

luppo di iniziative specifiche. Il contratto, infine, stabilisce i criteri per la stipula di convenzioni su basi locali finalizzate alla valorizzazione delle culture regionali e locali.

- **Tecnologia.** Il contratto stabilisce che la Rai abbia il compito di *“promuovere lo sviluppo industriale del paese e l'introduzione delle nuove tecnologie trasmissive”* attraverso *“la conversione alla trasmissione di programmi e servizi multimediali in tecnica digitale terrestre”*.

L'ANNO RAI

LA GESTIONE

Nell'esercizio trascorso la Rai si è posta come obiettivo prioritario della gestione di, quantomeno, mantenere e, ove possibile, incrementare le risorse destinate all'offerta, condizione indispensabile per porre le basi dello sviluppo negli esercizi futuri.

Ricavi Dal lato dei ricavi, è migliorato il potenziale commerciale dell'offerta generalista, grazie al rafforzamento del palinsesto.

Per quanto riguarda i ricavi connessi alla commercializzazione del prodotto, Rai ha avviato un'offerta su multiplatforma presidiando con propri contenuti sia il mercato della telefonia mobile che la banda larga.

Nello specifico le iniziative, a elevatissimo margine di contribuzione in quanto sfruttamento dell'offerta core, riguardano la fornitura di contenuti, testuali e video, la fornitura di canali di flusso (ritrasmissione dei canali in chiaro) e un forte sviluppo dell'interazione telefonica (fissa e mobile) con la programmazione generalista (*Miss Italia*, *L'isola dei famosi* e *Sanremo*).

È stata ulteriormente consolidata la tradizionale attività verso la Pubblica Amministrazione (ad es. la convenzione con il MIUR sull'aggiornamento e formazione per studenti e insegnanti: *Divertinglese*, *DivertiPc*, *Explorer*).

Costi La Rai ha perseguito una politica di razionalizzazione e ottimizzazione della spesa nelle aree non direttamente connesse al core business, vista anche come strumento utile a sostenere il prodotto.

L'esercizio appena trascorso vede, infatti, una ripresa degli investimenti nelle library sia d'acquisto che di produzione e un maggiore impegno economico nella cosiddetta programmazione a utilità immediata.

Nel corso del 2003 sono stati attivati progetti specifici finalizzati a **razionalizzare le spese di funzionamento e di struttura** dell'Azienda, con l'obiettivo di rendere disponibili le risorse recuperate per l'offerta.

I progetti attivati e conclusi nell'anno hanno riguardato alcune categorie di costi di

struttura particolarmente significative sotto il profilo quantitativo e con margini di efficientamento apprezzabili, acquisibili in breve tempo e costituenti misure strutturali capaci di incidere, anche negli esercizi futuri, contrastando la tendenza inerziale alla crescita dei costi.

Gli interventi hanno riguardato sia la razionalizzazione dei fabbisogni sia la definizione di condizioni di acquisto più favorevoli dal mercato attraverso la concentrazione dei volumi e la gestione di procedure competitive e/o la rinegoziazione dei contratti esistenti.

Le principali aree oggetto di intervento sono state l'informatica distribuita (in particolare i personal computer), i quotidiani e riviste, i viaggi aerei e la fonia (fissa e mobile).

Oltre a questi interventi di tipo specifico è risultato efficace il continuo monitoraggio dei costi con risultati soddisfacenti in termini di contenimento e riduzione.

Televisione Digitale Terrestre

Nel corso del 2003 l'impegno prioritario della Rai è stato posto all'avvio del progetto della **Televisione Digitale Terrestre**, la cui prosecuzione occuperà anche tutto il 2004 per rispettare l'obiettivo di copertura del 70% della popolazione entro il primo gennaio 2005, come previsto dal già citato Accordo di programma stipulato con il Ministero delle Comunicazioni.

Tale obiettivo, peraltro, è stato appena raggiunto (marzo 2004) con l'acquisto delle frequenze necessarie.

L'apporto del Governo, definito nell'accordo, ha consentito di ridurre ragionevolmente il fabbisogno di frequenze nella disponibilità del Ministero concedente e vigilante e, per la Rai, di attivare strumenti intesi a favorire il finanziamento del digitale terrestre.

L'attività di acquisizione delle frequenze ha consentito di realizzare risparmi consistenti, nell'ordine del 50%, rispetto al budget iniziale.

La fase operativa di realizzazione, con la partecipazione per i profili di competenza della controllata Rai Way, si è sviluppata con distinte modalità per le apparecchiature di rete e le frequenze.



La Rai, al fine di assicurare fin dalla fase di avvio un adeguato presidio al progetto di sperimentazione e introduzione del digitale terrestre, ha istituito la struttura multidisciplinare **Rai Digit** incaricata di seguire e armonizzare gli aspetti tecnologico-produttivi con la definizione e il coordinamento dei palinsesti.

Le trasmissioni, inaugurate il 3 gennaio 2004, sono così articolate:

- 3 canali generalisti attuali, pertanto con modalità simulcast (contemporanea trasmissione in tecnica analogica e digitale);
- i canali satellitari free *Rai Sport Sat*, *Rai Edu 1* e *Rai Notizie 24*;
- 2 canali originali *RaiDoc* (intrattenimento culturale) e *RaiUtile* (servizi di pubblica utilità a livello nazionale, regionale e locale).

All'interno del Progetto Digitale Terrestre, ancorché più vasta nelle prospettive, è stata collocata l'iniziativa di **Rai Futura**, un laboratorio di nuovi format e linguag-

gi che prefigurano modalità creative, realizzative e di prodotto della nuova Rai.

