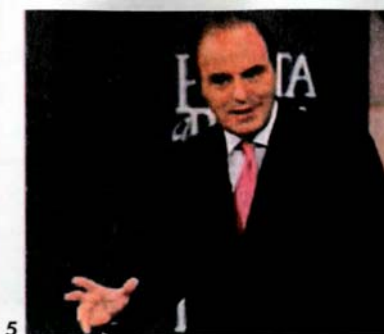




Anche nel tradizionale 'giorno della memoria' la rete ha dato vita a una serata tematica programmando la fiction *Exodus – il sogno di Ada*.

Fiction

Anche la fiction ha vissuto di grandi appuntamenti e veri e propri eventi, a partire da *Guerra e pace*, *Pompei e L'inchiesta Anno Domini*.

Ma accanto al filone dei grandi testi letterari e della storia classica e religiosa, anche il filone biografico ha garantito ottimi risultati, come con *Chiara e Francesco*, *Rino Gaetano*, *Ma il cielo è sempre più blu*, *Giuseppe Moscati*, *Il pirata Marco Pantani*, *L'ultimo dei corleonesi*.

Se le miniserie di grande impatto sono state certamente la caratteristica più qualificante di questo anno di programmazione della fiction, è da segnalare il ritorno di una lunga serialità molto amata come *Un medico in famiglia*, con nuovi intrecci e nuovi personaggi.

Anche nuove lunghe serialità come *Raccontami* hanno saputo interpretare al meglio la missione editoriale della rete, coniugando la narrazione e lo spettacolo al ritratto storico e di costume dell'Italia degli anni del boom economico.

Tra le serie consolidate il caso più eclatante è stato quello delle repliche di *Montalbano* che, programmate contro un prodotto forte come *R.I.S.*, hanno garantito performance di ottimo livello con un contemporaneo evidente contenimento dei costi.

Nella stagione estiva, come di consueto organizzata con prodotti meno di punta in considerazione delle diverse abitudini di ascolto televisivo, non è mancato l'appuntamento ormai tradizionale con *Superquark* e con la grandissima

capacità divulgativa di Piero Angela. Altrettanto tradizionale l'appuntamento informativo in seconda serata con *Porta a porta* di Bruno Vespa, ma accanto ad esso assume grande rilievo la proposta, nella seconda serata del giovedì, delle letture dantesche di Roberto Benigni in *Tuttodante*, che con la sua forza trascinante ha portato la letteratura e la cultura nelle case di milioni di italiani.

Day Time

Tutta la linea di programmazione feriale della rete è stata confermata, con i tradizionali appuntamenti che scandiscono, da qualche anno, la giornata: *Unomattina*, *Occhio alla spesa*, *La prova del cuoco*, *Festa italiana*, *La vita in diretta*, ognuno proposto con novità interne che garantiscono la vitalità del prodotto pur in una linea di continuità. Anche nel week end ci sono state le conferme di *Sabato domenica &*, delle rubriche del sabato e di *Domenica In* guidata da Pippo Baudo, Massimo Giletti e Lorena Bianchetti.

L'eredità ha continuato ad avere grandissimo seguito nella programmazione preserale, così come *Affari tuoi* nella fascia dell'accesso alla prima serata; nel 2007, però, proprio in questa fascia così delicata è stato sperimentato, con ottimi risultati, *Soliti ignoti* affidato a Fabrizio Frizzi. Questo gioco, familiare e divertente, è un ottimo esempio di coerenza rispetto alla linea editoriale della rete e ha dimostrato, con la sua vita già di successo, che, pur nel mantenimento della tradizione, RaiUno è capace di innovare e sperimentare.

Nel 2007 il senso di familiarità e di vicinanza che caratterizza il profilo editoriale di RaiUno ha trovato modo di esprimersi confermando e consolidando i prodotti già conosciuti e amati dal pubblico e percorrendo nuove strade che, senza tradire le aspettative del pubblico tradizionale, potessero attirare nuove fasce di spettatori.

La mappa di RaiUno

Emozioni: Tutte donne tranne me, Il treno dei desideri, La baronessa di Corini, Era mio fratello, Un uomo in frac

Impegno: Exodus, Tutti i rumori del mondo, Alla luce del sole, L'ultimo dei corleonesi, Giuseppe Moscati, Million dollar baby, L'alba di Kigali, Telethon, La partita del cuore

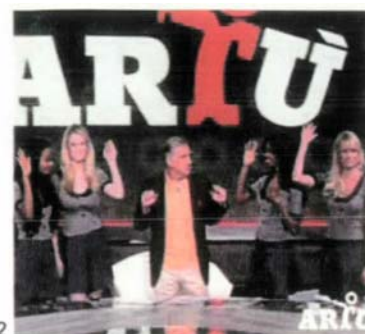
Divertimento: Stasera mi butto, Affari tuoi, Soliti ignoti, Raccomandati, Ballando con le stelle, Un medico in famiglia

Eventi: La situazione di mia sorella non è buona, il V canto dell'Inferno, Guerra e pace, Miss Italia, Sanremo-Festival della canzone italiana

Cultura e scienza: Superquark e Superquark speciali, Passaggio a nordovest, Overland, Tuttodante, L'appuntamento, Applausi

Musica: 50 Canzonissime, I fuoriclasse

Informazione: Porta a porta



Da sempre a **RaiDue** è stato chiesto di rappresentare, nell'ambito dell'offerta Rai, la rete deputata alla sperimentazione di prodotti tesi a cogliere le istanze più nuove del gusto, in grado di catturare l'interesse di un pubblico 'moderno' ed esigente, con un profilo di consumo non abitudinario e sensibile alle nuove offerte che l'evoluzione dei media mette a sua disposizione.

Non a caso per RaiDue si è parlato, nel passato e nel presente, di rete 'contemporanea' in grado di raggiungere un pubblico con il quale entrare in sintonia.

L'offerta generalista dei prossimi anni ha davanti a sé una sfida importante: accrescere nei telespettatori la percezione della rete come luogo di garanzia per un'offerta ricca ma non generica, pluralista e, quindi, di qualità. Questo sia per tutelare dalla marginalità le fasce di pubblico meno attrezzate economicamente e culturalmente sia per correggere forme di 'autismo' da eccesso di personalizzazione che offerte sempre più profilate rischiano di indurre.

La personalizzazione dei media, possibile anche e soprattutto attraverso il web, rischia, infatti, di lasciare sempre più le persone con le loro preferenze, ideologie e pregiudizi nonché di allontanarle da opportunità di confronto con idee diverse dalle loro.

Il moderno Servizio Pubblico deve saper essere nei luoghi della personalizzazione ma anche 'richiamare' verso i luoghi del confronto

con la diversità: in ultima istanza i luoghi dove il consumatore torna a essere cittadino.

Contemporaneità, per RaiDue, significa anche capacità di ascolto, attenzione alle istanze di rappresentatività che vengono dal Paese. Per questo RaiDue ha da anni declinato la sua forte presenza produttiva al Nord, non come localismo ma come apertura verso i peculiari contributi che autori, protagonisti e maestranze del nord d'Italia sono in grado di portare al prodotto televisivo e al dibattito culturale.

E' proprio l'impegno produttivo portato da RaiDue a Milano che ha fatto nascere il nuovo polo industriale di via Mecenate, dove la Rete produce prodotti che attraversano tutti i generi.

Per la propria missione RaiDue è la rete che, più di altre, si misura con le offerte delle nuove piattaforme e con l'erosione dei generi premium che si è manifestata in questi anni.

Così la presenza sulla rete delle serie di acquisto, lungi dall'essere stranianti rispetto alla fisionomia della rete, è stata intelligentemente usata per fare di RaiDue il luogo di elezione, nell'ambito dell'offerta gratuita, di questa nuova forma narrativa particolarmente interessante per i propri target specifici.

RaiDue è riuscita a potenziare la forza di ogni singola serie attraverso l'attenta tessitura del palinsesto settimanale, la cui articolazione rimane una forte peculiarità della televisione generalista rispetto alla televisione tematica.

