultura nel

Introduzione

Bilancio Separato

Bilancio Consolidato

63

Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione/ **L'attività della Rai**

mondo del Ministero degli Affari Esteri; per il settimanale L'Espresso e le celebrazioni dei 60 anni del giornale.

“L'archivio della Rai è un patrimonio unico per l'Azienda e un grande valore per il Paese, per questo fa parte da anni del registro ufficiale della memoria d'Italia dell'UNESCO”.

RadioRai

La Radio, uno dei fondamenti del Servizio Pubblico, è il media più soggetto all'ibridazione, in termini di piattaforme, contenuti, esposizione sul web e interazione con i social media. Per questo deve puntare a consolidare e migliorare la sua centralità nello scenario digitale, presso il pubblico degli ascoltatori e il mercato degli investitori.

Le principali linee strategiche del 2015 hanno quindi coinvolto la definizione dell'offerta, il coordinamento dei palinsesti, l'innovazione tecnologica, il lancio del nuovo bouquet di Canali web & digital, la costruzione di un organismo di governance della radiofonia e l'elaborazione di una nuova indagine sugli ascolti, il piano di sviluppo delle trasmissioni in tecnica digitale (Dab+), il monitoraggio qualitativo della programmazione, i nuovi formati pubblicitari, gli interventi organizzativi per migliorare flussi operativi e responsabilità, le partnership territoriali, le iniziative speciali e la cross promotion radio-tv.

L'obiettivo complessivo è una Radio pubblica articolata in un bouquet di canali con modelli di palinsesto sempre più coerenti con la propria missione editoriale e scevri da prodotti duplicati o sovrapposti, implementati da contenuti web e social media.

Il nuovo bouquet di Canali web & digital lanciato in estate, accompagnato da un progetto grafico di rebranding, supera il modello WebRadio: Radio4 Light (ex Fd4), Radio5 Classica (ex Fd5), Radio6 Teca (ex VVr6), Radio7 Live (ex VVR7), Radio8 Opera (ex VR8).

In un contesto altamente competitivo dove dominano i network commerciali Radio DeeJay e Radio 105, i risultati di RadioRai sono confortanti: il Podcast totale RadioRai ha toccato 65 milioni di downloading annui e nel secondo semestre Radio2 ha moltiplicato i browser unici (47.355, +209% vs. secondo semestre 2014), seguita da Radio3 (20.236, +39,6%) e Radio1 (19.507, +42,8%).

La rilevazione dell'ascolto, anche per il 2015 effettuata da Radiomonitor Cati (Gfk), manca tuttora della certificazione dell'AGCOM. D'altra parte, i lavori del Tavolo Editori Radio presieduto dalla Rai consegue un obiettivo strategico: la realizzazione della prima ricerca di base sulla Radio (*Come afferrare Proteo*, Ipsos-Gfk) presentata al mercato nel mese di ottobre. Nel corso dell'autunno gli Editori nazionali e le maggiori Associazioni di emittenti locali hanno siglato l'intesa per la costituzione di una società degli Editori Radio che nel 2016 darà maggiore impulso al cantiere della futura indagine, nell'intento di ricostituire un Joint Industry Committee Radio con la partecipazione del Mercato e il sostegno dell'Autorità. I dati Radiomonitor del 2015 raffigurano un mezzo dai consumi in lieve aumento, con 35 milioni di ascoltatori nel giorno medio (+2,05% su base annua); il valore aggregato di Radio1, Radio2, Radio3 è pari a 8,6 milioni (+6,5% vs. 2014), al netto di Isoradio, non rilevata in precedenza. In lieve crescita anche lo share totale: 12,02% (+0,74%).

Nel corso del 2015, inoltre, i Canali RadioRai hanno promosso con modalità editoriali differenziate, on air e on line, 38 campagne di raccolta fondi e 22 di sensibilizzazione selezionate dalla struttura Rai del Segretariato Sociale. L'efficacia dei contributi della Radio, generalmente bene integrati al flusso dei programmi, è apprezzata dai promotori anche per il carattere di prossimità e autorevolezza proprio del mezzo.

Ugualmente efficaci risultano le media partnership tra RadioRai e i promotori di eventi, pubblicazioni e convegni, selezionate in base all'affinità con i rispettivi profili editoriali. Si tratta di importanti opportunità per la visibilità dei brand RadioRai nel territorio e sul web: in totale sono 181 le iniziative del 2015, a cominciare dai grandi eventi patrocinati dalla Rai.