La Rai insieme alla Fondazione Ugo Bordoni, Mediaset e La7 Televisioni, principali operatori coinvolti nello sviluppo della televisione digitale terrestre in Italia, ha costituito “DGTVi”, una Associazione per la promozione, in ambito nazionale, di questa nuova tecnologia.

L'Associazione ha come scopo quello di promuovere l'avvio e il pieno sviluppo della televisione digitale terrestre, attivando iniziative finalizzate ad assicurare all'utente finale la più completa informazione sulle opportunità offerte e sulle modalità di fruizione.

A tal fine l'Associazione coopera con il Ministero delle Comunicazioni e con le Autorità competenti del settore.

Produzione TV

Nell'ambito della gestione industriale, l'attività di **Produzione TV** ha puntato principalmente all'innovazione tecnologica (soprattutto digitale) e all'ottimizzazione della capacità produttiva.

La Produzione ha supportato l'attività editoriale delle reti e delle testate editoriali erogando servizi di produzione al massimo livello qualitativo; pur aderendo alla politica di riduzione dei costi sono stati conseguiti risultati positivi attraverso una maggiore saturazione delle risorse interne ed efficienza nella gestione.

ALTRI FATTI DI RILIEVO

Tra gli altri fatti di rilievo dell'esercizio si segnalano:

costituzione, il 19/20 febbraio 2003, di NewCo Rai Internazionale (capitale sociale pari a 1 milione di Euro, 99,9% di Rai S.p.A. e 0,1% di Rai Trade S.p.A.) per lo sviluppo delle attività editoriali estere del Gruppo e per le attività di distribuzione per i connazionali all'estero.

Delibera sul trasferimento della direzione di RAIDUE a Milano, sulle nuove iniziative editoriale e potenziamento delle attività dei Centri di Produzione di Milano e Torino.

Ricapitalizzazione, il 15 settembre 2003, di RaiNet per 4.746.853 Euro come previsto dalla delibera del CdA della Rai del 4 ottobre 2001.

L'ATTIVITÀ EDITORIALE

L'attività editoriale della Rai, anche nel 2003, è conforme ai requisiti del Servizio Pubblico e allineata all'obiettivo strategico del recupero della centralità del prodotto radiotelevisivo e della competitività.

A partire dall'autunno, infatti, l'attività editoriale ha conseguito risultati tali da restituire alla Rai il ruolo di leader, come desumibile dall'analisi dei risultati in termini di ascolti nell'intera giornata e nelle fasce serali.

Questi risultati confermano, infine, il ruolo centrale della Rai nello sviluppo culturale e sociale del Paese.

L'attività editoriale dell'Azienda si è sviluppata nelle diverse aree tematiche:

Informazione: l'informazione Rai conferma la propria autorevolezza, frequenza e tempestività. Equilibrio e pluralismo, inoltre, sono caratteristiche imprescindibili e articolate nella varietà dell'offerta. Nel corso del 2003 particolare attenzione è stata posta ad argomenti di grande attualità come la Presidenza italiana del semestre dell'Unione Europea, gli eventi bellici in medio-oriente e gli scandali finanziari recenti. Si segnala l'ottima performance del sito Rai.it che si propone come un portale collegato con la programmazione, forum con il pubblico, approfondimenti e offerta di informazione sempre disponibile.

L'attività informativa si completa con una varietà di **Approfondimenti** di qualità (*Porta a Porta*, *Ballarò*, *Excalibur*, *La vita in diretta* ecc.) e con le rubriche tematiche.

Bambini e adolescenti: la politica della programmazione Rai dedicata all'infanzia e ai giovani prevede la creazione di format originali piuttosto che l'apporto di produzioni straniere seriali o di bassa qualità. L'obiettivo educativo, a fianco di quello ricreativo, è sempre al centro dell'attenzione.

I programmi come *Art Attack*, *Disney Club* e *il GT ragazzi* confermano gli ottimi risultati così come l'evento speciale in occasione del 46° Zecchino d'oro.

La *Melevisione* è, inoltre, il fiore all'occhiello della programmazione in fascia protetta.

Cultura e Società: continua, anche nel 2003, l'impegno della Rai nell'area dell'approfondimento e divulgazione di tematiche sociali, culturali e ambientali.

La giornata comincia con i contenitori della mattina (*Uno mattina*, *Cominciamo bene*) e le strisce delle trasmissioni di Rai Educazione, prosegue nell'arco della giornata con il programma dedicato all'ambiente (*Geo&Geo*) continua nella prima serata con argomenti di medicina (*Elisir*), scienza e tecnologia (*Super Quark*), cultura (il *Concerto di capodanno*, il *Concerto di inaugurazione del Teatro la Fenice*, *Ulisse il piacere della Scoperta*, *La Grande Storia* ecc.) e costume (*Mi manda Raitre*, *Chi l'ha visto?*). La seconda serata offre gli appuntamenti di Rai Educazione e della striscia notturna.

Fiction e Film: è proseguito, durante tutto l'esercizio, il successo della fiction di qualità, in particolare quando tratta tematiche e personaggi cari agli italiani (*Madre Teresa*, *Maria Goretti*, *Soraya*, *Marcinelle* ecc.) o di personaggi simbolo (come *Il Maresciallo Rocca 4*). La fiction di produzione Rai si conferma vincente sia per la preferenza del pubblico sia per la qualità e cura della produzione. Per quanto riguarda i film la Rai dedica particolare attenzione alla trasmissione delle opere audiovisive di produzione europea e, in molti casi, italiana.