Il genere investigativo, per esempio, viene offerto con una pluralità di proposte che vanno dalla forza dei personaggi di NCIS alla comparazione

generazionale di valori e costumi sociali di *Cold case*, dal ripercorrere le vite delle vittime degli episodi di *Senza traccia* alla lettura delle menti dei criminali di *Criminal minds*.

L'offerta seriale ha anche dovuto sopperire al massiccio venir meno dei titoli cinematografici (da 80 titoli nel 2006 a 30 nel 2007), fenomeno che preclude qualunque forma di fidelizzazione e di impaginazione editoriale di questa tipologia di prodotto.

Per quanto riguarda la fiction di produzione, a ben guardare ultimo genere premium peculiare della televisione generalista, molti sono i problemi da affrontare e risolvere: in primis la maggiore adesione del prodotto alle caratteristiche distintive della Rete stante una generale difficoltà della fiction Rai ad attrarre un pubblico più giovane.

E' evidente che l'imponente presenza di fiction su RaiUno e l'impronta istituzionale data negli anni recenti a questo genere ne condizionano la percezione, al di là dei contenuti e delle forme narrative, come prodotto meno appetibile per un pubblico più giovane. A queste difficoltà si aggiungono, per RaiDue, una limitata disponibilità di prodotto (solo 20 collocazioni di prime time nel 2007) e vincoli stringenti di palinsesto.



10,4%

share nel giorno intero (07.00-02.00)
(fonte Auditel)

10,3%

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

Diverso discorso è quello relativo ai prodotti sit-com. Come noto, questi richiedono tempi medio lunghi di fidelizzazione e, per il loro successo, è determinante riuscire a individuare la corretta collocazione oraria nell'ambito del day time.

Ciò detto, tale genere rimane interessante per RaiDue rappresentando un prodotto che, se attentamente scritto e programmato, può risultare premiante rispetto a pubblici più giovani anche per la sua brevità rispetto ad altre forme. Nel 2007 RaiDue ha proposto vari titoli: *Piloti*, *7 vite* e *Andata e ritorno*, alcuni dei quali saranno riproposti, insieme a nuove produzioni, nel palinsesto 2008.

Una rete generalista, infine, ha nella produzione il suo strumento principe di differenziazione.

E' per questo che nel 2007 RaiDue ha realizzato produzioni che attraversano tutti i generi, proponendo trasmissioni nuove come *Donne*, *La sposa perfetta*, *Scorie*, *Giù al nord*, *Artù*, *Tribù*, ma anche sapendo innovare titoli consolidati come *Quelli che il calcio*, *L'isola dei famosi* e *La grande notte*.

Di particolare rilevanza, inoltre, la valorizzazione di *Voyager*, brand di successo che ha rappresentato una felice conferma anche in prima serata.

Il pubblico ha dimostrato gradimento sia per le trasmissioni feriali del daytime come *Piazza grande*, *L'Italia sul due* e *Ricomincio da qui*, che per quelle del week end come *Mattina* e *Mezzogiorno in famiglia*.

RaiDue è chiamata a rispondere a una sfida importante: raggiungere un pubblico in movimento, fluttuante, combattuto tra le istanze di personalizzazione e il bisogno di continuare ad avere un 'luogo' dove riconoscere e verificare valori e gusti comuni, un luogo dove le esperienze escono dagli ambiti delle community virtuali e si confermano nello spazio rassicurante del reale.

La mappa di RaiDue

Divertimento: *L'isola dei famosi*, *Desperate Housewives*, *La sposa perfetta*, *Ghost whisper*

Attualità e satira: *Quelli che il calcio*, *La grande notte*, *Scorie*, *Artù*, *Tribù*, *Piloti*, *Andata e ritorno*

Informazione: *AnnoZero*, *Confronti*

Talk Show: *L'Italia sul Due*, *Ricomincio da qui*

Thriller: *NCIS*, *Criminal Minds*, *Cold case*, *Senza traccia*, *Nebbie e delitti*, *Il Capitano 2*

Giovani: *Voyager Ragazzi*, *7 vite*, *Streghe*

Sambini: *Random*

Cultura: *Voyager*, *Giù al nord*, *La storia siamo noi*, *Palcoscenico*



RaiTre è una rete che si misura costantemente con la sfida di dare un'interpretazione moderna del concetto di Servizio Pubblico, proponendosi di offrire al telespettatore non una mera somma di programmi, ma una mappa, un ordine fornito di senso.

La forza del suo legame con il pubblico è data dai volti e dalle professionalità che lavorano in Rete, è legata alla sua storia coerente, al rapporto di fiducia che ha saputo creare con il telespettatore, all'elevata qualità dei programmi che propone con continuità nel palinsesto annuale, appuntamenti che non hanno mai deluso le aspettative di chi li segue, e hanno saputo mantenere gli standard elevati di serietà e competenza che proponevano.

RaiTre è divenuta un segno riconoscibile e affidabile per il pubblico, e la sua credibilità ha il valore del Servizio Pubblico nella sua essenza:

- l'informazione seria e approfondita;
- il pluralismo;
- l'impegno sulle problematiche sociali;
- l'utilità sociale;
- il ricordo del passato e delle sue tradizioni;
- l'analisi professionale dell'attualità;
- l'occhio sempre aperto sul mondo.

Il 93% circa di quello che trasmette annualmente RaiTre è Servizio Pubblico. E' un marchio capace di rinnovarsi e rimanere se stesso.

Se il DNA della rete si fonda su programmi storici e di successo come *Report*, *Chi l'ha visto*, *Ballarò*, *Mi manda RaiTre*, *Blu notte*, *Ulysse*, *Alle falde del Kilimangiaro*, *Blob*, *Geo&Geo*, *Cominciamo Bene*, è anche perché la terza rete ha saputo salvaguardare i propri format, valorizzandoli e non lasciandoli sorpassare dai tempi e dai linguaggi.

A questi, negli anni, si sono affiancati programmi nuovi come *Che tempo che fa*, *Parla con me*, *In 1/2 h*, diventati veri appuntamenti per tutti.

RaiTre, anche nel 2007, è stata l'unica rete Rai a mantenere l'invecchiamento del proprio pubblico in linea con quello della platea, anche e soprattutto rispetto all'avvento della tv satellitare, ed è l'unica rete Rai a non aver perso pubblico negli ultimi 5 anni.

E' interessante notare come, sia sui programmi informativi che su quelli di intrattenimento intelligente, caratteristici della propria programmazione, la rete abbia abbassato l'età media del proprio bacino.

Nel 2007 RaiTre si è in particolare dedicata all'informazione e all'inchiesta, cercando di declinare questi generi con linguaggi sempre nuovi e tra loro differenti, ricercando una contaminazione di genere e un segno innovativo.

Ricordiamo, in particolare:

- *Pane e politica*, la serie in tre puntate di Riccardo Iacona sui partiti e la loro organizzazione, dal territorio al Palazzo, che ha raccontato la crisi di rappresentanza dei partiti tradizionali e il fenomeno dei cosiddetti 'partiti-persona';
- *W l'Italia diretta*, la diretta estiva itinerante e settimanale (11 puntate) di Riccardo Iacona: per la prima volta RaiTre decide di investire

sull'informazione anche in un periodo di solito lasciato ai programmi estivi e alle repliche. La trasmissione ha portato le telecamere della rete e i suoi telespettatori il più vicino possibile ai fatti, alle storie e alle notizie;

- *Cocaina*, un film documentario che, privilegiando la 'presa diretta' e utilizzando elementi di narrativa e linguaggio innovativi, ha raccontato lo stato di diffusione di questa droga in Italia;
- *Scacco al Re*: una docu-fiction che ha mirabilmente raccontato e ricostruito la cattura del superlatitante Bernardo Provenzano; una serata-evento per raccontare gli ultimi trenta giorni prima dell'arresto attraverso testimonianze, fiction, repertori e intercettazioni audio e video.

