

alcun trasferimento di risorse pubbliche all'Azienda, avendo quindi la RAI provveduto autonomamente al proprio risanamento.

L'aver raggiunto, e largamente anticipato, gli obiettivi contenuti nel Piano industriale triennale di risanamento rappresenta oggi un **elemento di affidabilità e di garanzia sia per gli attuali e potenziali partner nazionali e internazionali** (in questo quadro si pone l'operazione finanziaria conclusa nel 1995, per la concessione di una linea di credito di particolare rilevanza garantita dalle principali banche italiane), **sia per la stessa collettività italiana**, la quale può ora guardare alla RAI come ad un'impresa efficiente che non ha necessità di essere assistita dallo Stato.

Questo è un elemento che riveste particolare importanza anche alla luce di una possibile prospettiva di mutamento dell'assetto azionario della RAI, resa ora praticabile dagli esiti del quesito referendario del giugno del 1995.

In questo stesso quadro riveste un'importanza particolare la **stesura, avvenuta la prima volta proprio nel 1995 anche se si è ancora in fase di perfezionamento dell'iter approvativo, del Contratto di servizio tra la RAI e il Ministero delle Poste e delle Telecomunicazioni**: un contratto che - definen-

do compiti, obiettivi e risorse del servizio pubblico - conferisce trasparenza ai rapporti della RAI con la Pubblica Amministrazione rendendo, al contempo, immediatamente visibile agli utenti il rapporto tra i servizi offerti e il corrispettivo pagato attraverso il canone. Attraverso tale strumento, infatti, per la prima volta **l'aggiornamento del canone di abbonamen-**

to - determinato sulla base del criterio del "price cap" - è stato interamente finalizzato a nuovi progetti concordati con lo stesso Ministero delle Poste e delle Telecomunicazioni (rete di informazione parlamentare, digitalizzazione della rete radiofonica con la progressiva adozione del sistema Radio Data System e teledidattica sperimentale).

2. La nuova offerta radiotelevisiva

Una nuova offerta radiotelevisiva mirata alla qualità e al coordinamento tra le Reti

L'intervento di riequilibrio della situazione economica e strutturale dell'impresa - come si è detto - era la condizione necessaria per investire sul futuro. Tutta l'opera svolta non avrebbe raggiunto il suo scopo se non fosse stata finalizzata ad avviare un processo di riposizionamento del prodotto e della programmazione del servizio pubblico fondato sulla consapevolezza dei propri compiti e delle proprie missioni.

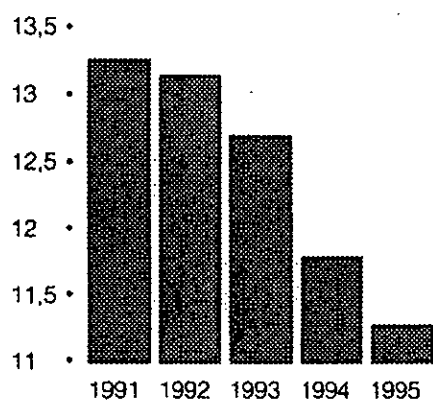
Mentre era in pieno svolgimento l'opera di risanamento del bilancio, si è infatti da subito rivolta l'attenzione ad individuare ed a

destinare le risorse necessarie affinché l'Azienda potesse riprendere a sviluppare e a valorizzare la propria funzione al servizio della collettività.

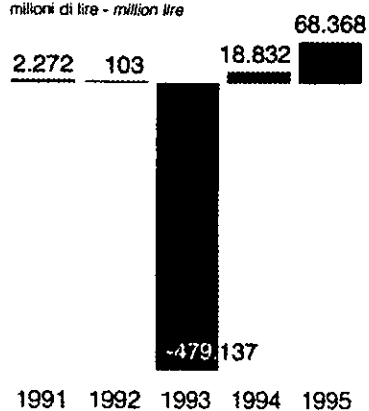
L'offerta radiotelevisiva della RAI è stata quindi riqualficata sulla base di **nuovi criteri più rispondenti alle attese dei cittadini e più attenti a garantire il necessario livello qualitativo della programmazione del servizio pubblico.**

È questa un'area nella quale esistono ancora forti elementi di criticità, anche per la complessa articolazione dello strumento radiotelevisivo e dei prodotti che esso veicola: una complessità che richiede tempi di intervento che non possono misurarsi in pochi mesi.

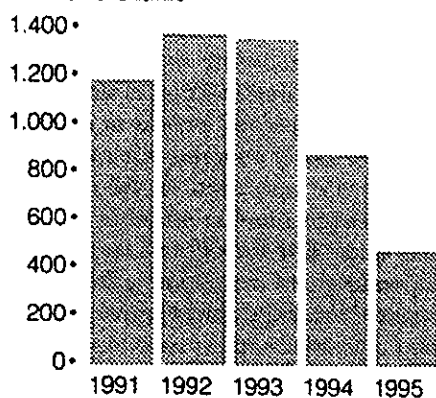
**Personale in organico
al 31 dicembre**
Employees as at 31 December
migliaia - thousands



Risultato d'esercizio
Profit for the year
milioni di lire - million lire



Indebitamento medio annuo
Indebtedness on a standardised basis per year
miliardi di lire - billion lire



La consapevolezza della necessità di diffondere un'offerta sempre più rispondente alle attese del pubblico ha portato il Consiglio di amministrazione a porre le premesse di un processo di riarticolazione generale della stessa offerta, fondata su nuovi criteri e resa possibile da nuovi strumenti: in questo quadro assumono particolare rilievo l'elaborazione della **Carta dell'informazione e della programmazione a garanzia degli utenti e degli operatori del servizio pubblico**, per l'introduzione di precisi riferimenti comportamentali che contraddistinguono l'azione informativa e di programmazione della RAI, e l'istituzione della **Consulta Qualità** quale organismo di consulenza del Consiglio di amministrazione per mantenere una costante attenzione sui parametri qualitativi della programmazione, e perciò quale strumento operativo in grado di garantire concretamente l'attuazione dei principi contenuti nella Carta.