Sport: la Rai è leader nella trasmissione dei grandi eventi sportivi. Il 2003 ha visto l'assenza delle grandi manifestazioni che con cadenza biennale focalizzano l'attenzione dei telespettatori (come i Mondiali di Calcio, le Olimpiadi estive e invernali) eccettuati gli incontri per la qualificazione della Nazionale italiana ai Campionati Europei di calcio del 2004. Oltre al sostegno alle federazioni medie e piccole, la Rai ha comunque ottenuto buoni risultati con la trasmissione del

Campionato di F.1, del Giro d'Italia e di tutti i programmi di commento ai risultati calcistici (90° minuto, Quelli che il calcio ecc.).

La politica dell'Azienda è volta a garantire sempre maggior impegno per consolidare i risultati più che positivi in tutte le aree della programmazione sopra analizzate, senza abdicare alla sfida competitiva in tema di **intrattenimento**.

Nel corso del 2003 i risultati in questo settore sono stati ampiamente positivi e, dopo aver dedicato importanti risorse economiche e professionali, i risultati autunnali hanno confermato la tendenza alla riqualificazione dell'offerta Rai nell'intrattenimento.

Accanto alle produzioni consolidate (*Torno sabato e ... tre, Il 53° Festival di Sanremo, Miss Italia*) sono state sperimentate nuove strade con buoni risultati d'ascolto come il reality show *L'isola dei famosi*.

Ma il dato forse più eclatante è il successo nella fascia d'accesso alla prima serata: il programma *Affari tuoi* ha riconquistato per RaiUno la leadership in questa fascia oraria particolarmente importante.

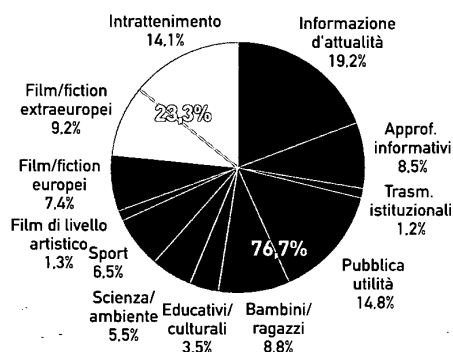
IL PRODOTTO RADIOTELEVISIVO

La programmazione televisiva si articola sulle tre reti Rai (RaiUno, RaiDue, RaiTre), sui canali satellitari in chiaro, grazie a Rai Internazionale, e sui canali tematici Rai Sport Satellite, Rai Notizie 24, Rai Edu Lab 1 e 2 e Rai Med.

La programmazione è caratterizzata da un'ampia offerta di generi indicati all'art. 3 del Contratto di Servizio (telegiornali, informazione e approfondimento, cultura, sport, trasmissioni di pubblica utilità, film e fiction europei e programmi per minori e giovani). Questi generi rappresentano il **76.7%** dell'offerta complessiva, quota che raggiunge il **93.4%** per RaiTre, valori nettamente superiori a quanto richiesto dal Contratto di Servizio (65% per il totale Rai e l'80% per RaiTre).

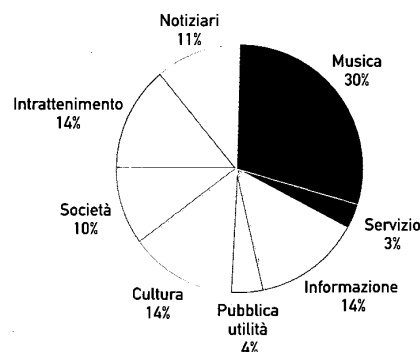
Offerta televisiva per generi

al netto della pubblicità (art. 3 comma 1 del Contratto di Servizio) fonte Auditel



Offerta radiofonica per generi

fonte Audiradio



Il Gruppo Rai, attraverso società controllate, integra l'offerta tradizionale con canali new media: cinque canali satellitari tematici a pagamento prodotti da Rai Satellite per Sky Italia (*Premium, Cinema World, Extra, Gambero Rosso* e *Ragazzi*), due da Rai Trade (*Roma Channel* e *Inter Channel*) e il servizio di video on demand di Rai Click accessibile dal televisore e da computer tramite una connessione Internet a banda larga.

La programmazione radiofonica a diffusione nazionale e regionale si avvale delle quattro reti in onde medie (RadioUno, RadioDue, RadioTre e GR Parlamento) e in modulazione di frequenza in Italia e in onde corte all'estero. Isoradio, inoltre, trasmette in isofrequenza programmi di viabilità e meteo per gli automobilisti. A tale offerta si affiancano i canali della filodiffusione, Rai Auditorium, con una specifica offerta di musica classica e leggera.

