

# **Informativa per contratto di servizio Anno 2017**

<b>A. DATI TRAFFICO.....</b>	<b>4</b>
1. DATI INTERNI.....	4
2. DATI DI MERCATO.....	5
<b>B. L'OFFERTA EDITORIALE PER IL WEB.....</b>	<b>8</b>
1. I PORTALI RAI.IT E RAIPLAY.....	9
1.1 RAI.IT E RAIPLAY .....	9
1.2. RAINNEWS.....	10
2. RAIPLAY: UNA PIATTAFORMA SOCIAL SU MOLTEPLICI DEVICE .....	12
2.1 RAIPLAY, LO SVILUPPO DELL'OFFERTA SUL PORTALE WEB.....	11
2.2. RAIPLAY, l'offerta web verso l'estero.....	12
2.3. L'APPLICAZIONE RAIPLAY SU TABLET E SMARTPHONE.....	12
2.4. L'APPLICAZIONE RAIPLAY SU SMART TV e PIATTAFORMA MHP.....	13
2.5. L'OFFERTA RAIPLAY SU PIATTAFORMA TELECOM: TIMVISION .....	14
3. L'OFFERTA MULTIMEDIALE DEI CANALI TV .....	15
3.1 OFFERTA CANALI GENERALISTI.....	15
3.1.1 Rai Uno.....	15
3.1.2. Rai Due.....	16
3.1.3. Rai Tre.....	17
3.2. OFFERTA CANALI TEMATICI.....	17
4. L'OFFERTA RADIO RAI .....	18
4.1. I DIECI CANALI RADIO.....	19
4.2. ATTIVITA' DI GESTIONE DEL PORTALE RADIO RAI.....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
4.3. NUOVE RADIO DIGITALI SPECIALIZZATE.....	21
4.4. IL NUOVO PORTALE RAIPLAY RADIO.....	23

5. L'OFFERTA MULTIMEDIALE DI RAI CINEMA .....	24
5.1. IL SITO DI RAI CINEMA .....	24
5.2. RAI CINEMA CHANNEL .....	24
6. OFFERTA RAI PLAY CANALI TEMATICI .....	26
7. IL PRESIDIO RAI SUI SOCIAL.....	30
8. LA RAI PER I BAMBINI E I RAGAZZI: I CANALI TEMATICI .....	32
8.1. RAI YOYO .....	32
8.2. RAI GULP .....	32
8.3. RAI UNO.....	33
8.4. RAI DUE .....	335
8.5. RAIPLAY, TUTTA L'OFFERTA RAI PER I PER I PIU' PICCOLI .....	34
9. PROGETTI SPECIALI .....	35
9.1. PROGETTO GIRO D'ITALIA.....	35
10. RAI SU YOU TUBE.....	36
11. OFFERTA RAI CORPORATE .....	37
12. CAMPAGNE SOCIALI, EVENTI E RICORRENZE .....	37

## A. DATI TRAFFICO

### 1. DATI INTERNI (Fonte Webtrekk e YouTube Analytics)

Il 2017 si chiude per Rai sulle piattaforme Digital come segue (fonte Webtrekk):

- Il portale multimediale RaiPlay ha registrato un totale complessivo pari a circa 490 milioni di visualizzazioni video, con una media mensile di 41 milioni (+50% sul 2016) e 11,2 milioni di browser unici media mese (+5% sul 2016);
- Rai.it ha generato un totale complessivo di circa 168 milioni di pagine viste, con un traffico mensile di circa 14 milioni (-56% sul 2016) e 3,2 milioni di browser unici media mese (-42% vs 2016);
- il portale Radio Rai / Raiplay Radio ha registrato un totale di 170 milioni pagine viste, con una media mensile di 14 milioni (+1% sul 2016) e 1,2 milioni di browser unici media mese (-16% sul 2016);
- RaiNews.it ha registrato un totale di 35 milioni di visualizzazioni video, con una media mensile di 2,9 milioni (-12% sul 2016) e 6,8 milioni di browser unici media mese (+8% sul 2016).

Si consolida inoltre nel corso del 2017 la presenza dell'offerta Rai sui televisori con decoder digitale terrestre interattivo integrato (certificazione bollino Gold) e su Smart tv (offerta Samsung, Apple Tv e Android TV). L'offerta integrata riscuote un progressivo successo, facendo registrare il consumo di 37 milioni di video (circa l'8% del consumo video complessivo dell'offerta Raiplay, quota che aumenta al 10% nell'ultimo quadrimestre del 2017).