La più significativa tra le iniziative speciali è stata la presenza di RadioRai a Expo 2015.

Ascolto dei canali RadioRai



Per l'intera durata dell'evento, i Canali hanno trasmesso dall'esclusivo RadioBox installato a ridosso dell'Albero della Vita, il simbolo di Expo 2015, in collaborazione con il Ministero dell'Ambiente, della tutela del Territorio e del Mare e con Padiglione Italia. Dalla postazione trasparente, dotata di regia multimediale e studio multifunzione, Radio1, Radio2, Radio3, Isoradio e Radio7 Live hanno trasmesso informazione, musica, intrattenimento, djset, con la frequente partecipazione dei visitatori. Lo Speciale RadioDay del 29 settembre ha celebrato la chiusura di Expo 2015 con una non-stop seguita da una convention aperta al pubblico degli investitori.

RadioRai ha inoltre promosso e organizzato l'edizione 2015 di 'RadioDays', il raduno internazionale delle radio pubbliche e private svoltosi a Milano nel mese di marzo. Dalla sua speciale postazione, RadioRai ha mandato in onda decine di programmi in diretta, con interventi – tra gli altri – di studiosi e testimonial.

Radio1

Radio1 è una moderna radio di informazione con programmi di approfondimento, inchieste, reportage, tutto lo sport che conta e la musica libera da logiche commerciali. Una rete di contenuti condivisi e rilanciati sul web e su tutte le piattaforme social.

Nel 2015 Radio1 ha riconfermato le scelte editoriali avviate nell'anno precedente, tese a costruire palinsesti dove rimane protagonista l'informazione tempestiva – i grandi avvenimenti di cronaca, politica, economia, attualità internazionale e sport – che, grazie anche alle nuove tecnologie, interagisce in modo sempre più stretto e frequente con gli ascoltatori. Radio1 è infatti essa stessa un social network con gli ascoltatori che diventano di fatto redattori aggiunti, segnalando di continuo gli argomenti da affrontare, intervenendo nei dibattiti e arricchendo le trasmissioni di storie e testimonianze.

Ascolti in aumento, riposizionamento del brand, una presenza consolidata nel web e nei social network. Questi gli elementi distintivi di Radio1. Un risultato fortemente connotato dalla svolta informativa della rete: 35 giornali radio ogni giorno, tre rassegne stampa, inchieste, approfondimenti, reportage, 24 ore sempre in diretta, anche e soprattutto per quanto riguarda lo sport.

I programmi di punta della rete vanno sul territorio e aprono i microfoni agli ascoltatori, contribuendo al rafforzamento e all'affermazione di Radio1 come una vera e propria community,

attendibile e autorevole, in cui riconoscersi: *Radio anch'io, La radio ne parla, Restate scomodi, Italia sotto inchiesta, Bianco e Nero, Zapping, Tra poco in edicola*. Ospiti, inchieste, servizi, approfondimenti, confronti con i protagonisti dell'attualità nazionale e internazionale. Gli highlights dei Tg da tutto il mondo, postati su Twitter, i video assist della redazione sportiva e i foto-racconti degli inviati su Instagram, inoltre, sono solo alcuni degli extra che arricchiscono ogni giorno il palinsesto lineare.

Notevole l'importanza, nella programmazione del 2015, delle dirette non-stop che hanno raccontato i principali fatti dell'anno e che in taluni casi – come per gli attentati di Parigi e in Mali – hanno completamente stravolto i palinsesti. L'inaugurazione di Expo, la chiusura del semestre di presidenza italiana del Consiglio della UE, la giornata della memoria da Auschwitz, i 'RadioDays', il raduno di tutte le radio europee, l'elezione del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella, le consultazioni amministrative, Radio1 ha seguito ogni avvenimento in presa diretta con decine di ore di programmazione integrate ai giornali radio ogni mezz'ora e alle rassegne stampa, tutto in un unico flusso informativo.