La certificazione di un'informazione RAI equilibrata ed obiettiva

Un altro elemento fondamentale della consapevolezza di essere servizio pubblico è rappresentato dall'obiettivo di diffondere un'informazione equilibrata e

rappresentativa del pluralismo della società italiana. A questo proposito, si è voluto dare vita al **monitoraggio permanente svolto dall'Osservatorio dell'Università di Pavia** sulla programmazione radiotelevisiva RAI a livello nazionale e regionale, con riferimento alla presenza quantitativa e qualitativa del mondo politico nelle diverse trasmissioni.

I risultati statistici sulla attribuzione degli spazi e sulla qualità della presenza delle diverse parti politiche - emersi dalla programmazione di questi mesi anche in occasione delle scadenze elettorali - hanno confermato il ruolo "super partes" della RAI, che ha offerto equa opportunità di comunicare con il Paese indistintamente a tutti gli schieramenti.

Il Piano editoriale della RAI: la missione delle Reti e delle Testate

La strategia di riposizionamento dell'offerta si è fondata sull'attuazione delle linee contenute nel **Piano editoriale che ha assegnato, pur nel rispetto della vocazione generalista del servizio pubblico, precisi profili e missioni alle singole Reti e Testate**: RaiUno e TgUno dedicati alla famiglia e ad un'offerta a larga accessibilità; RaiDue e TgDue rivolti all'approfondimento e alle trasmissioni

di servizio e di informazione sociale; RaiTre e TgTre indirizzati ad un particolare legame con il territorio e ad una sperimentazione innovativa dei generi e dei linguaggi.

Questa strategia complessiva ha trovato un decisivo strumento di attuazione nella **Direzione Coordinamento Palinsesti** che ha svolto una funzione centrale per far **corrispondere alla caratterizzazione di ciascuna Rete una sempre più organica articolazione delle tematiche proposte, al fine di indirizzare unitariamente l'offerta complessiva del servizio pubblico**. In questo quadro - in seguito alla presentazione di un Piano di palinsesto - è stata possibile una formulazione dell'offerta televisiva non più secondo una logica dell'accumulo temporale ma secondo un effettivo coordinamento tra le tematiche affrontate, il ruolo delle Reti ed i linguaggi espressivi adottati; un'offerta che ha al tempo stesso contemplato **un'alternanza di generi sempre diversificati e una precisa riconoscibilità da parte del pubblico** che può operare una scelta mirata e non conflittuale tra le Reti RAI.

In questa nuova strategia di coordinamento si è collocata l'introduzione della "leadership di fascia" nei palinsesti delle singole Reti che ha consentito non solo il rag-

dealt with and the role and language utilised, rather than just time sharing. These products are designed to provide a range of differing genres and to be immediately recognised by the public, which can make a targeted choice between RAI networks without conflicts arising.

This new strategy of coordination also involved the introduction of time-share leadership in the broadcasting timing for each network; this has led not only to significant audience share levels, but has also enabled the networks to experiment with new models and a new language in order to ensure the necessary innovation of the range of products offered.

In this context, the **Artistic Department** played an important role in 1995 with its proposals and ideas for the definitions of broadcasting timings gaining public consensus, and also encouraging the return of important musical and theatre performances to the TV screen.

In this regard, the new broadcasting timing for 1995-96 has further increased the share of quality genres (according to the traditional definition of quality TV). The increases in news, cultural and social service programmes implemented in 1994 were further confirmed in 1995, covering approximately 60% of RAI programmes and due to increase even more in the 1996 broadcasting timing.

A "pact" with the public: audience share increases

These commitments have been an essential part of the "pact" stipulated between RAI and the whole country, based on the awareness of the importance of radio and TV broadcasting and its penetration. The public have agreed with this outlook, and the audience share of the public broadcasting has been rising.

As already mentioned, in 1995, RAI achieved a daily share of 47.8% and 49% in prime time. This data shows a significant improvement over 1994 (although that was also a year recording excellent results. RAI has become dominant in all the time shares (with a larger audience in six time slots out of seven, with a rise of 5% between 15.00 and 18.00, and a rise of nearly 4% between 18.00 and 20.30), as well as in the broadcasts attracting the largest audience (of the first 50 in 1995, 32 were broadcast by RAI).

It is significant that from the quality point of view, RAI has recorded over 30% of its overall audience in news broadcasts, which are one of the major genres of public broadcasting.

Combining attractive products and public broadcasting genres: the way to achieve quality TV

It seemed a hard task to reconcile the quality improvement of TV products in

giungimento di importanti obiettivi di ascolto ma anche la possibilità per le Reti di sperimentare nuovi modelli e nuovi linguaggi nell'ottica della necessaria innovazione dell'offerta.

Di rilievo, nello stesso contesto, il contributo fornito dalla **Direzione Artistica** nel 1995 con proposte e idee per la definizione dei palinsesti che hanno incontrato il gradimento del pubblico, favorendo tra l'altro il ritorno della grande musica e del teatro di prosa in televisione.

Su questa base, il nuovo palinsesto 1995-96 ha permesso di rendere sempre più protagonisti i generi "alti", secondo la tradizionale accensione della tv di qualità: i già **sensibili incrementi dell'offerta informativa, di cultura e di servizio avvenuti nel 1994, hanno trovato un'ulteriore affermazione nel 1995, coprendo circa il 60% della programmazione complessiva della RAI e si avviano a superare tale soglia nel palinsesto 1996.**

*Un "patto" premiato dai cittadini:
la crescita degli ascolti*

Questo impegno ha rappresentato un elemento determinante di quel **"patto" che la RAI ha inteso stipulare con il Paese: un patto fondato**