I numeri dell'offerta Rai (ore di trasmissione)

Trasmissioni televisive					Trasmissioni radiofoniche				
	2003	%	2002	%		2003	%	2002	%
Diffusione nazionale					Diffusione nazionale				
RAIUNO	8.760	11,1	8.760	12,5	RadioUno	8.603	12,9	8.603	12,8
RAIDUE	8.760	11,1	8.760	12,5	RadioDue	8.760	13,1	8.760	13,1
RAITRE	8.486	10,7	8.486	12,1	RadioTre	8.760	13,1	8.760	13,1
	20.006	32,9	20.006	37,1		26.123	39,1	26.123	39,0
Diffusione via satellite					Diffusione regionale				
RaiSport	8.760	11,1	8.760	12,5	- in italiano	5.430	8,1	5.502	8,2
Rai Notizie 24	8.760	11,1	8.760	12,5	- in tedesco	4.813	7,2	4.785	7,2
Rai Edu Cultura	8.760	11,1	8.760	12,5	- in ladino	372	0,6	367	0,5
Rai Edu Lab	8.760	11,1			- in sloveno	4.541	6,8	4.491	6,7
Rai Med	2.190	2,7	2.190	3,1	- in francese	130	0,2	123	0,2
	37.230	47,1	28.470	40,6		15.286	22,9	15.268	22,8
Diffusione regionale									
- in italiano	5.924	7,5	5.602	8,0	GR Parlamento	5.110	7,6	5.110	7,6
- in tedesco	724	0,9	723	1,1	Isoradio	8.760	13,1	8.760	13,1
- in ladino	46	0,1	45	0,1	Per l'estero	11.576	17,3	11.680	17,5
- in sloveno	239	0,3	241	0,4	Totale	66.855	100,0	66.941	100,0
- in francese	80	0,1	79	0,2					
	7.013	8,9	6.690	9,8					
Per l'estero	8.760	11,1	8.760	12,5					
Totale	79.009	100,0	70.200	100,0					

TELEVISIONE



Il 2003 di RaiUno conferma l'impegno del primo canale come strumento di riflessione della società italiana e di sperimentazione di nuove formule di dialogo con il pubblico per un contributo alla crescita, all'informazione e alla costruzione di una realtà sempre in evoluzione.

L'elemento qualificante della rete è **la diretta**: strumento per essere sempre in contatto con gli ascoltatori dalle prime ore del mattino e durante tutto l'arco della giornata con i contenitori consolidati, fino alla prima serata con **la grande fiction di qualità**, gli eventi cinematografici, i grandi eventi stagionali e le diverse formule di intrattenimento.

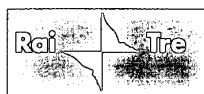
Contenitori	Approfondimento	Intrattenimento
Uno mattina	Porta a Porta	Affari tuoi
Uno m'aiuta	Rubriche del TG1	Adesso sposami
La prova del cuoco		Amore mio
Casa RaiUno		Beato tra le donne
La vita in diretta		Torno sabato e ... tre
		Raccomandati
		Scommettiamo che
		Uno di noi
Eventi simbolo	Sport	Cinema/Fiction seriale
Festival di Sanremo	Formula 1	Lunedì film:
Miss Italia	Nazionale italiana di calcio	Il miglio verde
Pavarotti&Friends	90° minuto	FBI protezione testimoni
La partita del cuore		Mission impossible 2
Telethon		Il talento di Mr. Ripley
		Pearl Harbor
		Casa Famiglia
		Il commissario Rex
		Un papà quasi perfetto



RaiDue ha sviluppato il proprio progetto editoriale basato sui generi e i linguaggi propri della platea più giovane e attiva, sulle tematiche proprie del Servizio Pubblico, sullo sport e sui programmi dedicati a bambini e adolescenti, confermando la filosofia dell'approccio alla musica, alla cultura e all'intrattenimento al di fuori dei programmi contenitori e dei format preconfezionati.

Tra gli eventi del 2003 merita apposita segnalazione il reality show *L'isola dei famosi* che ha ottenuto importanti risultati d'ascolto sia nella collocazione di prima serata che nella striscia quotidiana.

Musica	Bambini	Intrattenimento
My compilation	L'albero azzurro	L'isola dei famosi
CD Live	Disney Club	La grande notte
	Domenica Disney	Bulldozer
	Art Attack	
	Cartoons	
Fiction/Telefilm	Approfondimenti	Sport
Incantesimo	Excalibur	La domenica sportiva
E.R. - medici in prima linea	Italia sul 2	Sport sera
Friends		Stadio sprint



RaiTre continua, anche nel 2003, a puntare sulla stabilità del palinsesto, su una forte e riconoscibile identità di rete e sulla coerenza e originalità di un'offerta composta al 90% da programmi di produzione in ambito sociale e storico, culturale, ambientale, del cinema di qualità e la fiction di autoproduzione (*Un posto al sole*, *La squadra*).

Dall'offerta di RaiTre si segnala:

Day time	Prima serata	Seconda serata
Alle falde del Kilimangiaro	Ballarò	Braccia rubate all'agricoltura
Cominciamo bene	Blu notte	C'era una volta
È domenica papà	Che tempo fa?	Correva l'anno
Geo&Geo	Chi l'ha visto?	L'elmo di Scipio
La Melevisione	Elisir	Non c'è problema
Passepartout	Enigma	Report
Per un pugno di libri	La Grande Storia	Storie maledette
Racconti di vita	Mi manda RaiTre	Un giorno in pretura
Screensaver	Ulisse	Velisti per caso



Durante il 2003 il **TG1** ha confermato di essere leader negli ascolti durante tutte le edizioni, risultato frutto dell'impegno della redazione e dell'autorevolezza dell'informazione proposta.

I dati d'ascolto, infatti, confermano la tendenza all'incremento del vantaggio sul concorrente principale lungo il corso dell'anno.

L'informazione del TG1 è completata dalle rubriche fisse (*TG1 Economia*, *Libri*, *Speciale TG1*, *TV7*) e dalla trasmissione dei principali eventi di cronaca dell'anno relativi ai fatti bellici, alla scomparsa di personaggi di spicco della società italiana e alla canonizzazione di Madre Teresa.