Consolidata ormai la rassegna stampa internazionale di *Voci del mattino* che rappresenta l'offerta più completa tra i servizi pubblici europei: una selezione degli highlights delle principali televisioni internazionali e di alcune delle emittenti in molti casi escluse dai consueti circuiti informativi europei: spazio quindi a BBC, France 24, al Canale 1 della tv russa, alla tv spagnola CCTV ma anche al Canale cinese Arirang, Times Now della Corea del Sud, alla tv indiana Globo News, alla brasiliana ENCA, ai telegiornali dal Sud Africa e dall'Australia. Particolare attenzione per le tv in lingua araba: Aljazeera, Al Arabiya, Al Majadeen, il canale iraniano Al Alam, la tv del Marocco MED11 e la tunisina NESSMA. E non mancano ovviamente i grandi network americani: CNN, CBS, FOX, NBC etc..

Expo 2015 è stata l'occasione per raccontare un grande evento declinandolo con un taglio ogni volta differente: dal primo maggio – giorno dell'inaugurazione seguita con uno Speciale del Gr1 – si sono avvicendati i programmi *Eta Beta, Bianco e Nero, Italia sotto inchiesta, News Economy*, solo per citarne alcuni.

Radio1 è poi il Canale della grande musica. Con i nuovi programmi *Latitudine Soul*, dedicato ai protagonisti che hanno segnato la storia della musica black, e *Beat connection* che ripercorre ogni giorno l'altra faccia della cultura pop. Ma anche con i consolidati *King Kong* che continua

Introduzione

Bilancio Separato

Bilancio Consolidato

65

Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione/ **L'attività della Rai**

a esplorare i territori della musica popolare e di quella sperimentale, *Music Club*, con le sue storie, anniversari, eventi e incontri con i personaggi che hanno ridisegnato il rock e il pop, il rinnovato *Stereonotte*, marchio storico divenuto trasmissione cult, e *Brasil*.

E ancora, in un momento in cui l'offerta sportiva in tv è fortemente parcellizzata e in gran parte a pagamento, Radio1 è il canale del Servizio Pubblico che offre in modo gratuito tutti gli eventi sportivi più importanti: dal calcio alla Formula 1, dalla pallavolo al moto Gp, dal tennis al ciclismo, dal nuoto allo sci. Ben 39 ore di trasmissioni ogni settimana, un nuovo appuntamento in coda al Giornale della Mezzanotte dal lunedì alla domenica, per un totale di 10 servizi sportivi al giorno, 1.600 ore di trasmissione in un anno, 380 radiocronache di serie A, 420 di Serie B, oltre a Champions, Europa League, Nazionale, Under 21, Coppa Italia, basket e pallavolo: questi i numeri dell'offerta sportiva della rete nel 2015.

Spazio anche a format originali e innovativi, come *Radio1 Plot Machine*, programma dedicato alla scrittura che diventa interattiva con le potenzialità dei social network e il cui primo e-book coprodotto con Mondadori e composto dai 15 racconti che hanno ottenuto il maggior numero di 'mi piace' sulla pagina Facebook del programma, è stato presentato al Salone del Libro di Torino.

Definiscono il palinsesto di Radio1, infine, anche i programmi su tematiche specifiche: la medicina e il benessere con *Life*, l'informazione dalla UE con *Manuale d'Europa*, le riflessioni controcorrente di *Non sono obiettivo* e i ritratti dei grandi personaggi dell'Arte Contemporanea con *Contemporai*. E poi ancora rubriche di libri, ambiente, cinema, motori, politiche agricole, alimentazione, moda, costume.

Radio2

Radio2 si basa su voci, format consolidati e nuovi, qualità dei contenuti, musica, visibilità del brand e una ricca offerta web e social. Contemporaneità del linguaggio e creatività, per un intrattenimento che coniuga leggerezza e valori, con sperimentazione di progetti innovativi.

Nel 2015, il palinsesto feriale ha visto sostanzialmente confermate le produzioni proposte nel corso dell'autunno 2014, una scelta di continuità per agevolare la riconoscibilità dei programmi e la fidelizzazione degli ascoltatori. Non sono mancati, tuttavia, durante il weekend, nuovi appuntamenti per valorizzare l'offerta e incrementare gradimento e ascolti: *Coniglio Relax*, uno spin-off del *Ruggito del Coniglio* pensato per le mattinate del fine settimana, mirato a intercettare nuovi ascoltatori ed estendere il favore del folto pubblico degli appassionati; *Una vita*, un nuovo formato di racconto in diretta, con il coinvolgimento degli ascoltatori e delle loro storie, programma tra i più scaricati nella classifica iTunes. E *Radiobattle*, il primo confronto musicale in diretta, con un live *twittering* su un hashtag in comune tra 12 radio europee, pubbliche e private: una sperimentazione che punta a rendere Radio2 il motore di un confronto sulla musica che suona in Europa e oltre, un linguaggio che supera i confini e unisce le giovani generazioni. Il programma è stato presentato in concorso al Prix Italia 2015 con l'endorsement di Ebu.