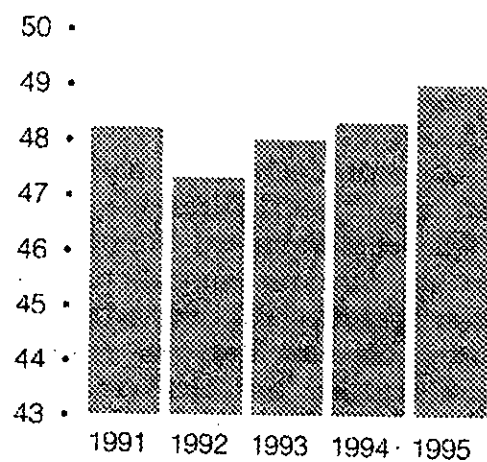
sulla consapevolezza dell'importanza del mezzo radiotelevisivo e della sua forza diffusionale. I cittadini hanno condiviso, in questi mesi, la fondatezza di questo patto, **attribuendo al servizio pubblico un seguito e un'attenzione sempre crescente.**

Nel 1995 - come si è già accennato - la RAI ha ottenuto nell'intera giornata il 47,8% di share e nel "prime time" il 49%: dati che indicano univocamente un miglioramento progressivo rispetto al 1994 (che pure ha rappresentato un anno in cui sono stati raccolti ascolti estremamente significativi) e che sono ulteriormente confermati dalla conquista da parte della RAI della supremazia in quasi tutte le fasce orarie (la RAI ha aumentato i propri ascolti in sei fasce orarie su sette, con oltre cinque punti di incremento tra le 15 e le 18 e quasi quattro punti tra le 18 e le 20,30), nonché dalle trasmissioni di maggior ascolto (tra le prime 50 trasmissioni del 1995 ben 32 sono RAI).

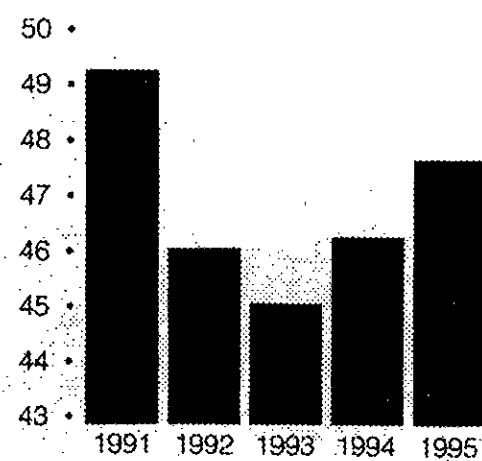
A questo proposito è significativo rilevare che, dal punto di vista qualitativo, la RAI ottiene oltre il 30% degli ascolti complessivi proprio dalle trasmissioni informative, che costituiscono uno dei generi portanti della programmazione del servizio pubblico.

Share ascolto TV RAI*RAI TV audience share*

prime time

**Share ascolto TV RAI***RAI TV audience share*

intera giornata - daily



*Coniugare fruibilità dell'offerta
e generi di servizio pubblico:
la strada per la tv di qualità*

Elevare qualitativamente l'offerta televisiva caratterizzandola sempre di più con generi di servizio pubblico e, al contempo, consolidare e rafforzare l'audience, apparivano due elementi difficilmente conciliabili. **È stato invece possibile individuare i termini di una felice coesistenza tra questi aspetti, a conferma che la centralità del servizio pubblico è una necessità che nasce dal Paese ed è da esso fortemente voluta.**

In questo stesso quadro si possono ricordare alcune trasmissioni ed eventi che, in questi dodici mesi, hanno testimoniato la nuova attenzione del servizio pubblico ad un'offerta che riesca - come si è detto - a coniugare le istanze complessive della collettività con il raggiungimento di elevati livelli qualitativi, senza perdere al contempo la necessaria fruibilità: l'incontro di Giovanni Paolo II con quattrocentomila giovani provenienti da tutta Europa, trasmesso in mondovisione da Loreto; il concerto organizzato da Pavarotti per i bambini della Bosnia; le giornate tematiche dedicate all'ambiente, alla sanità, al cinquantenario della Resistenza e, più in generale, le numerose telecronache in diretta dei principali appun-

tamenti politici, religiosi e culturali.

In questo stesso quadro anche la **rappresentazione del legame tra cittadini e istituzioni** è stata rafforzata, in primo luogo, attraverso i programmi dedicati ad un'informazione sull'attività delle istituzioni parlamentari. Va ricordato al proposito che la RAI è stata l'unica televisione che ha collocato nelle fasce importanti della propria programmazione le Tribune elettorali e referendarie e ha realizzato numerose dirette radiofoniche e televisive sui principali momenti della vita politica del Paese.

L'attività delle Tribune è stata caratterizzata da tre diversi cicli: "*Tribune della crisi*", "*Tribune Elettorali Regionali*", "*Tribune dei Referendum*", per un totale di 54 ore televisive e 13 ore radiofoniche. Anche nel corso del 1995 l'attività dei **Servizi Parlamentari** si è articolata nelle due edizioni quotidiane di "*Oggi al Parlamento*" e nelle due rubriche settimanali "*7 giorni al Parlamento*" e "*Giorni d'Europa*". Sono state inoltre realizzate numerose edizioni straordinarie di "*Speciale Parlamento*" (82 ore di programmazione) con dirette tv da Camera e Senato in occasione di avvenimenti di rilievo per la vita politica e civile del Paese. Nel corso del 1995 ci sono stati inoltre quattro cicli di programmi di "*Spaziolibero*", secondo le

modalità concordate con la Sottocommissione Parlamentare per l'Accesso. Come di consueto la Testata ha provveduto a trasmettere, e a cedere alle altre emittenti radiotelevisive, il messaggio di fine anno del Presidente della Repubblica.

*Una serie di iniziative
per rappresentare lo "spirito"
del servizio pubblico*

In generale, la **strategia di rafforzamento e di valorizzazione delle funzioni di servizio pubblico** ha portato in questi mesi la RAI ad arricchire la propria missione di servizio nei confronti della collettività e a promuovere alcuni interventi che rappresentano un elemento fondamentale dello "spirito" del servizio pubblico. Esso deve, infatti, interagire continuamente con quanto avviene nel Paese, ed essere da questo costantemente stimolato, proprio al fine di fare emergere quei valori positivi di interesse generale che attendono di essere veicolati e rappresentati.

