

ATTI PARLAMENTARI
XIII LEGISLATURA

CAMERA DEI DEPUTATI

Doc. CXXX
n. 4

RELAZIONE

SULL'ANDAMENTO DEL SERVIZIO PUBBLICO RADIOTELEVISIVO

(ANNO 2000)

(Articolo 2, comma 8, della legge 25 giugno 1993, n. 206)

Presentata dal Presidente RAI-Radiotelevisione Italiana
(ZACCARIA)

Trasmessa alla Presidenza l'8 maggio 2001

PAGINA BIANCA

INDICE

1. Segreteria del Consiglio di Amministrazione	Pag. 5
2. Risorse umane e organizzazione	» 9
3. Offerta televisiva	» 17
4. Offerta radiofonica	» 49
5. Teche e Servizi tematici-educativi	» 58
6. RAISAT	» 64
7. Produzione Fiction	» 65
8. RAI Giubileo	» 67
9. Tecnologie	» 69
10. Piano triennale 2001/2003 - Linee guida	» 73
ALLEGATI	» 77

PAGINA BIANCA

1. SEGRETERIA DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Il Consiglio di Amministrazione della RAI, nominato con determinazione adottata di intesa dai Presidenti della Camera dei Deputati e del Senato della Repubblica, si è insediato in data 17 febbraio 2000 ed ha eletto tra i suoi membri Presidente Roberto Zaccaria. Nella stessa seduta il Consiglio ha nominato, di intesa con l'Assemblea dei Soci, Direttore Generale Pier Luigi Celli.

Il Consiglio di Amministrazione nel marzo 2000, considerata l'opportunità di identificare un nuovo marchio aziendale che rappresentasse la sintesi visiva della natura e della identità della RAI in una fase di profondo cambiamento del mercato di riferimento per le aziende di comunicazione e multimediali, ha approvato il nuovo marchio/logo RAI che rappresenta in maniera sintetica una "farfalla tecnologica" e che costituisce l'elemento base del sistema di identità visiva dell'Azienda.

Nel corso dell'anno, al fine di migliorare l'efficienza e razionalizzare il complesso delle attività realizzate dall'Azienda, il Consiglio ha adottato alcuni provvedimenti per definire, in modo più puntuale, competenze, responsabilità e organizzazione di alcune strutture aziendali.

Inoltre il Consiglio ha operato sulle linee editoriali della RAI e di Raiuno, Raidue e Raitre per consentire una migliore caratterizzazione dell'offerta televisiva di ciascuna Rete e per un più efficace raggiungimento di specifici target di pubblico.

Nell'ottobre del 2000 il Consiglio, tenuto conto che il completamento e il consolidamento del processo di riorganizzazione aziendale per divisioni ha consentito di fornire il quadro di riferimento operativo necessario per dare un forte impulso a quegli aspetti editoriali che costituivano le premesse per lo sviluppo della nuova rete senza pubblicità, ha approvato un documento di aggiornamento della "Nuova RAI Tre", da inviare all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, nel quale sono esposti i principali elementi del contesto editoriale e quelli relativi all'analisi economico-finanziaria.

Nell'ambito dello scenario strategico dell'Azienda e dello sviluppo di una politica di alleanze, il Consiglio di Amministrazione e la Direzione Generale in un documento approvato all'unanimità nell'aprile del 2000, hanno affermato di essere consapevoli da tempo di trovarsi di fronte ad un vero e proprio passaggio strategico non solo per dare un futuro all'Azienda ma anche per salvaguardarne il ruolo di grande patrimonio culturale del Paese. Lo sforzo del vertice RAI si è perciò orientato a mantenere un elevato grado di innovazione affrontando in questa chiave anche la sfida dei New Media. In relazione alla convergenza e alla ricerca di partners industriali ha approvato le linee guida di un progetto strategico industriale che si colloca nell'ambito delle attività

collaterali consentite alla RAI dalla Legge, dalla Convenzione e dal Contratto di Servizio e pienamente compatibile con lo svolgimento della missione di servizio pubblico come individuata e regolata dalle fonti normative. In particolare il Consiglio ha ritenuto prioritaria la piena operatività della già costituita società RAI NET destinata alla valorizzazione e alla commercializzazione per via informatica dell'offerta RAI e altrettanto essenziale ha giudicato l'attuazione completa della separazione contabile sulla base della natura delle risorse. In vista dei possibili sviluppi dell'assetto societario della società ed in considerazione della necessità di dotarla delle risorse necessarie per entrare nel mercato, il Consiglio, nel febbraio del 2000 ha accolto, la richiesta di RAINET di un aumento di capitale sociale. Inoltre, nel maggio del 2000, tenuto conto dell'esigenza di presidiare e valorizzare la tecnologia nello sviluppo dei New Media e dell'opportunità di presidiare le attività tecnologiche attraverso una società controllata, ha avviato la procedura per una ricerca finalizzata all'acquisizione di una quota di controllo di una società specializzata in servizi di Information Technology con elevate competenze nell'ambito delle nuove tecnologie legate al settore Internet multimediale. Successivamente il Consiglio in relazione alle trattative per la Joint-venture con e-Biscom per la distribuzione di prodotti televisivi ed interattivi sulla piattaforma a banda larga realizzata da questa società, ha deciso la costituzione della società RAI Click. Nel contempo il Consiglio ha sviluppato la procedura per concludere la Joint-venture con RCS al fine di predisporre un canale/portale dedicato allo sport attraverso la costituzione della società Sport Set. Inoltre nel giugno 2000 il Consiglio ha ravvisato l'opportunità, nell'ambito del progetto New Media, di costituire la società RAI New Media a presidio del mercato della convergenza multimediale e dei servizi interattivi individuando anche il processo di approvvigionamento del prodotto RAI da parte della sub-holding RAI New Media.

Nel corso dell'anno il Consiglio ha proseguito nello sviluppo della procedura per rendere operativa la società RAI Cinema, costituita nel 1999, conferendo ad essa il ramo d'azienda denominato "Acquisto Fiction, Produzione Cinema e Vendita Prodotti" ed aumentando conseguentemente il capitale sociale della società. In una fase successiva il Consiglio ha approvato il contratto di servizio tra RAI e RAI Cinema che regola i rapporti tra le due società in merito ai diritti di sfruttamento televisivo di opere filmiche.

È proseguito nel corso del 2000 lo sviluppo della procedura per rendere operativa la società RAI WAY costituita anch'essa nel 1999, con il conferimento del ramo d'azienda costituito dalla Divisione Trasmissione e Diffusione. Successivamente il Consiglio ha approvato l'iter procedimentale per il collocamento di una quota di minoranza del capitale sociale di RAI WAY nonché il contratto di servizio tra RAI e RAI WAY che regola i rapporti di servizio tra le due società al fine di garantire l'assolvimento degli obblighi di servizio pubblico, la continuità delle prestazioni, i livelli di servizio, la qualità del segnale ed ogni altra condizione atta a preservare l'adempimento delle obbligazioni poste dalla Convenzione e dal Contratto di Servizio.

Il Consiglio di Amministrazione secondo l'accordo avviato nel settembre 1999 con RCS ha approvato l'ingresso di quest'ultima nel capitale di RAI SAT con una quota del 5%. Inoltre nei primi sei mesi dell'anno ha avviato la procedura selettiva concernente la proposta di vendita di quote del capitale sociale di Serra Creativa, società costituita nel 1999 per la creazione di un luogo dove assistere nuovi autori/creatori/imprenditori di contenuti audiovisivi a sviluppare idee innovative di contenuti televisivi e multimediali. Nel marzo del 2000 il Consiglio ha deciso la partecipazione minoritaria della società consociata RAI Corporation, per conto della RAI, in una società di diritto canadese per la diffusione di RAI International in Canada.

Nel dicembre 2000 il Consiglio ha ravvisato la necessità di costituire un presidio societario per la fiction RAI ed ha approvato le linee di massima del progetto.

Il Consiglio di Amministrazione, che già nella seconda parte dell'anno 1999 aveva affrontato le criticità nel posizionamento della RAI nel settore radiofonico ed aveva definito una serie di interventi, ha preso in considerazione il permanere di alcune criticità del comparto radiofonico rispetto all'evoluzione del mercato di riferimento e, dopo aver effettuato una approfondita valutazione, ha ritenuto di proseguire e sviluppare l'azione tendente a rendere sempre più percepibile il diverso posizionamento di ciascun canale, valorizzando le specificità della programmazione in un contesto di costante qualificazione dell'offerta e di diversificazione dei target, prestando particolare attenzione alle caratteristiche dei notiziari informativi affinché siano coerenti, per modalità e durata dell'offerta, alle esigenze derivanti dalle specificità di Canale e tenendo conto in tutti i settori delle nuove sfide della concorrenza sia a livello regionale sia locale.

Il Consiglio di Amministrazione nel corso dell'anno ha indirizzato l'azione dell'Azienda verso una continua e costante ricerca dell'efficienza intesa nel duplice significato sia di risparmio che di migliore allocazione delle risorse disponibili, con l'obiettivo di poter finanziare con risorse proprie lo sviluppo delle attività.

Nel settembre del 2000 il Consiglio di Amministrazione ha definito il piano economico-finanziario per il triennio 2001-2003 e successivamente, nel mese di ottobre, ha approvato il Contratto di Servizio per il triennio 2000-2002 con il Ministero delle Comunicazioni, sottoscritto il mese successivo.

Al fine di approfondire le istruttorie dei molti ed importanti temi da affrontare, il Consiglio, come per il passato, in forza delle disposizioni in vigore, si è avvalso della facoltà di conferire deleghe ai suoi singoli componenti con il compito di seguire e approfondire le istruttorie svolte dalle competenti strutture aziendali al fine di esprimere valutazioni in sede di Consiglio sulle proposte di delibera presentate e illustrate dal Direttore Generale.

Il Consiglio di Amministrazione nel corso del 2000 ha tenuto 48 riunioni a seguito delle quali, in adempimento delle attribuzioni conferite dalla Legge e dallo Statuto ha approvato, su proposta del Direttore Generale, 285 delibere che hanno riguardato diverse tipologie di argomenti (v. tabella allegata).

DELIBERE CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE	2000
- Ordini, contratti, acquisti, Elenco Fornitori, Convenzioni, accordi, regolamenti, Contratto di Servizio, ecc.	95
- Provvedimenti organizzativi, nomine e collocazioni dirigenziali procure, criteri di nomina, documenti reciproco impegno, ecc.	75
- Società Consociate, processo di societizzazione, strategia industriale, alleanze, new media, partecipazioni azionarie, ecc.	69
- Piani di produzione e trasmissione e relativi criteri, piani editoriali, palinsesti, direttive di programmazione, nuova Rai Tre	18
- Piani pluriennali, Relazione annuale, Bilancio, Relazioni semestrali, Budget, Investimenti, ecc.	9
- Politica del personale	2
- Funzionamento vertice aziendale, deleghe, Consulta Qualità	17
TOTALE	285

2. RISORSE UMANE E ORGANIZZAZIONE

ORGANIZZAZIONE

L'attività svolta nel corso del 2000 ha riguardato principalmente l'ulteriore messa a punto del modello organizzativo divisionale e l'avvio della sua ulteriore evoluzione verso una struttura organizzativa di holding multisocietaria.

In tal senso le principali attività hanno riguardato:

- l'adeguamento e sviluppo dell'articolazione organizzativa. Gli interventi realizzati hanno interessato sia Direzioni di Corporate e di Servizio che le Divisioni industriali e editoriali.
- l'analisi delle attività e degli impegni produttivi di numerose strutture aziendali ai fini della definizione di interventi di riorganizzazione delle attività e/o dei processi operativi.
- la progettazione esecutiva, avvio del call-center aziendale e passaggio di consegne alla Direzione Marketing Strategico Offerta e Palinsesti. L'attivazione del Call-center Rai è avvenuta il 15 marzo e, fino a fine anno, sono stati gestiti oltre 500 mila contatti.
- l'analisi e il ridisegno dei principali processi aziendali: "amministrativi" (pianificazione, budgeting e controllo, approvvigionamento, acquisto e appalto, gestione ed amministrazione del personale) e "produttivi" (marketing e ottimizzazione palinsesti, inquadramento TV) e dei conseguenti adeguamenti dei sistemi informativi di supporto e di analisi dei dati (datawarehouse), anche con lo studio di nuove forme di identificazione degli utilizzatori (firma elettronica).
- studio e ridefinizione dell'organizzazione, attività e ruoli dell'area televisiva (producer, promoter, ...)
- l'adeguamento del sistema aziendale delle procure (di primo e secondo grado) e delle relative lettere di disciplina.
- la definizione di attività e responsabilità relative all'applicazione della legge 675/96 (sulla privacy) e 626 (sulla sicurezza).
- lo sviluppo e messa a punto delle regole di negoziazione tra le Divisioni editoriali e quelle industriali (commessa editoriale) con la revisione di: contratti di servizio, sistemi di transfer price, e sistema di preventivazione e gestione delle commesse industriali, anche con l'implementazione dei relativi sistemi informativi di supporto.
- l'ulteriore sviluppo del nuovo sistema integrato di gestione e supporto ai processi contabili, economici e finanziari dell'Azienda (SAP).
- la progettazione organizzativa ed il supporto allo start-up di nuove società del gruppo (RAI Cinema, RAI Net RAI Click e RAI Fiction). Ciò ha comportato un lavoro in team con le funzioni aziendali competenti per la definizione dei processi

aziendali in ottica di gruppo. Inoltre sono stati riprogettati anche diversi sistemi informativi per adeguarli alle nuove esigenze e processi inter-aziendali.

- *l'avvio e l'ulteriore definizione del progetto di evoluzione organizzativa del Gruppo Rai verso una Holding Multisocietaria.*

PIANIFICAZIONE ORGANICI

Il budget per l'anno 2000 ha segnato una inversione di tendenza nella definizione degli organici, prevedendo, dopo alcuni anni di riduzioni generalizzate, un potenziamento delle aree di core business aziendale (editoriali e di produzione).

L'attività connessa alla gestione degli organici ha consentito di chiudere l'esercizio con un risultato comunque al di sotto degli obiettivi di budget previsti.

Al 31 dicembre 2000 il personale in organico ammontava a 9.779 unità contro le 10.449 dell'anno precedente. La riduzione di 670 unità corrisponde alla differenza tra 934 cessazioni (737 nell'esercizio precedente) e 264 assunzioni (478 nell'esercizio precedente). Nelle 934 cessazioni sono comprese 726 uscite per cessione ramo d'azienda verso Rai Way e 42 uscite per cessione ramo d'azienda verso Rai Cinema.

Delle 934 cessazioni, 77 (un numero ben al di sotto di quello dell'anno precedente) sono state quelle incentivate mentre sul fronte delle 264 assunzioni, 86 sono relative al riassorbimento dei contratti di formazione lavoro stipulati negli anni 1998-1999. Particolare attenzione è stata riservata alle dinamiche di inserimento delle risorse a CFL, il cui numero di insieme risulta lievemente calante rispetto all'anno precedente.

In conclusione, con i risultati conseguiti nel 2000, l'organico della Rai si è ridotto nel periodo 1994-2000 da 12.713 a 9.779 unità.

GESTIONE RISORSE CHIAVE E POLITICHE RETRIBUTIVE

Nel corso dell'anno sono stati consolidati e sviluppati i nuovi strumenti di gestione del personale, inclusi quelli, più specifici, connessi alle politiche retributive, riuscendo a rendere ancora più concreto l'obiettivo di capovolgere la prospettiva della gestione delle risorse umane.

Si è passati, progressivamente, da un sistema di gestione basato su regole, procedure e prassi standardizzate e meno flessibili ad uno maggiormente incentrato sulle caratteristiche professionali ed attitudinali del singolo dipendente, assai più duttile e reattivo nei confronti sia delle esigenze aziendali che di quelle del personale e (pertanto)

molto più coerente con una logica di razionalizzazione delle attività in azienda, fondata su rapidità e condivisione dei processi.

La maggiore conoscenza delle potenzialità delle persone ha favorito una più intensa attività di mobilità orizzontale, anche tra le diverse società del gruppo, ed una adeguata pianificazione dello sviluppo delle carriere, in particolare per le promozioni a quadro super ed a dirigente.

Quanto al processo di definizione delle politiche retributive, questo è stato ispirato a due principi di riferimento: corresponsione di premi annuali flessibili in funzione del raggiungimento degli obiettivi assegnati e riconoscimento di un aumento retributivo fisso solo in caso di variazioni di ruolo e di elevate prestazioni ricorrenti.

Il ruolo istituzionale della Direzione Risorse Umane, di essere fonte di indirizzo e controllo delle politiche del personale è stato esplicitato non solo, come accade ordinariamente, nei confronti delle divisioni o delle direzioni autonome, ma anche e soprattutto nei confronti delle nuove società del gruppo, la cui fase di start up è stata seguita, per quel che riguarda la gestione del personale, con una continua attività di consulenza, sostegno ed indirizzo (anche con riferimento alle varie problematiche giuslavoristiche).

SELEZIONE E SVILUPPO

Sviluppo

Si è proceduto nell'applicazione del sistema di sviluppo - basato sull'interazione del processo di valutazione del potenziale, delle competenze professionali e della prestazione - finalizzato alla valorizzazione dei dipendenti, e realizzato attraverso l'individuazione di percorsi di carriera e di crescita professionale comprendenti anche iniziative di mobilità orizzontale.

In particolare, lo strumento della valutazione del potenziale, applicato sistematicamente a tutto il personale di interesse aziendale, ha consentito di identificare le aree di forza e di debolezza di 832 risorse (di cui circa 50 nel bimestre novembre/dicembre 2000). In relazione alla ristrutturazione dei processi produttivi di rete è stata inoltre attuata l'iniziativa rivolta ai programmisti registi, registi ed assistenti alla regia interni alla RAI, per i quali si è provveduto ad organizzare un assessment finalizzato ad individuare candidati che per competenze e profilo risultano potenzialmente idonei a svolgere le mansioni di "promoter" "account" e "producer".

Sono già state processate circa 300 persone per le quali è in corso la fase di valutazione delle competenze tecniche da parte della commissione di esperti.

Per quanto riguarda la mappature delle competenze tecniche presenti in Azienda, rilevate secondo il sistema delle famiglie professionali, è stata completata l'analisi e sono state avviate le conseguenti iniziative formative e di sviluppo relative all'area del controllo di gestione, del centro ricerche, di ICT., del giurista d'impresa, degli amministrativi, degli ingegneri della produzione, del marketing e del personale.

Particolare attenzione è stata inoltre dedicata all'area produttiva caratterizzata da una pluralità di professionalità tecniche (operatori di ripresa, direttori di luci e fotografia, montatori e curatori della post produzione, tecnici di programma, tecnici di impianti, assistenti alla regia e registi, per un totale di circa 1732 persone), per le quali è stata di recente conclusa la fase di valutazione delle competenze.

L'affermazione di tali strumenti di valutazione (rilevazione delle competenze professionale, analisi del potenziale, sistema di valutazione della prestazione) e la crescente condivisione degli stessi da parte degli interessati ha avviato una proficua sinergia volta ad una più efficace e mirata gestione e crescita professionale delle risorse.

Selezione

Il consolidamento dell'attività di selezione è proseguito per tutto il 2000 ed ha comportato un incremento considerevole, rispetto all'anno precedente, del numero di persone valutate secondo la logica di analisi del potenziale. In particolare, a fronte delle circa 8.000 candidature pervenute, comprensivi di curricula spontanei ed in risposta ai job posting pubblicati sul sito internet aziendale, sono stati sottoposti al processo di selezione poco meno di 700 candidati. Una volta terminata la fase valutativa, Selezione Corporate si preoccupa di fornire alle linee indicazioni in merito alle potenzialità e alle eventuali aree di miglioramento degli idonei. Questo al fine di garantire una gestione ed un impiego quanto più proficuo possibile della risorsa acquisita.

La struttura di Selezione si è andata, quindi, sempre più caratterizzando in termini di service sia alle strutture aziendali sia, soprattutto, nei confronti delle nascenti Società del gruppo Rai (Rainet, Raiclick, Raiway, Serra Creativa, ecc.), le quali sono state ampiamente supportate per la definizione, la ricerca e la selezione di tutti i profili necessari alle loro esigenze.

In particolare, le professionalità verso le quali si è manifestato un maggior interesse da parte dei clienti interni sono state, insieme alle figure tecnico-informatiche richieste per lo più dalle società Rainet e Raiway, quelle relative alle aree di Marketing, Vendite e Controllo di Gestione.

È proseguita, parallelamente, l'attività di formazione per lo sviluppo delle competenze di selezione, verso i colleghi del "Recruiting Team", ovvero un gruppo di lavoro interdivisionale costituito dai rappresentanti dei presidi di selezione all'interno delle strutture personale delle diverse Direzioni/Divisioni aziendali.

FORMAZIONE

Per comodità di lettura, le diverse aree di impegno sono state suddivise in *formazione manageriale, corsi di lingue straniere, sicurezza e ambiente, formazione giornalistica ed area programmi, attività esterna, comunicazione interna*.

Formazione manageriale

In quest'area sono ricompresi i corsi di introduzione nel Gruppo RAI per neo assunti (formazione obbligatoria per CFL laureati e non), i corsi mirati di sviluppo individuale - legati alla valutazione della prestazione e dei risultati, agli assessment ed alle c.d. "famiglie professionali"- ed alcuni progetti speciali.

Nel 2000 sono state realizzate oltre 30 edizioni del nuovo "Corso di introduzione in azienda" per non laureati e cinque edizioni del nuovo percorso "Scenari d'impresa e strumenti di autosviluppo" destinato ai laureati assunti in quanto tali. Per quanto riguarda invece i corsi sui comportamenti organizzativi generati dall'attività di analisi del potenziale, sono state registrate circa 800 partecipazioni totali, ripartite sui cinque titoli in catalogo (ascolto, comunicazione, team working, pianificazione, creatività). Circa il 10% dei corsi è stato realizzato in modalità outdoor. Per quanto riguarda invece i corsi di contenuto professionale si segnalano circa 250 partecipazioni individuali, ripartite fra i corsi a calendario IRI Management e le iscrizioni a corsi esterni di contenuto specifico.

Lingue straniere

I nuovi criteri di ricognizione dei fabbisogni, messi a punto nel novembre del 1999, hanno consentito di censire, con appositi test, il livello linguistico effettivo ed i fabbisogni di una popolazione di circa 800 risorse, e di tarare conseguentemente l'erogazione dei corsi (sia individuali che collettivi) sulla base delle competenze linguistiche effettivamente necessarie. È stata infine realizzata una prima sperimentazione di tecnologie multimediali (CBT, tutoraggio a distanza e docenza tradizionale) presso il Centro Ricerche di Torino.

Sicurezza

Le nuove normative in tema di sicurezza che prevedono, su molte aree di contenuti, il passaggio dalla semplice informazione del lavoratore alla vera e propria formazione e i sostanziali mutamenti dell'assetto organizzativo interno hanno reso necessario nel corso del 2000 un forte investimento in tema di sicurezza, all'incirca decuplicato rispetto ai passati esercizi.

Sono state coperte quasi del tutto le esigenze formative legate alle squadre anti incendio e di primo soccorso, realizzando su tutto il territorio oltre 50 edizioni delle suddette attività formative, certificando i livelli di apprendimento in entrata ed in uscita degli oltre 650 partecipanti. Sono state poi realizzate, per la copertura dei rischi specifici della Direzione SEIM, numerose attività tematiche che hanno visto la partecipazione dei responsabili dei servizi di prevenzione e protezione di altre Direzioni, Divisioni e Società del Gruppo.