Nella stagione estiva, *Metropolis* ha raccontato pregi e difetti di città e paesi, con la partecipazione degli ascoltatori sollecitati da lanci anticipati sui Social media; Nina Zilly, conduttrice di *Stay Soul*, ha proposto scelte musicali d'autore e storie di vita personale; *Italiani Incontinenti* ha raccontato la vita di italiani espatriati nelle Americhe. Nino Frassica ha animato la fascia pomeridiana con l'umorismo surreale di *Programmone*, proseguito anche in autunno; infine *I Sociopatici*, un nuovo infotainment per affrontare l'attualità attraverso il filtro dei social media e raccontare la 'sociopatia' contemporanea nelle sue innumerevoli declinazioni.

Nel weekend, da segnalare il nuovo *2diRadio2*, condotto dai redattori web di Radio2 Andrea Corbo e Annalisa Vacca, due insider che hanno portato nelle case degli ascoltatori lo spirito di una squadra che fa dell'innovazione la sua bandiera, un ponte tra il pubblico adulto e i linguaggi della rete. Da ricordare anche *Ti connetto i nonni*, un progetto sociale Rai per l'alfabetizzazione digitale che ha insegnato agli anziani come stare connessi e, nel preserale, Vincenzo Mollica con *Prima che mi dimentichi*

di tutto, la narrazione della sua straordinaria esperienza di giornalista e giocoliere dello spettacolo.

Numerose le novità del palinsesto autunnale, con *Radio2 Social Club* in versione quotidiana: una riflessione sulla varietà e sui linguaggi della musica, un programma con musica live e comicità originale, compreso l'irriverente *Tglercio*. Nuova formula, inoltre, per *Non è un paese per giovani*, con tematiche diverse ogni giorno della settimana. Confermato e rinnovato nella conduzione il talk show politico *Un Giorno da Pecora*.

Tutti i programmi del Canale hanno una specifica declinazione web e social, con prodotti e contenuti ad hoc, per consolidare la brand awareness e sostenere la riconoscibilità del marchio Radio2. Per questo sono nati contenuti virali in grado di moltiplicare i contatti, come *Keep Calm* del *Ruggito del Coniglio*, il *Beato del Giorno* di *Seiunozero*, la *Buonanotte di Radio2*, gli aforismi di Enrico Vaime, l'hashtag *AdottaUnaParola* e molti altri.

Nel 2015, inoltre, sono aumentate significativamente le sinergie con i canali televisivi generalisti, con numerose contaminazioni di personaggi e tematiche.

Radio2 offre musica, spettacoli, festival, intrattenimento per condividere con il pubblico le iniziative del territorio, tra grandi eventi e storie comuni: la decima edizione della Giornata del Risparmio energetico di 'M'illumino di meno', lanciata da *Caterpillar* e dedicata al mondo della scuola, preceduta da una imponente campagna in rete e sul territorio; Radio City, il grande festival dedicato alla radio italiana, alla sua storia e ai suoi protagonisti; il Salone Internazionale del Libro di Torino; Bookcity e PianoCity a Milano; il Taormina Film Festival; la campagna di carattere sociale di *Caterpillar Bike The Nobel*, una simbolica candidatura della bicicletta al Premio Nobel per la Pace 2016, con lo stile unico di Radio2 che sa unire intrattenimento e impegno; la 17ª edizione di Caterraduno, una settimana di eventi dal vivo da Senigallia, una festa di Radio2 con dirette, ospiti e grandi concerti; i live del Radio2 Lucca Summer Festival. Non è mancata l'attenzione alle fasce *young*, grazie a eventi come Maker Faire, la grande manifestazione dedicata all'innovazione, il Romics e il Lucca Comics & Games, i più importanti festival dedicati al mondo del fumetto, dell'animazione e del gioco e l'Internet Festival con iniziative culturali, educative, artistiche e comunicative.