In questa direzione si colloca **una nuova attenzione ad alcuni dei principali problemi del Paese**, cui sono stati dedicati specifici interventi: l'**educazione**, con un progetto di collaborazione tra la RAI e il

the context of public service broadcasting while also improving audience reception ratings. Nevertheless, the basis for a positive coexistence of these aspects was achieved, thus confirming that the public broadcasting service is a widely felt need in the country.

In this regard we can recall some broadcasts and events which over the past twelve months have confirmed that public broadcasting service is committed to products which combine the overall requirements of society with high-quality standards, without reducing audience reception ratings. These include the meeting between Pope John Paul II and 400,000 young people from all over Europe, transmitted worldwide from Loreto; the concert organised by Pavarotti for the children of Bosnia; thematic programmes on the environment, health, the 50th anniversary of the Liberation and, more generally speaking, live coverage of the main political, religious and cultural events. In this context, there has also been an effort to strengthen the link between the public and government institutions, especially through programmes dedicated to parliamentary coverage. It should be recalled that RAI was the only TV which scheduled referendum and electoral campaign debates in the most important time slots, as well as making numerous live TV and radio broadcasts covering important political events. There were three main political broadcasts: "Tribune della crisi", "Tribune

Elettorali Regionali" and "Tribune dei Referendum", totalling 54 hours on TV and 13 hours on radio. In 1995, Parliamentary Coverage was provided by the two daily editions of "Oggi al Parlamento" and the two weekly editions of "7 giorni al Parlamento" and "Giorni d'Europa". There were also many extra editions of "Speciale Parlamento" (82 hours) with live TV coverage from the Chamber of Deputies and the Senate during events of major political and national importance. On 1995, there were also four series of the "Spaziolibero" programmes arranged in agreement with the Parliamentary Sub-Committee for TV Access. As in the past, the News Service broadcasts the President's New Year message, as well as providing the link with other networks.

Initiatives to enhance the quality of public broadcasting

The strategy aimed at strengthening and improving the quality of public broadcasting has enabled RAI to provide a better service to society at large and to promote initiatives to enhance the public broadcasting service. The Corporation must interact continuously with the events occurring in the country and be continuously spurred on by the events in order to better identify the positive factors of general interest which should be highlighted in broadcasting. In this regard, greater attention has

been focused on some of the country's major problems, with specific coverage including the following topics. In the field of education, there has been a collaboration between RAI and the Ministry of Education for setting up a satellite channel dedicated to education and lifelong education, and an agreement with the ENEA for producing multimedia vocational training and specialisation courses in new technologies, energy and the environment. In the health sector, there have been health education and information programmes organised in collaboration with the Ministry of Health, as well as the setting-up of a Department to deal with these matters. Other sectors regard the environment, with initiatives including a day-long broadcast for the international promotion of a "Clean World Day"; employment and economic problems, with specific programmes and in-depth coverage; the relationship between the public and the Public Administration through a specific agreement with the Ministry for the Civil Service; Disaster Emergency Board, through an outline agreement (now being drawn up in detail) with the Ministry dealing with these matters. There have also been initiatives regarding society's weaker members whose interests should be safeguarded and promoted. In this respect we can cite RAI's commitment to publicise and implement affirmative action to protect children by the Carta di Treviso and the creation of

Ministero della Pubblica Istruzione che prevede anche la realizzazione di un canale via satellite dedicato alla formazione scolastica e permanente ed un accordo con l'ENEA per realizzare corsi multimediali di formazione professionale e specializzazione nei settori delle nuove tecnologie, dell'energia e dell'ambiente; la sanità, con programmi di educazione e informazione sanitaria in collaborazione con il Ministero competente, oltre che l'istituzione di una struttura aziendale dedicata a questi temi; l'ambiente, con iniziative apposite tra cui un'intera giornata televisiva in occasione della manifestazione mondiale "Puliamo il mondo"; l'occupazione e i problemi economici, cui sono rivolti appositi programmi e approfondimenti informativi; il rapporto cittadini-amministrazione, attraverso un'apposita convenzione con il Ministero della Funzione Pubblica; la protezione civile con un accordo quadro con il Ministero competente in via di elaborazione.

Inoltre si sono prese iniziative nei riguardi delle fasce deboli da tutelare e rappresentare. In questo quadro di particolare rilievo appare l'impegno della RAI a diffondere e rendere operativi i principi affermati a tutela dell'infanzia attraverso la Carta di Treviso, oltre che

la nascita di un'apposita **Struttura per bambini e ragazzi**. Inoltre, è in fase di costituzione un "Segretariato sociale", quale momento di raccordo tra la programmazione radiotelevisiva e le istanze delle organizzazioni di volontariato e di impegno civile. Si sono pure favoriti **momenti di confronto tra le diverse culture e religioni**, con particolare riguardo all'area del bacino del Mediterraneo, verso il quale il nostro Paese ha un importante ruolo di riferimento.

*L'offerta di Reti e Testate:
una riconferma nell'innovazione*

In questo quadro di generale ridefinizione dell'offerta del servizio pubblico appare importante tracciare le linee che hanno caratterizzato nel 1995 la programmazione delle singole Reti radiotelevisive e l'informazione di ciascuna testata.