Un altro grande esempio di giornalismo è stato l'ultimo lavoro televisivo di Enzo Biagi con *RT-Rotocalco Televisivo* (una puntata in prima serata e sette puntate in seconda serata).

Tra i nuovi programmi inseriti quest'anno si segnalano *Terzo Pianeta*, il programma divulgativo del Sabato sera che affronta le complesse tematiche dell'ambiente e della scienza, e *Amore criminale*, con Camila Raznovich, un programma dalla forte connotazione di Servizio, che vuole fare del racconto un'efficace arma di prevenzione del crimine.

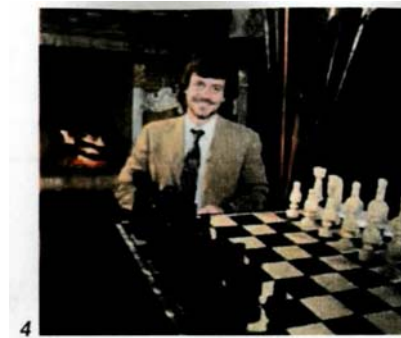
Si è rivelato molto interessante l'abbinamento sperimentale tra la serie dei documentari *Doc3* e *Fabio Volo*, in seconda serata, mentre il forte impegno della rete per i documentari è testimoniato dalla presentazione di otto film, veri documentari d'autore, tra cui *When the Leesvees Broke - A Requiem in Four Act* di Spike Lee, *Mondovino* di

1. Giovanni Floris
in *Ballarò*

2. Fabio Fazio e Dario Fo
in *Che tempo che fa*

3. Milena Gabanelli
in *Report*

4. Alberto Angela
in *Ulisse*



Jonathan Nossiter, Comandante di Oliver Stone, e documentari italiani come *L'udienza è aperta* di Vincenzo Marra.

RaiTre: connubio tra Servizio Pubblico e ascolti

RaiTre è la rete dove il Servizio Pubblico raggiunge, nel 2007, ascolti elevati come:

- il 18,6% e 5,5 milioni di ascoltatori per *Ballarò* (25 settembre);
- il 18,8% di *Che tempo che fa* (puntata del 12 dicembre);
- il 17,1% di *Report* (20 maggio);
- il 15,3% di *Enigma* (22 giugno);
- il 15,2% di *Chi l'ha visto?* (17 dicembre);
- il 14,2% di *Sfide* (29 luglio);

In seconda serata meritano di essere segnalati:

- il 16,6% di *Ombre sul giallo* (9 giugno).
- il 14,9% di *Storie maledette* (11 luglio);
- il 14,7% di *Un giorno in pretura* (24 febbraio);

Nel day time si ricordano:

- il 18,4% di *Geo&Geo* del 1° gennaio.
- il 16,9% del 22 agosto con *Cominciamo Bene Estate*;
- il 14,6% per la diretta del Concerto del primo maggio.

La mappa di RaiTre

Informazione: *Ballarò*, In ½ ora, RT - Rotocalco televisivo

Inchieste: W l'Italia diretta, Pane e politica, Scacco al re, Cocaina, Report, Blu Notte, C'era una volta

Ironia: *Che tempo che fa*, Blob, Parla con me, Glob, Tintoria, Viziati

Memoria: La Grande Storia, Enigma, Correva l'anno, Sfide

Impegno: Mi Manda RaiTre, Chi l'ha visto, Racconti di vita, Doc3

Cultura: Passepartout, Le Storie, Per un pugno di libri, Dario Fo: Lezioni su Raffaello, Prima della prima, La Musica di RaiTre

Noir: Un giorno in pretura, Le colpe degli altri, Ombre sul giallo, Amore criminale

Emozioni: Un posto al sole, La Squadra, Medium

Natura e Scienza: *Ulisse*, Geo & Geo, Terzo pianeta

Viaggi: Alle falde del Kilimangiaro, Evoluti per caso

Bambini: Trebisonda, Melevisione, E' domenica papà

*Nella tv contemporanea,
sempre più omologata,
RaiTre ha un suo filo
conduttore, ha carattere,
è interessante.
RaiTre è una rete il cui
valore di marchio e la
cui visibilità appaiono
da anni superiori alla
sua quota di share.*

9,1%

share nel giorno intero (07.00-02.00)
(fonte Auditel)

10,2%

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



Rai International trasmette nel mondo il meglio dei programmi della Rai insieme a programmi originali prodotti per gli italiani che vivono all'estero e per tutti quelli che hanno con il nostro paese un legame d'origine o anche solo di curiosità. Opera in convenzione con la Presidenza del Consiglio dei Ministri per sviluppare la presenza del Servizio Pubblico nella distribuzione radiotelevisiva internazionale e per rispondere alle esigenze d'informazione e servizi espressi dalle collettività italiane all'estero.

Con l'apertura del canale europeo alla fine del 2007, la distribuzione ha raggiunto i cinque continenti ampliando la complessa sfida editoriale in corso:

- raccogliere il meglio della produzione televisiva italiana e trasmetterla al pubblico di tutto il mondo. Questo non solo raccontando l'Italia delle eccellenze ma fornendo una visione completa del Paese agli italiani residenti all'estero, mantenendo vivo il loro rapporto con la terra, la cultura e la lingua d'origine;
- illuminare la vita politica e sociale italiana, con equilibrio e pluralità di voci. Descrivere un Paese che cambia, che cresce, che assume nuove sfide sociali, che si propone con un ruolo diverso nel contesto internazionale;
- essere il luogo del confronto diretto con le comunità di italiani all'estero, svolgendo anche il ruolo di raccolta delle istanze e delle necessità dei nostri connazionali;
- promuovere il Paese. Le sottotitolazioni in lingua estera, l'impulso delle produzioni interne, la progettazione di nuovi canali per arricchire l'offerta di palinsesto, sono pensati per presentare l'Italia al mondo e a chi, pur non avendo origini italiane, vuole conoscere e apprezzare il Paese.

Rai Italia, tra l'altro, sarà visibile anche a casa nostra, presto anche in chiaro, sulla piattaforma satellitare.

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

Rai International e la Televisione

Italia news è l'appuntamento quotidiano con l'informazione di Rai International. La politica internazionale, l'attualità italiana, l'economia.

Tutti i giorni con *Italia chiama Italia* va in onda l'Italia delle regioni, delle piccole realtà locali; ma anche quella globale, delle comunità italiane che vivono all'estero e che possono restituirci uno sguardo più ampio sul nostro Paese.

Due gli appuntamenti mensili con *Italia world*, il programma che si occupa dei grandi temi della nostra epoca.

Talk show culturale con *Il Caffè*: ogni settimana presenta e commenta un evento culturale italiano con ospiti del mondo dello spettacolo, del teatro, della musica, ma anche di altre discipline umanistiche e scientifiche.

Ogni giorno, dal lunedì al venerdì, *Italia Rai* racconta il paese attraverso una città, un personaggio, un evento o una manifestazione popolare, un luogo storico-artistico.

Narra, all'interno delle trasmissioni *Sportello Italia* e *Qui si parla italiano*, delle eccellenze nazionali: la moda, la tecnologia, i centri di cultura, le specialità gastronomiche, per poi andare a conoscere quegli imprenditori che si sono fatti valere all'estero.

La trasmissione calcistica di Rai International è *La Giostra dei gol*, appuntamento televisivo per milioni di appassionati di calcio in tutto il mondo. Diretta il sabato con il Campionato di Calcio di Serie B. La domenica con una partita di Serie A e finestre aperte sul Campionato.



1. Piero Di Pasquale
conduce *Italia News*

2. Cinzia Tani
e l'appuntamento con *Il Caffè*

3. Italia Campus
l'università va in piazza

4. La giostra dei gol
con Carlo Brienza e Francesca Calligaro

5. Il commissario Montalbano
Luca Zingaretti protagonista dei capolavori di Andrea Camilleri

Appuntamento settimanale con *Italia Lab*, trasmissione dedicata al mondo del sapere, in collaborazione con il Ministero dell'Università e della Ricerca. Ricostruisce una mappa del sapere collegato al nostro paese.