Come ogni anno, anche per il 2015 la musica di Radio2 merita una menzione speciale: tanti concerti in diretta dai festival di tutta

Italia raccontati da *Radio2 Live*, decine di esibizioni che spaziano dal pop al soul, dal folk all'elettronica. Una playlist di generi *mainstream* raccoglie le più interessanti novità del momento ma anche le hit e i grandi classici del passato, gli evergreen italiani e internazionali. Un'offerta ricca di appuntamenti a tema concentrati in fascia serale e notturna; una scelta che privilegia il pop di qualità ma non trascura brani di atmosfera.

Radio3

Radio3 rappresenta una miscela inimitabile di tradizione e apertura al nuovo con un'offerta imbattibile di cultura contemporanea e musica di qualità.

Nel 2015 il Canale ha dedicato particolare attenzione ai grandi temi del dibattito culturale e civile – compresi quelli proposti drammaticamente dall'attualità – e rafforzato l'ampiezza e la qualità della sua proposta musicale.

Sul primo aspetto vanno ricordate la serie di trasmissioni segnate dallo slogan 'più cultura meno paura' seguite ai fatti sanguinosi che hanno colpito Parigi, da Charlie Hebdo agli attacchi terroristici di novembre; trasmissioni culminate nella serata in diretta dall'Accademia di Francia a Villa Medici in cui scrittori e scrittrici hanno espresso la loro solidarietà alla capitale francese leggendo un testo.

Numerosi, inoltre, gli appuntamenti che hanno ricordato con linguaggi diversi il 70° anniversario della Liberazione e, con due serate teatrali, il 100° anniversario della Prima Guerra Mondiale. Altri eventi speciali sono stati dedicati alla Giornata della memoria del 27 gennaio che Radio3 segue sempre da una diversa città italiana, Ancona nel 2015, della quale racconta le vicende legate alla Comunità ebraica e non solo e al Centenario del genocidio degli Armeni, ricordato con una serie di trasmissioni e una intensa serata teatrale il 24 aprile.

Sempre sul fronte culturale, Radio3 ha continuato a dedicare molto spazio alle manifestazioni più importanti, con trasmissioni in diretta o dedicate, come il Festival della Scienza di Roma e Arte Fiera di Bologna, la Giornata del Ricordo e il Festival del cinema di Berlino, Libri Come (festa del libro e della lettura), Il Salone del libro di Torino, il Festival cinematografico di Cannes, la Biennale d'arte di Venezia e il Festival dell'economia di Trento. Ma anche la Mostra internazionale del cinema di Venezia, il Festival Letteratura di Mantova e il Festival della Filosofia di Modena, il Festival di Internazionale a Ferrara, il Festival della Scienza di Genova e Più libri più liberi di Roma.

Introduzione

Bilancio Separato

Bilancio Consolidato

67

Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione/ **L'attività della Rai**

Da ricordare anche i festival organizzati direttamente da Radio3, come a Forlì 'Arte Lavoro Cultura', la quinta edizione di 'Materadio' dalla città lucana proclamata Capitale europea della Cultura 2019, e la seconda edizione di 'Radioeuropa' a Perugia dedicata alla Grecia.

Immane, nel 2015, la presenza di Radio3 all'Expo di Milano, anche con dirette dalla manifestazione che hanno anticipato l'apertura dello spazio di RadioRai al Padiglione Italia.

Dal punto di vista musicale, nel 2015 l'offerta di Radio3 si è declinata in 968 proposte tra opere liriche, concerti sinfonici e dal Quirinale, giunti quest'anno alla quindicesima edizione, musica in diretta e in differita, concerti Euroradio provenienti dalle principali istituzioni mondiali, concerti della domenica e del mattino e numerose performance jazz.

Vanno ricordate le dirette dal Teatro alla Scala, dal Regio di Torino, dal Comunale di Bologna, dalla Fenice di Venezia, dal Teatro dell'Opera di Roma, dal San Carlo di Napoli; costante è stata la presenza dell'Orchestra Sinfonica Nazionale della Rai, con i concerti della Stagione Sinfonica e con i cicli di Rai Nuova Musica, dedicati alla musica contemporanea, e del Festival Pianistico di primavera. I concerti Euroradio, provenienti dalle principali istituzioni mondiali, hanno permesso di proporre prestigiose orchestre come i Wiener Philharmoniker, i Berliner Philharmoniker, l'Orchestra del festival di Lucerna etc.. Presenti inoltre le stagioni liriche di importanti teatri come il Metropolitan di New York, la Wiener Staatsoper e la Royal Opera House di Londra. Per la musica contemporanea meritano di essere evidenziate rassegne come la Biennale Musica di Venezia e Milano Musica.