Formazione Giornalistica ed area Programmi

Le principali attività di formazione per giornalisti si sono articolate rispetto alle seguenti esigenze di base:

- fornire, a livello individuale, le tecniche e gli strumenti per il presidio del ruolo (ad esempio corsi sulle tecniche di dizione, conduzione, tecniche espressive, radiotelecronaca e, più in generale, tutte le attività connesse ad uno specifico "mestiere");
- garantire l'aggiornamento sulle nuove tecnologie e sui nuovi modelli produttivi ed editoriali;
- offrire momenti di approfondimento collettivi su tematiche attuali, emergenti, o laterali, finalizzati a fornire chiavi di lettura più ampie ed articolate della realtà;
- presidiare le attività di formazione dell'area ideativa e dell'area grafica (corsi per i grafici dei TG, seminari sulla Fiction e sulla struttura della sceneggiatura).

Attività esterna

La voce "attività" esterna è riferita a costi ed iniziative non destinati a personale RAI. In particolare sono stati accolti circa 400 stagisti, in una logica di avvicinamento fra impresa e sistema formativo del Paese.

Comunicazione Interna

È stato riprogettato il sito intranet della comunicazione interna, che diffonde sulla piattaforma intranet tutte le comunicazioni organizzative, i dati di ascolto, la rassegna stampa e quant'altro necessario per l'attività quotidiana dei dipendenti. La piattaforma

tecnologica è stata potenziata al fine di diffondere attraverso lo stesso strumento (Web TV) conferenze stampa, filmati ed eventi.

Area Relazioni Sindacali

Nel corso dell'anno 2000 sono stati sottoscritti con le diverse OO.SS, in particolare, gli accordi riportati di seguito in ordine cronologico.

- Gli Accordi relativi alle *cessioni di ramo d'azienda*, ai fini dell'esperimento della procedura di informazione ai sindacati di cui all'art. 47 della Legge 428/1990 per le nuove società RAI WAY (gennaio e febbraio 2000) e RAI CINEMA (maggio 2000).

In sintesi con i citati Accordi si è convenuta l'estensione dell'applicazione dei diversi Contratti Collettivi di categoria (giornalisti, dirigenti, quadri, impiegati ed operai), della previdenza integrativa ed assistenza sanitaria nonché della disciplina dei contratti di lavoro a T.D. a favore del personale inquadrato nelle nuove società;

- L'Accordo per la *Radiofonia* (19, 20 e 21 luglio 2000), con cui, in relazione all'introduzione di nuovi apparati digitali per la produzione dei programmi e dell'informazione radiofonica, si è convenuto in particolare di assegnare ai giornalisti ed ai programmisti registi mansioni operative connesse alla realizzazione del prodotto radiofonico (montaggio, ripresa e registrazione).

Tali innovazioni determinando una diversa organizzazione di lavoro hanno permesso il ricollocamento di trenta unità dell'area tecnica radiofonica presso altri settori produttivi dell'Azienda;

- Accordo sul *bacino di reperimento professionale dei programmisti registi* (31.10 e 3.11.2000).

Tale accordo prevede, in particolare:

- ♦ l'ampliamento del bacino preesistente da circa 220 a circa 350 unità utilizzando il criterio consolidato della continuità di utilizzazione nella figura professionale e l'estensione del periodo di vigenza dell'accordo da 3 a 5 anni;
- ♦ l'estensione dell'ambito di applicazione dell'accordo anche alle società del gruppo RAI SAT e RAI CINEMA con conseguenti maggiori opportunità di lavoro per i programmisti;
- ♦ la previsione di un avanzamento di categoria per i programmisti già facenti parte del precedente bacino a titolo di riconoscimento dell'anzianità professionale;
- ♦ Oltre ai predetti miglioramenti l'Azienda ha concordato con il Sindacato che, nel periodo di vigenza dell'accordo, verranno scaglionate nel tempo 50 assunzioni di programmisti registi del bacino.

- **Accordo per la regolamentazione del diritto di sciopero nei servizi pubblici essenziali** (4 dicembre 2000) con l'Unione Sindacale di Giornalisti Rai e la Federazione Nazionale della Stampa Italiana.

In particolare con tale Accordo, in linea con le previsioni della legge 146/90, così come modificata dalla legge 83/2000, sono state concordate:

- ♦ l'efficacia ed il campo di applicazione delle norme *de quo*;
 - ♦ la regolamentazione dei conflitti di lavoro riguardo all'istituzione di procedure di raffreddamento e conciliazione, alla proclamazione e durata dello sciopero, all'intervallo minimo tra le azioni di sciopero, alla revoca dello sciopero;
 - ♦ le prestazioni indispensabili da garantirsi ad opera del personale giornalistico preposto;
 - ♦ una diversa disciplina dello sciopero nella forma di astensione delle mansioni in voce e/o in video;
- **Accordo per l'assunzione del personale giornalistico** da destinare alle Testate dei canali generalisti televisivi e radiofonici attraverso un'iniziativa selettiva di reclutamento.

Tale accordo è stato stipulato in linea con le previsioni contrattuali (v. in particolare il punto 25 della Carta dei Diritti e dei Doveri del Giornalista del Servizio Pubblico Radiotelevisivo), ed in coerenza con il documento di indirizzo sul pluralismo nel servizio pubblico radiotelevisivo della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, diffuso in azienda con la circolare del Direttore Generale n. 0083 del 17 febbraio 1997.

In particolare, l'accordo prevede l'organizzazione di una selezione, riservata a giornalisti professionisti occupati, disoccupati ed inoccupati, finalizzata alla creazione del bacino di reperimento del personale giornalistico da assumere con contratti di lavoro subordinato a tempo determinato o a tempo indeterminato, in qualità di redattore, per future esigenze nelle redazioni nazionali e regionali.

I giornalisti che abbiano collaborato con la Rai con contratti a TD, regolati dagli artt. 1 e 2 del CNLG, nel periodo dal 1 gennaio 1996 al 31 dicembre 2000, per più di 200 giorni saranno ammessi anche se carenti dei requisiti richiesti per la partecipazione alla selezione; inoltre i giornalisti che, nel predetto periodo, sono stati impegnati con contratti a termine per più di 500 giorni, non dovranno sostenere le prove scritte.

In base ai risultati della selezione saranno individuati circa 350 candidati idonei, distinti all'interno di fasce di merito che terranno conto anche della possibile collocazione sia territoriale sia professionale.

3. OFFERTA TELEVISIVA

I PALINSESTI TV

L'offerta televisiva delle tre Reti RAI si è sviluppata in modo coerente con le linee editoriali fissate dal Consiglio di Amministrazione e con gli obblighi assunti con il Contratto di Servizio.

Oltre il 65% della programmazione viene, infatti, coperto da programmi per bambini (5,8%), telegiornali (16,6%), informazione (12%), cultura (13,7%), servizio (9,9%) e sport (7,2%). A questa quota vanno aggiunte le ore dedicate alla fiction italiana ed europea ed ai film di particolare livello artistico (come indicato dal Contratto di Servizio) che portano il valore totale di copertura al 75,2% .
(vedi allegato 1)

In particolare l'andamento negli ultimi anni della quota riservata ai generi indicati dall'articolo 2 comma 2 del Contratto di Servizio è stato il seguente:

1997: 72,6% - 1998: 72,9% - 1999: 74,3% - 2000: 75,2%

Nel 2000 le ore riservate all'**informazione** sono state circa 6.700 (di cui: per il 61% telegiornali, per il 20,6% inchieste, per il 14,1% rubriche curate dai Telegiornali e per il 4,3% tribune politiche, programmi dell'accesso e di informazione parlamentare). Nel dettaglio, l'offerta relativa alla **comunicazione istituzionale** ha superato le 300 ore di trasmissioni (di cui: 17,2% in occasione delle elezioni regionali, 11,0% per i referendum, 6,2% per le tribune ed i messaggi al di fuori dei due appuntamenti elettorali, 11,8% per i programmi dell'accesso, 30,0% per le rubriche e i Tg parlamentari, 23,8% per il *Question time* e Dirette dal Parlamento).

L'impegno sui **programmi culturali** si traduce in 2.865 ore di trasmissioni (così ripartite: teledidattica 27,8%, educational 22,2%, documentari 21,6%, scienza, storia e ambiente 20,3%, concerti di musica seria, lirica e prosa 8,1%).

Le ore dedicate agli **eventi sportivi** sono state 1.084 di cui, escludendo le grandi manifestazioni quali le Olimpiadi, gli Europei di calcio e la Formula 1, il 65,2% è stato riservato agli "altri sport".

L'anno appena trascorso è stato l'anno del **Giubileo**. La Rai ha dedicato a questo evento 326 ore di programmazione nel periodo dal 24/12/1999 al 6/1/2001.
(vedi allegati 2a - 2e).

Nel corso dell'ultimo anno, la Rai si è dimostrata come sempre capace di interpretare la fase di profonda trasformazione socio-culturale del Paese. In questa prospettiva, ha

verificato e riadeguato il posizionamento e il profilo delle reti, in modo rappresentare al meglio la complessità del processo in atto e l'intreccio fra innovazione e tradizione. I risultati raccolti in termini di ascolti si accompagnano, quindi, alla qualità della programmazione, in linea con l'impegno di servizio pubblico.

Nell'intera giornata, la Rai ha raccolto una media di 4 milioni 186mila spettatori rispetto ai 3 milioni 839mila di Mediaset e agli 823mila delle altre. In termini di share, tocca il 47,31%, rispetto al 43,39% di Mediaset e al 9,30% delle altre.

Per quanto concerne il dettaglio della prima serata: 12 milioni 260mila spettatori è l'ascolto della Rai contro i 10 milioni 506mila di Mediaset e ai 2 milioni 133mila delle altre. Tradotto in share, l'ascolto Rai raggiunge il 49,24% - il quarto miglior risultato dall'87 - a fronte del 42,19% di Mediaset e all'8,57% delle altre.

Il dettaglio delle singole reti vede nell'intera giornata Raiuno con il 23,30% di share, Raidue al 14,58 mentre Raitre fa segnare un 9,43% . In prima serata, dove Raiuno supera il tetto del 25% (25,06%), si registra il 14,19% di Raidue ed un 9,99% per Raitre.

(vedi allegati 3,4,5 e 6a - 6b)

In sintesi, **Raiuno** si conferma la *prima* rete, generalista nel posizionamento e nell'offerta, autorevole, familiare, rete-di-tutti. Pur nel segno della continuità, Raiuno si è dimostrata in grado di mediare con efficacia fra pubblico tradizionale, esigenze di servizio e nuove tendenze del costume e della sensibilità sociale. Il risultato conseguito da **Raidue** - in coerenza con la *mission* editoriale assegnata - va ricollegato al processo di riposizionamento in corso sui target più giovani e più dinamici: una rete sempre più innovativa e di tendenza. **Raitre** tende a rafforzare il suo profilo di rete aperta al territorio, con una forte accentuazione di servizio e impegno socio-culturale.

A questi risultati di carattere generale si aggiungono alcune informazioni sull'accoglienza riservata dal pubblico ai vari generi televisivi.

Informazione: I Telegiornali della Rai posti a confronto con quelli in onda in orari concomitanti presso le altre emittenti ottengono sempre il maggior consenso di pubblico.

(vedi allegati 7a - 7b)

Per tutti gli altri generi è possibile notare come costante il fatto che in ciascuna delle classifiche relative ai programmi più seguiti l'offerta della Rai ottiene sempre il maggior numero di piazzamenti; questo in particolar modo nei generi che ne costituiscono il plus differenziale rispetto alle altre emittenti.

(vedi allegati 8a - 8l) .

RAIUNO

Nell'epoca della multimedialità e di una vera e propria corsa verso quella che viene definita la intermedialità, cioè la connessione attiva dei vari mezzi di comunicazione che dialogano alla pari, la televisione sembra avere nel contempo un ruolo centrale, come accentratrice e organizzatrice degli altri mezzi, e un ruolo meno esclusivo rispetto ai tempi in cui aveva cannibalizzato tutti gli altri.

In realtà la televisione, e in particolare il servizio pubblico, si pone ancora come l'unico strumento di cultura popolare alla portata di tutti e ancora come l'unico mezzo che permette di fruire più prodotti e informazioni nello stesso tempo, di buono o elevato livello di qualità. Una premessa, questa, che serve anche per definire i termini di una complessa situazione di competizione che ha allargato l'arena dai due contendenti classici, televisione pubblica e televisione privata, ad altri nuovi concorrenti come internet e pay-tv

In questa situazione Raiuno, nel garantire come servizio pubblico il pluralismo delle diverse realtà sociali del nostro Paese, è riuscita ancora una volta a imporsi come la televisione leader e come la televisione degli italiani. Ha permesso cioè, attraverso un'accurata varietà di generi e di proposte televisive, l'identificazione del telespettatore nei programmi o nei conduttori. Raiuno resta la casa di tutti.

L'attività editoriale della rete si è quindi posta sostanzialmente due obiettivi: quello di consolidare l'identità tipica della rete familiare, rassicurante e garante delle autonomie e delle diverse voci sociali; e quello di trovare nuovi linguaggi per poter sperimentare strade innovative della comunicazione televisiva.

Raiuno continua quindi a rappresentare un modello storico di televisione generalista rivolta al grande pubblico, con una offerta differenziata dei diversi generi tv, che ha permesso in un anno complesso e insidiato da offerte televisive accattivanti, come *Il grande fratello* di Canale 5, non solo di raggiungere gli obiettivi di share, ma di vincere sulle altre reti con una media totale annua del 25.03% di share

Programmi, rubriche di informazione e attualità, fiction, intrattenimento per le serate e la domenica pomeriggio, sono stati distribuiti su un palinsesto ragionato e calibrato non solo dalle scelte di marketing strategico e di ascolto, ma anche in relazione alle necessità del pubblico con particolare attenzione per le fasce più deboli (anziani ma anche bambini).

Tra gli obiettivi strategici di Raiuno c'è non solo quello di arrivare ad un pubblico più vasto possibile ma anche quello di garantire con diffusione vastissima, la qualità, il pluralismo e la dignità del prodotto. A partire soprattutto dall'autunno si è proceduto ad

un ulteriore affinamento delle linee editoriali in termini di offerta differenziata e competitiva, tenendo sempre presente l'alto profilo qualitativo del prodotto.

La programmazione e i suoi generi

Raiuno anche nel 2000 ha garantito una continuità di linguaggio proponendo al pubblico appuntamenti conosciuti e apprezzati da anni come i programmi di **informazione e di servizio** quali **Porta a porta**, un ineludibile luogo della discussione politica e di attualità condotto da Bruno Vespa per tre sere la settimana. **Il Fatto** di Enzo Biagi che si conferma come striscia di approfondimento dell'informazione d'attualità; **Linea verde** un programma che vede crescere in maniera costante gli ascoltatori per la cura e il garbo con cui vengono proposti i temi della natura, dell'agricoltura e del vivere sano con la nuova conduzione di Fabrizio Del Noce; **Linea blu** un appuntamento storico per gli appassionati del mare; **Superquark** un appuntamento di successo che nel 2000 ha prodotto **Speciali** di risonanza internazionale come quello dedicato a Giuseppe Verdi nel centenario della nascita.

La giornata di Raiuno

Anche nell'area dell'intrattenimento il palinsesto di Raiuno ha tenuto conto delle esigenze del suo vasto pubblico con programmi che durante la giornata si sono proposti come contenitori e condensatori di notizie e suggerimenti legati ai temi della quotidianità. A cominciare da un appuntamento consueto come **Domenica In**.

Il *day time* è stato caratterizzato da **Unomattina** che dall'autunno in poi è cresciuto sensibilmente di ascolto (con un incremento del 10% di share) e con il nuovo programma **La prova del cuoco** una produzione che sfrutta la passione degli italiani per il cibo e la cucina.

Anche il *pomeriggio* della prima rete dall'autunno in poi ha dato ottimi risultati con quella che si può definire una programmazione-sequenza di due programmi: **Alle due su Raiuno** e **La vita in diretta**, dove i conduttori passandosi un'ideale staffetta propongono, in maniera diversa, il salotto come luogo di incontro tra i protagonisti dello spettacolo, della musica e del cinema con la gente comune. L'itinerario pomeridiano così concepito si chiude sul preserale e serale con un programma che si è rivelato un successo crescente **Quiz show**. La conferma che la formula del gioco a quiz continua ad affascinare gli italiani dalla nascita della televisione, soprattutto quando la dinamica domanda-risposta si costruisce su una solida base culturale.

Nel *prime time* i programmi simbolo della rete e l'utilizzo strategico della fiction nel palinsesto, sono state le carte vincenti di Raiuno.

Le cinque puntate evento con **Renato Zero** il martedì, le grandi serate del sabato sera prima con **Torno sabato** di Panariello e poi con **Carramba** di Raffaella Carrà, i campionati europei di calcio sono le punte di diamante di questa fascia oraria.

La *fiction* ha determinato fortemente il palinsesto della rete, tenendo insieme due formule: quella della serialità (**Un medico in famiglia** e **Incantesimo**) che serve a fidelizzare il pubblico; e la miniserie che ha permesso di proporre una ampia gamma di storie legate a temi di attualità e di cronaca (**Una storia qualunque**, **Piovuto dal cielo**).

Anche la fiction, che ha proposto sostanzialmente due tipologie di racconto, la commedia sentimentale con grandi star e l'evento legato per lo più alla storia, si è imposta nella stagione autunnale con alcuni grandi eventi. In particolare **San Paolo**, e **Padre Pio** una miniserie in due puntate, quest'ultima, che al grande impegno produttivo ha risposto non solo con un altissimo gradimento del pubblico ma creando un vero e proprio caso televisivo.

RAIDUE

Nell'anno 2000 Raidue ha profondamente ristrutturato il proprio modello d'offerta per adeguarsi alla nuova missione aziendale che prevede il radicamento nel pubblico giovane.

A questo scopo è stato totalmente ridisegnato l'intero pomeriggio dei giorni feriali e della giornata del sabato – essendo la domenica “Quelli che il calcio...” di Fabio Fazio già pienamente in sintonia con i gusti del target – con il lancio di programmi mirati tra le 14.00 e le 16.00 e con la creazione di uno spazio dedicato al pubblico dei bambini nella fascia oraria 16.00 – 18.00. In prima e seconda serata il riposizionamento della Rete ha comportato l'inserimento in palinsesto di prodotti seriali d'acquisto quali “Streghe” – che si affianca al consolidato “E.R. – Medici in prima linea” – e di varietà originali quali “Convencion” e “Libero”. Grande visibilità è stata riservata in palinsesto alla programmazione di tipo informativo grazie all'innescò nella Rete del gruppo di lavoro di Michele Santoro cui è stata affidata la copertura di una collocazione di prima serata (“Il raggio verde”) ed una di seconda (“Sciuscià”).

Raidue ha confermato poi anche nel 2000 la propria vocazione per l'evento culturale, con operazioni di successo quali il monologo di Marco Paolini sulla tragedia di Ustica, e per l'attenzione ai nuovi talenti con il ciclo di comici di Palcoscenico.

Fiction di qualità, infine, con i nuovi episodi della serie tratta dai romanzi di Andrea Camilleri “Il Commissario Montalbano”.

RAI TRE

Il 2000 è stato un anno che ha visto il consolidamento della linea editoriale che si era già predisposta nel precedente anno con l'obiettivo di qualificare in maniera sempre più visibile il ruolo di rete di servizio. Si sono alzati gli ascolti sia del prime-time che del day-time.

Tale obiettivo è stato raggiunto attraverso un sistema di accostamento di una serie di nuovi titoli ai programmi "storici" e di allargamento delle aree di programmazione di pertinenza della rete.

La prima serata presenta programmi aventi uno stretto rapporto con il pubblico, mirati a temi di valenza sociale fortemente avvertiti: tematiche sulla salute, prevenzione sanitaria, qualità della vita ("Elisir"); difesa del cittadino - consumatore ("Mi manda Raitre"); viaggi, ambiente e natura ("Il pianeta delle meraviglie"); individuo e società ("Chi l'ha visto?", "In nome del popolo italiano"); particolare gradimento ha poi il programma di varietà culturale "Novecento" condotto da Pippo Baudo.

Un unanime apprezzamento di critica e di pubblico si è avuto anche con il proseguimento del ciclo "La grande storia".

Accanto alla conferma di trasmissioni già in corso si sono proposti cicli di cinema di qualità, con forte capacità di connotazione del profilo editoriale della rete.

È stata inoltre proposta, sempre in prima serata, oltre alla fiction autoprodotta di "Un posto al sole", anche un'altra dal titolo "La squadra", sempre realizzato presso il Centro di Produzione Tv di Napoli..

Nella fascia **day-time** è stato confermato il programma "Geo & Geo", che vede un pubblico sempre più in crescita, riservando maggiori spazi ad una serie di argomenti che hanno accentuato il carattere di interattività e di servizio.

Ma la principale conferma per tale fascia d'orario è rappresentata dall'attenzione che s'intende dedicare ai programmi per l'infanzia, nella logica della rete di servizio. Va ricordata infatti "La Melevisione", una proposta che risponde alla missione della rete di tutela della fasce di telespettatori "minori", i bambini dai 4 ai 7 anni, con prodotti mirati di alta qualità.

Nella fascia della **seconda serata**, la Rete ha confermato la sua linea editoriale imperniata sulla tematizzazione, sulla specializzazione per target e sull'impegno culturale.

Hanno fornito continuità di appuntamento informativo le inchieste video-giornalistiche di "Report" di Milena Gabanelli, "Blu notte" di Carlo Lucarelli, "Così va il mondo" di Enrico Deaglio un'importante documentazione per la conoscenza del Paese; "Sfide" di Simona Ercolani e Giovanni Filippetto, in collaborazione con Raisport.

Hanno accompagnato tale programmazione altri appuntamenti, alcuni "storici", quali "Harem" di Catherine Spaak e "Storie maledette" di Franca Leosini, altri nuovi come "Energia" con Alan Friedman, strumento televisivo di informazione sulla new economy.

La Rete quest'anno, per tutto il periodo delle Olimpiadi a Sidney, ha realizzato collegamenti in diretta e differita confermando il suo ruolo di rete di servizio.

Sempre in linea con gli obiettivi programmatici e come conferma di una caratterizzazione culturale, la Rete trasmette "La musica di Raitre", programmazione settimanale di un concerto o opera musicale di compositori classici, e "Prima della prima"; da segnalare quest'anno la ripresa del concorso "Premio Callas" per voci nuove.

RAI SPORT

L'anno che si è appena concluso è stato ricco di avvenimenti sportivi internazionali e nazionali.

Tra tutti spiccano i Giochi olimpici di Sidney con Raitre, che in collaborazione con Rai Sport, si è trasformata in una vera e propria rete olimpica: quattordici ore di dirette quotidiane, un magazine con ospiti in studio nel salotto Rai a Sidney e lunghe sintesi dei migliori momenti, una rubrica con servizi riepilogativi della giornata ed un appuntamento introduttivo alle dirette.

Un dispiegamento di uomini e mezzi importante per consentire al pubblico da casa di seguire con una particolare attenzione le prestazioni degli atleti azzurri che si sono ben comportati.

Suggestive, in particolare, le due Cerimonie, d'apertura e chiusura, che sono state riconosciute come le più riuscite di sempre dal punto di vista televisivo.

Altamente significative e oltre i semplici confini sportivi, si sono poi rilevate le Paraolimpiadi. La Rai, sempre dall'Australia, ha prodotto sintesi e servizi sulle gare che vedevano impegnati atleti disabili, con non poche soddisfazioni per i nostri portacolori.