Infine *Officina Italia*, settimanale di cinema e fiction, *Art'Italia*, un viaggio bisettimanale alla scoperta del patrimonio artistico italiano, *Sestante* per l'approfondimento giornalistico, *Cristianità* per l'approfondimento religioso.

Rai International e la Radio

L'informazione radiofonica è assicurata da tre edizioni quotidiane di *Italia News*, il notiziario quotidiano prodotto da Rai International e da 8 notiziari in lingua estera (inglese, francese, spagnolo e arabo) a cui si aggiungono i giornali radio di RadioRai.

Italia chiama Italia Radio è invece la trasmissione di approfondimento giornalistico, la voce dei nostri connazionali all'estero. Appuntamenti con la redazione sportiva con *Non solo calcio* e *I commenti del lunedì*, che raccontano l'Italia sportiva con grande attenzione al campionato di calcio.

In *Taccuino italiano* trovano spazio l'archivio storico della Rai, la cultura e il teatro, le nuove proposte musicali, gli approfondimenti sugli italiani famosi nel mondo e le loro storie.

Tuttocinema, dedicato al cinema, e *Taccuino Italiano 'Suite'*, dedicato alla musica classica, chiudono i magazine settimanali.

Racconto italiano è la Fiction di Rai International, con le rievocazioni dei nodi culturali e storici della vita italiana, i personaggi celebri italiani che hanno inciso nella storia del mondo.

Notturmo italiano accompagna tutte le notti l'ascoltatore in un viaggio attraverso la musica leggera italiana, popolare e tradizionale, dando spazio alle interviste e alle esecuzioni in diretta, ai collegamenti con i grandi festival e le manifestazioni musicali.

Dal 12 novembre 2007 due spazi in palinsesto dedicati al *Notturmo Americano* e al *Notturmo Australiano*.

Rai International e Internet

Rai International è presente su Internet con due siti in lingua italiana, inglese e spagnola, www.international.rai.it e www.italica.rai.it, offrendo un servizio quotidiano di informazione sui programmi radiotelevisivi.

Circa 22 milioni di pagine visitate per un totale di 5 milioni di visitatori unici, piazzandosi costantemente nei primi dieci siti più cliccati dell'offerta Rai. Il numero totale delle pagine on line è di oltre 70.000, circa 70.000 sono le immagini, oltre 5.000 i file audio e video.

www.international.rai.it pubblica in tempo reale tutte le informazioni sui programmi e sulla diffusione del segnale.

Dal settembre 2007 sono on line in modalità on demand e/o streaming live tutte le puntate delle produzioni televisive e radiofoniche di Rai International nell'area Media Center, la nuova sezione multimediale di Rai International On Line.

www.italica.rai.it è il portale di lingua e cultura italiana più cliccato nel mondo, dedicato alle più importanti iniziative culturali del nostro Paese.

All'interno di *Italica* gli utenti hanno a disposizione un corso di lingua italiana interattivo, *La storia della lingua*, realizzata con la partecipazione dell'Università Ca' Foscari di Venezia, *Diario di Bordo*, calendario aggiornato quotidianamente con le segnalazioni di tutti gli eventi culturali italiani.





Rai Notte

Da ormai dodici anni, **Rai Notte** è un esperimento unico nella Tv italiana, mirato a creare e a ripensare continuamente un'idea di 'televisione notturna'.

Il risultato, ormai consolidato dalla lunga esperienza, è un vero e proprio percorso televisivo articolato sulle tre reti Rai, che si propone di catturare l'essenza stessa della notte e restituirla agli spettatori.

La notte crea un'attenzione differente, un modo diverso di guardare e ascoltare.

Per questo, creare una 'televisione notturna' significa concentrarsi il più possibile su ciò che nella 'televisione del giorno', inevitabilmente, non c'è o resta ai margini.

Si parte dal versante dell'immaginario, ossia dall'offerta cinematografica e di fiction (concentrata, in particolare, su RaiUno).

Per quanto riguarda il cinema, le scelte di programmazione si sono sempre orientate verso i film di qualità, senza però cadere in eccessi di cinefilia o in una concezione troppo elitaria.

E' sempre pensando al pubblico, ai suoi gusti e alle sue differenze che Rai Notte ha ripercorso, ad esempio, i generi cinematografici italiani e americani, riproponendo grandi western, noir, thriller d'autore e non.

Tutto questo, ovviamente, senza togliere spazio al cinema d'autore.

Quanto alla fiction, il 2007 ha visto continuare la tradizione caratteristica di Rai Notte, della memoria.

Nulla ha segnato in profondità l'immaginario degli italiani come gli sceneggiati del passato; offrire agli spettatori la possibilità di rivederli è, oltre che un piacere, anche un dovere culturale.

Tra gli altri - particolarmente graditi dal pubblico - hanno fatto ritorno nella notte Rai *Il Maresciallo Rocca*, *Don Matteo*, *Perlasca*, *Attenti a quei due* e il cult *Spazio 1999*.

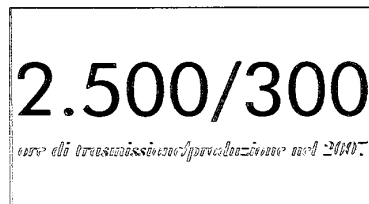
L'altra anima di Rai Notte è quella della riflessione.

In tale ambito si concentra, invece, la produzione (specialmente su RaiDue), con una serie di programmi, inseriti nei due 'contenitori' *Attualità Magazine* e *Anima Magazine*, che affrontano temi 'alti', dal sociale alla politica, dall'ambiente alla cultura, usando un linguaggio il più possibile semplice e diretto.

Perché la notte è fatta così, ama parlare chiaro.

Nei programmi di Rai Notte, per esempio, si parla di filosofia e psicologia.

Di anima, di Jung, della dea Iside, di tradizione ermetica, di iconologia. Si cerca di farlo senza trasformare queste parole in spauracchi astratti e incomprensibili ma rendendole amichevoli, accessibili, addirittura semplici. Il tutto senza sacrificare la profondità delle idee.



Nel 2007 è accaduto in programmi come *Eros Salute*, *Il mare di notte*, *L'arte dentro*, *Gli occhi dell'anima*, *Anima Good News*.

Nei programmi di Rai Notte, poi, si parla di giustizia, quella di ogni giorno, quella concreta, nell'*Avvocato per voi*, programma fatto di risposte puntuali a domande dei telespettatori; di politica e di informazione in rubriche agili come *Quarto Potere* e *Focus*, o in *Parola di...*, dove i direttori delle principali testate italiane conducono il pubblico tra le righe e le pieghe dei loro giornali; di attualità in appuntamenti come *Il tema del giorno*.

Infine, a Rai Notte si parla spesso anche di *Buone notizie*, cui è dedicata l'omonima rubrica.

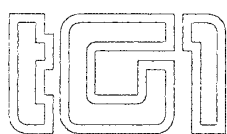
Perché, dopo un giorno di cronache drammatiche, di guerre e di sofferenze, sentirsi raccontare il 'lato luminoso' dell'attualità è come prendere una sana, rigenerante boccata d'ossigeno.

*La notte è una specie di
radura tranquilla:
i problemi del giorno
sono accantonati. il
lavoro non incalza. il
telefono non squilla.
tutto tace.*

*Per lo spettatore di Rai
Notte c'è profondità.
immaginario. riflessione.*

1. Il nuovo studio del Tg1**2. Umberto Eco**

intervistato da Gianni Riotta, direttore
del Tg1



Il **Tg1** rappresenta il prodotto di punta dell'informazione Rai: il momento d'incontro tra il cittadino e il mondo delle istituzioni, della politica, della società, dell'economia, della cultura e della religione, con ampi spazi d'attenzione per gli avvenimenti oltre i confini nazionali.