RaiUno ha raggiunto nel "prime-time" uno share medio del 24%, confermandosi indiscutibilmente "leader" del panorama televisivo italiano anche grazie al consolidamento della propria scelta editoriale di rivolgersi al pubblico delle famiglie. Con esse, infatti, RaiUno ha instaurato un dialogo che, partendo dalla fascia del mattino (*Uno Mattina, Verde Mattina*) si è esteso -

attraverso il modello produttivo della diretta - alla fasce orarie del pomeriggio (*Sala Giochi* e il programma per ragazzi *Solletico*), fino al primato riconquistato nella fascia preserale attraverso un programma, *Luna Park*, pensato appositamente per l'intrattenimento familiare in una fascia oraria di importanza strategica. RaiUno ha inoltre rafforzato la programmazione di servizio (*Check-up, Più sani, più belli, Linea Blu, Linea Verde*), la programmazione destinata ai bambini (*L'albero azzurro, La banda dello Zecchino, Disney Club*) e i programmi culturali e di divulgazione scientifica (*Superquark, Credere, non credere, "Donne al bivio"*). Anche la prima serata è stata caratterizzata da una programmazione a larga accessibilità: la fiction di qualità (*Il grande Fausto, La piovra 7, Mosè e Giuseppe*); i grandi film del lunedì e l'intrattenimento, al quale RaiUno ha dedicato nel corso dell'anno trasmissioni di ampio successo (*Numero Uno, Il Festival di San Remo, Papaveri e papere, I cervelloni, Beato tra le donne, Scommettiamo che?, Caramba che sorpresa!*). Nell'ambito dell'informazione grande successo ha avuto *"Il fatto"* (un ascolto di circa 7 milioni con uno share medio del 25%).

RaiDue ha incentrato la propria offerta intorno all'illustrazione e al-

a Department for children and young people. A "Social Secretariat" is also being set up, designed to provide a link between radio and TV broadcasting and the interests of voluntary and social service organisations. There has also been coverage for various cultures and religions, especially those of countries in the Mediterranean region for which our country is an important point of reference.

The products of the Networks and News Services: the innovation continues

In this overall revision of public broadcasting products, we should provide a summary of the guidelines for the 1995 programmes of the TV networks and news services.

RaiUno achieved an average prime-time share of 24%, thus confirming its definite leadership in Italian television; this was also achieved thanks to the consolidation of the editorial policy of aiming at a family audience target. RaiUno programmes start the day in the morning (Uno Mattina; Verde Mattina) and extend (exploiting live coverage) to the afternoon (Sala Giochi and Solletico, a children's programme). It has regained the early evening time slot through programme such as Luna Park, specifically designed for family entertainment at this strategically im-

portant time of day. RaiUno has also strengthened its social service coverage (Check Up; Più sani, più belli; Linea Blu; Linea Verde), children's programmes (L'albero azzurro; La banda dello Zecchino; Disney Club), together with cultural and popular science programmes (Superquark; Credere, non credere; "Donne al bivio"). Prime-time programmes also have a broad target, with quality fiction (Il grande Fausto; La piovra 7; Mosè and Giuseppe); the Monday movies and the entertainment programmes which have been a great success for RAI over the year (Numero Uno; Festival di San Remo; Papaveri e papere; I cervelloni; Beato tra le donne; Scommettiamo che?; Carramba che sorpresa!). With regard to current events, "Il fatto" has achieved considerable success (an audience of about 7 million people with an average share of 25%).

RaiDue has concentrated on coverage and in-depth discussion of social issues. The network's policy highlights coverage of topics of general interest and in the cultural field through daily magazine programmes such as "Fuori dai denti" and "L'Italia in diretta". Specific attention has also been focused on children (with broadcasts like Go Cart and Arriba Arriba with programmes designed especially for the little ones in the evening time slot. Theatre and music also appear on a weekly basis (with Palcoscenico on Saturday in the late evening). Politics have also

been covered, highlighting easily understood language (Italia interroga and Napoli Capitale). Entertainment programmes (I Fatti vostri) as well as fiction have often covered social issues.

RaiTre continued its editorial policy involving considerable experiments in language and in formulas, highlighting public service broadcasting and direct dialogue with the public. The prime-time programmes (Chi l'ha visto; Mi manda Lubrano; Ultimo Minuto) are typical examples of this. In particular, we have Tempo Reale which, since the end of the year, has come under independent management, providing greater in-depth coverage. The network's innovative image is also confirmed by programmes in the late evening time slot dedicated to satire (Il laureato) or other programmes involving an original approach to topics such as the cinema (Producer) and nature (Il Regno degli animali).

TG1 has confirmed its position as the country's top news service. In 1995, the broadcast at 20.00 had an average audience of 8,899,000 people (34% of the share) with the 13.30 edition accounting for 35% of the share. In 1995, TG1 broadcast 14 editions per day, increasing the hours of broadcasting as well as the editions dedicated to specific topics (daily programmes on the economy and new supplements on entertainment, automobile, culture, busi-

l'approfondimento delle tematiche sociali. In questa linea si sono poste le scelte editoriali della Rete che vedono privilegiare l'informazione su problemi di interesse generale e di natura culturale sia nei contenitori quotidiani in diretta quali *"Fuori dai denti"* e *"L'Italia in diretta"*, sia con un'attenzione specifica al pubblico dei bambini (con trasmissioni quali *Go Cart* e *Arriba Arriba* che hanno portato nella fascia serale una programmazione appositamente dedicata ai più giovani), sia con una nuova visibilità settimanale attribuita al teatro e alla musica (con *Palcoscenico* il sabato in seconda serata). Anche gli spazi di attualità politica sono affrontati con un'attenzione alla semplicità di linguaggio (*Italia interroga* e *Napoli Capitale*) e gli stessi spazi di intrattenimento (*I Fatti vostri*), nonché la fiction sono spesso dedicati ad argomenti di impegno sociale.

RaiTre ha proseguito nella propria linea editoriale caratterizzata da un'**accentuata sperimentazione nei linguaggi e nelle formule**, privilegiando i programmi di servizio e di colloquio diretto con i telespettatori. Ne sono un tipico esempio i programmi di prima serata (*Chi l'ha visto?*, *Mi manda Lubrano*, *Ultimo Minuto*) e quelli di informazione giornalistica (*Linea 3*) e, in par-

ticolare, *Tempo Reale* che, dalla fine dell'anno, ha acquisito una propria specifica autonomia rinnovando le proprie peculiari caratteristiche di appuntamento dedicato all'approfondimento. L'immagine innovativa della Rete è stata inoltre confermata da alcuni programmi di seconda serata, dedicati alla satira (*Il laureato*) o da alcuni altri programmi che hanno sperimentato un approccio originale ad argomenti quali il cinema (*Producer*) e la natura (*Il Regno degli animali*).