Da segnalare, tra gli appuntamenti importanti e particolari con la musica dal vivo, il concerto itinerante attraverso le fermate metropolitane della nuova linea C di Roma dedicato agli artisti del ghetto di Terezín, realizzato in collaborazione con il Teatro dell'Opera, e la serata in diretta dalla sala A di via Asiago con il pianista Stefano Bollani, ormai appuntamento atteso dagli appassionati della radio e dai numerosi giornalisti e operatori del settore di volta in volta coinvolti.

Altro aspetto fortemente sostenuto da Radio3 è quello dell'alfabetizzazione scientifica e digitale: oltre alle trasmissioni quotidiane sul tema, il 2015 ha visto nascere il nuovo programma *Il romanzo della scienza. 100 anni di relatività*: l'anniversario dei cento anni dalla pubblicazione è stata l'occasione per raccontare e ragionare sulla vita e le opere dello scienziato tedesco che nel 1915 pubblicò in quattro brevi pagine quello che sarebbe diventato il nucleo della teoria della relatività generale.

Vanno anche segnalate importanti collaborazioni istituzionali come quella del programma *La Lingua Batte*, dedicato alla lingua italiana, con il Ministero dell'Istruzione (MIUR) per le Olimpiadi di Italiano, rivolte a tutte le scuole nel nostro Paese e all'estero. Collaborazione rinnovata per la terza edizione della Giornata ProGrammatica che ha creato una vera e propria maratona tra la radio e le scuole per promuovere e valorizzare la nostra lingua.

Radio3 è anche un occhio attento sull'attualità. Le trasmissioni *Prima pagina*, *Pagina3*, *Tutta la città ne parla*, *Radio3Mondo*, *Radio3Scienza* e *Fahrenheit* hanno continuato a informare tempestivamente gli ascoltatori.

Ma anche il teatro è protagonista su Radio3: a novembre, la quinta edizione di *Tutto Esaurito! Un mese di Teatro*, ha confermato, visti i riascolti sul sito e i contatti via podcast, l'idea che in questo momento i linguaggi della scena sono quanto mai vicini ai nostri interessi e alle questioni personali e collettive. Ricordiamo in particolare tre serate felicemente accolte dal pubblico: quella in ricordo di Pier Paolo Pasolini, quella in onore dell'attrice Giulia Lazzarini e quella dedicata allo scrittore Roberto Bolaño, le cui parole sono state interpretate da Maria Paiato.

Il 2015 si è concluso con una serie di contenuti legati al tema del Natale: il calendario sonoro dal titolo *Mi racconti una favola? C'era una volta il Natale...* che ha regalato una favola per ogni sera di dicembre; *Qui comincia* con quattro settimane dedicate al tema del Natale attraverso la poesia, l'arte e la musica; Radio3Scienza ha proposto *Felici e contenti. Le fiabe raccontano la scienza*; il programma *Pandora* con il racconto dei miti di ieri e di oggi.

Sempre in crescita, infine, l'attenzione nei confronti dei nuovi formati e delle esigenze di un pubblico che, accanto alle tradizionali forme di messa in onda, sceglie, con maggiore frequenza rispetto al passato, l'ascolto dei programmi in differita. Particolare cura è stata dunque riservata al confezionamento dei contenuti riascoltabili in streaming e scaricabili in podcast, una scelta apprezzata dagli utenti, come testimoniano i risultati ottenuti dalla trasmissione *Ad Alta Voce*.

Sempre nell'ambito delle attività connesse al web, da segnalare il debutto nel 2015 della trasmissione *Museo nazionale*, vero e proprio museo virtuale che mette insieme le opere più rappresentative del patrimonio artistico italiano. Interessante in questo caso il coinvolgimento del pubblico sui social network, in particolare Instagram, dove la campagna #MuseoNazionale ha raccolto oltre 7.000 contributi.