Altro evento di primaria importanza, che ha fatto registrare continui record d'ascolto, si è rivelato il Campionato Europeo di calcio in Belgio ed Olanda.

Rai Sport ha prodotto ore e ore di trasmissione, con quasi tutte le partite della fase finale in diretta (soltanto quattro sono state offerte in differita). Una task force della Rai, composta da giornalisti, tecnici e impiegati, ha consentito la personalizzazione delle partite della Nazionale italiana e la trasmissione da uno studio dell'IBC di Amsterdam di rubriche quotidiane e di pre e post partite.

Sempre da Amsterdam ha realizzato, in collaborazione con "La Gazzetta dello Sport", la rubrica "Eurocalcio Satellite" e in anteprima assoluta in Italia ha offerto dati statistici sui giocatori, tattiche e curiosità grazie al sistema computerizzato IVG (indice di valutazione generale).

Da Roma, Rai Sport ha trasmesso tutti i giorni, escluse le domeniche, "Dribbling Europei", rubrica d'approfondimento con interviste ai protagonisti e agli addetti ai lavori.

Sempre per il calcio, Rai Sport ha offerto gli incontri della nazionale maggiore validi per la qualificazione ai prossimi Mondiali; le finali di Supercoppa, di Coppa Uefa e di

Coppa Italia (con le immagini dell'ultimo grave incidente occorso al campione brasiliano Ronaldo, che hanno fatto il giro del mondo).

Oltre le tradizionali rubriche calcistiche, Rai Sport ha proposto agli appassionati di calcio tre nuove trasmissioni: "Sportivamente", un momento di approfondimento dedicato ad un tema di particolare interesse; "Speciale Uefa", trasmissione che precede e segue immediatamente le partite di cartello del turno di Coppa, con servizi e interviste; "Eurogol", rassegna internazionale di gol e immagini relative ai Campionati francese, inglese e spagnolo.

Per il ciclismo, suggestiva e ricca di significati, è stata l'ultima edizione del Giro d'Italia, legata in maniera imprescindibile alle celebrazioni del Giubileo. I corridori, ricevuti in udienza dal Santo Padre in Vaticano, hanno percorso il prologo del Giro per le vie del centro di Roma, con l'arrivo a Piazza San Pietro. E le telecamere Rai hanno offerto uno spettacolo unico che si è protratto per tre settimane fino alla classica passerella di Milano. Uno sforzo, anche qui, sia dal punto di vista giornalistico che tecnico, con l'ausilio determinante delle riprese in movimento offerte dagli elicotteri e dalle moto in corsa. Il palinsesto classico del Giro ha visto tutti i giorni, su Raitre un susseguirsi di rubriche, da "Giro Mattina", a Giro diretta e Giro all'arrivo, per poi proseguire con "Il processo alla Tappa", "T-Giro" e "Giro Notte".

Uno spazio di rilievo la Rai l'ha riservato anche al Tour de France con due ore di telecronache dirette al giorno e servizi dei nostri inviati così come ai Mondiali su strada disputatisi in Francia.

La Rai ha prodotto come broadcaster la Milano-Sanremo ed il Giro di Lombardia e ha seguito in diretta tutte le gare valide per la Coppa del Mondo.

Nei motori Rai Sport ha seguito tutte le tappe del trionfo Ferrari in Formula Uno con le telecronache dirette di tutti i Gran Premi, la produzione per l'Eurovisione sui circuiti di Imola e Monza, il pre e post gare con "Pole Position" e gli approfondimenti ed i servizi di "Pit Lane". Gli ascolti delle dirette hanno toccato punte tra i 10 e i 12 milioni di telespettatori.

Ampio spazio anche al Motomondiale con le interviste personalizzate da Rai Sport sui circuiti. La Rai ha prodotto il Gran Premio d'Italia al Mugello.

Un discorso a parte merita l'esaltante avventura di "Luna Rossa" nell'Americàs Cup di vela. La Rai ha seguito in diretta tutte le gare relative alle semifinali ed alla finale della Louis Vuitton Cup e la sfida al meglio delle nove regate contro i "defender" neozelandesi per la Coppa più ambita. Ore di dirette durante la notte che hanno catturato l'attenzione di un pubblico sempre più crescente, composto non soltanto di esperti di vela ma soprattutto di neofiti. Un'audience sempre più alta, con share tra il 50% ed il

60%. Rai Sport ha personalizzato con uno studio sul posto il prodotto con interviste in diretta ai protagonisti ed agli esperti.

Altro avvenimento di un certo richiamo è stato il Sei Nazioni di rugby con le partite casalinghe dell'Italia prodotte dalla Rai. Rai Sport ha anche prodotto l'avvincente sfida con i neozelandesi a Genova.

Per l'atletica Rai Sport ha proposto l'affascinante maratona di New York e ha prodotto la Maratona di Roma dedicata al Giubileo e il Golden Gala allo Stadio Olimpico di Roma.

Tra gli altri importanti appuntamenti: gli europei di nuoto a Helsinki con i successi dei nostri atleti; i mondiali di pugilato di Piccirillo e Perugino, l'europeo di Duran e l'intercontinentale di Cantatore; le tradizionali gare d'ippica dall'Amerique all'Arc de Triomphe, dall'Agnano al Merano.

E poi l'Oxford-Cambridge di canottaggio, il concorso d'equitazione di Piazza di Siena, a Roma, e i campionati femminili e maschili di basket e pallavolo.

Il 2000 è stato un anno importante anche per Rai Sport Satellite. Il canale satellitare sportivo della Rai ha prodotto nuove rubriche come "Pianeta D", rassegna del calcio interregionale, "A ruota libera", appuntamento settimanale con il mondo del ciclismo professionistico e dilettantistico, "Satellite calcio", in collaborazione con "La Gazzetta dello Sport".

Tra gli avvenimenti in esclusiva: i mondiali di nuoto in vasca corta in Grecia, quelli di short-track in Inghilterra, di hockey ghiaccio a San Pietroburgo; gli Europei di ginnastica artistica e ritmica e di pattinaggio artistico; gli internazionali di tennis d'Italia, la finale della Coppa Davis, il torneo ATP di Indian Wells; il Giro d'Italia femminile e under 23 di ciclismo e i mondiali su pista; la Coppa del mondo di canottaggio a Lucerna; il Derby d'ippica, il Campionato di pallanuoto, le gare di biliardo ed il Motor Show di Bologna.

PALINSESTO NOTTURNO

Nel 2000 la linea editoriale di Rainotte ha continuato a snodarsi prevalentemente lungo due direttrici: da un lato la "memoria", ovvero la programmazione di prodotti di qualità presenti nelle teche Rai (film, fiction, documentari, intrattenimento, antologie storico-telesive), dall'altro il "sociale", ovvero programmi di produzione incentrati su temi legati alle problematiche attuali della società italiana e all'approfondimento di specifici argomenti e ambiti culturali (musica, editoria, arte, sport, cinema e spettacolo).

Per quanto concerne la "memoria" particolare attenzione è stata dedicata alla programmazione cinematografica con l'obiettivo di offrire un'ampia panoramica sui generi della produzione filmica sia italiana che internazionale: sono stati trasmessi, tra gli altri, film di Monicelli, Avati, Steno, Taviani, Ferreri, Penn, Lumet, Magli, Minnelli, Melville, Pakula, Chabrol, Wise, Edwards, Damiani, Bogdanovich, Comencini, Cukor, Risi, Herzog, Lizzani, Scorsese.

Per la fiction televisiva si segnalano: "Pazza famiglia", "Un inviato molto speciale", "L'Ispettore Tibbs", "I racconti del maresciallo", "Le inchieste dell'ispettore Lavardin", "Sandokan".

Per l'intrattenimento: "Totò un altro pianeta", "Mille milioni", "Drim", "Laurel e Hardy due teste senza cervello", "Al Paradise", "Tastomatto".

Inoltre materiali di repertorio tratti da produzioni televisive di vario genere sono stati rielaborati nell'edizione del programma antologico "Spensieratissima" prodotto nel 2000 in circa 50 puntate.

Su complessive 2.400 ore ca. di trasmissioni curate dalla direzione di Rainotte (andate in onda su TV1 e TV2), la programmazione basata sulla "memoria è stata pari a circa 1.400 ore di trasmissione.

La linea del "sociale" è stata invece sviluppata, come accennato, attraverso programmi di produzione diretta (pari a circa 700 ore di trasmissione) e di acquisto (pari a 100 ore ca.).

I principali temi trattati sono stati:

- i problemi dell'ambiente ("Viaggio nel mondo del sociale", "Anima mundi");
- la giustizia ("Studio legale");
- le questioni sociali ("Vite difficili", "Cos'è la vita");
- l'attualità ("Cosa accade nella stanza del direttore", "Italia interroga", "Dalla cronaca", "Dai periodici", "Rassegna stampa");
- analisi e riflessioni culturali ("Anima", "Camminando guardando" "Europa come");

- l'editoria ("Farenait");
- il mondo dello spettacolo e le anteprime ("Segreti", "Dietro le quinte", "Tutti al cinema");
- la musica ("Amami Alfredo", "Nessun dorma");
- sperimentazioni nell'ambito dell'intrattenimento ("Barba e capelli" "Caffè Marinetti").

Nel corso del 2000 è stato altresì, realizzata una nuova serie di programmi quotidiani in convenzione con il Ministero del Lavoro, mirata a fornire approfondimenti ed informazioni sul mondo del lavoro ("Lavorora", striscia di 10' trasmessa su TV2 dal lunedì al venerdì).

TG1

L'anno 2000 ha confermato il primato d'ascolto del TG1 che si propone come strumento autorevole e credibile di raccordo tra i cittadini e le istituzioni democratiche.

Il TG1 ha ispirato la sua linea editoriale alla logica del servizio pubblico cercando di offrire ai telespettatori un puntuale racconto della realtà del Paese in una pluralità di voci corrispondenti ai differenti filoni ideali, culturali, politici e religiosi.

Il totale delle ore di trasmissione del TG1, per l'anno 2000, è stato di 1.688, suddiviso in notiziari, GT Ragazzi, edizioni straordinarie, Stampa Oggi, Agenda, Referendum, Giubileo.

Le 12 edizioni quotidiane del TG1 si snodano nell'arco della giornata dalle 6.30 alla mezzanotte. Gli appuntamenti più importanti sono quelli collocati alle 8 del mattino, alle 13.30, alle 20 e alle 24 circa.

L'edizione delle 20 ha raggiunto una media di oltre 7 milioni di telespettatori (32%).

L'edizione delle 13.30 si è attestata su una media di 5.188.000 (29,8%).

Anche nella fascia pomeridiana - ore 17 - il TG1 è il telegiornale più visto con un ascolto medio di 1.864.000 (21,0%) ed in crescita d'ascolto rispetto allo scorso anno. In dicembre l'ascolto medio del TG1 delle 17 (fino a metà settembre questa edizione andava alle ore 18) è stato di 2.720.000 (25,2%), con un aumento di +211 mila spettatori e +5,0 di share.

Per quanto riguarda l'informazione economica, il TG1 realizza un appuntamento quotidiano in coda all'edizione delle 13.30 (ore 14 circa) totalizzando un ascolto medio di 2.308.000 (13,7%). Inoltre uno spazio di economia è collocato anche all'interno del telegiornale delle ore 8. L'intera edizione ha realizzato un ascolto medio di 1.387.000 (30,9%).

Per i telegiornali della seconda e terza serata, si è rilevato un aumento d'ascolto. Il TG1 di mezzasera, ha raggiunto un ascolto medio di 2.411.000 (15,0%), nel 1999 questo TG era attestato intorno a 2.240.000 (14,6%). Il TG1 della notte ha realizzato una media di 610.000 (13,2%); nel 1999 aveva un ascolto di 582.000 (13%).

Anche nell'area degli approfondimenti nel corso dell'anno 2000 il TG1 ha realizzato nella seconda serata 44 puntate di "Serata TG1" che hanno raggiunto un ascolto medio di 1.541.000 (18,3%), con un picco d'ascolto di 3.198.000 (30,5%) fatto registrare con la puntata dedicata alla tragedia del campeggio travolto dal fiume in Calabria.

"Frontiere", programma di reportage ampio ed approfondito, in onda la domenica in seconda serata, ha ottenuto con 8 puntate una media di 2.008.000 (13,67%).

Da dicembre il TG1 ha varato nella nuova collocazione oraria del martedì in seconda serata "TV7" (studio con ospiti) che nelle 4 puntate ha ottenuto un ascolto medio di 1.442.000 (13,4%).

Da gennaio a giugno del 2000 il TG1 ha realizzato un rotocalco quotidiano di tipo popolare "Prima", in onda dal lunedì al venerdì in orario pre-serale, con un ascolto medio di 2.081.000 (19,49%).

Sempre da gennaio a giugno 2000 il TG1 ha realizzato un telegiornale per ragazzi in onda dal lunedì al venerdì alle ore 17 per circa 10 minuti totalizzando un ascolto medio di 834.000 (10,03%).

Nell'anno del Giubileo il TG1 ha effettuato circa 30 dirette per un totale di 50/60 ore di trasmissione seguendo tutti i viaggi all'estero del Papa (Israele, Betlemme, Gerusalemme, Fatima).

Infine il TG1 ha seguito con "Speciali" i seguenti avvenimenti:

- **Elezioni regionali:** una diretta di circa 5 ore, in seconda serata, con collegamenti con tutte le regioni e ospiti in studio;
- **Elezioni americane:** una lunghissima diretta iniziata alle 22.40 e terminata alle 6 del mattino. Collegamenti con New York e le città dei due candidati e molti ospiti presenti nello studio centrale del TG1 di Saxa Rubra.

TG2

Il 2000 è stato, per il tg2, un anno positivo per risultati operativi, editoriali e gestionali e per una ulteriore conferma del gradimento di una formula che coniuga rigore informativo e ricerca costante di innovazione.

Nell'anno in questione sono stati confermati tutti gli appuntamenti tradizionali di News e rubriche con due importanti novità. La prima è TG2NET, messo a punto nel 2000, ma partito il primo gennaio, tutti i giorni, dal lunedì al venerdì, dalle 18,00 per dieci minuti. È una rubrica dedicata ai giovani e al loro interesse per i new media. Senza studio, né conduttore, ha un ritmo molto serrato con servizi brevi e ritmati, una grafica molto ben definita e un riferimento continuo ad Internet. La rubrica ha anche un sito dedicato, con continui aggiornamenti e approfondimenti.

La seconda novità è il contenitore delle 10,30 del mattino, un nuovo appuntamento della durata di un'ora, in onda dall'inizio di ottobre, dal lunedì al venerdì, che raccoglie e amplia alcune rubriche collegandole tra loro e aggiungendo anche nuovi spazi di informazione.

Rientrano nel contenitore Medicina 33, (dedicata ai problemi della salute) il Meteo,(tradizionale rubrica dedicata alla previsione del tempo) e poi, a giorni alterni, Eat Parade (dedicata all'alimentazione) la replica di tg2 Motori e una selezione settimanale del meglio dei servizi trasmessi a Costume e Società.. Sempre nel contenitore va il tg2 delle 11, 15 e una rubrica di Economia, Nonsolosoldi, realizzata in collaborazione con la redazione economica milanese del tg3.

Gli ascolti complessivi del tg2 hanno registrato nel 2000 una flessione su cui ha influito il riposizionamento della Rete Due, ora orientata verso un target più giovanile. Una scelta strategica di vasto respiro che nel primo periodo, come del resto previsto dall'azienda, ha determinato un calo negli ascolti.

In particolare, questi i dati delle principali edizioni: Tg2 ore13, 4.388.000 ascoltatori e uno share medio del 27%, ore20,30- 3.410.000 e 14%.

Le principali rubriche: Costume e Società 3.1660.000 spettatori e 18,2% di share, Salute 1.900.000 e 10.9% di share.

Nel 2000 sono state 1072 le ore complessive di programmazione, in pratica le stesse dell'anno precedente, con questa suddivisione: 711 ore di notiziari propriamente detti, 226 ore di rubriche, 64 di Dossier, nostro approfondimento monografico settimanale, 55 di Meteo. 7 ore, poi, sono state dedicate ad appuntamenti Giubilari, 2 alle elezioni amministrative, altre 2 ad avvenimenti straordinari.

TG3

Il 2000 è stato l'anno del completamento dell'unificazione effettiva tra TG3 e TGR con il Telegiornale che ha consolidato la posizione di terzo giornale della sera dopo TG1 e TG5 con il 16.27% di share.

Nel 2000 si è ulteriormente diversificata ed arricchita l'offerta informativa del Tg3. Il TG delle 12, in onda da Milano, il primo dei grandi tg meridionali ad andare in onda; il TG delle 14 con le edizioni regionali e nazionale; l'appuntamento delle 19 che, con il ritorno dopo il regionale di una ulteriore pagina finale nazionale, dà il senso di un grande telegiornale di informazione generale e locale; il rinnovato appuntamento di mezza sera che lancia l'approfondimento serale di Primo Piano, una scommessa informativa che si è rivelata vincente sia come ascolti che come gradimento di pubblico e di critica; il Tg della notte che chiude la giornata informativa.

Anche graficamente l'unificazione si è estesa alle varie edizioni del telegiornale. Come nell'edizione delle 19 ai titoli della pagina nazionale seguono quelli delle edizioni regionali, così nell'edizione delle 14 ai titoli delle edizioni regionali seguono i titoli della parte nazionale. Cambi di linea che danno al telespettatore la sensazione di seguire un unico grande appuntamento informativo.

Ai tradizionali appuntamenti con i Tg di informazione generale e regionale si aggiungono gli appuntamenti quotidiani specialistici come "Economia e Mercati" da Milano, il Tg scientifico "Leonardo" da Torino, "Neapolis" da Napoli e il "GT Ragazzi" che offre informazione per i più giovani. Il panorama informativo è arricchito poi da due appuntamenti quotidiani in diretta come "Italie" da Milano che dà molto spazio e storie e protagonisti della realtà locale e "L'Una italiana" che offre uno spaccato dell'Italia delle regioni attraverso i personaggi dello spettacolo e delle tv locali. Le varie rubriche settimanali tematiche offrono poi una informazione che copre tutti i settori dell'informazione. Dalla redazione centrale vengono realizzate "Shukran" sui problemi dell'immigrazione, "Pari e Dispari" sui diritti civili, "Articolo 1" sui temi del lavoro, "Agenda del Mondo" sulle organizzazioni non governative e del volontariato internazionale, "Sabato Notte" su cultura e spettacolo. Dalle redazioni regionali vengono realizzate "Ambiente Italia" da Torino, "Italia Agricoltura" da Bologna, "Bellitalia" da Firenze, "Europa" da Milano, "Mediterraneo" da Palermo, "Dentro il Giubileo" dal Lazio e inoltre con il settimanale "Nord Est Europa" da Venezia è stato fatto il primo tentativo di trasmissione interregionale. A questa produzione informativa che non ha eguali vanno poi aggiunti tutti i contributi delle redazioni regionali alle varie Testate Rai, tutta la produzione radiofonica regionale, le trasmissioni per le minoranze linguistiche, l'organizzazione delle tribune politiche locali.

Il Tg3 nel corso del 2000 ha investito nell'ammodernamento tecnologico della Testata con la progressiva informatizzazione delle redazioni e con lo sviluppo di un più agevole ed efficiente strumento di comunicazione interna, il relais elettronico, che consente una comunicazione in tempo reale tra la periferia e il centro.

Con un organico di circa 830 giornalisti compresi 160 telecineoperatori il TG3 ha prodotto nel 2000 più di 7.000 ore di televisione ed oltre 5.600 ore di radio, senza considerare i contributi per le trasmissioni non della testata. In particolare ci sono state oltre 561 ore di Telegiornali e più di 139 ore di rubriche realizzate dalla redazione centrale; oltre 405 ore di rubriche nazionali realizzate dalle redazioni regionali; più di 5938 ore di Telegiornali regionali e oltre 5.625 ore di Giornali radio regionali.

TELEVIDEO

Lo sforzo di dare sistematicità al lavoro della redazione giornalistica, con un nuovo palinsesto idoneo a contenere un'offerta più ricca e articolata grazie alla creazione di indici di settore, messo in atto lo scorso anno, è stato perfezionato nel 2000 e completato da una rinnovata struttura grafica e da un palinsesto più organico e omogeneo anche per la parte dei servizi nazionali e regionali. Dallo scorso dicembre molte novità quindi per i lettori di Televideo, sia in video che sul sito Internet, e non solo per la nuova veste grafica, con una maggiore frequenza delle "Ultim'ora", lo sviluppo delle informazioni economiche, l'ampliamento dell'attività "sottotitoli" e di tutti i servizi per i disabili.

Qualche cenno anche sul nuovo sito internet di Televideo. Allo stesso indirizzo www.televideo.rai.it molte le novità: la "homepage" è doppia, alla lista di "link" per i navigatori incalliti si affianca un "televisore virtuale", che dà l'indice di Televideo come appare alla pagina 100 sulla tv di casa. Anche qui ogni pagina può essere richiamata con un clic del "mouse". Nella sezione Borsa, con le notizie e i dati, i nuovi grafici con l'andamento di Borse e titoli.

Della redazione giornalistica abbiamo già detto: maggiore frequenza di informazione "Ultim'ora" dalle 0 alle 24, con una media di aggiornamento ogni quindici minuti circa, potenziamento di tutti gli indici tematici.

Potenziamento del settore sottotitoli: vengono trasmessi quotidianamente programmi sottotitolati per circa 80 ore settimanali, coprendo tutte le fasce orarie e tutti i generi televisivi. Nell'anno 2000 è stata realizzata la sottotitolatura in diretta, sette giorni su sette, del Tg1 delle 17 e del Tg2 delle 20, 30.

Ampliamento dei servizi del Televideo Nazionale: nella pagina 100 è possibile trovare tutti gli elementi utili per la consultazione, una sorta di "indice degli indici" che consente di fotografare il ricco repertorio informativo. Dopo le pagine del giornale, quelle relative alle istituzioni, alla società, ai consumi. Sotto la voce "Passioni", all'indice 500, lo spazio dedicato ai programmi del giorno della Rai e dei maggiori network. Ma anche i programmi più visti, gli appuntamenti della Radio, lo spettacolo, l'arte e, per i tanti appassionati, il gioco. E ancora, le associazioni, l'oroscopo, la tavola, i libri, la salute, i viaggi.

Su Raitre si è sviluppato il Televideo regionale, che dal 2000 riguarda ormai tutte le regioni italiane, e che offre una vasta opportunità di informazione di servizio a carattere locale su diversi livelli istituzionali. Vengono fornite inoltre ai cittadini utili informazioni relative alle farmacie, ai cinema, ai teatri in numerose città. Nel corso del 2000, grazie alla collaborazione con le redazioni regionali del Tg3, alla pagina 401 di ogni Televideo regionale viene fornito il sommario del corrispondente telegiornale regionale delle ore 14 e delle ore 19.

TRIBUNE ACCESSO – SERVIZI PARLAMENTARI

La TSP (Testata Tribune Accesso - Servizi parlamentari), ha assicurato quotidianamente l'informazione sulle attività di Camera e Senato e, più in generale, sulla situazione politico istituzionale del Paese.

Complessivamente la produzione televisiva della Testata, su tutte e tre le Reti RAI, è stata di 1002 trasmissioni pari a 291h e 25'. Quella radiofonica di 179 trasmissioni pari a 50h e 50'.