Il **TG2** ha confermato la propria missione che punta all'equilibrio tra cronaca e approfondimento. Il 2003 vede il **lancio della nuova edizione delle 18.00**, quindi la prima edizione serale del telegiornale delle reti Rai. Questo porta l'offerta del Tg2 a **1.270 ore di trasmissione** contro le 1.049 del 2002.

Accanto alle edizioni giornaliere (661 ore) l'offerta è arricchita dalle rubriche di attualità per 260 ore (*Costume e Società*, *Salute*, *Medicina 33*, *Eat Parade*, *Motori*, *Neon Cinema*, *Neon Libri*, *Sì Viaggiare* e *Nonsolosoldi*) e, infine, completata da 68 ore di Speciali (*Dossier* e *Dossier Storie*) oltre alle rassegne complementari del *Meteo* e delle *Estrazioni del lotto*.



Anche nel 2003 il **TG3** si conferma un telegiornale con alto indice di gradimento tra i telespettatori con le 5 edizioni della giornata prodotte dalla testata per un totale di 717 ore di trasmissione (534 di telegiornali e 155 di rubriche).

L'approfondimento è curato attraverso le rubriche: *Agenda del mondo* sulle tematiche internazionali e delle organizzazioni no profit, *Agri3*, *Chi è di scena* sullo spettacolo, *Cifre in chiaro* sull'economia, *GT ragazzi*, *Punto Donna*, *Sabato Notte* di approfondimento culturale, *Shukran* sui temi dell'immigrazione.



La redazione del **TGR** è stata impegnata da processi innovativi riguardanti le risorse umane e tecnologiche: è stata introdotta la figura del **redattore residente** per una presenza più agile sul territorio e sono stati definiti alcuni standard informatici digitali a supporto. Il TGR offre:

- 3 telegiornali e 2 radiogiornali quotidiani a diffusione regionale;
- lancio de *Il Settimanale*, approfondimento regionale su fatti di cronaca, cultura, economia, politica, società e spettacolo;
- rubrica quotidiana d'informazione scientifica, *Leonardo*, e su tecnologia e Internet, *Neapolis*;
- 6 rubriche settimanali su tematiche ambientali, culturali, artistiche, economiche e internazionali (*Ambiente Italia*, *Mediterraneo*, *Bell'Italia*, *Italia Agricoltura*, *Economia e Lavoro*, *Europa e RegionEuropa*);
- oltre 200 ore, tra TV e radio, di Tribune elettorali e Messaggi autogestiti;
- programmi radiofonici e televisivi in lingua italiana, francese, tedesca, slovena e ladina trasmessi dalle sedi delle regioni a statuto speciale.

La testata giornalistica, con un organico di 912 unità, ha prodotto **5.500 ore di informazione televisiva**, **6.000 ore di informazione radiofonica** e oltre **35.000 contributi** per le altre testate e programmi della Rai.



Nel corso del 2003 **Televideo** ha ulteriormente arricchito, in termini qualitativi e quantitativi, l'offerta dell'edizione nazionale e ha varato il nuovo imponente palinsesto delle edizioni regionali. Ha, inoltre, allargato l'offerta legata a servizi di pubblica utilità, in accordo con il Segretariato Sociale e con gli enti pubblici, e completato la riforma grafica.

Televideo, sulla base del Contratto di Servizio, offre i servizi di sottotitolazione per non udenti e programmi via telesoftware per non vedenti.

È indubbio che le sfide dei prossimi anni saranno legate allo sviluppo dell'offerta per competere con la crescente aggressività dei portali informativi su Internet.

Novità di rilievo nel 2003:

- varo dei nuovi palinsesti di Borsa, con anche le quotazioni dei fondi in tempo reale, e dello Sport con le pagine dedicate per i club calcistici di serie A, potenziamento sull'informazione dalla serie B e calendari e classifiche dalle serie minori;
- nuovo magazine settimanale sui viaggi e sul turismo;
- notiziario su ambiente e natura;
- rassegna stampa.



Con oltre 750 ore di prodotto nazionale inedito trasmesso, **Rai Fiction** ha superato per volume orario la produzione francese, obiettivo raggiunto grazie al successo crescente che la fiction di qualità prodotta riscuote presso il pubblico sostituendosi sempre più spesso alle produzioni seriali statunitensi.

La linea editoriale ha seguito il principio di raggiungere il pubblico rappresentando storie e personaggi italiani, intrecci ambientati nel proprio paese oppure personaggi e situazioni che esprimessero tematiche sociali trasmettendo valori positivi.

**Fiction e film
in ambito sociale
e storico**
Altra fiction
Cartoon fiction

La guerra è finita (1)	Il Maresciallo Rocca	Cartoni animati per la pace (5)
La meglio gioventù (2)	Sospetti (4)	Cocco Bill
Madre Teresa	Un medico in famiglia	Corto Maltese
Marcinelle		Famiglia Spaghetti (6)
Maria Coretti		Le storie di Anna (7)
Soldati di pace (3)		
Soraya		

(1) Premio FIPA d'oro come migliore miniserie, sceneggiatura, musiche, interpretazione maschile e femminile

(2) Primo premio nella sezione "Un certain regard" al Festival del cinema di Cannes

(3) In collaborazione con le Forze Armate

(4) Premio Oscar della TV come migliore fiction

(5) Coprodotta dalla Rai con il sostegno dell'UNESCO

(6) Primo premio al festival internazionale Cartoons on the bay

(7) Prodotta anche con il finanziamento comunitario MEDIA per la rilevanza sociale e l'impegno produttivo