Il **TG1** si è riconfermato ampiamente quale testata giornalistica televisiva più seguita del nostro Paese: l'edizione delle 20,00 si è infatti attestata su una media di 8.899.000 spettatori (34% di share), mentre quella delle 13,30 raccoglie il 35% di share. Nel 1995 il TG1 è arrivato a proporre 14 edizioni giornaliere, incrementando il numero delle ore di trasmissione, nonché le edizioni dedicate ad argomenti specifici (con l'appuntamento quotidiano dedicato all'economia, e i nuovi supplementi su spettacolo, motori, cultura, business, viaggi e tendenze).

Tra le nuove iniziative appare significativo in modo particolare il programma quotidiano *Italia Sera*, che approfondisce i temi di cronaca ed attualità e che, in pochi mesi, si è affermato quale programma

più seguito nella fascia oraria. Da rilevare, inoltre, la lunga preparazione che ha portato, all'inizio del 1996, alla ripresa di *TV7*, lo "storico" programma settimanale di approfondimento giornalistico della Testata.

Il **TG2** ha contrassegnato la propria attività nel 1995 con un incremento di ordine quantitativo e qualitativo: sono state 7 le edizioni quotidiane del telegiornale (con oltre 873 ore di trasmissione, circa 100 in più rispetto al 1994) e, alla fine del 1995, è partita la *nuova edizione delle 20,30*, che consente alla RAI di ampliare l'offerta informativa con un approfondimento ulteriore e di trasmettere, per la prima volta, un Telegiornale anche nella fascia di prima serata. Novità anche nelle tradizionali rubriche di approfondimento: *TG2 Salute*, *TG2 Costume e Società*, *TG2 Motori* e *"Medicina 33"*. Di rilievo anche la presenza continuativa nel corso dell'anno della storica rubrica di approfondimento della testata *TG2 Dossier*.

La caratteristica principale del **TG3** è l'attenzione alle istanze che provengono dalla base sociale e che sono spesso ignorate dal contesto informativo: il tutto in un quadro di sperimentazione dei linguaggi e di ritrovato legame tra il territorio

ness, travel and fashion).

The daily programme *Italia Sera* is one of the significant new initiatives which provides in-depth coverage of news items and current events; in just a few months it became the programme with the highest share in its time slot. It should also be recalled that the long-term groundwork in 1995 enabled TV7, the "historical" weekly programme for news coverage, to start up again in early 1996.

In 1995, **TG2** was characterised by a quantity and quality increase. There were 7 daily editions of the news programme (with over 873 hours of broadcasting, approximately 100 more than in 1994). At the end of 1995, the new 20.30 edition started up, enabling RAI to provide a broader News Programme with more in-depth coverage, as well as being the first early evening news broadcast. There were also new developments in the traditional specialised programmes: **TG2 Salute**, **TG2 Costume e Società**, **TG2 Motori** and "*Medicina 33*". The long-standing news analysis programme **TG2 Dossier** was also broadcast throughout the year.

The main characteristic of **TG3** is the attention paid to sectors of society often ignored by news coverage, in the context of experiments with language and a newly consolidated link between local issues and the national and international scene. On the basis of this editorial

policy, new initiatives were undertaken in 1995, including: **TG3 Mattino** (broadcast from Monday to Friday from 6.00 to 8.30 with updates on the day's news every 15 minutes); the morning edition produced in Milan; the afternoon edition specially devoted to social and economic topics, including the news broadcast **Articolo 1** (covering matters regarding employment, in collaboration with the Ministry of Labour. Finally, we have the evening editions; at 22.30, the traditional "link with the world" has been updated with coverage from Paris, Moscow and Sarajevo.

In the context of RAI news broadcasts, the **Testata Giornalistica Sportiva** (Sports News Service) is particularly important. In 1995, it provided wide-ranging coverage for the world of sports. Events included the Italian Soccer Championship, the European Cups, **Coppa Italia** (Italian Soccer Competition), the European qualifying matches of the Italian team, six **F1 Grand Prix** motor race events including the Italian **Grand Prix** in Monza, **Ski World Championships** and **World Cup**, **Basketball European Championships**, **International Tennis Championships**, the international showjumping competition at **Piazza di Siena**, the **Tour de France** and a number of other national and international cycling events. Other events included the **World Track and Field Athletics Championships**, the **European Swimming Championships**, the

World Rowing Championships, **World League Water Polo**, the **Italian Sailing Race** and the **First Military World Games**. Together with these prestige events, coverage was also provided for minor sports and the renovation of sports programmes; initiatives include the innovative and original format of the broadcast "*Quelli che il calcio ...*".

The news and other services provided by **Televideo** are also significant. **Televideo** is the most advanced initiative in its sector in Europe (2,000 pages broadcast daily, utilised by nearly 60% of Italian families with an average of 8 million contacts per day), also considering that this is the first application of interactive TV.

In 1995, **Televideo** completed the restructuring of the page format of the news services, expanding them with targeted enquiries and shows (especially "*Spazio Civile*", a landmark in Italy for people working to safeguard the weaker members of society).

Public service news coverage has been completely revised, with the extension of the topics covered and a significant expansion of the most frequently accessed services, especially those concerning public institutions. The service for the deaf has continued; besides 40 hours of sub-titled TV programmes, new services and programmes have been introduced, such as charge-free consultancy for anyone with hearing problems.

e il contesto nazionale e internazionale. Sulla base di tali linee editoriali, nel corso del 1995, si è dato vita ad una serie di nuove iniziative, quali il *TG3 Mattino* (in onda dal lunedì al venerdì dalle 6 alle 8,30 e che aggiorna ogni quindici minuti sulle principali notizie della giornata); l'edizione del mattino che viene realizzata da Milano; quella del pomeriggio dedicata in particolare ai temi sociali ed economici nella quale trova collocazione la trasmissione *Articolo 1* (incentrata sui temi dell'occupazione in collaborazione con il Ministero del Lavoro); le edizioni serali tra cui, in quella delle 22,30, si è rivista l'impostazione tradizionale delle "finestre sul mondo" collegandosi anche con Parigi, Mosca e Sarajevo.