Inoltre la distribuzione di contenuti in Syndication (Msn e Youtube) nel 2017 ha generato ulteriori 471 milioni di visualizzazioni video, con una media mensile di 39 milioni di visualizzazioni.

Infine, si segnala che grazie all'introduzione della registrazione propedeutica alla fruizione dei servizi Raiplay, Rai raccoglie, a fine 2017, 4,6 milioni di utenti registrati, dei quali circa la metà sono mediamente attivi nei singoli mesi.

## 2. DATI DI MERCATO (Fonte Audiweb)

Secondo Audiweb, nel mese di Dicembre 2017 la Total Digital Audience (la rappresentazione delle attività effettuate da parte degli utenti online attraverso computer e device mobili, al netto delle sovrapposizioni tra i diversi device rilevati) cresce dell'11% sull'anno precedente, passando a 33,9 milioni di utenti unici attivi nel mese.

La Property Rai, che durante l'anno mantiene una media di 5,8 milioni di utenti unici (al netto dei mesi estivi) si posiziona nel mese di dicembre al 39 posto del ranking complessivo di Internet, con 5,5 milioni di utenti unici. Si segnala altresì il Brand Raiplay che si mantiene alle prime posizioni all'interno della Categoria Intrattenimento, posizionandosi nella sottocategoria Broadcast media al 2° posto davanti ai Brand SKY.it, Mediaset Premium e ai Channel La Repubblica TV e Corriere TV.

aud/web View ANALISI VA... Add

Internet Ranking Total

dicembre 2017 Totale individui Category Top 100 All devices All

Description	Rank by Unique Audience	Unique Audience (000)	Active Reach (%)	Universe Reach (%)	Total Minutes (000)	Time Per Person	Total Page Views (000)	Web Page Per Person
Videos/Movies		27.872	82,3%	50,8%	4.822.105	02:53:01	1.238.679	44,4
Broadcast Media		18.046	53,3%	32,9%	484.674	00:26:51	358.961	19,9
Mediaset.it - Live e On demand		5.344	15,8%	9,7%	108.121	00:20:14	50.310	9,4
Raiplay		3.726	11,0%	6,8%	87.759	00:23:33	55.949	15,0
Sky		3.180	9,4%	5,8%	27.701	00:08:43	29.413	9,2
La Repubblica TV		2.428	7,2%	4,4%	5.806	00:02:23	9.061	3,7
Staseraintv.com		2.245	6,6%	4,1%	31.770	00:14:09	51.141	22,8
Corriere TV		2.085	6,2%	3,8%	7.665	00:03:41	8.695	4,2
Sky.it OTH		1.875	5,5%	3,4%	2.296	00:01:13	10.343	5,5
Rai.it		1.380	4,1%	2,5%	4.383	00:03:10	5.878	4,3
Radio DeeJay		1.159	3,4%	2,1%	19.008	00:16:24	5.824	5,0
Mediaset Premium		1.103	3,3%	2,0%	25.279	00:22:55	7.947	7,2
Gazzetta TV		1.089	3,2%	2,0%	3.839	00:03:31	5.494	5,0
Programmitv.it		1.080	3,2%	2,0%	4.986	00:04:37	3.995	3,7
Radio Dimensione Suono		926	2,7%	1,7%	8.812	00:09:31	3.979	4,3
Fox Networks Group Italy		920	2,7%	1,7%	3.055	00:03:19	6.041	6,6
Radio 105		784	2,3%	1,4%	4.398	00:05:37	3.062	3,9
Now TV		783	2,3%	1,4%	11.634	00:14:52	8.143	10,4
radioitalia.it		710	2,1%	1,3%	3.068	00:04:19	3.616	5,1
SuperGuidaTV		706	2,1%	1,3%	25.715	00:36:27	7.290	10,3
Guardaserie.net		700	2,1%	1,3%	3.477	00:04:58	5.987	8,6

## PROFILO

Per quanto riguarda il profilo degli utenti, le donne che hanno navigato all'interno di Rai sono state il 45,5% sul totale utenti, rispetto ad una media di mercato del 49,7%. Circa il 63% degli utenti Rai si concentra nella fascia compresa tra i 25 e i 54 anni, circa l'82% degli utenti ha un diploma o è laureato (vs 72% media mercato diploma + laurea).