S P R A I

Il 2003 rappresenta per **RaiSport** un anno di transizione in preparazione dei grandi eventi sportivi del 2004 (Campionati Europei di calcio, Giochi Olimpici). Durante il trascorso esercizio la redazione sportiva ha puntualmente offerto e approfondito gli eventi dell'anno: *Mondiale di Formula1*, le partite della *Nazionale italiana di calcio*, il *Giro d'Italia*, il *Tour de France*, i *Campionati di sci alpino e nordico*, i *Mondiali di Atletica* a Parigi e di *Nuoto* a Barcellona. I notiziari (*Sport sera*, *RaiSport Notizie*, *RaiSport3*) e le rubriche (*90° minuto*, *La domenica sportiva*, *Dribbling*, *Stadio 2 Sprint*, *Sport 2 sera* e, dopo molti anni, *Domenica Sprint*) completano l'informazione sportiva.

Rai **Notte**

La linea editoriale di **RaiNotte**, anche nel 2003, è incentrata sul *percorso della memoria* (1.400 ore di programmazione di qualità dalle Teche Rai: film, fiction, documentari, intrattenimento, antologie storico-televisive) e sulle *tematiche sociali* (evoluzione della società italiana, approfondimento in ambito musicale, artistico, editoriale, cinematografico e dello spettacolo).



Nel corso del 2003 Rai Educazione ha trasmesso circa 670 ore di programmi (490 ore su RaiTre, 130 su RaiUno e 50 su RaiDue) con un tasso di replica del 30% circa.

Durante l'anno le reti generaliste hanno ceduto alcuni spazi per il programma *Parola mia* e per *La Storia siamo noi*.

I programmi *Il grande Talk* e *Central Express* (sull'allargamento dell'Unione Europea) hanno ottenuto importanti affermazioni.

Sono state, infine, realizzate le convenzioni con il MIUR, con la Regione Campania e UnionCamere.



Sono state prodotte e trasmesse 2.920 ore sul canale Rai Edu1 (1.180 ore in prima emissione) e 2.190 ore su Rai Edu2 (726 in prima emissione).

La programmazione del primo canale è stata quasi completamente dedicata a *Divertinglese*, progetto nato dalla convenzione con il MIUR che prevede anche la dotazione per 20.000 scuole delle parabole e decoder. Sempre sul primo canale va in onda *DivertiPC*.

Sul secondo canale va in onda *Explora*, programma volto alla divulgazione medica e scientifica.



Il Newsgathering analizza tutte le fonti (agenzie di stampa, agenzie video, broadcaster esteri, telegiornali analogici, uffici di corrispondenza) su un desk multimediale.

RaiNews24 risulta, nel 2003, il canale satellitare dedicato all'informazione più seguito in Italia.

Diretta tematica multimediale anche su GPRS e UMTS.



Rai Med diffonde programmi nell'area del bacino del Mediterraneo in italiano e arabo approfondendo tematiche sulla crisi internazionale, sul flusso migratorio di lingua araba, il dialogo interculturale e religioso fra Europa e mondo islamico.

Programmazione dei settimanali *Marhaban* e *Scirocco*.

Rai Med è frutto della collaborazione tra RaiNews24, il TG3, Rai Satellite e la redazione di Palermo.



Rai Internazionale trasmette in tutto il mondo il meglio della programmazione Rai insieme a programmi originali prodotti per gli italiani all'estero.

Nel 2003 ha prodotto 700 ore televisive di informazione e programmi culturali. Le ore di programmazione radiofonica sono state 1.380 (informazione e programmi).

Nel 2003 la struttura ha celebrato i 40 anni di attività.



Tribune accesso e servizi parlamentari: 277 ore di produzione televisiva e 14 ore di produzione radiofonica.

Due edizioni quotidiane di *TG Parlamento*, rubrica monografica di *Speciale Europa* e due rubriche di approfondimento (*Settegiorni Parlamento* e *Speciale Europa*).

Dal febbraio 2003 va in onda *TSP/Regioni*.



Radio

RADIOFONIA

Radio Rai si è impegnata, nel 2003, nel raggiungimento degli obiettivi di:

- riaffermare l'attenzione quotidiana ai grandi eventi di cronaca nazionale e internazionale;
- fornire agli ascoltatori informazione tempestiva, puntuale e autorevole;
- dare voce a tutte le componenti sociali, culturali e politiche del paese.

Tutta la struttura, le reti e le testate hanno puntato a offrire al pubblico, in ogni momento, l'informazione sui fatti più rilevanti come gli eventi bellici, il semestre di Presidenza italiana dell'Unione Europea, le problematiche del mondo della produzione e del lavoro (anche considerando le crisi di alcuni gruppi industriali e del comparto agricolo, le grandi manifestazioni sindacali e la disoccupazione giovanile) e il dibattito sociale.



Primo canale radiofonico leader di ascolti

Canale dedicato alle notizie, attualità, approfondimento (politica, economia, società, scienza e tecnologia)

Radiocronaca e commento degli eventi sportivi

Aree di informazione regionale



Canale dedicato all'intrattenimento, alla musica leggera e al contatto diretto con gli ascoltatori

Target giovane



Canale dedicato alla musica di qualità, all'attualità culturale e alla valorizzazione del patrimonio artistico

Approfondimento delle tematiche scientifiche e filosofiche



Leader tra i notiziari radiofonici con oltre 50 edizioni trasmesse via radio e Internet

GR1 generalista, GR2 per le tematiche sociali e giovanili, GR3 per le tematiche economiche e internazionali



Canale di informazione delle Istituzioni: lavori della Camera dei Deputati e del Senato della Repubblica

Rubriche di approfondimento, dibattiti, rassegne stampa



Servizio d'informazione per i cittadini in movimento con frequenti aggiornamenti sulla viabilità, sicurezza, meteo e situazione dei trasporti

Rubriche di approfondimento (lavoro, salute, tempo libero e ambiente) e intrattenimento musicale



Nel corso del 2003 è proseguito l'intenso lavoro di raccolta, catalogazione, digitalizzazione e valorizzazione dell'immenso patrimonio storico e documentale della Rai.