Nel panorama informativo della RAI riveste un'importanza specifica l'attività svolta dalla *Testata Giornalistica Sportiva* che ha assicurato nel 1995 la più ampia informazione sul mondo dello sport: il Campionato italiano di Calcio, le Coppe europee, la Coppa Italia, gli incontri di qualificazione europea della nazionale; sei Gran Premi automobilistici di Formula Uno, tra cui il Gran Premio d'Italia a Monza; i Campionati mondiali e la Coppa del mondo di sci; i Campionati europei di pallacanestro; gli Internazionali d'Italia

di tennis; il Concorso ippico internazionale di Piazza di Siena; il Tour de France e numerosi altri appuntamenti ciclistici nazionali e internazionali; i Campionati mondiali di atletica leggera; i Campionati Europei di nuoto; i Campionati mondiali di canottaggio; la World League di Pallanuoto; il Giro d'Italia a vela; i primi Giochi mondiali militari. Si tratta degli appuntamenti più prestigiosi che non hanno comunque impedito di dare ampio spazio agli sport minori e ad una ristrutturazione delle rubriche sportive, tra le quali occorre ricordare per l'innovativa e originale impostazione la trasmissione *"Quelli che il calcio ..."*.

Un rilievo del tutto particolare acquista l'attività informativa e di servizio svolta dalla testata *Televideo*, che rappresenta l'esperienza più avanzata in Europa nel proprio settore (2.000 pagine quotidiane in onda; una presenza stabile in quasi il 60% delle famiglie italiane e una media di 8 milioni di contatti giornalieri) anche nel quadro di una primo utilizzo su base interattiva della televisione. Nel 1995 Televideo ha consolidato la ristrutturazione dell'impaginazione dei notiziari, arricchendola con ulteriori spazi di approfondimento giornalistico e rubriche dedicate (si ricorda in particolare

"Spazio Civile", divenuta un punto di riferimento per tutti coloro che in Italia operano nell'ambito della tutela dei più deboli).

L'informazione di servizio è stata completamente rinnovata con un allargamento dei temi trattati ed un approfondimento di quelli più consultati con una particolare attenzione allo spazio dedicato alle istituzioni che è stato significativamente ampliato. È inoltre da sottolineare la tradizionale attività di servizio svolta per i non udenti che, oltre alle 40 ore di programmi Tv sottotitolati, ha previsto nuovi servizi e rubriche tra cui, in particolare, una consulenza gratuita a disposizione di tutti coloro che hanno problemi di udito.

La tematizzazione quale strada per rispondere efficacemente alle attese diversificate del pubblico

Una nuova linea che ha caratterizzato la programmazione RAI, insieme alla tradizionale offerta generalista veicolata dalle Reti e dalle Testate, è stata rappresentata dalla ricerca di una nuova impostazione a carattere tematico che fosse in grado di rispondere alle diverse esigenze, sempre più specifiche, espresse dalla società italiana e, al tempo stesso, per consentire al servizio pubblico di mettersi in

Thematic coverage to respond to diversified public demand

Together with the traditional general products provided by the RAI Networks and News Services, there is also a new approach involving thematic coverage to respond to the varying and increasingly specialised demands of Italian society. At the same time, the aim is to enable the public broadcasting service to adjust to the thematic approach which is increasingly used in European TV. In 1995, facilities have been provided for thematic coverage on a cross-network basis in order to improve programmes and raise quality standards.

The *Format* department has worked on a strategy of TV product diversification with experiments to identify new formats and ideas for programmes. A total of 187 hours of new programmes have provided original coverage of various topics (*Professione Reporter*; *Microfono nella notte*; *Se Rinasco*; *Misteri*; *Perdenti*). A number of once-off programmes have been produced. The *Mixer* broadcasts (with their "Specials") and *Mixer Giovani* (using the real show technique, half fiction and half documentary, with products dedicated to young people such as *Davvero* and *Compagni di Banco*) have been especially significant.

The young peoples' Programmes Department has dealt with the analysis of

the problems related to the delicate relationship between children and TV (with a Meeting being organised on this topic). The result was the production of some programmes (*Lezioni di Cinema*), consultancy to the networks for various programmes, the completion of a campaign to promote education in the field of citizenship, traffic rules, the environment and food, as well as pilot projects for cartoons based on the creation of an Italian and European cartoon design.

The cultural programme Department has also been set up to promote specific products (among which we can recall "Next", which won the "Award of Excellence", a major US award). It started up the Labia Cultural Centre in Venice with the aim of providing a reference point for national and international activities to promote Italian culture and to create permanent cultural facilities.

Videosapere also followed the same policy of producing popular cultural programmes. In 1995, it produced over 850 hours of broadcasting involving language experiments resulting in innovative cultural programme formats accessible to a broad audience. Some of the topics covered included the elderly (*Faust*), news coverage including direct dialogue with the TV audience (*Italia mia benché* and *Video Zorro*), schools and universities (*Robinson e Venerdì*), telematics and computers (*Media-*

Mente), updating of cultural events (*Cultura News*). Coverage also extended to the great works of literature (*Gassman incontra Dante*) and reading.

A new strategic position for radio

RAI has also pursued a new strategy for radio, providing specific tasks for new products. The centenary of radio was celebrated in 1995, and Radio-RAI contributed with special initiatives (for example the *RadioExpo* international exhibition).