Servizi parlamentari

L'attività dei Servizi Parlamentari si è articolata come segue:

1. due edizioni quotidiane di **Oggi al Parlamento** (in onda da gennaio a luglio dal lunedì al venerdì alle 17.50 su Raiuno e tra le 24.00 e le 24.30 su Raidue); a partire da settembre ad entrambe le edizioni è stata data la nuova denominazione di **TG Parlamento** e per quanto riguarda l'edizione del pomeriggio anche una nuova collocazione oraria (ore 16.55 sempre su Raiuno).
Le edizioni complessive sono state 386 pari a 56 ore e 17' di trasmissione. Lo share medio di ascolto per l'edizione pomeridiana è stato di ca. il 16% (che diventa di quasi il 27% nel periodo settembre-dicembre con la nuova collocazione oraria); per l'edizione notturna, ci si è attestati mediamente intorno al 6,5% con picchi di oltre l'11%;
2. la realizzazione delle consuete due rubriche settimanali **Sette giorni Parlamento e Giorni d'Europa** dedicate all'approfondimento delle attività di Camera, Senato e Parlamento Europeo.
Sono state 39 le trasmissioni di **Sette giorni Parlamento**, in onda il sabato su Raiuno alle ore 15.20 ca., per un totale di 19h ca. di programmazione con uno share medio di ascolto intorno all'11%.
Le puntate di **Giorni d'Europa** sono state 37 per un totale di 16h e 55' di programmazione raggiungendo anch'essa uno share medio nell'anno del 10%; a partire da ottobre la rubrica è stata inserita nella fascia notturna intorno alle ore 24.00 su Raiuno (fino a luglio la collocazione era stata su Raiuno intorno alle ore 16.00), facendo registrare nella nuova fascia uno share medio intorno all'8%;
3. la realizzazione della rubrica monografica **I Viaggi di Giorni d'Europa** che da ottobre ha assunto la nuova denominazione di **"Speciale Europa"**.
Fino a luglio, la rubrica è stata dedicata ai popoli "minori" del vecchio continente, quei popoli che, minoranza all'interno dei singoli Stati o presenti in più realtà

nazionali, abbiano dato e diano un contributo culturale e politico alla storia europea, rivendicando autonomia e rispetto della loro identità.

A partire da ottobre, Speciale Europa ha rivolto lo sguardo verso il rapporto tra Unione Europea e Mediterraneo, con particolare riguardo al processo di partenariato ed ai fenomeni migratori.

La rubrica nel corso dell'anno è stata trasmessa intorno alle ore 10.05 e diffusa su Raidue; nel mese di giugno quattro puntate sono state trasmesse in replica su Raitre alle ore 12.30 ca.

Le trasmissioni, quindi, sono state in totale 38 (escluse le repliche) pari ad oltre 15h di programmazione; la rubrica continua ad avere un ottimo riscontro in termini di ascolto con uno share medio di ca. il 22% con picchi tra il 28 ed il 29%;

4. a cadenza settimanale - su richiesta della Camera dei Deputati - diretta per le interrogazioni rivolte dal Parlamento al Governo con risposta immediata sugli argomenti all'ordine del giorno (**Question time**) per un totale di 42 trasmissioni per 47h e 51' di messa in onda (share medio del 6%);
5. realizzazione di edizioni straordinarie di **Speciale Parlamento** dalla Camera e dal Senato in occasione di avvenimenti di rilievo (la "par condicio", mozioni sul caso Haider, visita del Segretario Generale delle Nazioni Unite Kofi Annan, "crisi" del Governo D'Alema, dichiarazioni programmatiche del Presidente del Consiglio incaricato Amato ecc.); nell'anno in questione sono state realizzate 14 dirette in tutto per un totale di 24h e 55' di programmazione.

Lo share medio della trasmissione è di oltre il 9% con una punta massima di oltre il 21% in occasione delle "dichiarazioni di voto di fiducia al Governo Amato".

Tribune

È opportuno premettere che nel corso dell'anno la programmazione è stata caratterizzata sia da alcune scadenze "istituzionali, sia dall'approvazione della legge sulla "Par condicio" del 22 febbraio 2000, che prevede la comunicazione politica anche in periodo non elettorale con la realizzazione di Tribune e la realizzazione e/o la diffusione dei cosiddetti "messaggi autogestiti".

In relazione a quanto sopra, la programmazione è stata la seguente:

1. "Tribune elettorali regionali" del 16 aprile 2000

Le trasmissioni televisive, andate in onda su tutte e tre le Reti, sono state 69 (tra pre-elettorali ed elettorali) per un totale di 25h e 18' di programmazione.

Lo share medio globale tra le tre Reti è stato di oltre il 7%, con un andamento nell'ambito di ciascuna Rete così suddiviso: Raiuno share medio 9.60% - Raidue share medio 8.30% - Raitre share medio 4.70%.

Le trasmissioni radiofoniche sono state 48 per un totale di 17h e 50'.

2. *"Messaggi autogestiti" - elezioni regionali 2000*

Le trasmissioni televisive sono state 30 per un totale di 5h e 40' di messa in onda (share medio su Raiuno del 10.5% e su Raidue del 5.5%); le trasmissioni radiofoniche sono state 30 pari a 3h di programmazione.

3. *"Tribune del referendum" del 21 maggio 2000*

Le trasmissioni televisive, andate in onda su tutte e tre le Reti, sono state 60 per un totale di 25h e 40' di messa in onda.

Lo share medio globale tra le tre Reti è stato di oltre il 6% così suddiviso: Raiuno share medio 9.10% - Raidue share medio 7.30% - Raitre share medio 4.30%.

Uguale numero di puntate (60) e di ore di programmazione (25h e 40') sono state realizzate anche per la radiofonia.

4. *"Messaggi autogestiti"-tribune referendarie 2000*

Le trasmissioni televisive sono state 34 pari a 5h e 40' di programmazione (share medio su Raidue 7.4% e su Raitre 1.3%); quelle radiofoniche sono state 24 per 1h e 30' di trasmissione.

5. A partire dal 20 ottobre, a seguito di delibera della Commissione Parlamentare di Vigilanza, è partito un ciclo di trasmissioni per il periodo non elettorale, denominate **"Tribune politiche tematiche"**, in onda il venerdì su Raitre alle ore 13.28 ca. e il sabato su Raidue alle ore 23.20 ca. In totale le trasmissioni sono state 16 per 8h e 20' di programmazione; lo share medio complessivo tra le due Reti è stato superiore al 3% così ripartito: Raidue share medio 4.9% - Raitre share medio 2.1%.

6. Sempre 16 sono stati i **"messaggi autogestiti"** per il periodo non elettorale che, a partire dal 27 ottobre, sono stati programmati su Raiuno e Raitre per un totale di 2h e 26' di trasmissione, con uno share medio su Raiuno del 7.30% e su Raitre del 7.20%.

Accesso

Continua **Dieci minuti di... I programmi dell'Accesso**, la trasmissione alla quale partecipano associazioni nazionali, movimenti politici e sindacali, fondazioni, organizzazioni di volontariato. In ogni puntata viene presentata l'associazione di turno con filmati realizzati dalla redazione o con materiale fornito dalle stesse associazioni.

Ogni argomento viene spesso supportato da una scheda grafica e da interviste in studio o in esterno.

Fino a luglio la programmazione per la televisione è stata dal lunedì al venerdì su Raiuno alle ore 9.40 e per la radio il lunedì e il venerdì alle ore 21.03 su Radiouno

A seguito di una delibera della Sottocommissione Parlamentare di Vigilanza per l'Accesso, a partire da ottobre la TSP ha prodotto un ulteriore spazio televisivo, aggiuntivo rispetto a quello sopra indicato, in onda sempre dal lunedì al venerdì ma su Raidue con inizio alle ore 10.20 circa.

In relazione a quanto sopra, in totale le trasmissioni televisive sono state 217 per una durata complessiva di 37h e 30'.

Lo share medio annuo su Raiuno è stato di oltre il 28% con punte di oltre il 38%, mentre su Raidue è stato del 6.5% con punte tra l'8 e il 9%.

Le trasmissioni radiofoniche sono state 17 pari a 2h e 50' di programmazione.

RAI INTERNATIONAL

Rai International ha portato nel mondo – consolidando la sua presenza – i programmi della RAI, la Radio TV pubblica italiana, attraverso i suoi due canali satellitari che hanno consentito di “coprire” tutto il pianeta.

La diffusione del segnale televisivo di Rai International è avvenuta ed avviene tuttora, infatti, via cavo e via satellite in tutti i continenti, Europa esclusa, perché nei Paesi europei vengono ritrasmessi i canali nazionali.

In particolare negli **Stati Uniti** Rai Italia è trasmessa via cavo e via etere, attraverso oltre 200 sistemi cavo, tra cui “International Channel Network” che copre oltre 30 Stati, raggiungendo in totale oltre 18.000.000 di spettatori.

In **Canada** Rai International è stata presente attraverso “Telelatino”, un canale distribuito via cavo e satellite, che ritrasmette quotidianamente un blocco di ore di programmazione Rai fornita da Rai International.

In **America Latina** Rai International è stata distribuita in gran parte dei Paesi via satellite, via cavo e con sistema MMDS da diversi operatori e con differenti modalità di offerta.

In **Australia**, il segnale di Rai International è stato diffuso via cavo e via satellite attraverso gli operatori “Optus Vision” e “Foxtel”.

In **Asia**, il segnale di Rai International è stato diffuso in chiaro dal satellite AsiaSat 2, che copre anche l’area del Pacifico (inclusa la Nuova Zelanda), il Medio Oriente e la parte nord orientale dell’Africa.

In **Africa**, il canale è stato distribuito in 41 Stati da “Multichoice Africa Pty Ltd”, il principale operatore privato di servizi pay-tv che ha sede in Sudafrica.

Anche la diffusione del segnale radiofonico, attraverso le Onde Corte, le Onde Medie ed il satellite ha raggiunto le Americhe, l’Australia e l’Africa con buoni risultati visto l’elevato gradimento che i nostri programmi hanno riscosso presso le popolazioni locali. Rai International, in tutta la programmazione realizzata nel 2000, ha avuto come missione principale quella di rivolgersi a più di 60 milioni di persone di diverse generazioni nel mondo.

Ha dovuto perciò rispecchiare sempre di più e sempre meglio nei contenuti, nello stile e nello spirito, l’Italia di oggi che è il sesto Paese del mondo per PIL e probabilmente il primo quanto a creatività. Attenzione forte, quindi, per la nostra televisione e per la

nostra radio, per la nostra informazione e per i nostri programmi, all'Italia unitariamente intesa ma anche alle piccole Italie che sono le nostre venti regioni, alla loro vita quotidiana, alle loro piccole e medie imprese, ai loro piccoli e medi centri di cultura, al rapporto tra le loro campagne e le loro città ed a quello con le istituzioni centrali ma anche a quello con le istituzioni europee, all'evoluzione dei gusti e delle tendenze locali. Attraverso il linguaggio radiofonico e televisivo, Rai International ha parlato di arte, storia, cultura imprenditoriale e lavoro nel mondo; dello spettacolo della migliore tradizione italiana: varietà, teatro, cucina, musica, talk-show ed il "Made in Italy", dello sport, con la trasmissione "clou" della Testata, "La Grande Giostra dei Gol" che tanto successo continua a riscuotere non solo tra gli spettatori italiani residenti all'estero, ma anche fra gli abitanti locali.

L'informazione è stata al centro della produzione di Rai International nel 2000 - : le grandi inchieste, le local news, i reportages che nell'anno in questione hanno riguardato avvenimenti particolarmente interessanti come il Giubileo visto e raccontato in tutte le sue sfaccettature, la prima Conferenza Italiani nel Mondo, il Festival di Sanremo, il Giro d'Italia, la Mostra del Cinema ecc.

Nel corso dell'anno 2000, Rai International ha continuato a garantire la produzione radiofonica e televisiva disciplinata dalle Convenzioni con la PCM.

In particolare per quanto riguarda la Convenzione 1997, relativa alla predisposizione di programmi radiofonici e televisivi destinati a Stazioni Estere, è stato osservato il previsto impegno di 700 ore di produzione televisiva e di 1380 ore di produzione radiofonica.

Per quanto riguarda la Convenzione Stato-Rai del 1962, relativa ai programmi radiofonici per l'estero da irradiare in O.C. e in O.M. dall'Italia, Rai International ha proseguito nella realizzazione quotidiana in O.C. in 26 lingue per un totale di ore 5.10'. In relazione al folder "Qui Rai", nel 2000 è continuata la pubblicazione dell'inserito in una veste grafica completamente rinnovata, inserto che resta finalizzato alla comunicazione delle frequenze radiofoniche.

"Internet 2000"

Per la sua capacità di produrre, informare e comunicare su scala planetaria, in tempo reale e in forma interattiva, Internet costituisce per Rai International un'area strategica. Nel corso del 2000, in attuazione appunto del piano editoriale, entrambi i siti di Rai International, www.international.rai.it e www.italica.rai.it, sono stati interamente rinnovati, dal punto di vista grafico, informatico e dei contenuti, ciascuno nella propria specifica struttura, ma anche insieme grazie all'avvio di una comune strategia di comunicazione.

<http://www.international.rai.it>, il sito ufficiale della struttura, quello che ne costituisce a tutti gli effetti il principale organo informativo, è stato pubblicato nella nuova veste in pieno agosto, anche per comunicare al pubblico internazionale un segnale vistosamente in controtendenza rispetto alla norma della TV italiana. Il nuovo sito è stato costruito utilizzando soluzioni grafiche e informatiche (come ad esempio un planisfero "cliccabile") che permettono un accesso immediato e amichevole alle informazioni necessarie per inquadrare obiettivi e attività della struttura.

"Italica" <http://www.italica.rai.it> è il sito web di Rai International che si propone l'obiettivo istituzionale di diffondere e promuovere anche su Internet la conoscenza della lingua e della cultura italiana, offrendo contemporaneamente agli utenti spazio e modo per interagire. Le sezioni principali del sito sono state tutte completamente rinnovate e rivestite di una nuova accattivante veste grafica e si è proceduto ad una completa riformulazione dei contenuti testuali e multimediali archiviati.

RAI NEWS 24

Il 2000 è stato per RAI News 24 un anno di forte consolidamento e insieme di sviluppo multimediale, confermando il valore innovativo dell'all news del Servizio Pubblico.

RAI News 24 è ancora l'unico Canale in Italia a trasmettere 24 ore su 24, collocandosi per le sue tecnologie di convergenza digitale ai primissimi posti in Europa.

Dopo aver trasmesso dall'aprile del '99 per 5 giorni alla settimana, come Canale satellitare in chiaro e coprendo anche il palinsesto di RAI 3 dall'1,30 alle 8,30 del mattino, RAI News 24 dal 15 luglio del 2000 è passato alla copertura integrale 7 giorni su 7.

Ciò ha consentito un ulteriore rilancio del Canale, con una profonda revisione e diversificazione del palinsesto, una ancora più accentuata integrazione fra il Canale TV e la navigazione in Internet, sperimentazioni di convergenza e d'innovazione nelle tecnologie, nei linguaggi, nelle figure professionali.

Audience

Il consolidamento e il successo di RAI News 24 è testimoniato dai dati di ascolto televisivo, sia per la parte in chiaro di RAI 3, sia sul nuovo mercato satellitare e dalla forte progressione degli accessi Internet.

Per quanto riguarda gli ascolti televisivi della programmazione in chiaro su RAI 3, si è registrato un aumento di oltre un punto e mezzo, con una media quotidiana tra il 5 e il 6 per cento in una fascia oraria come quella della prima mattina, fortemente carica di appuntamenti di TG generalisti RAI e MEDIASET.

Per quando riguarda il pubblico delle trasmissioni satellitari, una prima indagine compiuta da MAKNO nell'aprile del 2000, su un campione di 2mila unità familiari in possesso di decoder satellitari digitali, aveva individuato un bacino di riferimento di 406mila unità (di poco inferiore a quello del più popolare Canale satellitare in chiaro RAI Sport).

Lo stesso tipo di rilevazione, compiuta circa 6 mesi dopo, ha rilevato nel pubblico satellitare un bacino d'ascolto di circa 635mila unità, con un incremento del 56%. Per quanto attiene l'attività del sito Internet (www.rainews24.rai.it) nel 2000 si è passati da una media di circa 5mila accessi al giorno alla fine del '99, con circa 40/50mila pagine erogate quotidianamente, a una media di 7/8mila accessi al giorno con circa 70/80mila pagine erogate quotidianamente, cioè non meno di 2 milioni di pagine al mese.

Palinsesti

Per quanto riguarda i palinsesti, si è consolidata la tipologia editoriale di flusso, con un notiziario di 8'9" all'ora e alla mezz'ora, un meteo e un "Viaggiare Informati" in collegamento con il CCISS di 3' ogni mezz'ora, approfondimenti d'attualità di 4', con esperti dei più vari campi collegati in diretta in videoconferenza o telefonicamente, magazine tematici di 12' alternati e replicabili.

Le tipologie editoriali hanno continuato ad esprimersi attraverso un multiscreen costituito dalla contemporanea attivazione e autonoma alimentazione di finestre televisive e di Internet, 10 titoli sulle principali notizie continuamente aggiornati nelle 24 ore, un'icona dedicata al meteo in tempo reale, una striscia di dati finanziari aggiornati sui diversi mercati mondiali seguendo i fusi orari.

In questo contesto si è irrobustita la rete delle intese e delle collaborazioni con la Presidenza del Consiglio, i Ministeri degli Esteri, del Commercio Estero, delle Politiche Agricole, dell'Ambiente, settori della CONFINDUSTRIA, le Confederazioni sindacali e molti altri punti di riferimento pubblici e privati.

Si sono altresì sviluppate, con l'utilizzazione di loro dirigenti ed esperti collegati in videoconferenza, le collaborazioni con la Banca Mondiale, il Fondo Monetario Internazionale, varie organizzazioni delle Nazioni Unite (FAO, UNESCO, IFAD, Agenzia di Vienna) e numerose organizzazioni internazionali attive nel campo della cooperazione e del volontariato.

Per quanto riguarda gli approfondimenti sugli eventi di attualità, ne sono stati realizzati una media di 8/10 al giorno, con esperti, protagonisti, testimoni, fra i quali professori universitari, politici, diplomatici, giornalisti, scienziati, imprenditori.

Per quanto riguarda i format tematici, sono proseguiti i Magazine originali, "Pianeta Economia", "Decoder", "Superzap", "Superzap America" mentre con la copertura 7 giorni su 7 si sono aggiunti una fascia quotidiana di approfondimento di un'ora "Ultima Ora", dal lunedì al venerdì, con testimonianze, navigazioni Internet, commenti in diretta, i quotidiani "Telenet", nella fascia del mattino, con immagini da circuiti internazionali e navigazioni Web e "Show.net", multimediale sull'intrattenimento internazionale.

I nuovi magazine settimanali sono i seguenti:

- "Macrosfera", multimediale dedicato al tema di geopolitica prevalente nella settimana;
- "Natura", sulla difesa dell'ambiente;

- **“Orizzonti”**, sull’informazione scientifica e spaziale;
- **“Imago”**, sulle arti visive contemporanee;
- **“World Display”**, monitor sulla pace e l’instabilità del Pianeta, in collaborazione con l’ONU e gli esperti finanziari di Banca Intesa;
- **“Atlante”**, sulla globalizzazione e il sottosviluppo, in collaborazione con l’IFAD e le ONG del volontariato;
- **“Occidente Estremo”**, sulla ricerca informatica e l’industria del cinema nella Costa del Pacifico

Nel 2000 è partito **“Netstocks”**, il primo settimanale multimediale in Italia dedicato alla New Economy e alla finanza internazionale, con appuntamenti in TV e su Internet.

Una produzione fortemente integrata nel Canale è stata dedicata ai contenitori giornalistici televisivi di RAI International: 106 ore l’anno suddivise in un appuntamento quotidiano di 15’, **“Oggi Italia”**, dedicato ai mercati finanziari e borsistici e in un settimanale realizzato in uno studio virtuale con scenografia informatica, basato su reportage d’attualità e tematici realizzati con mezzi analogici, **“Racconto Italiano”**.

Queste produzioni, progettate per RAI International, non appena trasmesse vengono rieditate con lavorazioni digitali in format tematici per il Canale all news, costituendo una forte ottimizzazione nell’ideazione e nei costi di produzione.

RAI News 24 ha ricevuto 2 premi internazionali, per **“World Display”** e per una delle inchieste di **“Racconto Italiano”** su **“Cosa Nostra e i rifiuti tossici”**.

Eventi

La missione editoriale rivolta soprattutto agli scenari internazionali e a tutti i risvolti della globalizzazione, colti sul filo dei fusi orari 24 ore su 24, ha consentito di seguire in diretta e in forma multimediale praticamente tutti gli eventi grandi e piccoli in ogni angolo del Pianeta.

Alcuni di questi eventi sono stati seguiti minuto per minuto utilizzando soprattutto i materiali delle Agenzie Internazionali REUTERS e APTN, con le quali RAI News 24 ha speciali contratti, integrandoli sempre con materiali tratti da Internet. In particolare sono stati coperti capillarmente le elezioni europee (con trasmissioni a reti unificate nella notte del 16/17 aprile), la riunione dell’OCSE in giugno a Bologna, la tragedia del Kursk nel Mare di Barents, i due più grandi eventi del Giubileo, cioè il 1° Maggio dei Lavoratori e il Giubileo dei Giovani in agosto, l’Intifada in Israele e nei territori palestinesi, l’abbattimento del regime di Milosevich a Belgrado, le elezioni americane.

Grande attenzione è riservata alle tematiche dell'Europa, con collegamenti telefonici e in videoconferenza, dirette tratte dal canale dell'UE, l'attività del Parlamento di Strasburgo e della Commissione a Bruxelles.

RAI News 24 è stato inserito nella primavera del 2000 fra i canali preferenziali delle istituzioni europee ed è particolarmente seguito e apprezzato da tutti i gruppi degli euro-parlamentari italiani.

Integrazione TV/Web

L'integrazione fra TV e Web nell'ambito della convergenza digitale, ha visto significativi momenti, nel quadro di intese tecnologiche con la Divisione Produzione e la Direzione ICT.

Ogni mattina vengono realizzate 2 rassegne stampa Web, una di giornali italiani, una di siti di giornali e broadcaster esteri, mentre notizie tratte con navigazioni dal Web sono regolarmente inserite nelle news TV.

Con un lavoro di squadra di giornalisti, web master e tecnici, sono state seguite le grandi manifestazioni di TLC e informatica, quali SMAU a Milano e Roma, Futur Show a Bologna, Sat Expo a Vicenza, nonché il Festival del Cinema a Venezia in settembre, la Conferenza dell'ONU a New York in novembre, con la partecipazione del Presidente della RAI, i vari appuntamenti nazionali della Società dell'Informazione organizzati dalla PCM, il Convegno Mondiale dell'ONU a Palermo contro la criminalità, il Premio Italia a Bologna.

In tutte queste manifestazioni sono stati realizzati e trasmessi in diretta, sia sul Canale satellitare, sia sul Web, collegamenti, servizi, file e streaming audio/video, con criteri di convergenza digitale e la costante presenza del segnale Internet in TV: fra le sperimentazioni, anche quelle delle piccole telecamere digitali direttamente affidate ai giornalisti.

Il sito di RAI News 24 ha costituito la spina dorsale delle news e degli approfondimenti giornalistici per RAI Net, la Società creata dalla RAI per competere nel nuovo panorama del Web e dei new media.