La struttura ha collaborato con tutti i canali e testate del Gruppo al fine di agevolare i processi di ricerca e riproduzione del materiale, il supporto alla produzione e commercializzazione del prodotto Rai e ha agevolato l'accesso da parte di studiosi e soggetti istituzionali senza fini di lucro.

Il 2003 vede anche l'installazione, presso tutte le sedi regionali, dell'apparato multimediale per le edizioni dei TGR e della rubrica d'approfondimento settimanale.

Il sito Internet di Rai Teche, raggiunto da circa 45.000 utenti mensili, ha ottenuto, nel mese di maggio, il premio Web Awards 2003 come miglior sito italiano nella sezione arte e cultura.

Nell'anno Rai Teche e Rai Eri hanno, infine, prodotto il volume e il CD multimediale RicordeRai per le celebrazioni del 50° anniversario della Televisione.

I "numeri" di Rai Teche:

- 27.160 ore di materiale storico e 16.000 ore di materiale quotidiano televisivo digitalizzato e documentato;
- 15.600 ore di materiale televisivo delle sedi regionali documentato e accessibile tramite il Catalogo Multimediale;
- 206.700 ore di materiale televisivo visibile in modalità "movie";
- 36.700 ore di materiale storico e 35.000 ore di materiale quotidiano radiofonico digitalizzato e documentato;
- 349.000 ore di materiale radiofonico complessivamente accessibile;
- 35.000 foto visionabili;
- 6.550 utenti registrati al Catalogo Multimediale;
- 400.000 ricerche mensili sul Catalogo Multimediale.

I DATI D'ASCOLTO

LA TELEVISIONE

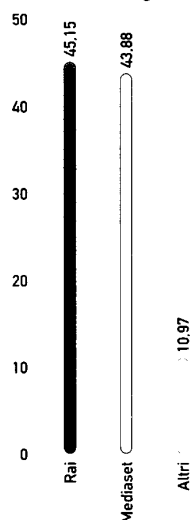
Durante il 2003, come già ricordato, il pubblico televisivo cresce nell'intera giornata (+ 0,5%) e si mantiene stazionario nella prima fascia serale. Il dato è ancora più significativo considerando l'assenza nell'anno trascorso delle grandi manifestazioni sportive che, con cadenza biennale, attraggono un gran numero di telespettatori durante la stagione estiva.

In uno scenario contraddistinto da un progressivo incremento competitivo, nel 2003 la Rai è riuscita a migliorare e ottimizzare la propria offerta con un forte impegno progettuale e innovativo che ha dato risultati estremamente positivi su tutte e tre le reti televisive. I primi effetti sono cominciati già nell'estate e si sono man mano dispiegati nel corso dell'ultima stagione autunnale.

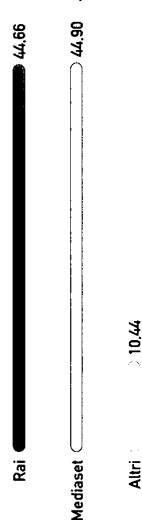
Il risultato complessivo dell'anno 2003 vede la Rai mantenere nell'intera giornata (7.00

- 2.00) il suo tradizionale primato con 5 milioni 107 mila spettatori e uno share del 45,15% contro il 43,88% di Mediaset. Tutte e tre le reti Rai vincono la sfida con le dirette concorrenti: RaiUno supera Canale5, RaiDue precede Italia1 e RaiTre batte Rete4.

Share intera giornata

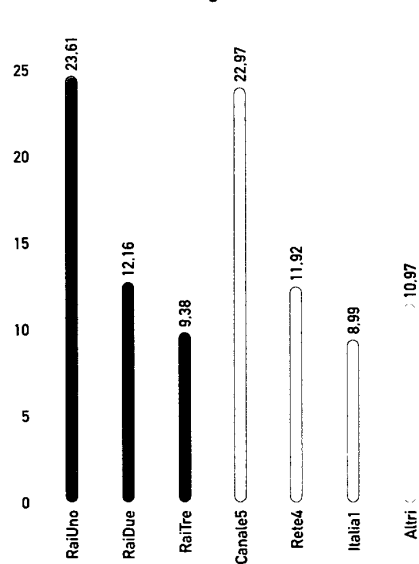


Share prime time

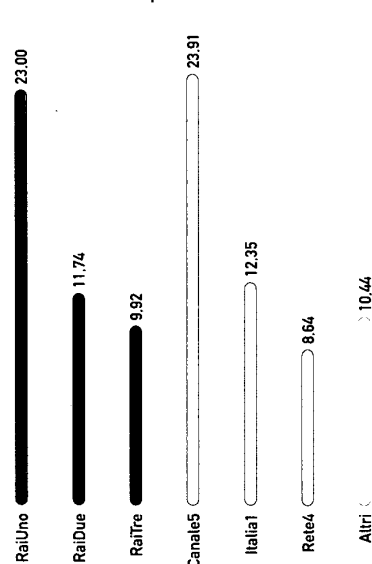


Nel Prime Time (20.30 - 22.30) la Rai perde di stretta misura (-0,24%) ma è leader con più di un punto percentuale nell'offerta di prima serata (21.00-23.00).