Il segno evidente del cambiamento nella linea editoriale del Tg1 è ben visualizzato dallo studio del telegiornale completamente rinnovato nella scenografia e nella grafica. Questa 'esteriorità' rappresenta l'elemento che contraddistingue il profilo di una linea editoriale vincente che si è andata consolidando raggiungendo nuovi primati nel 2007.

Il nuovo studio del Tg1, una 'rivoluzione' che mette al centro gli ospiti, le interviste in diretta, i collegamenti e gli stacchi verso i new media, ha incontrato un'accoglienza favorevole che ne ha apprezzato l'equilibrio tra tradizione e modernità. Lo studio si è aperto ad ospiti autorevoli, anche di livello internazionale, ai protagonisti della politica, della società civile, della cultura e dello spettacolo.

Il nuovo impianto televisivo del Tg1, realizzato con le sole risorse della Rai, permette di ottimizzare i collegamenti con gli ospiti nonché di realizzare la politica in diretta.

Sigla e sottofondi musicali che accompagnano i titoli del telegiornale sono stati rinnovati, con l'autorevole firma del maestro Ludovico Einaudi.

Da un punto di vista produttivo la testata del Tg1 presenta nel 2007 un incremento nel numero di trasmissioni (telegiornali, speciali, rubriche, approfondimenti ed edizioni straordinarie), che è passato da 4.325 nel 2006 a 4.862 nel 2007, per un totale di 1.346 ore, contro le 1.323 del 2006.

Le innovazioni introdotte hanno contribuito a rafforzare il legame tra il Tg1 e il pubblico televisivo aumentato in tutte le sue edizioni, una sfida vinta che ha ribadito anche per il 2007 una supremazia di ascolto, di autorevolezza e completezza che la testata si è guadagnata giorno per giorno.

I telespettatori hanno premiato l'impegno, l'affidabilità e l'appeal del Tg1, dal momento che nel 2007 l'edizione più importante del Tg1, quella delle ore 20.00, ha raggiunto la quota di ascolto del 32,3% (6.667.520 spettatori), la più alta degli ultimi sei anni, con un vantaggio sul Tg5 consolidato a 4,8 punti di share e 923.066 spettatori. E per la prima volta il Tg1 recupera ascoltatori nel Nord e supera le altre testate tra i laureati.

La seconda edizione più importante del Tg1, quella delle 13.30, ottiene un ascolto medio di 4.845.246 e uno share del 30,1%. Il supplemento economico del Tg1, in onda in coda al telegiornale, ottiene una media di 2.053.000 ascoltatori (13,2%) con l'introduzione di un editoriale fisso a cura di prestigiose firme economiche.

Nell'ultimo trimestre del 2007, la testata ha rafforzato le rubriche tematiche che sono diventate nove, trasmesse all'interno del Tg1 delle 8.00 e del Tg1 Notte: *Personal media*, *XXI Secolo*, *Miti d'oggi*, *Musica*, *Turbo*, *Italia Italia*,

4.862
trasmissioni nel 2007

Cinema, *Enciclopedia Teatro*, *Benjamin*. Quest'ultima ha lanciato nel 2007 un concorso tra i spettatori mediante un sondaggio online sul sito del Tg1 a cui hanno partecipato 98.000 utenti. Nel 2007 il Premio Tg1 Benjamin è stato vinto dal libro *Gomorra* di Roberto Saviano.

Il Tg1 non è solo televisione: il sito www.tg1.it è stato rinnovato sia nella grafica che nei contenuti, arricchito con aree informative, con le ultime edizioni del telegiornale online, notizie aggiornate e interattività con la redazione.

Gli ultimi dati rilevano 3.800.500 utenti unici mensili, 6.840.200 visitatori mensili e 21.080.730 pagine visitate al mese che ne fanno uno dei siti più frequentati nella categoria news.

Tra le telecronache del Tg1, va ricordata quella in occasione della morte del Maestro Luciano Pavarotti e dell'ispettore di Polizia Filippo Raciti, ucciso negli scontri fuori dallo stadio di Catania.

Nove le edizioni straordinarie nel corso dell'anno.

*Il 2007 è stato per il
Tg1 l'anno
dell'innovazione, del
record di ascolti e
dell'autorevolezza.*



1. Punto di vista
condotto da Maurizio Martinelli

2. Mauro Mazza
direttore del Tg2



Il **Tg2** è sempre stato, fin dal suo primo giorno, il telegiornale dell'approfondimento e dell'innovazione, elemento qualificante per un telegiornale del Servizio Pubblico. Con una propria cifra di riconoscimento, anche stilistica, per distinguere l'offerta editoriale e renderla inconfondibile nella sua grafica, nella diversità dello studio di trasmissione, nel modo di conduzione e in molti dettagli che concorrono alla definizione e all'identità di un prodotto televisivo.

Il Tg2 ha voluto raccogliere la sfida della digitalizzazione che sta comportando un grande investimento anche in termini di ridefinizione dell'attività giornalistica, confermando una vocazione e un coraggio alla sperimentazione che da sempre lo caratterizzano.

Il 2007 rappresenta, per la testata giornalistica, un anno importante sotto il profilo dell'innovazione. Il Tg2 è stato, infatti, scelto dall'azienda come testata pilota per sperimentare la digitalizzazione delle news e primo, tra i telegiornali Rai, a traghettare la struttura editoriale e produttiva dell'informazione verso la nuova tecnologia. L'esercizio appena trascorso è stato dedicato alla definizione e alla sperimentazione della struttura operativa per costruire in Rai un nuovo modo di produrre informazione. Il Tg2 completamente digitalizzato ha, quindi, esordito nel mese di febbraio del corrente anno.

Innovare in senso digitale una testata giornalistica significa doversi cimentare con diverse infrastrutture, con i necessari corsi di aggiornamento, e finanche rivoluzionare la stessa organizzazione del lavoro. I giornalisti del Tg2 non sono solo chiamati a operare con nuove tecnologie, peraltro già in uso dai più grandi broadcaster europei (dotati di avanzati standard produttivi e quindi altamente competitivi), ma sono essi stessi investiti della necessità di mettere a punto il nuovo modello produttivo, attraverso gruppi di lavoro in cui il passaggio dal 'vecchio' al 'nuovo' si avvale dell'esperienza diretta di chi l'informazione la vive ed è, quindi, testimone di una pratica che si trasforma in prezioso contributo in questo delicato passaggio aziendale.

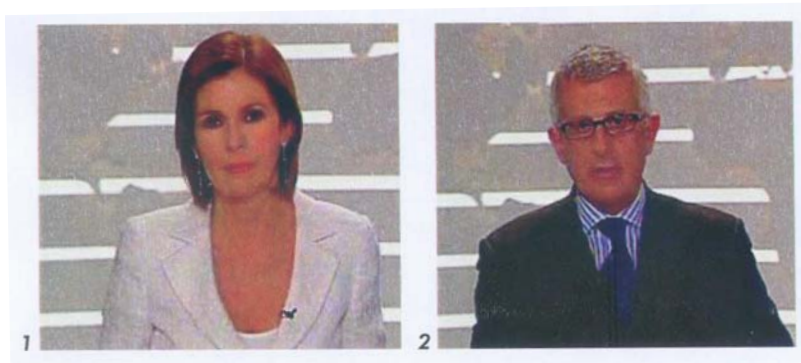
L'attività principale dell'esercizio appena trascorso non si esaurisce solamente nella definizione di questa transizione. Altre novità, infatti, rappresentano lo sforzo, dispiegato nel 2007 ma con pieni effetti soprattutto a partire dal 2008, di rafforzamento della struttura editoriale.

Una innanzitutto: *Tg2 punto.it*, un vero e proprio contenitore della mattina con il quale dare maggiore organicità a uno spazio che già apparteneva alla testata. Un'ora al giorno di notizie di attualità, collegamenti con l'Italia e con l'estero, momenti di approfondimento con ospiti in studio e servizi di medicina, cultura, economia, viaggi e sport, premiata da buoni ascolti. Altro appuntamento quotidiano e altra novità in questa stagione è *Tg2 punto di vista*, striscia serale che è andata a occupare lo spazio un tempo dedicato solo al Tg di mezzasera, oggi sostituito da un'agile sintesi di notizie. La formula è sempre quella degli ospiti chiamati a confrontarsi su un tema che si impone per la sua attualità o per la sua criticità.