Nel sito sono stati realizzati decine di Speciali di politica internazionale, cultura, scienza e costume, rubriche continuamente aggiornate di cinema, editoria, musica, oltrechè i file audio/video dei format multimediali di Canale.

Nel dicembre del 2000 RAI News 24 ha realizzato, in collaborazione con ALCATEL, i primi contenuti editoriali completi, in linguaggio e formato HTML, per alimentare i futuri telefonini di terza generazione, cioè l'UMTS.

Positive sperimentazioni sono state compiute con automezzi attrezzati nel Centro di Saxa Rubra e ai Fori Imperiali a Roma.

Marketing e dibattito TLC

Nel corso dell'anno, d'intesa con la Divisione TV Canale 3 e Offerte Collegate, è stato sviluppato un impegno di marketing rivolto soprattutto ai grandi aeroporti italiani e ad alcuni scali internazionali e alle catene alberghiere.

RAI News 24, anche su iniziativa della Divisione e delle Relazioni Pubbliche della Corporate, è stata peraltro un elemento centrale della presenza standistica del Servizio Pubblico nelle maggiori manifestazioni di TLC e informatica, collocandovi sempre un proprio gruppo di produzione multimediale.

Intensa è stata anche la partecipazione della Direzione all'attività dell'UER a Ginevra, Bruxelles, Londra e in altre città europee, nonché a convegni e dibattiti di rilievo che si sono svolti in Italia su iniziativa dell'Eurovisione, di Regioni e grandi Comuni, della Presidenza del Consiglio, della FNSI e dell'Ordine dei giornalisti, di Dipartimenti della Comunicazione di Università quali la Sapienza a Roma e l'Università della Calabria.

Progetti di sviluppo

Negli ultimi mesi dell'anno si sono delineate alcune direttrici di ulteriore sviluppo.

Oltre al rapporto con le diverse Società New Media create dalla RAI per affrontare la convergenza e in particolare con il nuovo portale progettato da RAI Net, RAI News 24 ha avuto l'incarico di realizzare l'avvio di un **Canale satellitare per l'area Sud del Mediterraneo**.

In collaborazione con il TG 3 e con RAI Sat verrà trasmesso su un satellite di Hot Bird 2 di Eutelsat il Canale base di RAI News 24, nel quale saranno aperte progressivamente finestre di programmazione bilingue, in italiano e in arabo.

Scopo dell'iniziativa, incoraggiata dal Ministero delle Telecomunicazioni nell'ambito di un Coordinamento Mediterraneo al quale partecipano Tunisia, Algeria, Marocco, Egitto, Spagna, Portogallo, è gettare le basi di un dialogo euro-mediterraneo tra culture, etnie e religioni diverse, con una particolare attenzione alla vita e ai problemi delle comunità arabe nelle regioni italiane.

Il progetto coinvolge particolarmente la redazione di Palermo del TG 3 e quelle delle Sedi regionali RAI dove sono più presenti le correnti d'immigrazione araba.

Un'altra frontiera sulla quale sta lavorando il Canale all news è infine l'**Interattività**, attraverso un progetto di dialogo via Internet e con messaggi telefonici con lo spettatore, le cui proposte e osservazioni saranno riprese e trasmesse con appositi appuntamenti multimediali in TV e sul Web, utilizzando il multiscreen del Canale.

Questi percorsi multimediali, che implicano anche la definizione di nuove figure professionali all'interno dell'Azienda, aprono la strada allo sviluppo digitale delle Testate generaliste e a una più complessiva sperimentazione tecnologica e professionale nell'informazione giornalistica dell'intera Azienda.

4. OFFERTA RADIOFONICA

GIORNALE RADIO RAI/RADIOUNO

Durante l'anno 2000 il Giornale Radio Rai ha consolidato e ulteriormente affinato il complesso dei compiti e degli obiettivi che gli sono stati affidati nell'ultima parte del 1999 dalle delibere del consiglio di amministrazione dell'azienda.

Secondo questa impostazione al lavoro della direzione e della redazione del Grr sono riconducibili le responsabilità dell'intera rete Radiol, dei Giornali radio in onda su tutte le reti radiofoniche Rai e del canale istituzionale Gr Parlamento, che si avvia a compiere il suo terzo anno di vita.

La gestione di Radiol da parte della testata è stata improntata ad una caratterizzazione essenzialmente informativa e di servizio, come è nella logica della missione aziendale affidata al canale, anche nel quadro di un'attività complessiva del comparto radiofonico volta a diversificare con maggiore nettezza le identità di ogni singola rete, al fine di rivolgersi a target di pubblico diversi ma complessivamente rappresentativi dell'universo degli utenti, come è nella logica del servizio pubblico e come è indicato dallo stesso contratto di servizio sottoscritto da Rai e ministero delle Comunicazioni.

Accanto alla caratteristica di un'impronta eminentemente informativa, Radiol ha conservato e accentuato quella di rete ispirata al contatto con gli utenti, anche in questo caso rispondendo ad esigenze di apertura verso la popolazione e il territorio e alla necessità di garantire una partecipazione attiva degli utenti al processo informativo, affinché esso sia fondamentalmente in grado di cogliere le istanze dei suoi destinatari e di non esaurirsi nel rispetto degli equilibri fra i soggetti da rappresentare. Tutto il palinsesto di Radiol è in buona misura ispirato a questa esigenza e consente agli ascoltatori un intervento costante nei programmi, sui loro temi e in diretto contatto con ospiti, opinionisti ed esperti, delle stesse trasmissioni. Questo contatto è ulteriormente facilitato dall'utilizzazione delle nuove tecnologie e dalla presenza in rete di tutta la programmazione di Radiol, nel quadro di un rapporto fra radio e new media che si è rivelato subito particolarmente proficuo e al quale la rete informativa del servizio pubblico ha dedicato sempre significative energie.

Le due impronte indicate si sono ritrovate nel palinsesto fin dal primo mattino con programmi come "Istruzioni per l'uso", una sorta di vademecum per il cittadino-consumatore quotidianamente in relazione con le pubbliche amministrazioni ma anche con i fornitori privati di beni e servizi, con i problemi della sicurezza, della qualità dell'ambiente, della mobilità. E poi con "Radio anch'io", una trasmissione storica della testata e della rete, che ha compiuto proprio nel corso del 2000 venti anni di vita, mantenendo la sua ispirazione essenziale di confronto diretto fra i protagonisti e gli

ascoltatori. Alla trasmissione hanno partecipato tutti i principali leader politici, uomini del mondo della comunicazione e dell'economia, rappresentanti delle istituzioni internazionali, protagonisti di grandi fatti di cronaca e testimoni di altri eventi non ancora assurti alla ribalta dei mezzi di comunicazione ma di sicuro rilievo sociale: si ricorda, su questo fronte, la vicenda dell'uranio impoverito, che è stata affrontata dal servizio pubblico radiofonico con largo anticipo sulla sua diffusione mediatica e politica. "Radio anch'io" (che ha vinto con il suo conduttore il premio Flaiano di giornalismo) ha avuto nel corso del 2000 anche una sua versione televisiva in collaborazione con Rai2, "Tele anch'io", che ha esportato anche sullo schermo il modello del dibattito in diretta con l'intervento degli spettatori.

Nel corso della giornata di Radiol1 utilizzano il concorso delle idee e delle domande del pubblico anche "Il baco del millennio", contenitore di cultura e argomenti sociali e di costume, affrontati mantenendo un legame solido con le suggestioni offerte da spunti di attualità; e poi ancora "Radio a colori", l'esempio di come un caso di vita quotidiana e spesso locale possa avere ripercussioni e interesse per fasce di pubblico molto più larghe e di come possano essere gli stessi ascoltatori a segnalare casi dei quali il servizio pubblico può farsi interprete e portavoce con un concreto e rilevante vantaggio sociale.

Anche nel pomeriggio e in serata Radiol1 affronta l'attualità a diretto contatto con i protagonisti, prima con un nuovo contenitore ("Baobab, notizie in corso") e poi con "Zapping", un viaggio di idee e di interrogativi fra radio, televisione, Internet, con la capacità di mobilitare gli ascoltatori su grandi iniziative di carattere sociale, come è stata la campagna contro la pena di morte e per la moratoria delle esecuzioni capitali e la loro trasformazione in carcere a vita: una campagna che ha raccolto oltre 200mila firme consegnate al presidente della Repubblica.

Radiol1 ha trasmesso in diretta per 24 ore e per sette giorni alla settimana. Anche durante la notte i telefoni e i microfoni della radio sono aperti agli ascoltatori con il programma "La notte dei misteri", condotto a turno dai giornalisti della redazione del Gr.

La vocazione della radio alla presenza sul territorio è confermata inoltre da "In Europa", una trasmissione settimanale sulla "cittadinanza" nazionale ed europea che va in onda da luoghi sempre diversi e con il coinvolgimento diretto delle istituzioni locali, delle scuole e dei cittadini.

Due capitoli molto rilevanti dell'informazione di Radiol1 sono stati nel corso del 2000 quelli religiosi e sportivi. Sul primo fronte va ricordato l'impegno straordinario profuso per seguire l'evento giubilare, con la diretta di tutti gli eventi principali e molte edizioni speciali di "Oggi2000", trasmissione dedicata non solo alla cronaca e all'approfondimento degli aspetti religiosi, sociali e di costume del Giubileo ma anche al confronto interconfessionale, affrontato in chiave giornalistica e divulgativa, e all'evoluzione dei rapporti fra religiosità e vita civile.

Per quanto riguarda lo sport, una chiave fondamentale della programmazione di Radio1, i campionati europei di calcio e le Olimpiadi sono stati gli eventi dominanti in termini di trasmissioni in diretta. Per i giochi di Sidney gli inviati del Gr hanno garantito circa 12 ore di trasmissione al giorno, alternando al racconto dei fenomeni agonistici le storie e le considerazioni che contribuiscono in misura non minore all'irripetibilità delle stesse Olimpiadi anche sotto un punto di vista sociale e di costume.

L'INFORMAZIONE E LA RADIO DI SERVIZIO

L'asse centrale attorno al quale ha ruotato tutto il palinsesto informativo di Radio1 nel corso dell'anno 2000 è stato costituito dal flusso dei notiziari, in onda almeno una volta ogni ora nelle 24 ore e con cadenza di mezz'ora per tutto l'arco centrale della giornata.

Uniti ai Gr lunghi e brevi prodotti per Radio2 e Radio3 portano il numero complessivo delle edizioni a circa 50 quotidiane. Sempre su Radio1, molte di esse sono seguite da brevi Gr tematici che si concentrano su argomenti di particolare interesse sociale, dall'ambiente alla medicina, dalla tecnologia alla scienza, dalla cultura all'università.

La catena dei Gr costituisce quindi una opportunità ricchissima di valore aggiunto informativo, alla quale si aggiunge la flessibilità del palinsesto. Grazie ad essa e alla presenza di inviati e corrispondenti della testata è stato possibile realizzare fili diretti che hanno dato conto in tempo reale di avvenimenti di grande rilievo sulla scena internazionale, come l'esplosione della violenza in Medio Oriente, l'irruzione del movimento popolare che ha portato Kostunica alla successione di Milosevic dopo gli avvenimenti bellici dell'anno precedente e ancora le ore di grande incertezza che hanno fatto seguito alla prima proclamazione del risultato delle elezioni presidenziali.

Sul piano interno, il Gr ha seguito con continuità e trasmissioni speciali i fatti politici principali, dai referendum alle elezioni regionali e alla crisi di governo che ne è seguita, rispettando i principi di pluralismo richiamati anche nei documenti della commissione parlamentare di vigilanza.

Fra gli argomenti di carattere sociale ai quali sono stati dedicati i maggiori spazi di approfondimento si ricordano i numerosissimi spunti legati alle opportunità e agli interrogativi etici proposti dai passi avanti della ricerca scientifica, su temi come la clonazione, gli interventi genetici a scopo terapeutico, l'eutanasia. O ancora le inchieste e le riflessioni legate ai danni alla popolazione e al territorio prodotti dalla situazione di dissesto idrogeologico del paese. Altri temi di rilievo sono stati legati ad episodi di cronaca nera o di violenza sui minori o al delicato e controverso problema dell'immigrazione: toccato, quest'ultimo, non solo negli aspetti di cronaca e di dibattito politico, ma anche con una rubrica quotidiana ("Permesso di soggiorno") dedicata a tutto ciò che ruota attorno alla vita dei soggetti deboli e alla comprensione dei loro diritti da parte altrui.

GR PARLAMENTO

Il canale istituzionale della Rai ha assicurato, come è nell'oggetto specifico della sua missione editoriale, la trasmissione delle sedute di aula di Camera e Senato, ma anche di numerose sedute di Commissione legate ad argomenti di attualità.

Negli spazi liberi dall'attività del Parlamento, il canale ha strutturato il suo palinsesto attorno alla rassegna stampa del mattino e alle rubriche che ricostruiscono la giornata parlamentare attraverso le voci dei suoi protagonisti. Inoltre, Gr Parlamento ha organizzato Forum con la partecipazione di parlamentari di tutti i gruppi, esperti delle singole materie, protagonisti di vicende sociali, economiche o civili legate all'attività delle Camere: e a questi Forum è stato attribuito il Premio di Giornalismo Saint Vincent, consegnato dal presidente della Repubblica.

Nel corso del 2000 Gr Parlamento ha avviato collaborazioni con il Consorzio di università Nettuno, per la diffusione di una serie di lezioni di scienza della politica e diritto costituzionale, e con la Luiss per alcuni incontri periodici su temi di filosofia politica.

Oltre ad alcuni appuntamenti con le istituzioni locali ("Profonda Italia"), sono state trasmesse rubriche sulle pari opportunità ("Il filo di Arianna") con il patrocinio della competente commissione istituita presso la presidenza del Consiglio e sui temi medico-scientifici visti in chiave parlamentare ("Articolo 32").

Gr Parlamento ha seguito in diretta durante il fine settimana molti congressi di partito e riunioni di organismi politici di particolare rilievo, così come numerosi eventi organizzati nelle aule parlamentari al di fuori dell'attività strettamente istituzionale. Approfondimenti e dibattiti sono stati dedicati alle regionali (15 speciali in occasione delle elezioni) alla crisi di governo e ai referendum di maggio.

GLI ASCOLTI

Radiol ha concluso il 2000 con un rialzo netto degli ascolti nel bimestre novembre/dicembre rispetto ai bimestri precedenti. Il dato relativo all'ultimo periodo del 2000 è pari a 8.015.000 ascoltatori nel giorno medio e a 13.504.000 contatti settimanali.

Nella media dell'anno 2000 Radiol si colloca in testa alla graduatoria degli ascoltatori nel giorno medio (7.876.000, pari a un vantaggio del 36% sul primo dei network privati) sia nei contatti settimanali, con una media di 13.345.000 ascoltatori.

Va tuttavia considerato che l'anno trascorso è stato assai difficile sotto il profilo della ricezione del segnale delle reti Rai in conseguenza della prolungata chiusura dell'impianto di S. Palomba, che serve un bacino di utenza in onda media di circa quindici milioni di persone.

RADIODUE

Nel corso del 2000 sono state messe a registro le innovazioni apportate alla programmazione di Radio2 nel corso dell'anno precedente, nell'ottica di un riposizionamento dell'emittente, come indicato nella delibera del Consiglio di Amministrazione del 14 luglio 1999 che istituiva Direzioni differenziate per le reti radiofoniche.

L'anno si è aperto con l'inserimento del nuovo sound integrato della rete, comprendente un insieme articolato che va dalle sigle dei Gr, a quelle dell'onda verde, agli identificativi di rete, alle sigle di meteo e ondeverdi, a quelle della pubblicità. Intanto si consolidava la programmazione di un'offerta musicale organica, attraverso lo strumento della playlist, ormai comunemente impiegato in tutte le radio ad ampia offerta musicale e gradualmente introdotto in tutta la programmazione di Radio2 nel corso del 2000, ricorrendo per questo alle moderne tecnologie del computer per bilanciare il mix dell'offerta.

La programmazione ha mantenuto i suoi punti di forza. Dal Cammello di Radio2, al Ruggito del Coniglio, a Fabio e Fiamma, a Fuorigiri, in novembre la Emi ha acquisito i diritti del marchio per la pubblicazione di un cd, a Alle Otto della Sera, i testi di alcune serie sono stati nel frattempo editi da Rai-Eri, a Caterpillar.

Significative innovazioni sono state la nascita del programma Catersport, destinato ad accompagnare il pubblico di Radio2 nel weekend allungato dedicato allo sport, Dispenser, rotocalco giovanile, e Apparecchiando, quotidiano di informazione gastronomica ed alimentare. Di rilievo maggiore vanno considerate la trasformazione del 3131 in 3131 Chat, trasmissione che si rivolge dichiaratamente ad un pubblico padrone delle tecnologie più moderne, tentando di non sacrificare quello tradizionale, e che rivolge una particolare attenzione alla multimedialità, la nascita del Sommergibile di Radio2, il sito internet della rete, e l'apertura di un canale privilegiato con la televisione, passato principalmente attraverso Un Medico in Famiglia, La Casa dei Sogni, SMS e Un Posto al Sole. Quest'ultima esperienza si è dimostrata molto vitale nel convogliare verso Radio2 un pubblico altrimenti disattento nei confronti dell'emittente.

È proseguito anche lo sforzo di Radio2 nel creare occasioni, dentro e fuori al palinsesto, per incontrare il proprio pubblico. In particolare vanno ricordati il Caterraduno di Cervia a giugno, frequentato nel corso di tre giorni da alcune decine di migliaia di persone, ed il Radio2 Bologna Towers, che ha visto venticinquemila persone riunite per festeggiare con Radio2 l'arrivo dell'anno nuovo. Fra le iniziative di palinsesto va segnalata la trasmissione Il Bue e il Cammello, offerta natalizia di Radio2 per il proprio pubblico.

RADIOTRE

Nel 2000 Radio3 ha rafforzato la sua vocazione e la sua nuova identità: più spazio a spettacoli e appuntamenti culturali in diretta e dal vivo, più musica e più musiche, con l'aumento di offerte esclusive e una maggiore attenzione ai cambiamenti e alle contaminazioni, apertura ai nuovi linguaggi artistici e letterari. Al centro, un'idea di cultura meno scolastica e aperta ai contenuti e alle dimensioni globali dei problemi e delle forme artistiche e un'attenzione alle diversità anche locali, con una più attenta capacità di raccontare il territorio e le differenze. Da gennaio 2000 Radio3 ha inoltre cambiato la sua veste grafico-sonora, con nuovi identificativi e nuove sigle che ne hanno reso più riconoscibile la presenza.

Sul piano dei programmi ne è conseguita, per quanto riguarda la musica, l'offerta di concerti dal vivo sette giorni su sette nel corso di Mattino Tre e la domenica pomeriggio all'interno del nuovo programma Grammelot, un ampliamento dell'offerta del Cartellone serale di Radiotre Suite (con il rafforzamento degli accordi istituzionali con l'Accademia di Santa Cecilia, la Scala, il Maggio Fiorentino, il Teatro San Carlo, la Biennale e con la Mahler Chamber Orchestra di Ferrara e la Verdi di Milano), una maggiore presenza di musiche che sfuggono alla definizione di genere con particolare attenzione alle diverse culture e tradizioni etniche e al jazz, con un doppio appuntamento settimanale dal vivo.

Per il teatro, oltre all'attenzione alla contemporaneità (tra l'altro con un ciclo dedicato a Thomas Bernhard) e la produzione di un ciclo in onda nel 2001 con testi commissionati ai più giovani scrittori italiani, significativa è l'innovazione legata alle radiocronache teatrali: un formato nel quale, in diretta dai maggiori teatri italiani, l'ascolto dei momenti più significativi dello spettacolo (o, in qualche caso, di spettacoli incrociati) si alternano a interviste, testimonianze, ascolti musicali. Tra i primi esperimenti, una Serata Testori, l'Edipo Re di Mario Martone, i due Sogni (da Calderon de la Barca e Strindberg) di Luca Ronconi. Da segnalare anche una speciale Giornata dedicata a Eduardo De Filippo nel centenario della nascita.

Ai confini tra fiction e approfondimento dell'informazione si situa un nuovo programma significativo sul piano dei nuovi linguaggi che Radio3 vuole esplorare: ogni sera un Teatrogiornale partendo da una notizia del giorno inventa una storia messa in scena in diretta.

Anche i maggiori appuntamenti culturali ed editoriali come la Fiera del libro di Torino, il Salone del libro per ragazzi di Bologna, il Festival cinematografico di Venezia e quello letterario di Mantova, sono stati seguiti in diretta, con diversi collegamenti nel corso dei vari programmi. Una Tournée estiva ha poi consentito a Radio3 di raccontare dal vivo e da vicino il territorio e la cultura delle regioni italiane.

Numerosi appuntamenti in onda in diretta hanno poi consentito l'apertura anche fisica delle sale della radio alla partecipazione di un pubblico più ampio e rinnovato: anteprime cinematografiche, spettacoli teatrali, concerti jazz e giornate tematiche speciali.

Nuovo spazio ha trovato su Radio3 la scienza: con uno spazio quotidiano all'interno di Fahrenheit e con un programma settimanale di approfondimento dedicato alle grandi controversie e poi alle nuove frontiere delle diverse scienze. Analogo approfondimento ha ricevuto l'arte con un programma settimanale che da gennaio 2000 presenta le grandi mostre nazionali e i numerosi appuntamenti locali. Un'attenzione particolare viene riservata al nodo della memoria e delle sue testimonianze radiofoniche non solo con programmi specifici (un ciclo di interviste in onda settimanalmente ai protagonisti dell'arte, della cultura e della società del Novecento, un Diario Italiano che in sessanta puntate ha raccontato la storia del nostro dopoguerra attraverso materiali radiofonici e audiovisivi, un nuovo programma, Grammelot, che la domenica pomeriggio propone un tema affrontato usando suggestivi materiali di repertorio) ma anche con la presenza di materiali rievocativi all'interno delle diverse trasmissioni.

Il 2000 è stato anche un anno di importanti trasformazioni sul piano della produzione con l'introduzione delle nuove apparecchiature digitali (Netia) e di un più stretto intreccio tra programmi e rete Internet con l'apertura del nuovo sito della Radio. Si tratta di innovazioni che corrispondono a un'esigenza di maggiore continuità e fluidità dei programmi e di valorizzazione e crescita qualitativa delle riprese esterne e che dunque stanno contribuendo a cambiare formati e linguaggi dell'offerta radiofonica. Va sottolineato che questo processo sarebbe stato impossibile senza uno sforzo di partecipazione e di condivisione che in questi mesi ha coinvolto tutte le redazioni e i programmi di Radio3.

CANALI DI PUBBLICA UTILITA' E INNOVATIVI

Isoradio

Isoradio continua a svolgere la sua missione principale, con un flusso continuo di informazioni per chi viaggia. Le informazioni di viabilità, sono fornite da Società Autostrade, e dal CCISS viaggiare Informati.

La musica segue il formato dei grandi successi, e dei grandi interpreti, senza tuttavia trascurare le novità più popolari. Il sistema informatico di programmazione e messa in onda garantisce ancor di più l'omogeneità del "suono" e l'identità del format Isoradio. Ad arricchire i contenuti di Isoradio, concorrono una serie di parlati di breve durata in linea con il concetto di radio di flusso e di servizio, sui grandi temi del viaggio (lavoro, salute, tempo libero, ambiente, sport).

Lo spazio dedicato ai temi dell'autotrasporto, oggetto di una convenzione con l'Albo Nazionale degli autotrasportatori, ha consentito, tutti i giorni, di mettere a fuoco uno dei temi fondamentali della sicurezza sulla circolazione, senza trascurare, la rilevanza sociale ed economica del settore.