Isoradio e canali di pubblica utilità

Nel 2015, Isoradio ha confermato la sua mission di Canale di Pubblica Utilità con una programmazione di flusso h24: notizie su traffico, viabilità e musica. Confermati anche i collegamenti quotidiani con la Polizia Stradale, la Società Autostrade per l'Italia, l'ANAS, le Capitanerie di Porto, gli Aeroporti, le Ferrovie e le sale operative delle Polizie locali delle principali città metropolitane italiane per garantire un'informazione continua e puntuale sullo stato del traffico e della mobilità in generale.

Tra le nuove iniziative editoriali del 2015, i numerosi appuntamenti e collegamenti con la Polizia di Stato, le rubriche settimanali *Viaggiare in sicurezza*, che informa chi viaggia sulle norme del codice della strada e dei comportamenti sicuri al volante, *Pronto 113*, in collaborazione con le Questure e focalizzato sull'attività concreta svolta sul territorio, *il Rosso e il nero*, incentrato sugli esodi per le vacanze estive con il supporto di Autostrade per l'Italia, e *Notte sicura con Isoradio*, un happening radiofonico dedicato ai giovani nelle notti tra sabato e domenica per sottolineare l'importanza di divertirsi senza rischi.

Sempre sul tema della sicurezza, da segnalare anche la campagna di spot, in collaborazione con Asaps, in cui attori famosi hanno prestato la loro voce per ricordare agli automobilisti le norme di sicurezza, e l'appuntamento settimanale *Sulla Buona Strada*, un'iniziativa dedicata agli studenti con progetti di educazione stradale pensati per le scuole in collaborazione con la Direzione Generale per la Sicurezza Stradale del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti.

Dal mese di maggio, Isoradio ha aperto spazi speciali da Expo 2015: ogni sabato interviste sull'Esposizione e informazioni sul traffico

nell'area, in collaborazione con la Polizia Municipale di Milano, oltre alla partecipazione come media partner all'iniziativa "Velocità e Lentezza", il tour di Città dei Motori promosso da Anci e Polizia Stradale.

Spazio anche al Giubileo straordinario della Misericordia, con l'appuntamento settimanale de *Le strade del Giubileo*, con interviste ai responsabili di Città del Vaticano, Prefettura, Questura di Roma, giornalisti ed esperti del settore, e alla musica con *Le cinque giornate di Sanremo* e gli interventi degli inviati dal Teatro Ariston e da alcune stazioni di servizio della rete autostradale.

Infine, nell'ambito dei Canali di Pubblica Utilità, si segnala la rubrica *La Campanella*, in onda su Radio5 Classica: una rubrica per giovanissimi che attinge all'immenso archivio di musica classica per fornire un supporto didattico adatto alle scuole elementari e medie inferiori per l'insegnamento dell'educazione musicale.

Attività commerciali

Pubblicità

Dopo anni di recessione, il 2015 vede il PIL italiano tornare con segno positivo e i principali indicatori economici invertire uniformemente la tendenza: i consumi delle famiglie mostrano una crescita dopo 3 anni di segno negativo, gli investimenti registrano un +1,1%, il numero di occupati aumenta e prosegue la ricomposizione delle assunzioni verso forme contrattuali stabili. L'indice di fiducia dei consumatori, indicatore che valuta l'ottimismo o il pessimismo degli italiani, si è portato per la prima volta a un livello superiore al valore base del 2010 (110,5).

In tale contesto, gli investimenti pubblicitari hanno confermato il livello raggiunto nel 2014, consolidando l'arresto della pesante caduta registrata pressoché continuativamente dal 2008, che aveva portato a una perdita complessiva dal 2008 al 2015 pari a 3,1 miliardi di Euro.

Rispetto al 2014, nel 2015 la tv registra una lieve crescita (+0,7%), trainata principalmente dai 'New Comers' (tra cui Discovery); la radio cresce dell'8,8%; internet (al netto dei valori determinati dai 'Search e Social') presenta una sostanziale stabilità (-0,7%); quotidiani e periodici proseguono il trend recessivo e infine il cinema mostra un decremento del 4,1%.

In questo scenario, nel 2015 **Rai Pubblicità** ha realizzato sul mezzo televisivo una performance rispetto all'anno precedente pari al -2,3% ma operando un confronto omogeneo con il 2014, cioè al netto del valore incrementale derivante

Andamento degli Investimenti pubblicitari (fonte: Nielsen)