All'approfondimento sono dedicate le 14 rubriche del giornale: dal costume alla salute, dalla cultura all'economia, dalla moda al tempo libero, i problemi, le tendenze, le sfide del Paese. Non è raro che Dossier varchi le frontiere per allargare lo sguardo a un orizzonte europeo e globale. Profondamente innovate *Tg2 motori* e *Si viaggiare*, entrambe dotate di un set virtuale oramai collaudato. Il Tg2 conferma attenzione alle novità, al dibattito e alla polemica culturale; molto spesso con servizi di approfondimento che accompagnano (e talvolta anticipano) discussioni su tematiche destinate alle terze pagine dei quotidiani.

5.298

trasmissioni prodotte nel 2007



1. Bianca Berlinguer

2. Giuliano Giubilei



Il **Tg3** è un telegiornale snello, spigliato, dinamico e innovativo. Un telegiornale votato al Servizio Pubblico, più vicino alla società che alle istituzioni, con una spiccata sensibilità rivolta alle tematiche sociali e ai diritti dei cittadini.

Seguendo la propria missione editoriale, il Tg3 è la testata giornalistica che fa il maggior uso di collegamenti in diretta. E' il Tg che dà più spazio all'informazione internazionale e all'economia reale delle famiglie, l'economia della borsa della spesa.

Il pubblico apprezza il telegiornale perché sa che nel Tg3 trova questo tipo di informazioni.

La sua sfida editoriale è quella di saper ascoltare e capire quel che accade nella società, anticipare esigenze, richieste e istanze senza condizionamenti e pregiudizi. Cercare informazioni, riferirle e spiegarle per fornire strumenti il più possibile utili a formare un'opinione pubblica onesta.

Il gradimento è confermato dal fatto che il Tg3 registra un alto indice di fedeltà tra il proprio pubblico di riferimento che ne premia gli ascolti facendoli aumentare in tutte le edizioni.

13,6%

share nel 2007 dell'edizione serale delle 19.00

Il Tg3 è il telegiornale dei cittadini, il telegiornale della società, attento alle tematiche sociali e ai diritti.

E' attento alla politica ma non al 'palazzo' ed è particolarmente sensibile ai temi che determinano la qualità della vita di tutti i giorni.

L'edizione delle 19.00 è stabilmente al terzo posto tra le edizioni serali, quella di mezzogiorno, l'unica edizione di un Tg nazionale Rai in onda da Milano, ha un incremento d'ascolto continuo, anno dopo anno.

Gli ascolti premiano, inoltre, la più recente innovazione: *Night News* che ha trasformato l'edizione della notte in una finestra sul mondo che anticipa i temi internazionali del giorno dopo, trattando la politica mondiale non solo con summit e tavole rotonde ma anche con reportage originali.

Fiore all'occhiello del Tg3 è il suo approfondimento serale, *Primo Piano*, che riesce a essere un luogo di confronto ma anche di riflessione.

Ma l'attenzione non è rivolta solo ai fatti nazionali: la realizzazione del primo settimanale di politica estera, *Agenda nel mondo*, ha dato maggiore impulso

all'informazione internazionale della testata approfittando anche dell'apertura di nuovi uffici di corrispondenza della Rai, in Africa a Nairobi e in America Latina a Buenos Aires.

Nella vocazione informativa che il Tg3 ha sviluppato in questi anni, è opportuno segnalare le rubriche che trattano dei cosiddetti 'soggetti deboli' che solo marginalmente entrano nei notiziari tradizionali.

Immigrati, donne, consumatori, spettacoli minori, nuove tecnologie e agricoltura diventano protagonisti di *Shukran*, *Punto Donna*, *Cifre in chiaro*, *Chie'discena*, *Sabato notte*, *Scenari*, *Agri3*.

Ancora, *Tg Lis* è appositamente realizzato per il pubblico non udente.

Il Tg3 è, infine, particolarmente attento al suo pubblico più giovane: quotidianamente va in onda il *Gt Ragazzi*, un vero telegiornale pensato e raccontato con un linguaggio e un commento di immagini adatte ai ragazzi senza nascondere mai le notizie, ma aggiungendo informazioni per una corretta interpretazione.

Il Tg3 è un continuo 'work in progress': nell'immediato futuro sono previste cinque edizioni al giorno, tutte diverse, per ogni giorno che è sempre nuovo, ma con la caratterizzazione stilistica della testata, cioè non indulgere alla voglia di catturare il pubblico a ogni costo, ma raccontare i fatti.

Tra le innovazioni, il Tg3 si estende su Internet con un telegiornale realizzato, in varie edizioni, appositamente per questo mezzo, oltre alla disponibilità delle edizioni trasmesse.



La **TGR**, Testata Giornalistica Regionale, grazie alla sua articolazione e alla sua presenza sul territorio attraverso le sedi e gli uffici distaccati, rappresenta il presidio della Rai in tutto il Paese. Raccontare le realtà locali con le proprie caratteristiche e specificità ed essere l'antenna per tutta la Rai sono i punti cardine della sua missione. Mantenere e rafforzare il primato nell'informazione territoriale in un panorama competitivo in piena evoluzione è l'impegno della TGR per il futuro.

Che cosa succede nella tua valle, nella tua città, nel tuo quartiere? Te lo dice la TGR, la testata Rai dedicata all'informazione locale che ti accompagna e ti è vicina nel territorio dove rivi e lavori. Tutti i giorni con 5 edizioni di notizie, sport e meteo per ciascuna delle 20 regioni italiane.

Tre telegiornali e due giornali radio sono gli appuntamenti quotidiani con l'informazione regionale. La TGR, però, non è solo questo.

Ricca e decisamente variegata è l'offerta costituita dalle rubriche nazionali che occupano in buona parte il palinsesto di RaiTre del fine settimana.

Temi economici, sociali, ambientali e culturali vengono analizzati con *I nostri soldi*, *Bell'Italia*, *Ambiente Italia*, e *Italia agricoltura*.

Ma anche tanta Europa, scienza e tecnologia con *Buongiorno Europa* (rubrica prodotta a Milano, rinnovata non solo nel titolo ma anche nei contenuti e nello stile del racconto), *RegionEuropa*, *Leonardo* e *Neapolis*.

Le relazioni con le regioni confinanti e più prossime al nostro Paese sono gli argomenti di *Levante*, *Estovest* e *Mediterraneo*.

Su RaiDue, da febbraio 2007, la messa in onda di *Montagne*, l'approfondimento targato TGR dedicato alla vita in alta quota.

La complessa attività della testata è ben tratteggiata dai 'numeri' della produzione:

- oltre 6.500 ore di informazione televisiva regionale di cui 550 dedicate alle minoranze linguistiche;
- circa 200 ore di rubriche a diffusione nazionale;
- 5.900 ore di informazione radiofonica regionale di cui ben 2.000 dedicate alle minoranze linguistiche;
- oltre 30.000 contributi, tra servizi e collegamenti, a telegiornali, giornali radio e programmi di rete nazionali.

734 giornalisti lavorano in una rete composta da 23 redazioni regionali distribuite su tutto il territorio regionale. A queste si affiancano gli uffici distaccati, i corrispondenti e i 'redattori residenti', nuova figura professionale presente già in 19 province.

In un contesto ricco di nuovi attori e di diverse piattaforme, l'informazione regionale rappresenta un'offerta dalle grandi potenzialità di sviluppo. Rafforzare il primato sarà uno degli obiettivi della testata che cercherà, attraverso il rinnovamento tecnologico e l'introduzione di modelli organizzativi più flessibili, di essere sempre più competitiva.