Nell'offerta di comunicazione di Isoradio, l'informazione radiofonica è presente con i giornali radio, RAI News 24 e, con l'audio di alcuni telegiornali.

Isoradio si ascolta in isofrequenza su 103.3 ed inoltre nell'area di Roma su 103.450 e in quella di Milano su 103.2 Mhz.

Filodiffusione

Il IV canale, trasmette una selezione di brani di musica leggera italiana, e straniera dagli anni cinquanta fino ai nostri giorni.

Il palinsesto del V canale auditorium (che trasmette ventiquattro ore al giorno tutti i giorni) ha i suoi punti di forza, nei documenti sonori dell'archivio storico della RAI, unici nel loro genere, e nelle diverse proposte del repertorio cameristico, sinfonico, e operistico fino alle più recenti registrazioni digitali.

Il servizio di filodiffusione, si riceve attraverso la rete Telecom e anche dal satellite digitale Hot Bird II, e solamente per il V canale, in modulazione di frequenza nelle città di Torino, Milano, Roma e Napoli.

Il segnale audio della filodiffusione è irradiato anche con il sistema DAB, in via sperimentale, nelle regioni Piemonte, Valle D' Aosta e Lombardia.

CCISS

Il quadro attuale delle attività del CCISS, nell'ambito della convenzione firmata con il Ministero dei Lavori Pubblici, è di trasmettere quotidianamente 37 notiziari di OndaVerde che diramano informazioni sul traffico, sulle 3 reti radiofoniche.

A questo numero, vanno aggiunte oltre 20 rubriche giornaliere di pubblica utilità: bollettini meteo, quelli rivolti ai naviganti e, durante il periodo invernale, bollettini della neve e 20 appuntamenti televisivi settimanali.

È stato attivato il numero gratuito di pubblica utilità sul traffico, il 1518, presidiato da operatori che danno e ricevono notizie sulla situazione stradale, acquisendole in tempo reale dalle varie fonti istituzionali presenti nel CCISS.

Sono state realizzate, con finanziamenti del Ministero dei Lavori Pubblici, l'operazione "Camper" e la prima fase della "Mediateca".

Da aprile il CCISS fornisce le notizie sulla circolazione stradale al canale RAI News.

5. TECHE E SERVIZI TEMATICI EDUCATIVI

Il 2000 ha segnato una fase di consolidamento e sviluppo della Direzione ed ha anche ribadito i buoni risultati derivanti dalle sinergie fra le attività delle due aree Teche ed Educational.

Nel mese di settembre 2000 il Consiglio di Amministrazione della Rai ha deliberato la divisione della Direzione Teche e Servizi Tematici/Educativi ed ha istituito le Direzioni Rai Teche e Rai Educational, riconducendo quest'ultima nell'ambito della Divisione TV Canale 3 e Offerte Collegate, lasciando invece inalterata la totale autonomia operativa e gestionale di Rai Teche.

I risultati di Rai Teche relativi all'esercizio 2000 sono stati positivi da tutti i punti di vista, operativi e gestionali (personale, budget, contratti e acquisti, supporto tecnologico, recupero, valorizzazione ed arricchimento degli archivi Rai).

Tra gli obiettivi gestionali raggiunti nel 2000, i più significativi sono quelli relativi al margine operativo, sensibilmente migliore rispetto all'obiettivo assegnato (+3 miliardi circa) grazie, anche, ai notevoli ricavi conseguiti (circa 9 mld) ed all'organico (consuntivo di 110 unità a tempo indeterminato a fronte delle 112 previste).

I risultati operativi, in estrema sintesi, possono essere così riassunti:

- 35.000 ore di materiali televisivi digitalizzati, documentati e messi a disposizione degli utenti mediante l'archivio informatico Catalogo Multimediale;
- 35.000 ore di materiali radiofonici digitalizzati, documentati e messi a disposizione degli utenti.

Passando ad una disamina più dettagliata sono analizzate, di seguito, le attività svolte dalle varie aree della Direzione.

Teche TV

Nell'anno 2000 sono proseguiti a regime i processi, gestiti dalla Direzione Teche, di documentazione e di certificazione del trasmesso quotidiano delle tre reti TV e dello sport, sia in forma anagrafica, sia in forma multimediale, e le attività per la documentazione e la certificazione quotidiana (con il data-entry MIR) dei TG e delle rubriche delle testate giornalistiche.

È, inoltre, proseguita la collaborazione con RAISAT s.p.a, la società alla quale, nell'ambito di un contratto-convenzione, le Teche garantiscono quotidianamente un servizio di ricerca diritti e selezione di materiale di archivio soprattutto per il Canale

Album, ed anche, in misura minore, per i canali Arte e Show, in onda sulla piattaforma pay tv di Tele +, nell'ambito degli accordi complessivi con la Rai.

È stata completata l'attività di riversamento dei filmati di Roma e di Milano relativi al progetto Teca Cultura finanziato dalla convenzione con il Ministero delle Finanze, mentre è proseguita, attraverso un contratto di servizio con la Divisione Produzione, l'attività di recupero e di digitalizzazione dei supporti obsoleti, in particolare dei nastri magnetici ad 1 e a 2 pollici di Roma, Milano e Torino.

È stato completato il sistema di ricerca OCTOPUS che indirizza tutti i cataloghi testuali di archivio con ricerca completa e personalizzabile.

Per tutto il 2000 sono proseguiti con cadenza settimanale i corsi sul Catalogo Multimediale per il personale delle reti televisive; dal mese di Novembre i corsi sul Catalogo Multimediale sono stati estesi anche ai giornalisti dei Centri di Produzione.

Nell'ultimo bimestre dell'anno è stata rilasciata la prima release del nuovo sistema di schedulazione che rende possibile ridurre a 24 ore i tempi relativi alla messa a disposizione sul Catalogo Multimediale dei programmi trasmessi giornalmente.

In occasione dell'anno Giubilare 2000, è stata realizzata una teca multimediale con visione in full motion di 3000 ore di materiale a disposizione dei giornalisti italiani e stranieri e collocata nella sede di Rai Giubileo, che è stata utilizzata anche come test per l'inserimento del materiale storico nel catalogo multimediale in formato MPEG4 (visione in full motion a bassa qualità).

Teche RF

Nel corso del 2000 è stata avviata l'attività di documentazione dei programmi radiofonici trasmessi a partire dagli anni '50 fino agli anni '70 ed in parte a partire dagli anni '80 fino al 1997, per un totale di 35.000 ore.

È proseguita a regime l'attività di ricerca e di recupero del materiale non schedato giacente presso la Nastroteca Centrale di Via Teulada.

Nel corso dell'anno è inoltre proseguita la catalogazione dei copioni radiofonici destinati all'inserimento del catalogo multimediale; a fine Dicembre risultavano disponibili circa 80.000 copioni.

In collaborazione con il Centro ricerche di Torino, sono state predisposte le nuove procedure software ed hardware per il taglio e per la documentazione del quotidiano

(Programmi e News); l'utilizzo in produzione si prevede essere possibile nel primo semestre del 2001.

Dal mese di Giugno e fino al mese di Agosto la Direzione Teche ha collaborato con Radio 1 alla realizzazione della trasmissione radiofonica "Con parole mie - Sent'ieri" con propri collaboratori e fornendo attività di ricerca di materiale di archivio.

Teche delle sedi regionali

Dall'anno 2000 per le Sedi Regionali è stato predisposto un nuovo sistema di documentazione a partire dai materiali grezzi dei telegiornali regionali sulla base di uno specifico accordo raggiunto tra l'area Teche TV della Direzione Teche e la testata giornalistica del T3.

Nel corso dell'anno è proseguita a regime l'attività di documentazione presso le Sedi di Perugia nonché il compattamento del materiale grezzo presso le Sedi di Bologna e Napoli.

Presso la Sede di Firenze, dopo il completamento dell'attività di documentazione, si è proseguito con il riversamento da supporto BVU a BETA delle vecchie edizioni dei Tg. Nel corso del 2000 è stato recuperato e documentato tutto lo storico giacente presso la Sede di Bari; si prosegue con la documentazione del quotidiano.

Presso la Sede di Bolzano, dall'ultimo bimestre dell'anno con il completamento dell'attività di compattamento del Tg regionale pregresso in lingua italiana, è stata avviata l'attività di documentazione che proseguirà per tutto l'anno 2001.

Bibliomediateca

È stata implementata la release aggiornata del nuovo software di gestione della biblioteca ALEPH, che viene attualmente indirizzata anche sul Catalogo Multimediale. L'ultimo modulo attivato è quello relativo all'automatizzazione delle procedure del prestito che attualmente consentono la verifica on line dello stato del documento ricercato e una più veloce movimentazione del materiale.

Nel corso dell'anno è proseguito a regime il servizio fornito dal Centro di Documentazione di Saxa Rubra, oggetto del contratto di RAI SAT S.p.A., relativo alla fornitura di fotocopie delle pagine dei quotidiani e dei periodici pubblicati negli anni corrispondenti alla programmazione del canale ALBUM.

Dall'anno 2000 è stato dato avvio al progetto di recupero, digitalizzazione e di documentazione del fondo fotografico del Centro di Produzione di Milano. A fine Dicembre si stima siano stati digitalizzati e documentati oltre 5.000 negativi. È stato inoltre completato il lavoro di documentazione e di digitalizzazione del fondo fotografico delle Tribune Politiche di Roma contenente circa 3.000 foto già riversate sul Catalogo Multimediale e consultabili tramite OCTOPUS.

"Customer service"

Nell'anno 2000 è notevolmente aumentata l'attività svolta dall'unità "Customer Service" della Direzione Teche consistente nel soddisfacimento delle richieste di consultazione, ricerca e duplicazione di materiali provenienti da soggetti diversi dagli utenti privati come Ministeri, Enti di diritto pubblico non economici, Enti culturali, Fondazioni, Associazioni ed Enti Morali senza scopo di lucro, Ordini Professionali, Avvocati e parti lese.

Nel corso dell'anno è stato istituito il nuovo servizio "Help Teche" che dal 29 Febbraio fornisce attività di supporto e di consulenza alle strutture editoriali TV che necessitano di visionare sul Catalogo Multimediale materiale in diritti Rai da destinarsi alla messa in onda.

È, inoltre, continuata regolarmente la collaborazione con RAI TRADE in relazione alla quale l'unità "Customer Service" ha svolto attività di ricerca e di verifica diritti del materiale home video destinato alla messa in onda. Dal mese di Novembre è iniziata inoltre una collaborazione con RAI NET per la quale l'unità "Customer Service" svolge attività di ricerca, controllo diritti e riversamento del materiale.

Di particolare rilievo sono le collaborazioni tenute dall'unità "Customer Service" nel corso del 2000 con le maggiori Università Italiane. In particolare citiamo l'iniziativa "Grandi Progetti Strategici" intrapresa con la facoltà di architettura della Sapienza di Roma e la collaborazione con la facoltà di lingue ed interpretariato dell'Università di Trieste.

Nel corso del 2000 è stato avviato il "Progetto Cinema Italiano - Documentari" con oggetto la realizzazione di monografie su personaggi di rilievo del mondo dello spettacolo. Completata la monografia su Federico Fellini presentata alla 57a Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia, si prosegue con le attività di ricerca del materiale, di riversamento e di montaggio per la realizzazione di monografie su Vittorio De Sica, Giancarlo Antonioni, Gina Lollobrigida, Silvana Mangano e Sofia Loren.

Altre attività on line

Il sito Internet delle Teche è stato oggetto di un processo di restyling della grafica e delle applicazioni tecnologiche, fra le quali l'inserimento di alcune centinaia di nuovi files audio e video.

Nel corso dell'anno è stata avviata la realizzazione dell'applicativo "Grabber" che consente di estrarre dal Catalogo Multimediale i materiali e la relativa documentazione per uso Internet.

RAI EDUCATIONAL

I risultati ottenuti da RAI Educational nell'anno 2000 sono particolarmente rilevanti:

- È stato raggiunto uno share intorno al 4,3%, ancora in crescita rispetto al 3,85% del 1999. Si tratta di un risultato ragguardevole se si pensa che nei dieci anni precedenti, il Dipartimento Scuola Educazione non aveva mai superato il 3% e nel 1998 RAI Educational era attestata su uno share del 2,4%
- Sono stati realizzati cinque corsi di formazione a distanza per gli insegnanti, finanziati dal Ministero della Pubblica Istruzione, che hanno visto la partecipazione di oltre centomila insegnanti grazie alle 5000 parabole installate nelle scuole da RAI Educational nel 1999.
- La stipula di nuove convenzioni, con Enti della Pubblica Amministrazione (Agenzia Spaziale Italiana, Ministero della Pubblica Istruzione (rinnovo triennale), Ministero degli Interni, Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Ministero per gli Affari Sociali, Comune di Venezia ecc.);
- Il 95% dei programmi trasmessi (e il 100% dei prodotti commerciali) è stato autoprodotto;
- È stato effettuato un test di vendita diretta di videocassette e Cd-rom che ha dato risultati molto positivi e incoraggianti;
- È stato creato un portale di RAI Educational che offre nuovi servizi ai telespettatori grazie ad un motore di ricerca che consente una navigazione trasversale tra i dieci diversi siti di Educational;
- È stato creato un magazzino di diverse migliaia di ore di programmi a "utilità ripetuta", di cui si detengono i diritti, in perpetuo, per tutti i media;

- È in corso la catalogazione e l'archiviazione di tutto il "girato", cioè del materiale utilizzato per la realizzazione dei diversi programmi, che, normalmente, viene disperso. Questo archivio di materiali grezzi risulta essere molto più utile per realizzare prodotti per i nuovi media di quanto non lo siano i programmi già confezionati per la Tv;
- È iniziata, grazie ad una proficua collaborazione con Rai Trade, la commercializzazione all'estero delle collane di videocassette;
- Per promuovere le attività della Direzione Educational, sono stati inaugurati con successo, "I Martedì di RAI Educational", incontri settimanali serali in Viale Mazzini, con i giornalisti e il pubblico, per la presentazione di nuovi programmi e opere multimediali.

6. RAISAT

Prosegue, in attuazione dell'accordo pluriennale con TELE+ (sei anni più tre opzionabili), la fornitura, alla prima piattaforma satellitare pay-TV italiana, di un pacchetto di canali tematici RaiSat che vengono distribuiti nell'ambito dell'offerta "basic" di D+.

I canali RaiSat attualmente distribuiti da D+ sono:

- RaiSat ALBUM (memoria televisiva);
- RaiSat CINEMA (cultura cinematografica);
- RaiSat GAMBERO ROSSO (gastronomia e turismo);
- RaiSat ART (arti visive);
- RaiSat RAGAZZI (bambini e ragazzi);
- RaiSat SHOW (spettacolo, musica, show televisivi).

La programmazione quotidiana è organizzata su "slot" di 4 ore, ripetuti sei volte nella giornata: in un anno, ciascun canale RaiSat offre agli abbonati di TELE+ oltre 1.000 di programmazione originale, per un totale - su sei canali - di circa 6.000 ore di prodotto originale e oltre 50.000 ore di trasmissione complessiva.

I programmi così realizzati vengono trasferiti, mediante ponte radio digitale, dal centro di messa in onda RaiSat dislocato a Torino, presso il Centro di Produzione RAI, al centro trasmittente di TELE+, dislocato a Cologno Monzese.

In data 20 aprile 2000 l'Assemblea degli Azionisti ha approvato il bilancio che si è chiuso con un utile di L.2.708 milioni.

Nella stessa data è entrato a far parte del Consiglio di Amministrazione, in rappresentanza della Soc. RCS-Rizzoli Corriere della Sera - che in data 24 febbraio 2000 ha acquisito il 5% del Capitale di RaiSat - il dr. Paolo Mieli.

A partire dal 1 marzo 2001, è prevista la consegna a D+ di un nuovo canale "RaiSat Fiction" che presenterà i più grandi successi del passato e il meglio della nuova produzione di un genere che va raccogliendo presso il pubblico italiano un successo sempre crescente.

Si ricorda che l'attività di RaiSat è completamente finanziata dal corrispettivo assicurato dagli accordi RAI - RaiSat - TELE+; tale corrispettivo consente, sulla base dei preventivi formulati, la totale copertura delle spese di gestione (compreso il pagamento alla RAI dei servizi prestati e dei diritti ceduti) e la corresponsione all'azionista di un crescente utile di gestione.

Con il bimestre novembre - dicembre 2000 si è concluso il secondo esercizio di attività della società, il primo completo dal punto di vista dell'arco temporale: come già per il 1999 anche per il 2000 è previsto un risultato positivo.

7. PRODUZIONE FICTION

Il 2000 è stato un anno di forte sviluppo per la fiction RAI, che si è affermata come uno dei generi televisivi più importanti di Raiuno e Raidue sia dal punto di vista quantitativo sia da quello del gradimento del pubblico.

Il dato più rilevante è quello dell'aumento dell'offerta di fiction in prima serata.

Raiuno ha trasmesso nell'arco dell'anno la cifra record di 80 serate di fiction di prima visione, a cui si sono aggiunte 13 repliche, per un totale di 93 serate.

Raidue ha trasmesso 39 prime visioni di fiction in primetime, e 7 repliche, per un totale di 46 serate.

Gran parte dell'offerta si è concentrata nei periodi di "garanzia".

Il forte aumento della produzione e dell'offerta si è accompagnato a risultati di ascolto record, analoghi - se non leggermente migliori - a quelli dell'anno precedente che erano apparsi frutto di una stagione straordinaria.

Il risultato della fiction trasmessa da RAIUNO nei periodi di garanzia del 2000 è stato superiore al 28% di share di media. Il risultato della fiction trasmessa da RAIDUE in garanzia è stato superiore al 20% di share.

Si tratta di valori nettamente superiori alle medie e agli obiettivi delle due Reti.

Il 2000 è stato caratterizzato, come già il 1999, dal grande successo della lunga serialità in prima serata, che è stato decisivo sia per l'affermazione dei prodotti stessi, ("Un medico in Famiglia", "Incantesimo", "Don Matteo") sia per aver consentito, in virtù del loro minor costo, un parallelo maggior impegno di risorse nei prodotti più spettacolari di impianto cinematografico.

È stato possibile in questo modo, con un budget di circa 300 miliardi di lire investiti nell'anno, offrire alle Reti e quindi al pubblico un catalogo di prodotto che va dalle serie girate in studio a produzioni di taglio cinematografico ed ad alta spettacolarità, rese possibili anche da una azione di coproduzione e cofinanziamento sul mercato internazionale.

Va segnalato a questo proposito che i prodotti di Rai Fiction, sia nel campo della fiction televisiva sia in quello dell'animazione, prevedono di regola un'ampia se non esclusiva titolarità di diritti per la Rai. Questo significa poter mettere a disposizione di tutte le articolazioni del gruppo Rai, una notevole quantità di prodotto per uno sfruttamento multiplatforma (oltre alle repliche e all'homevideo, anche trasmissioni via satellite e

utilizzazioni nell'ambito di internet e dei nuovi media) e per la commercializzazione all'estero, dove la fiction italiana, e Rai in particolare, comincia ad essere sempre più apprezzata.

Da un punto di vista editoriale la fiction RAI del 2000, sia quella già trasmessa sia quella prodotta nella seconda parte dell'anno che verrà presentata nel corso del 2001, si è caratterizzata per una pluralità di formati, di generi e di stili.

Sono stati coinvolti nel processo produttivo grandi nomi del cinema italiano e nuovi volti televisivi, sono state girate produzioni in studio, nelle città della provincia italiana, e anche all'estero, affrontati temi di attualità e rievocazioni d'epoca.

La coincidenza con il Giubileo del 2000 ha visto una particolare attenzione ai temi della religione e della spiritualità, trattati con grande rispetto e con un linguaggio laico in grado di indirizzarsi a tutte le fasce del pubblico. Proprio una fiction religiosa, "Padre Pio tra cielo e terra" è risultata la trasmissione più seguita di film e fiction tra tutte le reti nazionali, con oltre 14 milioni di spettatori.

Punto di forza di tutta la fiction RAI è la capacità di trattare, anche se con il linguaggio della commedia o del poliziesco, e spesso con tono leggero ma non per questo necessariamente evasivo, aspetti cruciali della vita di oggi, senza proporre univoche ricette, ma comunicando valori di fondo della società come l'importanza della famiglia, la tolleranza, la solidarietà, l'attenzione agli altri, la dedizione civile: uno spirito di apertura alla società di domani, ai temi della multiculturalità, del diverso, del nuovo.

Accanto alla produzione di fiction, va segnalato infine l'impegno di Rai Fiction per lo sviluppo e la coproduzione di cartoni animati italiani ed europei, che ha portato al varo di numerose serie di animazione sia per il pubblico dei più piccini sia per quello dei ragazzi.

8. RAI GIUBILEO

La Rai – emittente ufficiale del Giubileo – è stata il polo centrale di produzione e di smistamento, a livello mondiale, degli eventi e delle grandi celebrazioni previste per l'Anno Santo.

Nella sede di Borgo Sant'Angelo 23, una struttura operativa di coordinamento (Rai Giubileo) ed una serie di apparati tecnici di avanguardia hanno assicurato un buon svolgimento dell'attività redazionale e l'assistenza internazionale.

Il quadro di sintesi dei dati di ascolto – nel periodo tra il 2 gennaio e il 30 dicembre 2000 - dell'offerta giubilare si articola nel modo che segue: il totale dell'offerta è di 236 ore con un ascolto di 253 milioni 837 mila. Al suo interno l'offerta si distribuisce in questo modo: la rubrica "A Sua immagine" (18.11 ore con un ascolto di 29 milioni 612 mila), la rubrica del TG3 "Dentro il Giubileo" (22.01 ore con un ascolto di 11 milioni 897 mila), gli "eventi" (195.57 ore con un ascolto di 212 milioni 328 mila).

Non sono state considerate trasmissioni affini (inchieste, speciali, fiction e cartoni animati) che porterebbero l'offerta a circa 326 ore. Tale offerta si articola nel seguente modo: liturgie (39.8%), rubriche (27.0%), eventi (17.7%), inchieste (8.1%), fiction (3.9%), speciali (3.1%), programmi per bambini (0.3%).

Tra gli eventi più seguiti si segnalano: la festa per il Giubileo dei Bambini (4 milioni 782 mila), il Giubileo degli Sportivi (4 milioni 654 mila), il Giubileo dei Giovani (3 milioni 789 mila), il Giubileo dei Malati (3 milioni 240 mila). Per i programmi religiosi, in termini di ascolto, la Via Crucis ha avuto 5 milioni 643 mila spettatori, la Benedizione Urbi et Orbi di Natale 3 milioni 797 mila, l'Angelus del 9 gennaio 3 milioni 292 mila.

Gli organismi televisivi che hanno partecipato agli eventi giubilari, lavorando d'intesa con la Rai, sono stati 126, rappresentanti 80 nazioni.

La Radio ha prodotto 550 ore di trasmissione dedicati all'Anno Santo, tra dirette e speciali.

Rai Giubileo, la struttura della Rai incaricata del coordinamento degli eventi, ha assicurato, inoltre, in collaborazione con altri soggetti, aziendali e non, 4 linee di prodotto editoriale: la collana multimediale (1 CD Rom e 14 videocassette), il sito Internet www.giubileo.rai.it (in 3 lingue, 6.500 pagine di testo, 5.000 files grafici, con una media di 30 mila visitatori al mese); le pagine sull'Anno Santo di Televideo (1.500 fascicoli di servizi al giorno sulle Reti nazionali e locali della Rai e 600 pagine all'anno per servizi giornalistici); il mensile "Giubileo Notizie", supplemento di "RaiNews" (51 numeri).