Share medio intera giornata



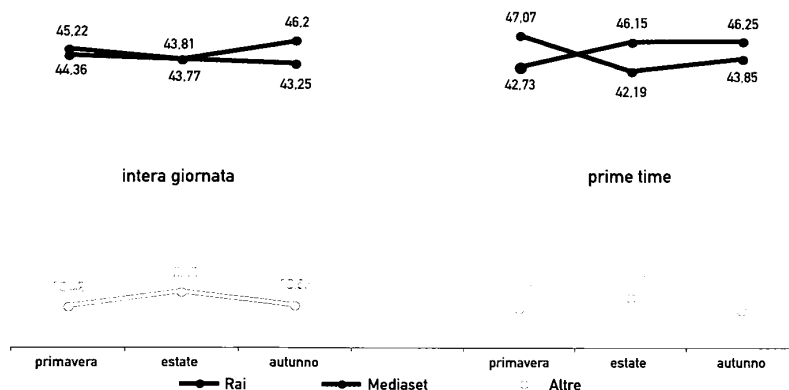
Share medio prime time



Da rilevare che l'andamento degli ascolti mostra un'interessante evoluzione nel corso dell'anno: in autunno la Rai migliora il suo primato nell'intera giornata (+2,95% rispetto a Mediaset) e lo riconquista anche nel Prime Time (+2,40%). Il risultato del Prime Time è il frutto di una netta inversione di tendenza delle performance relative sia alla fascia Access (20.30 - 21.00), sia alla fascia delle trasmissioni di prima serata (21.00 - 23.00), dove il vantaggio rispetto a Mediaset si è quasi raddoppiato rispetto all'analoga stagione del 2002 (passando da +1,83% a +3,40%).

Per RaiUno è il miglior autunno degli ultimi sette anni: infatti la rete supera il proprio diretto concorrente Canale5 sia nell'intera giornata (+0,95%) sia nel Prime Time (+0,39%, recuperando il divario registrato nella scorsa stagione) sia nella fascia Access (+0,58%) dove ottiene per la prima volta dal 1997 la leadership grazie alla trasmissione *Affari tuoi*. In prima serata RaiUno vanta 7 trasmissioni tra le prime 10 classificate per ascolto: oltre allo sport, ben quattro fiction di produzione (*Madre Teresa*, *Il Maresciallo Rocca 4*, *Soraya* e *Marcinelle*) e lo show abbinato alla Lotteria Italia (*Torno sabato...e tre*).

Anche RaiDue e RaiTre ottengono sia nell'intera giornata che nel Prime Time la leadership rispetto al canale concorrente di Mediaset. RaiDue ha conseguito ottimi risultati di ascolto con il nuovo reality-show *L'isola dei famosi*, che con i 10,5 milioni di ascoltatori della serata finale ha ottenuto la più alta performance di una trasmissione di prima serata della rete dal 1996 (escludendo le partite di calcio dei Campionati Mondiali ed Europei). In questo contesto di offerta particolarmente innovativo e concorrenziale RaiTre ha saputo mantenere comunque il proprio pubblico grazie alla identità specifica della propria programmazione.



L'INFORMAZIONE

Nel 2003 si è riconfermata l'autorevolezza dell'informazione Rai; infatti tutte le principali edizioni dei suoi telegiornali battono il rispettivo competitor (a eccezione del TG2-Giorno, che però si confronta con il notiziario della rete ammiraglia di Mediaset).

In particolare il TG1 delle ore 13.30 ha realizzato il miglior risultato degli ultimi

cinque anni (+1,1% di share rispetto al 2002) mentre l'edizione delle ore 20.00 ha consolidato il proprio primato attestandosi al 31,2% (+3,3% sul TG5). Buone le performance delle edizioni regionali del TGR, sia quella meridiana che quella serale, che si attestano entrambe su valori superiori al 17% di share.

LA RADIO

Il mezzo radiofonico, come già sottolineato, conferma la propria popolarità attraendo oltre 35 milioni di ascoltatori nel giorno medio con punte di 42 milioni di ascoltatori nei 7 giorni della settimana evidenziando gradimento e fedeltà da parte della popolazione.

La rilevanza di questo fenomeno è confermata, inoltre, dalla crescita degli investimenti pubblicitari netti per questo media (stima Nielsen Media Search: 329 milioni di Euro nel 2003, + 15,9% rispetto al 2002).

RadioRai conserva anche nel 2003 la leadership negli ascolti in uno scenario caratterizzato da forte competitività e da un'offerta ampia e molto differenziata. Tutte le reti, tuttavia, presentano risultati negativi nel confronto con l'anno precedente.

RadioUno si conferma leader con oltre 7 milioni di ascoltatori pur registrando un significativo calo pari al 9,5% probabilmente ascrivibile all'assenza di eventi sportivi di particolare interesse.

RadioDue, con circa 4,8 milioni di ascoltatori in calo del 7,8%, è distanziata dal concorrente principale, Radio DeeJay.

RadioTre segna un calo più contenuto pari al 4,7% confermandosi la rete di riferimento per il pubblico alla ricerca di una programmazione colta e aggiornata.

Tra i motivi che hanno determinato questo calo, oltre alla già citata assenza dei grandi eventi sportivi nel 2003, influisce senz'altro la forte concorrenza da parte dei network privati.