In questo senso, con l'offerta del nuovo meteo regionale, la TGR ha, non solo ampliato le informazioni meteorologiche, sempre più richieste dal grande pubblico, ma soprattutto adottato un processo di lavoro completamente automatico con positive ricadute in termini di risultati economici.

Nel 2007 è migliorato sensibilmente l'ascolto del Tg delle ore 14.00, passato a un audience del 18,94% di share.

Leggera flessione per l'edizione delle 19.30 che ha registrato in termini di share un ascolto del 15,59%.

Il profilo del pubblico si è confermato anagraficamente adulto, più concentrato nei grandi e nei piccoli centri urbani e nelle regioni del centro-nord.



1. Tg Parlamento

2. La Tribuna Politica



Rai Parlamento è la testata giornalistica che informa gli utenti televisivi sull'attività del Parlamento nazionale e del Parlamento Europeo, in stretta connessione con gli sviluppi dell'attività politica. Rai Parlamento produce, inoltre, le Tribune Politiche e le Tribune Elettorali. Realizza, infine, i programmi nazionali dell'accesso.

Rai Parlamento è una testata tematica, cui sono affidati specifici compiti di approfondimento giornalistico nel settore politico-parlamentare. Attraverso le tre edizioni del suo Tg Parlamento quotidiano, in onda su RaiUno e RaiDue dal lunedì al venerdì, offre un'informazione puntuale e completa sull'attività del Governo e dei due rami del Parlamento, con particolare attenzione per i lavori parlamentari che, di norma, non rientrano nel campo di interesse dei telegiornali 'generalisti'.

Dibattiti, inchieste e indagini parlamentari, lavori nelle Commissioni permanenti di Camera e Senato e nelle Commissioni bicamerali sono al centro dell'attenzione del Tg Parlamento. Un'attenzione che trova la sede di un necessario approfondimento nella rubrica settimanale *Settegiorni*, in onda il sabato mattina su RaiUno: trenta minuti non solo per raccontare la settimana politica ma anche per valutare le ricadute della politica sulla vita dei cittadini, con servizi, inchieste, interviste.

A partire da febbraio 2008 l'offerta di approfondimento settimanale di Rai Parlamento è cambiata.

La storica rubrica *Settegiorni*, va ora in onda per 50 minuti ogni sabato mattina, su RaiUno, alle 9.30. Nuova la formula, identico l'obiettivo: spiegare la politica e le istituzioni. Inchieste, interviste, approfondimenti, testimonianze e curiosità per raccontare il Parlamento italiano, l'Unione Europea, le regioni e gli altri organi costituzionali, ma soprattutto la vita e i problemi dei cittadini.

Su RaiDue, per 40 minuti, ogni sabato alle 10.50, va invece in onda il nuovo settimanale *Quello che*. Nuovo nella formula e nella sostanza. Inchieste, storie, testimonianze che raccontano l'attualità e gli scenari futuri, con un linguaggio chiaro e diretto per avvicinare anche i giovani alle istituzioni capire il mondo in cui vivono i cittadini.

L'attività del Parlamento Italiano è seguita in presa diretta in occasione degli *Speciali*, dedicati alla trasmissione televisiva dei principali dibattiti a Montecitorio e a Palazzo Madama, nonché attraverso la trasmissione settimanale del *Question Time*, le interrogazioni a risposta immediata che vedono un serrato confronto tra parlamentari e Governo. Di regola, queste dirette parlamentari ottengono una buona accoglienza da parte dei telespettatori, soprattutto quando si occupano di temi di grande attualità politica e sociale, o in momenti 'caldi' per la vita delle istituzioni, come l'elezione del Presidente della Repubblica o dei Presidenti di Camera e Senato, oppure in occasione dei dibattiti sulla fiducia al Governo.

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

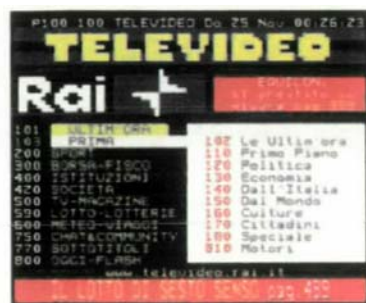
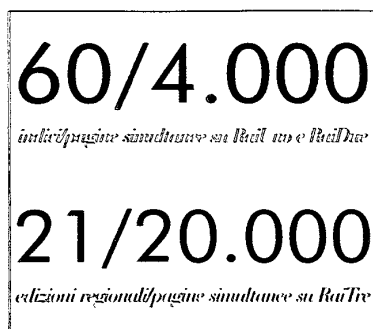
Le forme della comunicazione politica variano a seconda delle stagioni. Le *Tribune elettorali* ospitano con diverse modalità il confronto tra le forze politiche che concorrono alle elezioni politiche, europee, regionali, amministrative, referendarie. Le *Tribune politiche* tematiche ospitano il confronto tra le forze politiche rappresentate in Parlamento nei periodi non interessati da consultazioni elettorali. Il conduttore in studio modera il dibattito, con l'ausilio di servizi e contributi filmati.

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

*Raccontiamo la politica
senza superficialità: il
nostro obiettivo è la
trasparenza.*

90/8.094

*campagne a carattere sociale spot
trasmessi nel 2007*



Televideo è uno dei brand più riconoscibili e inossidabili della Rai, una sorta di quotidiano 'stampato' con 24 anni di storia alle spalle fortemente improntati a un'alta vocazione di Servizio Pubblico. Presente con la teletext sulle tre reti generaliste, la testata è un 'mosaico' di missioni editoriali declinato anche sul web, sul digitale terrestre e sulla telefonia mobile.

Il Televideo Nazionale, con il suo giornale in onda 24 ore su 24, è irradiato su RaiUno e su RaiDue e si propone con sessanta indici e quattromila pagine pubblicate contemporaneamente. Su RaiTre vanno invece in onda le 21 diverse edizioni del Televideo Regionale (una edizione per ogni regione, due nel Trentino-Alto Adige), con ventimila pagine simultanee. Tra i compiti ad altissimo tasso di servizio, figurano, in particolare, l'informazione assicurata ai non udenti e un palinsesto speciale per i non vedenti.

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

Il Televideo Regionale si concentra invece su servizi e rubriche di interesse territoriale, garantendo un aggiornamento costante su farmacie, cinema, teatri, tempo, traffico, e favorendo il rapporto fra cittadino e pubblica amministrazione locale.

L'enorme pubblico conquistato da Televideo non solo regge alla sfida dei nuovi media, ma si accresce. Venti milioni e 800 mila sono gli italiani che conoscono e consultano Televideo; oltre 14 milioni di persone compongono il 'bacino prioritario'; sette milioni e mezzo sono gli utenti che sfogliano Televideo ogni giorno.

Tutte le ricerche condotte negli ultimi anni certificano che la testata continua a fare leva su una proposta informativa molto apprezzata, focalizzata sull'attualità e implementata su un'interfaccia comunicativa semplice, comoda e rapida, altamente disponibile perché collocata nel cuore della casa.

Analoghi i risultati di gradimento per la versione sul digitale terrestre, in onda dal 2004, e soprattutto per la versione web: nel 2007 il sito internet di Televideo ha conquistato da solo oltre il 60% del traffico complessivo dell'informazione Rai, con quasi 140 milioni di pagine visitate (+24% rispetto al 2006) e 470 mila utenti unici al mese (+15% sul 2006).

Missione centrale, insieme all'informazione, è quella affidata a Televideo sulla base del Contratto di Servizio tra lo Stato e la Rai. Per i non udenti, Televideo garantisce la sottotitolazione di un ampio palinsesto, differenziato per generi, di programmi registrati o in diretta (film, fiction, intrattenimento, documentari, cartoni animati ecc.), e fornisce sottotitoli in lingua inglese destinati sia alle

minoranze linguistiche presenti in Italia, sia agli studenti di lingua inglese, per un totale, nel 2007, di oltre 6.000 ore di sottotitolazione.

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

Fiore all'occhiello della produzione originale realizzata da Televideo è l'offerta di opere multimediali di vario argomento e, in particolare, di fiabe espressamente dedicate ai bambini ciechi e ipovedenti, con fini anche didattici.