Da segnalare qualche risultato singolare legato agli eventi tipicamente giubilari.

Dall'analisi degli eventi più rappresentativi tra quelli esclusivamente giubilari, escono alcune considerazioni significative sulle caratteristiche del pubblico televisivo che ha seguito gli eventi, viste in relazione al pubblico che tradizionalmente segue le normali rubriche religiose. Si registrano, in sintesi: uno spostamento dell'ascolto verso target di età più giovani, un tendenziale aumento del pubblico che ha come titolo di studio la laurea, una distribuzione più omogenea per aree geografiche, una tendenza della distribuzione dell'ascolto ad essere meno disomogenea rispetto alla variabile "ampiezza" del comune.

In sintesi, il Giubileo ha prodotto un patrimonio complessivo di dati, alcuni dei quali critici, che possono essere analizzati da chi è interessato al tema dell'offerta religiosa.

Una particolare attenzione è stata riservata dalla Rai alle trasmissioni liturgiche, che rappresentano, in percentuale, la quota più consistente della programmazione giubilare.

9. TECNOLOGIE

TRASMISSIONE E DIFFUSIONE

Nel 2000, le attività connesse alla trasmissione e diffusione in alta frequenza, sono state svolte dalla Divisione Trasmissione e Diffusione di Rai nei mesi di gennaio e febbraio, e, successivamente da RaiWay S.p.A., costituita con il conferimento del ramo d'azienda della suddetta Divisione Rai. RaiWay è società partecipata al 99,9% dalla Rai-Radiotelevisione Italiana S.p.A., e 0,1% da Rai TRADE S.p.A.

L'impegno per gli adempimenti del servizio pubblico è proseguito nelle attività di sviluppo e difesa del servizio radiotelevisivo.

In particolare l'estensione delle reti televisive è proseguita con l'attivazione di 101 nuovi impianti (di cui 37 per il TV3), incrementando il grado di copertura della popolazione in linea con gli obiettivi del Contratto di Servizio.

Relativamente alle reti in modulazione di frequenza sono stati attivati ulteriori 21 impianti di cui 2 dedicati al servizio radiofonico GR Parlamento, per i quali era stata da tempo richiesta l'autorizzazione al Ministero delle Comunicazioni in quanto facenti parte degli obiettivi posti dalla Amministrazione pubblica.

Diffusione

Mentre a Roma è proseguita la sperimentazione Digital Video Broadcasting Terrestrial (DVB-T) in banda VHF, un nuovo impianto trasmittente è stato installato a Palermo operante in banda UHF. Si attende l'autorizzazione Ministeriale per l'attivazione di un secondo impianto trasmittente recentemente installato a Palermo - Monreale. Grazie a questo trasmettitore sarà possibile eseguire la sperimentazione DVB-T in *Single Frequency Network*. È stato inoltre allestito un sistema di compressione digitale di segnali video e audio per sperimentare la diffusione di un "bouquet" di programmi in DVB-T.

Sempre nell'ambito della Sperimentazione DVB-T è stato effettuato il collaudo dei tre "chioschi" che saranno prossimamente collocati nelle principali sedi Rai. In queste sedi le postazioni riceveranno il flusso multimediale sul canale DVB-T irradiato dal trasmettitore di Roma M. Mario.

Si è proseguita l'estensione della copertura del nuovo servizio radiofonico digitale denominato Digital Audio Broadcasting Terrestrial (DAB-T) al fine di ottenere una migliore continuità geografica del servizio nel Nord-Ovest del paese.

Inoltre, nel corso dell'anno, sono stati risolti, per le proprie stazioni i problemi di emissione di campo elettromagnetico nel rispetto dei tetti di radiofrequenza compatibili con la salute umana.

In particolare si sono effettuate riduzioni di emissioni presso le stazioni OM di Santa Palomba (Roma), Ceglie del Campo (Bari) e Torino Eremo (Torino).

Sono state realizzate le nuove torri per le postazioni di trasmissione e diffusione nei siti di Torino Eremo e Monte Serra.

Digitalizzazione Collegamenti

Nell'ambito delle attività riguardanti le reti di trasmissione, il Ministero delle Comunicazioni ha assegnato a Rai le frequenze in banda 4 GHz per compensare la stessa Società delle frequenze che dovrà liberare in banda 2 GHz e per consentire dal 1/1/2002 l'introduzione in Italia del servizio UMTS. Il Ministero delle Comunicazioni ha contestualmente autorizzato il piano presentato da RaiWay per la realizzazione di una rete di collegamenti in ponte radio in banda 4 GHz e la successiva dismissione dei collegamenti sulle frequenze a 2 GHz interessate dall'UMTS entro il 31/12/2001.

È stata indetta ed assegnata la gara per la fornitura di beni e servizi per la realizzazione di una rete di collegamenti digitali SDH in banda 4 GHz, su cui trasferire parte del traffico televisivo attualmente trasportato sulle frequenze in banda 2 GHz.

È stata indetta ed assegnata una gara per la fornitura di circuiti diretti numerici SDH per interconnettere le Sedi Regionali Rai del Centro-Nord con i Centri di Produzione Rai TV di Roma, Milano e Torino, su cui trasferire parte del traffico televisivo di contribuzione attualmente trasportato sulla rete in ponti radio a 2 GHz da dismettere.

Sono terminate le attività di installazione e collaudo per la digitalizzazione della dorsale adriatica della rete dei collegamenti in ponte radio sulle frequenze a 2 GHz rimaste assegnate alla Rai, e sono iniziate le attività di sopralluogo per la digitalizzazione in banda 2 e 4 GHz della restante parte della rete ancora analogica (dorsale Roma-Sud, Sardegna e dorsali secondarie).

È stato attivato un collegamento in fibra ottica a 155 Mb/s tra i Centri di Produzione TV di Roma e Milano, ad integrazione del traffico di contribuzione trasportato sulla rete in ponte radio.

Si è avviata la sperimentazione in laboratorio della tecnologia di trasporto ATM con l'obiettivo di verificarne l'applicabilità e metterne a punto le funzionalità. Tale tecnologia, introdotta nella rete RaiWay per il trasporto dei segnali video, audio e dati,

potrà consentire una ottimizzazione dell'uso delle risorse di rete, nonché una semplificazione nella configurazione dei circuiti.

È stato sviluppato un software, più sofisticato e potente di quelli precedentemente utilizzati, che permette di eseguire in modo più rapido ed efficace le attività di progettazione, pianificazione e coordinamento delle reti di collegamenti in ponte radio analogico e digitale.

Sono state attivate tre stazioni satellitari riceventi digitali ETSI per scopi di contribuzione presso le Sedi regionali Rai di Bari, Cagliari e Trieste, ed è stata installata e collaudata la piattaforma di criptaggio digitale SECA-Mediaguard, che consente di criptare i programmi digitali diffusi via satellite HOT-BIRD II con propria chiave di cifratura.

Sistemi di Gestione Reti

È entrata in servizio la nuova *Control Room* del Centro Nazionale di Gestione di Roma, dove opera il personale che esercisce i sistemi di gestione della rete e dei servizi erogati da RaiWay.

Sono in via di conclusione i test sul campo per l'integrazione del sistema INMS (Integrated Network Management System) con i sistemi di gestione specifici delle diverse tecnologie di rete.

Sono stati inoltre rilasciati il modulo di *performance* di INMS e la nuova *release* del sistema di *booking* per la prenotazione dei circuiti di contribuzione e distribuzione.

È operativo il nuovo Centro Territoriale di gestione di Cosenza; gli analoghi Centri Territoriali di gestione di Milano e Roma sono in fase di start-up.

Nell'ambito dell'attività ordinaria è continuato il processo di ristrutturazione degli impianti per l'adeguamento degli stessi alla normativa prevista dalla legge 626/94 nonché per interventi di safety e security.

La struttura "Qualità e Soddisfazione del Cliente" (QSC) ha sviluppato la sua attività per il miglioramento dei sistemi e mezzi tecnici, con particolare attenzione alle tematiche ambientali ed al rapporto con il cliente.

Nell'ambito delle problematiche legate ai campi elettromagnetici, QSC, ha collaborato con la Direzione Affari Legali della Rai nella definizione del contenzioso e per la verifica del rispetto delle normative nazionali e regionali. Inoltre ha partecipato, presentando proprie memorie, ai convegni CEMS 2000 di Torino, organizzato dalla Regione Piemonte, e Corvara 2000 sull'igiene ambientale. Rilevante è stato il contributo

nella definizione delle Norme CEI sulla metodologia di misura dei campi elettromagnetici in prossimità degli impianti.

Come conseguenza dei provvedimenti dell'autorità giudiziaria, relativi al sequestro degli impianti Onda Media di Santa Palomba (Roma), sono state effettuate misure e controlli in Europa sulla ricezione del Notturmo Italiano trasmesso in condizioni di emergenza.

È stato inoltre presentato il resoconto sulle prestazioni del trasmettitore Onda Media di Radio Monte Carlo, sulla frequenza 702 KHz, sul territorio Italiano.

Per quanto riguarda le misure ed i controlli è stato definito, in collaborazione con il Centro Ricerche Rai, il prototipo per il rilievo in movimento della qualità del servizio di diffusione audio digitale (DAB) in modo automatico ed oggettivo. Sono state effettuate misure per accertare la qualità del segnale DAB e la fruibilità di questo servizio sui convogli ferroviari della linea Milano - Torino.

Si è introdotto un nuovo metodo statistico per il calcolo della qualità di ricezione del servizio diffusione FM e TV. Le attività di misura ed i mezzi attrezzati di Rai Way sono stati presentati alla fiera del Mediterraneo di Palermo.

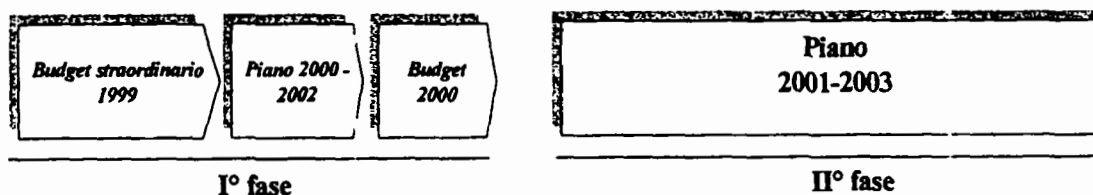
Per quanto attiene il rapporto con i clienti si è chiusa in modo soddisfacente la fase sperimentale di gestione del Call Center tecnico tramite numero verde e sono state poste le basi per la prosecuzione del servizio per il prossimo triennio. Contestualmente si è sviluppato un sistema INTRANET per la gestione delle segnalazioni provenienti dai clienti con l'elaborazione automatica, ogni 30 minuti, dei reclami, per trarre utili e tempestive indicazioni volte a migliorare la qualità del servizio.

Vi è stata la conferma della certificazione a norme UNI EN ISO 9001 per la progettazione dei sistemi di radiodiffusione.

Vi è stata la partecipazione alle conferenze mondiali High Frequency Co-ordination Committee di Dubrovnik e Kuala Lumpur per la pianificazione delle trasmissioni in Onda Corta e si è dato avvio, a partire dal piano stagionale B99 (31 ott. 1999 - 26 mar 2000), alla produzione, in forma multimediale, della relazione tecnica relativa alla qualità della ricezione delle trasmissioni Rai.

10. PIANO TRIENNALE 2001/2003 - LINEE GUIDA

Il percorso di ridefinizione della strategia del Gruppo Rai può essere schematicamente articolato in due fasi distinte:



Il Budget 2000 conclude idealmente la prima fase del percorso di riorganizzazione:

- completamento struttura divisionale
- avvio e implementazione del processo di societizzazione

ed ha consentito di raggiungere risultati importanti su:

- centralità del prodotto;
- trasparenza nell'utilizzo delle risorse;
- riassetto verso il Gruppo.

Il Piano 2001-2003 si pone quali obiettivi principali quelli di consolidare i risultati raggiunti e di definire il posizionamento del Gruppo Rai sia nel business tradizionale che nei nuovi scenari.

In questo quadro i due temi chiave sono:

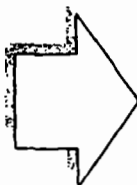
- **sviluppo:** in alternativa ad un lento ma inevitabile declino dell'azienda determinato dall'oggettiva dinamica delle variabili di mercato;
- **legittimità:** e' il prerequisito essenziale per consentire al Gruppo di operare sui mercati emergenti e passa attraverso il rafforzamento del legame tra missione di Servizio pubblico e utilizzo della risorsa pubblica.

In tale quadro, il piano 2001-2003 rappresenta il punto di collegamento tra il processo di riorganizzazione già consolidato e la progettualità per lo sviluppo.

Il Piano, infatti, è stato elaborato tenendo conto dello scenario dei mercati di riferimento e dei macro obiettivi e delle priorità strategiche per le singole aree in coerenza con il posizionamento definito dal Vertice.

In estrema sintesi, il posizionamento prevede:

- *orientamento al prodotto*
- *ingresso nei nuovi business*
- *creazione di un Gruppo*



- *apertura del capitale (collocamento in borsa)*
- *sviluppo alleanze*
- *separazione contabile*
- *crescente importanza dei risultati finanziari*

La velocità che ha caratterizzato l'evoluzione dello scenario in questi ultimi anni ha determinato - in parallelo con la crescita sensibile della dimensione dei mercati - la moltiplicazione degli operatori, lo sviluppo di segmenti di business collaterali e separati - ma comunque convergenti - con la TV generalista.

I Servizi pubblici oltre a confrontarsi con le sostanziali modifiche degli assetti competitivi sono stati chiamati a fronteggiare attacchi sempre più consistenti sul fronte della legittimazione del cosiddetto finanziamento misto, ossia la coesistenza di risorse commerciali (in particolare la pubblicità) e pubbliche (canone di abbonamento).

In relazione a tali aspetti, peraltro, i trend di mercato mettono in evidenza come la dinamica delle risorse di natura pubblica (determinata in base a logiche di carattere politico-istituzionale e di fatto legata all'inflazione) risulti significativamente inferiore a quella delle risorse di natura commerciale (pubblicità, pay, con tassi di crescita sensibilmente superiori all'inflazione). Ciò impatta in modo rilevante sulla struttura dei mercati (offerta, ascolti, quota di risorse).

Allo stato attuale, pur considerando le specificità nonché il peculiare stato di evoluzione dei sistemi nei diversi paesi, si possono evidenziare alcuni trend sufficientemente consolidati e comuni:

- **Servizio pubblico:** progressiva riduzione del peso dei Servizi pubblici in termini di risorse e di ascolto;
- **Pubblicità:** presenza ancora rilevante della risorsa pubblicitaria sui mezzi tradizionali e, in prospettiva, sui nuovi business;
- **New business:** consolidamento delle aspettative di sviluppo dei nuovi business in funzione dei primi risultati conseguiti e delle forti dinamiche di crescita, che consentono la raccolta di ingenti risorse finanziarie per lo sviluppo degli investimenti.

Le proiezioni del piano economico-finanziario sono state elaborate alla luce dell'attuale accentuata variabilità dello scenario di mercato.

In tale quadro, pur in un contesto che vede il mantenimento di una struttura economico-finanziaria positiva nell'intero arco temporale di analisi, il Piano individua una serie di potenziali elementi di criticità, connessi a possibili mutamenti dello scenario di riferimento, relativi sia a modifiche nella struttura del mercato televisivo (ad esempio, ingresso di nuovi operatori) che più strettamente specifici alla natura di concessionaria di servizio pubblico (ad esempio, attuazione del distacco della pubblicità sulla terza rete, impatti da emendamenti del Contratto di Servizio, ecc.). Tali elementi, peraltro, tendono ad impattare anche in termini di limitazioni della capacità della Rai di cogliere

opportunità di mercato quali potrebbero essere l'acquisizione straordinaria di prodotto (Mondiali di calcio del 2002, library, ecc), l'incremento dei livelli di investimento nelle nuove aree di sviluppo, ecc..

Ciò premesso, il Piano individua una serie di azioni che si muovono nella direzione di un miglioramento delle performance attese. Gli obiettivi di tali azioni, in linea generale, possono essere così riepilogati:

- accrescere il livello complessivo di redditività della gestione;
- proseguire il processo – già in atto da alcuni esercizi - di riallocazione delle risorse disponibili verso l'area della produzione dei contenuti, che rappresenta il core business dell'azienda e costituisce uno degli elementi chiave per lo sviluppo nei nuovi mercati delle comunicazioni;
- ottimizzare l'allocazione delle risorse sui diversi generi, anche in considerazione dei potenziali impatti economico-finanziari in un'ottica pluriennale;
- creare lo spazio finanziario per sostenere investimenti consistenti sul prodotto anche in relazione ad eventi di carattere straordinario (tra i quali, ad esempio, i Mondiali 2002), in un quadro di mantenimento di una struttura economico-finanziaria in equilibrio.

Si riporta di seguito uno schema riepilogativo dei principali risultati economico finanziari del piano:

<i>lire miliardi</i>	2001	2002	2003
<i>Totale Ricavi</i>	5.353	5.539	5.733
<i>Totale costi operativi</i>	4.783	4.922	4.995
<i>Margine operativo Netto</i>	571	617	738
<i>Risultato gestione ordinaria</i>	480	544	740
<i>Cash Flow (*)</i>	654	54	334
<i>Indebitamento Finanziario netto (*)</i>	354	408	742
<i>Debt/Equity (*)</i>	-0,21	-0,23	-0,37
<i>Investimenti</i>	1.181	1.144	1.148
<i>- Immateriali (Diritti)</i>	870	878	888
<i>- Tecnici</i>	311	266	260

(*) include gestione partecipazioni e finanza straordinaria

PAGINA BIANCA

ALLEGATI

PAGINA BIANCA

L'OFFERTA RAI PER MACROGENERI

Intera Giornata

24,8

Programmi per bambini 5,8

Telegiornali 16,6

Informazione 12,0

Cultura 13,7

Film di qualità 3,6

Fiction Italiana ed Europea 6,4

Servizio 9,9

Sport 7,2

Film 6,7

Fiction 9,0

Intrattenimento 9,1

75,2

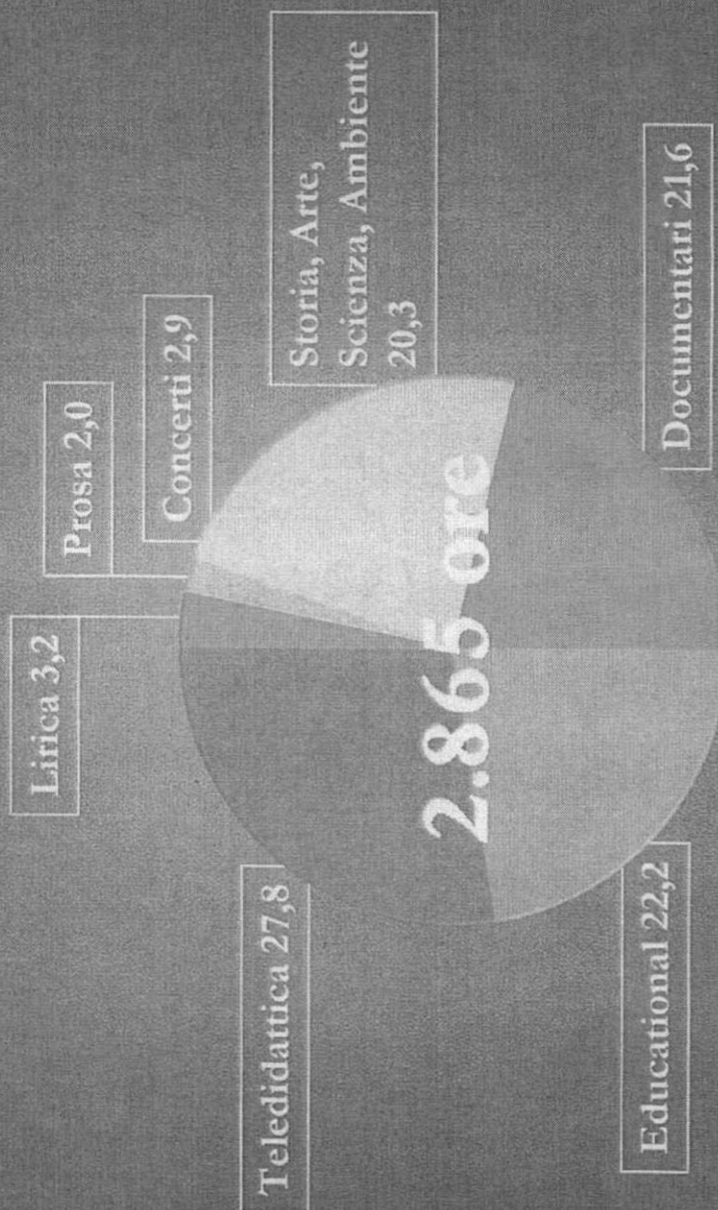
Ore di trasmissione al netto della pubblicità (%)

Periodo: dal 1 gennaio al 31 dicembre - Fonte Auditel

Rai  Direzione Marketing Strategico Offerta e Palinsesti

Allegato 1

I PROGRAMMI CULTURALI DELLA RAI



Fonte Audiel

Allegato 2-a

L'INFORMAZIONE RAI

Informazione Parlamentare 4,3

Rubriche del TG 14,1

Inchieste, Attualità,
Dibattiti 20,6

Telegiornali 61,0

6.709 ore

Fonte Auditel

Allegato 2-b

Rai  Direzione Marketing Strategico Offerta e Palinsesti

LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

Elezioni Regionali* 17,2

Question Time e Dirette 23,8

Referendum* 11,0

Tribune e Messaggi
autogestiti 6,2

Programmi dell'Accesso 11,8

Rubriche e TG Parlamentari 30,0

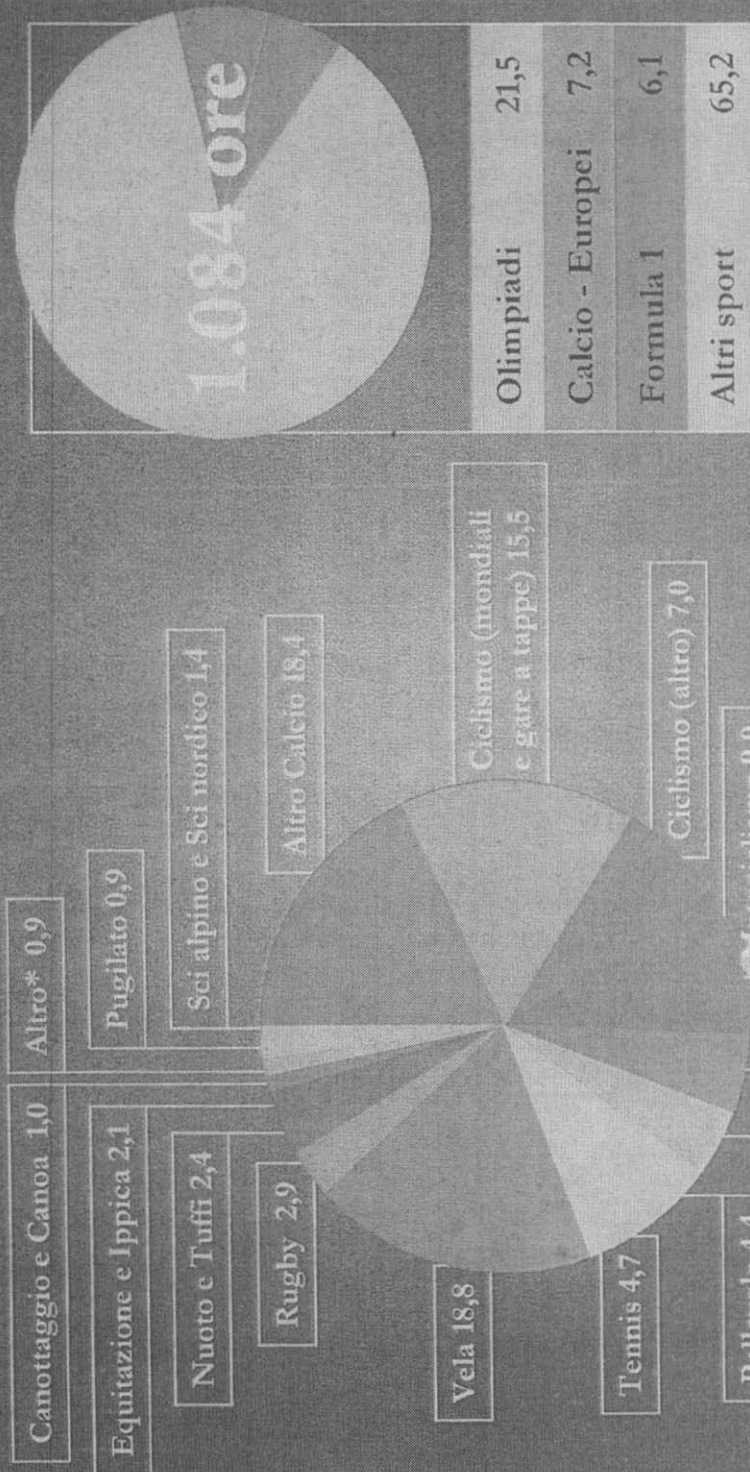
316 ore

(*) Tribune politiche, messaggi autogestiti e indicazioni per il voto.