RadioUno was mainly news-oriented, with public service programmes. News broadcasts are scheduled every half hour, and there have been a number of socially useful programmes (*Una risposta al giorno*; *Galassia Gutenberg*; *Radiohelp*) in the field of health, social security, environment, social problems, education, leisure. Considerable time was devoted to sporting events, especially on Sunday (*Tutto il calcio minuto per minuto*; *Domenica sport*). Traditional public service programmes continue on traffic, weather, the flight situation and airports with *Onda verde*, *Meteoradio* and *Volare informati*.

RadioDue was dedicated to entertainment, light music, news and live contacts with the public, a well-balanced mixture of music and talking. Special

sintonia con quella tendenza, la tematizzazione appunto, che sta ormai affermandosi nella programmazione televisiva europea. In questa direzione sono state istituite nel 1995 alcune strutture tematiche che operano trasversalmente rispetto alle reti televisive, proprio al fine di rafforzarne la programmazione e indirizzarne la produzione nel senso della qualità.

La struttura **Format** ha operato per una strategia di diversificazione dell'offerta televisiva attraverso una vera e propria sperimentazione alla ricerca di nuovi formati e idee innovative per i programmi: 187 sono state le ore di nuovi programmi prodotti che hanno affrontato in modo originale numerose tematiche (*Professione Reporter*, *Microfono nella notte*, *Se Rinasco*, *Misteri*, *Perdenti*); molti i "numeri zero" che sono stati realizzati; particolarmente significativa l'attività svolta da *Mixer* (anche con appositi Speciali) e da *Mixer Giovani* (nel cui ambito si è sperimentato il genere del "real show", a metà tra fiction e documento, con produzioni dedicate al mondo giovanile come *Davvero* e *Compagni di Banco*).

La struttura **Programmi per ragazzi** ha orientato la propria attività verso l'analisi delle problematiche

connesse al delicato rapporto tra bambini e mezzo televisivo (con un apposito Convegno dedicato all'argomento) che ha portato anche alla realizzazione di alcuni programmi (*Lezioni di Cinema*), alla consulenza alle Reti per numerosi programmi, alla realizzazione di una campagna promozionale sull'educazione civica, stradale, ambientale e alimentare, nonché ad alcuni progetti pilota di cartoni animati avviando un percorso di caratterizzazione italiana ed europea dell'animazione.

È stata avviata anche la **Struttura programmi culturali** che ha promosso una sua specifica attività di produzione (tra cui occorre ricordare "Next" che ha vinto il prestigioso premio "Award of excellence" negli Stati Uniti), nonché ha curato il lancio del Centro culturale Labia a Venezia, che intende porsi quale punto di riferimento per una serie di attività, anche di livello internazionale, per la promozione della cultura italiana e per la realizzazione di una struttura culturale permanente.

Nella stessa linea di una programmazione caratterizzata dal tema dell'approfondimento culturale ad ampia divulgazione si è collocata l'attività di **Videosapere** che, nel 1995, ha prodotto oltre 850 ore di

programmazione caratterizzata da un grande sforzo di sperimentazione di linguaggi che si è tradotto nella proposta con formule innovative di programmi culturali largamente accessibili. Tra gli altri si sono affrontati temi quali la terza età (*Faust*); l'attualità anche attraverso un dialogo diretto con i telespettatori (*Italia mia benchè* e *Video Zorro*); la scuola e l'Università (*Robinson e Venerdì*); l'informazione telematica e il mondo del computer (*MediaMente*); l'aggiornamento sugli avvenimenti culturali (*Cultura news*); non si è trascurata infine la divulgazione delle grandi opere letterarie (*Cassman incontra Dante*) e della lettura.

Un nuovo posizionamento strategico anche per la radiofonia

Un'operazione di riposizionamento strategico e di impostazione di precisi profili e missioni per una nuova offerta è stata condotta anche per la **radio** che - si ricorda - ha celebrato nel 1995 il centenario della sua invenzione, al quale RadioRAI ha partecipato con apposite iniziative (tra tutte si ricorda la mostra internazionale RadioExpo).

RadioUno è stata orientata principalmente all'informazione e ai

attention was paid to the younger members of the public both in the afternoon (*Radioduetime*) and in the evening (*Tintarella di luna* and a number of weekly live concerts). The Italian tradition in radiocast theatre was renewed.

RadioTre maintained its traditional cultural format with a better balance between musical broadcasts and specialised cultural coverage, in order to make these programmes more attractive and accessible. In the morning, classical music alternates with reading and the comments from the major newspapers. In the afternoon, there is culture, science and music in the *Lampi* magazine programme. In the evening, (*Radiotre suite*) there are some of the top-quality theatre and musical shows, often with live coverage.

Notturmo Italiano is the nightly RAI radio service on medium waves and FM with different programmes for the three networks.

RAI Radio, together with *Società Autostrade*, also broadcasts **Isoradio** every day from 6 to 24, in which a selection of good music alternated with news on traffic, weather forecasts and news broadcasts.

In 1995, the two wire radio channels also pursued their programmes, with Channel Four for light music and Channel Five for classical music.

Radio news broadcasting is managed

by the **Giornale Radio RAI** (RAI News Broadcast), concentrated especially on **RadioUno** (the RAI radio network specifically dedicated to news, on which the GR (News Broadcast) has 95 hours per week of news and programmes), together with news programmes on **RadioDue** and **RadioTre**. Significant initiatives include "Ultimo minuto", an hourly news flash, and seven new analysis programmes. The **Giornale Radio RAI** has provided 'live links' with listeners for especially important events, providing an important information service during the Andreotti Trial, when it was the only branch of the media authorised to broadcast the hearings live. Considerable efforts were also devoted to sports news.

Highlighting the value of local resources

In 1995, RAI devoted considerable attention to local links and the social and cultural characteristics of each of Italy's regions, provinces and areas. This meant a RAI commitment both to increasing news services highlighting the specific local economic resources.

From this point of view, the activity of the **Testata Giornalistica Regionale (TGR)** (Regional News Service) is especially important. It was radically reorganised in 1995 in order to improve the work of the regional journalists' staffs (especially through technological im-