Qual è il lettore che integra Televideo nel proprio palinsesto mediale?

E' quel lettore che si aspetta di trovare sul teletext, in ogni momento della giornata, sia informazione sia servizio. Il suo apprezzamento è esplicito ed elevato: Televideo è utile, comodo, aggiornato, insostituibile.

**1. News internazionali**

L'elezione di Nicolas Sarkozy

2. Il commento

del direttore Corradino Mineo

RAI NEWS 24

Ecco gli elementi innovativi che fanno di **RaiNews 24** un canale che 'serve', impegnato soprattutto in uno stimolante confronto col cittadino-telespettatore che, cresciuto sul piano socio-culturale, si sente al centro dell'attenzione dei media e diventa sempre più 'avido' di novità, esplorativo, selettivo.

Allnews: un canale imperniato sui notiziari e gli approfondimenti giornalistici non regge al cospetto del progressivo innalzamento delle attese; di qui la trasformazione in un canale allnews.

Le dirette: dai principali appuntamenti di politica italiana a quelli internazionali con collegamenti in tempo reale. Le Olimpiadi in Cina saranno per RaiNews 24 l'occasione per fornire un'informazione completa sul grande evento sportivo ma anche per parlare di diritti universali, ovunque e da chiunque affermati o negati.

Il mosaico digitale: sarà una delle prossime realizzazioni, un 'mosaico' digitale grazie al quale lo spettatore sarà fruitore attivo dell'offerta informativa potendo scegliere tra un canale dedicato alle dirette e un altro per le inchieste e i reportage.

Internet: interattività e continuità dell'informazione sono gli elementi cardine: oltre all'aggiornamento in tempo reale, saranno presenti ampi spazi di interattività con gli utenti, con sondaggi, domande, interventi, e offrendo la possibilità di inviare immagini e filmati sui temi più rilevanti.

E-velina: raccolta di tutte le informazioni e le immagini dei circuiti internazionali, per offrire una copertura completa, da RaiMed, canale con programmazione in lingua araba che viene trasmesso nel bacino del Mediterraneo, a Rai International che, nel corso del 2008, vedrà raddoppiare il canale tradizionale raggiungendo milioni di famiglie italiane che vivono e lavorano in America e in Australia.

Il palinsesto: si rinnova proponendo molte opportunità presentate con un taglio spigliato e diretto. Oltre all'approfondimento durante la notte delle notizie dall'America e dall'Asia e una periodica lettura dei giornali italiani, raddoppierà l'offerta del *Caffè*, contenitore con ampi spazi di informazione, attualità e politica. Nella mattinata, ai tradizionali telegiornali sarà affiancata una fascia informativa quotidiana che si occuperà di grandi tematiche di attualità legate ai diritti: da quelli sul lavoro, a quelli della sicurezza e della dignità della persona, con un'attenzione particolare alle disabilità.

Sta nascendo, inoltre, un telegiornale quotidiano dedicato ai continenti protagonisti del futuro, Africa e Asia. L'offerta pomeridiana è dedicata ai vari aspetti dell'attualità e dello spettacolo con *Show Net*, dell'economia con *Pianeta Economia* e della politica con la rubrica *Transatlantico*.

In prima serata, la programmazione tradizionale sarà affiancata dal giornalismo investigativo e le sue inchieste. Le tematiche culturali e sociali continueranno a essere approfondite alle 21.30 con *Tempi Dispari*, dal lunedì al giovedì, mentre il venerdì, con *Onda Anomala*, si continuerà a fare il punto sui principali eventi di politica estera. Nella seconda serata una fascia

circa **8.760**
ore di trasmissione sulle reti terrestri

informativa continua aggiorna sugli avvenimenti più importanti della giornata.

A mezzanotte gli scoop, le dichiarazioni e gli eventi che hanno fatto notizia nella normale programmazione Rai.

Sonaps: da maggio grandi cambiamenti anche nei mezzi tecnologici, grazie al nuovo server Sonaps che risponde a esigenze reali e future del flusso di lavoro, con una capacità di storage del sistema di 2.000 ore per il materiale online, immediatamente fruibile, e di 12.000 ore per i contenuti in archivio.

*'Rivoluzione permanente'
per RaiNews 24, il
canale satellitare
italiano.*

*Non uno slogan ma la
strada da percorrere per
continuare a competere
nel campo
dell'informazione in uno
stimolante confronto con
altri network satellitari.*



Rai Sport rappresenta da molti anni il fulcro dell'offerta televisiva sportiva. Una missione editoriale strategica anche negli anni dispari, come il 2007, quando non sono presenti né impegni olimpici, né Mondiali o Europei di Calcio.

L'offerta, infatti, resta sempre vasta e variegata dal punto di vista quantitativo, mantenendo uno standard qualitativo di assoluto valore.

Basti pensare alle partite della Nazionale di calcio, sia di qualificazione che amichevoli. Ma soprattutto alla Champions League, gradito ritorno sulle reti Rai, che nella finale del 23 maggio ad Atene con il trionfo del Milan sul Liverpool ha visto una platea televisiva di più di 13 milioni di telespettatori, con uno share del 47,55% su RaiUno.

Rai Sport, su questi eventi, ha altresì garantito, grazie anche alla decisiva collaborazione della Direzione Produzione, un modello produttivo di altissimo livello sia in qualità di host broadcaster sia nelle riprese personalizzate.

Modello di ripresa dedicato che si è rilevato strategico anche nell'offerta del Mondiale di Formula 1.



*Competenza tecnica,
grande personalità,
capacità comunicativa e
di coinvolgimento
emotivo continueranno a
essere i principi
ispiratori del lavoro di
Rai Sport.*

I Gran Premi trasmessi dalla Rai hanno fatto registrare share sempre intorno al 50%, con il picco del Gran Premio del Bahrain, share del 57,84%, con una media di più di 11 milioni di telespettatori.

Rai Sport ha quindi dimostrato anche nel 2007 di essere competitiva sul mercato dovendo anche garantire, rispetto alla concorrenza, la copertura nei confronti di quelle discipline 'minori' che più difficilmente riescono a dimostrarsi strategiche in termini di audience ma che rientrano tipicamente nella missione di Servizio Pubblico.

Basti pensare alle molteplici attività che si sono svolte nel 2007:

- l'atletica con i Campionati del mondo di Osaka, la maratona di New York e quelle nazionali, il Golden Gala;
- il ciclismo con il Giro d'Italia, il Tour de France, il Mondiale a Stoccarda vinto da Bettini, le classiche italiane e quelle del nord-europa;
- il nuoto con i Mondiali di Melbourne;
- il basket con gli Europei maschili in Spagna e quelli femminili in Italia;
- la pallavolo con gli europei maschili in Russia e femminili in Belgio e

Lussemburgo che hanno visto il trionfo delle azzurre;

- gli sport invernali con la Coppa del mondo di sci alpino e di sci di fondo.

Ma anche i Mondiali e gli Europei di ginnastica con la strepitosa Vanessa Ferrari e quelli di pattinaggio artistico con la spettacolare Carolina Kostner.

Rai Sport rimane un punto di riferimento per quello che è il racconto quotidiano e l'approfondimento settimanale grazie ai suoi notiziari e alle sue rubriche storiche: *TG-Sport, La Domenica Sportiva, Dribbling, 90 minuto, Sabato Sprint, Domenica Sprint, Martedì Champions, Un Mercoledì da Campioni, Pole Position, Pit Lane, Reparto Corse, Numero Uno.*

Non da meno, il contributo parallelo del canale tematico satellitare, Rai Sport più, visibile anche sulla piattaforma digitale. E proprio quest'ultima dovrà rappresentare il trampolino di lancio nel 2008 di un progetto ampliato sia nella programmazione sia nell'offerta di sport in tv. Sarà la nuova sfida della Rai su un mercato televisivo, quello sportivo, sempre alla ricerca di nuovi stimoli e di nuove sensazioni.