Fonte Auditel

Allegato 2-c

SPORT: L'OFFERTA RAI



1.084 ore

Olimpiadi	21,5
Calcio - Europei	7,2
Formula 1	6,1
Altri sport	65,2

Fonte Auditel

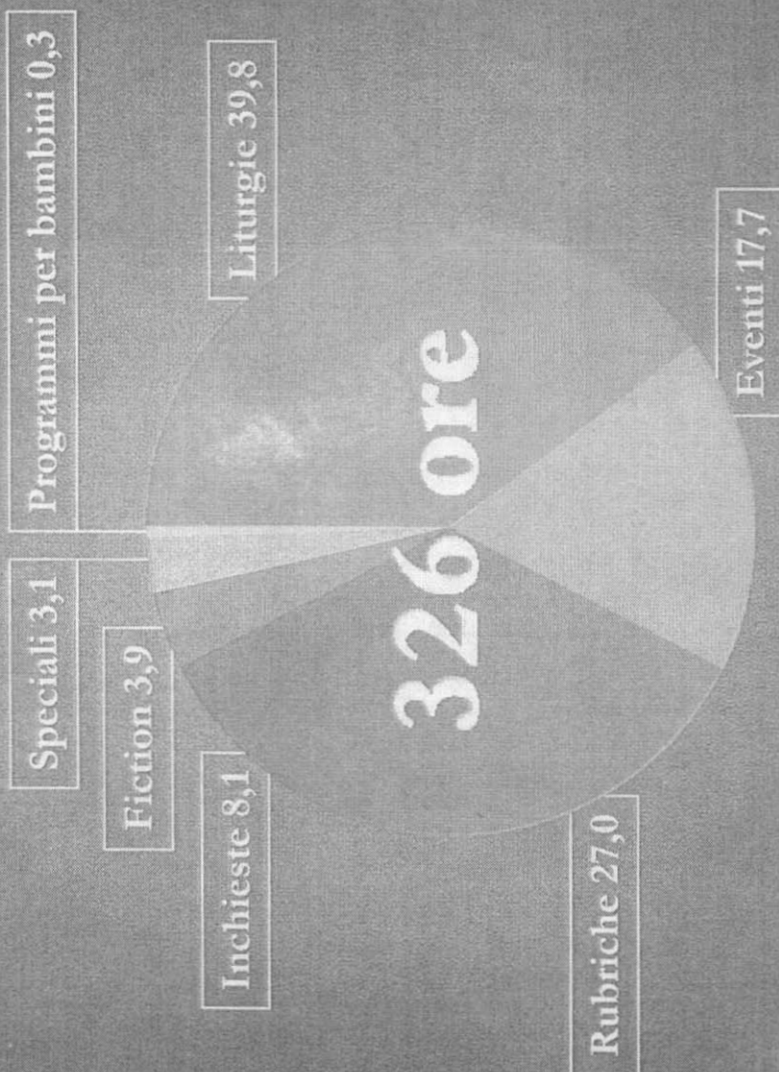
Allegato 2-d

(*) : Pallanuoto, biliardo, pentathlon moderno, sci nordico, motociclismo e rally.

Direzione Marketing Strategico Offerta e Palinsesti



IL GIUBILEO



Periodo: dal 24 dicembre 1999 al 6 gennaio 2001 - Fonte Rai Giubileo

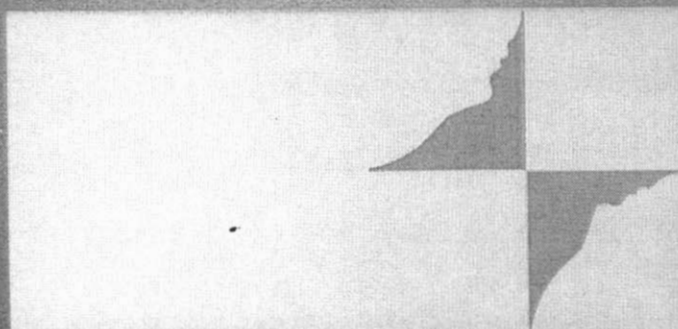
Rai  Direzione Marketing Strategico Offerta e Palinsesti

Allegato 2-c

IL 2000: ASCOLTO PER GRUPPI TV

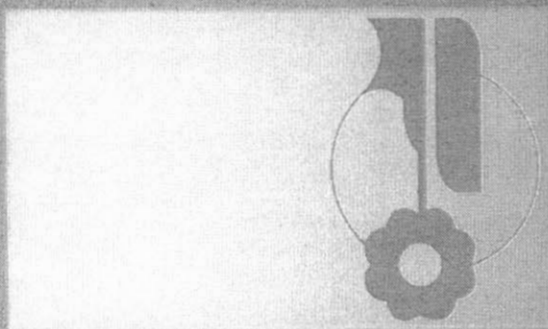
Intera Giornata

4.186



RAI

3.839



MEDIASET

3.027



ALTRE

Ascolto in migliaia

Fonte Auditel

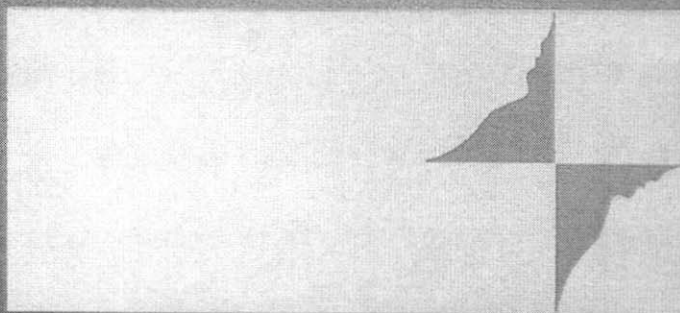
Rai  Direzione Marketing Strategico Offerta e Polinsesti

Allegato 3

IL 2000: ASCOLTO PER GRUPPI TV

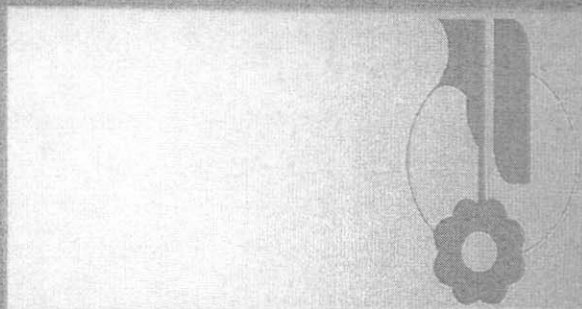
Prime Time

12.260



RAI

10.506



MEDIASET



ALTRE

Ascolto in migliaia

Fonte Auditel

Rai  Direzione Marketing Strategico Offerta e Palinsesti

Allegato 4

IL 2000: SHARE PER GRUPPI TV

Intera Giornata

Prime Time

47,31

43,39

49,24

42,19

9,30

8,57

RAI

MEDIASET

RAI

RAI

MEDIASET

ALTRE

Share %

Fonte Auditel

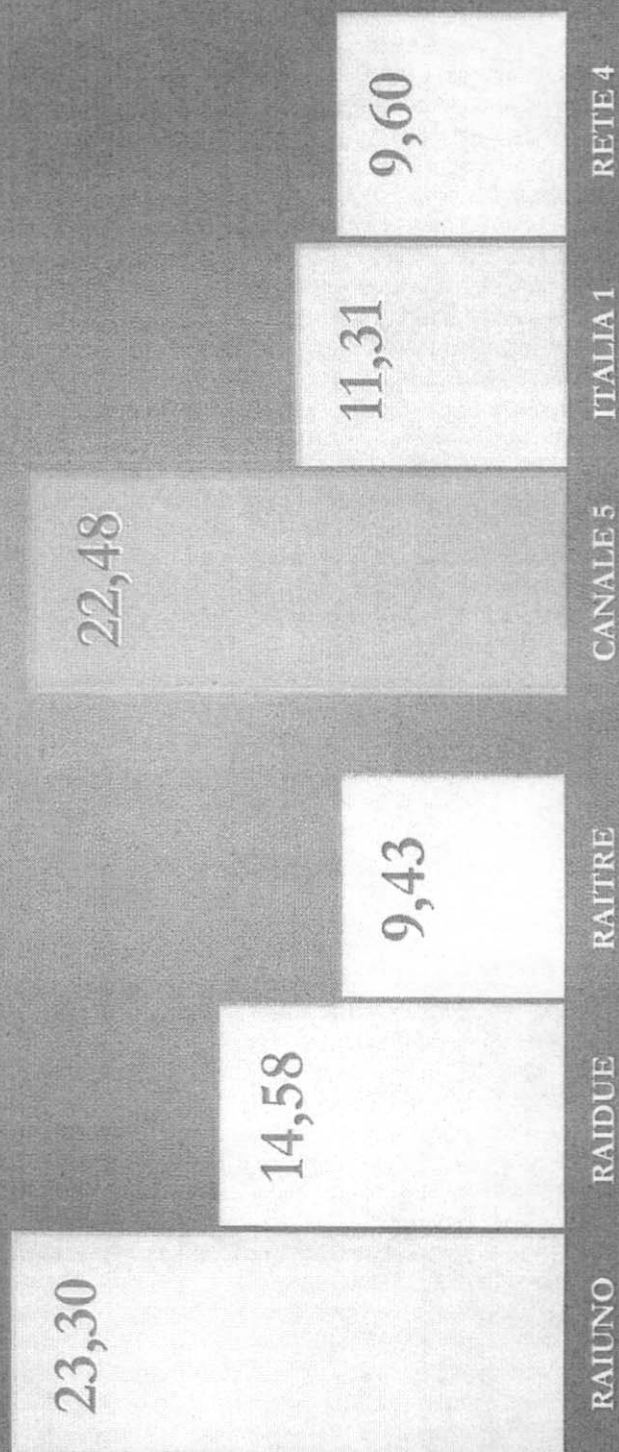


Direzione Marketing Strategico Offerta e Palinsesti

Allegato 5

IL 2000: RETE PER RETE

Intera Giornata



Share %

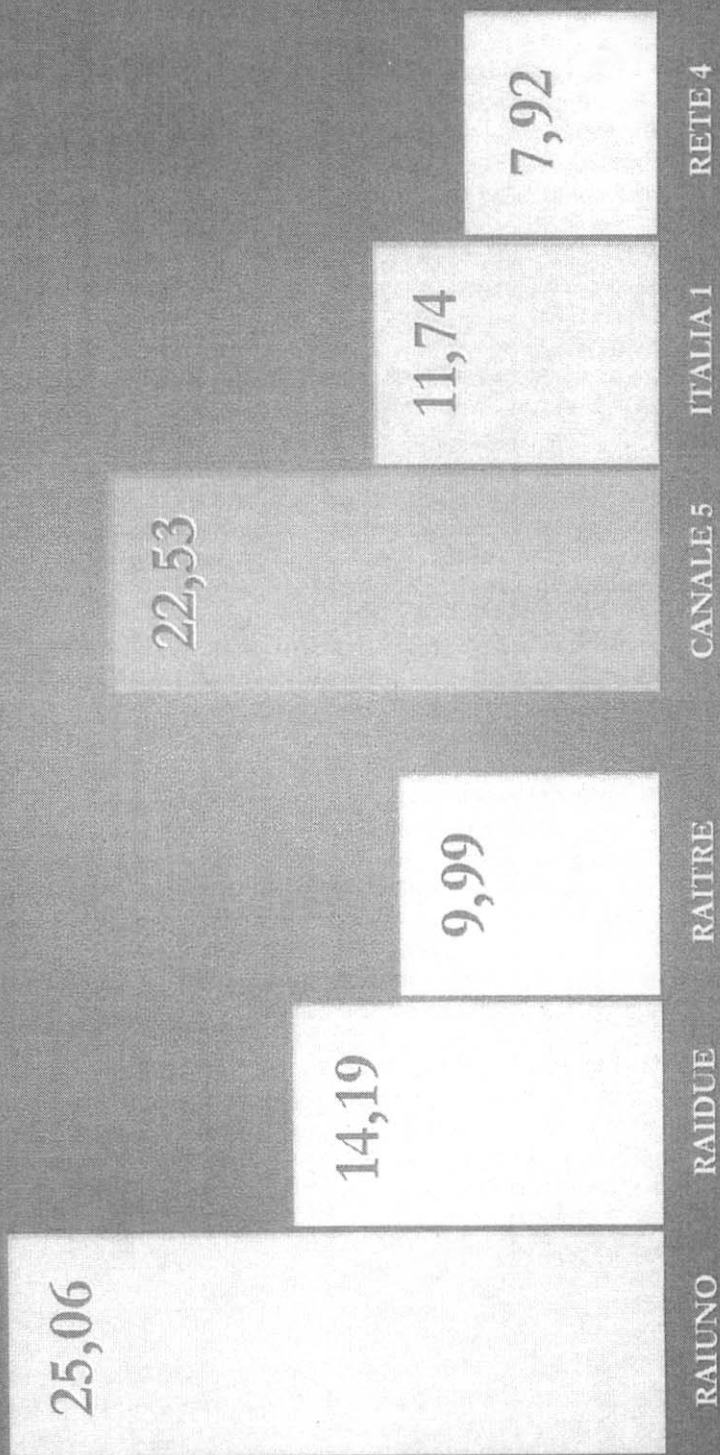
Fonte Auditel

Rai  Direzione Marketing Strategico Offerta e Palinsesti

Allegato 6-a

IL 2000: RETE PER RETE

Prime Time



Share %

Fonte Auditel

Rai Direzione Marketing Strategico Offerta e Palinsesti

Allegato 6-b

LE PRINCIPALI EDIZIONI DEI TG

Fascia meridiana

Orario		Share (%)
13:00	TG2 - Giorno TG5	27,0 22,2
13:30	TG1 TELEGIORNALE4	29,6 8,6
14:00	T3/TG3 - Regioni	16,0
14:20	TELEGIORNALE3	11,7

Fonte Auditel

Allegato 7-a



Direzione Marketing Strategico Offerta e Palinsesti

LE PRINCIPALI EDIZIONI DEI TG

Fascia serale

Orario		Share (%)
19:00	TELEGIORNALE3	16,3
	TELEGIORNALE4	7,9
20:00	TG1	32,0
	TG5	26,2
20:30	TG2	14,1

Fonte Auditel

Allegato 7-b

PROGRAMMI INFORMATIVI

	Data	Ora	Ascolto (.000)	Share (%)
1 RAIUNO	21/05	21:55	9.451	37,02
TG1 SPECIALE REFERENDUM				
2 RAIUNO	21/02	20:35	8.784	29,58
IL FATTO DI ENZO BIAGI				
3 RAIUNO	25/01	21:05	5.758	21,37
CIRCUS				
4 RAIUNO	12/01	22:55	5.266	38,95
PORTA A PORTA				
5 RAIUNO	28/08	20:40	4.961	25,23
SERATA TG1 - PAPA GIOVANNI				

Per i programmi seriali si riporta l'ascolto della trasmissione più seguita

Fonte Auditel



Direzione Marketing Strategico Offerta e Palinsesti

Allegato 8-a

PROGRAMMI CULTURALI

		Data	Ora	Ascolto (.000)	Share (%)
1	RAIUNO	SUPERQUARK SPECIALE (L'Espresso)	04/01 20:55	7.467	27,05
2	RAIUNO	LA TRAVIATA - I ATTO	03/06 20:30	3.727	21,39
3	RAITRE	ALLE FALDE DEL KILIMANGIARO	29/12 21:00	3.591	14,04
4	RETE4	NEL MONDO DEI DINOSAURI	20/01 20:45	3.213	11,89
5	RAITRE	LA GRANDE STORIA (L'ultimo Mussolini)	04/09 20:55	2.886	11,72

Per i programmi seriali si riporta l'ascolto della trasmissione più seguita

Fonte Auditel

Rai  Direzione Marketing Strategico Offerta e Palinsesti

Allegato 8-b

PROGRAMMI DI SERVIZIO

	Data	Ora	Ascolto (.000)	Share (%)
1 RAIUNO LINEA VERDE	23/01	12:20	5.625	31,79
2 RAITRE MI MANDA RAITRE	04/10	20:55	4.962	18,60
3 RAITRE CHI L'HA VISTO	11/04	21:00	4.234	14,86
4 RAIUNO LINEA BLU VIVERE IL MARE	02/12	14:00	3.731	23,84
5 RAITRE ELISIR	13/02	20:50	3.572	13,74

Per i programmi seriali si riporta l'ascolto della trasmissione più seguita

Fonte Auditel



Direzione Marketing Strategico Offerta e Palinsesti

Allegato 8-c

PROGRAMMI RELIGIOSI

	Data	Ora	Ascolto (.000)	Share (%)
1 RAIUNO RITO DELLA VIA CRUCIS	21/04	21:10	5.643	25,42
2 RAIUNO BENEDIZIONE URBIS ET ORBIS	25/12	11:50	3.797	39,00
3 RAIUNO ANGELUS	09/01	11:45	3.292	31,25
4 RAIUNO SANTA MESSA	25/12	10:55	3.037	35,42
5 RAIUNO OMAGGIO ALL'IMMACOLATA	08/12	15:50	2.999	27,44

Per i programmi seriali si riporta l'ascolto della trasmissione più seguita; sono esclusi gli eventi giubilari

Fonte Auditel

Rai  Direzione Marketing Strategico Offerta e Palinsesti

Allegato 8-d

PROGRAMMI PER BAMBINI

		Data	Ora	Ascolto (.000)	Share (%)
1	RAIUNO 43° ZECCHINO D'ORO	25/11	17:30	4.952	31,35
2	ITALIA1 I SIMPSON	15/01	14:00	3.798	20,39
3	ITALIA1 BIM BUM BAM	31/08	16:05	2.066	27,05
4	RAIDUE DOMENICA DISNEY	30/01	10:15	1.726	21,32
5	CANALE5 TIRATARDI	09/01	11:10	1.701	14,66

Fonte Auditel

Allegato 8-c

Per i programmi seriali si riporta l'ascolto della trasmissione più seguita



Direzione Marketing Strategico Offerta e Palinsesti

PROGRAMMI SPORTIVI

		Data	Ora	Ascolto (.000)	Share (%)
1	RAIUNO	CAMP. EUROPEO: FRANCIA - ITALIA	02/07 20:00	21.334	81,09
2	RAIUNO	FORMULA 1: GRAN PREMIO U.S.A.	24/09 19:55	14.396	55,89
3	RAIUNO	QUALIF. MONDIALI: ITALIA - GEORGIA	11/10 20:45	11.702	40,82
4	RAIUNO	AMICHEVOLE: ITALIA - SVEZIA	23/02 20:50	10.346	36,28
5	RAIUNO	COPPA ITALIA: LAZIO - INTER	12/04 20:50	9.835	34,71

Per ciascuna manifestazione/programma seriale si riporta l'ascolto della trasmissione più seguita

Fonte Auditel

FILM

	Data	Ora	Ascolto (.000)	Share (%)
1 CANALE5 TRE UOMINI E UNA GAMBA	28/03	21:00	11.899	40,25
2 RAIUNO LA CARICA DEI 101	27/11	20:50	9.400	31,46
3 RAIUNO PRETTY WOMAN	14/02	21:05	9.032	33,25
4 RAIUNO SEI GIORNI SETTE NOTTI	09/10	20:50	8.860	31,05
5 CANALE5 SCAMBIO DI IDENTITÀ	10/01	21:00	8.420	30,42

Fonte Auditel

FICTION

		Data	Ora	Ascolto (.000)	Share (%)
1	RAIUNO	PADRE PIO - TRA CIELO E TERRA	13/11 20:50	14.088	44,88
2	CANALE5	PADRE PIO	19/04 21:10	12.589	45,63
3	RAIUNO	UNA STORIA QUALUNQUE	20/11 20:50	11.135	37,00
4	RAIUNO	UN MEDICO IN FAMIGLIA	28/02 21:05	10.974	35,31
5	CANALE5	LE ALI DELLA VITA	23/03 21:05	9.640	36,65

Per i programmi seriali si riporta l'ascolto della trasmissione più seguita

Fonte: Auditel



Direzione Marketing Strategico Offerta e Palinsesti

Allegato 8-h

INTRATTENIMENTO (programmi)

	Data	Ora	Ascolto (.000)	Share (%)
1 CANALE5 GRANDE FRATELLO	21/12	21:10	16.019	59,96
2 CANALE5 STRISCIA LA NOTIZIA	21/12	20:40	12.962	46,10
3 RAIUNO CARRAMBA CHE FORTUNA	06/01	21:00	12.206	50,45
4 CANALE5 PAPERISSIMA ERRORI IN TV	20/10	21:00	8.737	33,57
5 RAIUNO SCOMMETTIAMO CHE	17/02	21:00	8.543	33,21

Per i programmi seriali si riporta l'ascolto della trasmissione più seguita

Fonte Audiel



Direzione Marketing Strategico Offerta e Palinsesti

Allegato 8-i

INTRATTENIMENTO (manifestazioni)

		Data	Ora	Ascolto (.000)	Share (%)
1	RAIUNO	50° FESTIVAL DI SANREMO - 1ª SERATA	21/02 20:50	15.907	57,18
2	RAIUNO	MISS ITALIA 2000	11/09 20:40	11.998	51,28
3	CANALE5	GRAN PREMIO INTERNAZIONALE DELLA TV	16/05 21:05	9.518	37,97
4	RAIUNO	LA PARTITA DEL CUORE	25/05 20:55	7.325	30,08
5	RAIUNO	PAVAROTTI & FRIENDS	06/06 20:55	6.331	30,96

Per i programmi seriali si riporta l'ascolto della trasmissione più seguita

Fonte Auditel



Direzione Marketing Strategico Offerta e Polinesiti

Allegato 8-I