MEDIA MESE 2017: RAI (Property)				MEDIA MESE 2017: MERCATO	
Header	Details	Unique Audience (000)	Unique Audience Composition (%)	Unique Audience (000)	Unique Audience Composition (%)
ALL	TOTAL	5.709	100,0	31.681	100,0
Sesso	Maschio	3.114	54,6	15.950	50,3
Sesso	Femmina	2.595	45,5	15.731	49,7
Età	2 - 11	37	0,6	1.130	3,6
Età	12 - 17	58	1,0	1.474	4,7
Età	18 - 24	479	8,4	3.563	11,2
Età	25-34	888	15,6	5.607	17,7
Età	35-44	1.304	22,8	6.867	21,7
Età	45-54	1.400	24,5	6.393	20,2
Età	55+	1.543	27,0	6.647	21,0
istruzione	laurea	1.675	29,3	7.079	22,3
istruzione	diplomati	3.001	52,6	15.799	49,9
istruzione	non diplomati	1.032	18,1	8.800	27,8
occupazione	dipendenti	2.766	48,4	13.285	41,9
occupazione	autonomi	560	9,8	2.103	6,6
occupazione	casalinghe	550	9,6	3.656	11,5
occupazione	studenti	481	8,4	3.653	11,5
occupazione	pensionati	601	10,5	2.833	8,9
occupazione	non occupati	674	11,8	3.993	12,6

## VIDEO OBJECT

Audiweb conduce inoltre una indagine specifica per la rilevazione del consumo video nel mercato Internet: Audiweb Objects Video si basa sull'estensione della metodologia ibrida di Audiweb e prevede l'introduzione di uno speciale 'tag' (codice) nei contenuti, in grado di

interagire con il meter dei componenti del panel. I dati vengono poi sottoposti agli stessi processi di fusione e ponderazione applicati a tutti gli altri dati di audience

All'interno di questa rilevazione, Raiplay si posiziona sempre tra i primi 5 Brand, con tempi di permanenza a persona che superano l'ora.

In particolare a Dicembre 2017, il mercato raggiunge i 7,9 milioni di utenti unici (+ 4,2% vs dicembre 2016 ) e registra un tempo medio di permanenza a persona di 29 minuti. In questo contesto si segnala l'ottima performance di Raiplay, che raggiunge una copertura del 17% (1,4 milioni di utenti unici) ed un tempo medio di permanenza a persona di 1 ora e 14 minuti, e supera la media di mercato nel consumo video a persona (15,8 stream views per persona vs 11,9 del totale mercato).

Internet Ranking Video PC

dicembre 2017 Totale individui Brand Top 100 All

Description	Rank by Unique Audience	Unique Audience (000)	Active Reach (%)	Universe Reach (%)	Total Minutes (000)	Time Per Person	Total Stream Views (000)	Stream Views Per Person
<input type="checkbox"/> Total		7.924	100,0%	14,4%	230.954	00:29:09	94.338	11,9
<input type="checkbox"/> ▶ Mediaset.it - Live e ...	1	3.167	40,0%	5,8%	77.451	00:24:27	36.178	11,4
<input type="checkbox"/> ▶ Giallozafferano.it	2	1.734	21,9%	3,2%	7.272	00:04:12	5.474	3,2
<input type="checkbox"/> ▶ La Repubblica	3	1.402	17,7%	2,6%	6.991	00:04:59	10.230	7,3
<input checked="" type="checkbox"/> ▶ Raiplay	4	1.366	17,2%	2,5%	101.658	01:14:27	21.539	15,8
<input type="checkbox"/> ▶ Corriere della Sera	5	1.225	15,5%	2,2%	4.707	00:03:51	5.090	4,2
<input type="checkbox"/> ▶ Donna Moderna	6	847	10,7%	1,5%	1.133	00:01:20	1.375	1,6
<input type="checkbox"/> ▶ Rai.it	7	731	9,2%	1,3%	5.335	00:07:18	5.362	7,3
<input type="checkbox"/> ▶ Pianeta Donna	8	635	8,0%	1,2%	1.055	00:01:40	1.170	1,8
<input type="checkbox"/> ▶ La Gazzetta dello Sp...	9	555	7,0%	1,0%	2.752	00:04:58	1.919	3,5
<input type="checkbox"/> ▶ Smartworld	10	537	6,8%	1,0%	3.917	00:07:18	1.263	2,4
<input type="checkbox"/> ▶ DeAbyDay	11	441	5,6%	0,8%	949	00:02:09	713	1,6
<input type="checkbox"/> ▶ Starbene	12	310	3,9%	0,6%	455	00:01:28	583	1,9
<input type="checkbox"/> ▶ LA7	13	261	3,3%	0,5%	4.382	00:16:47	731	2,8
<input type="checkbox"/> ▶ Soldionline net	14	242	3,0%	0,4%	203	00:00:50	557	2,3
<input type="checkbox"/> ▶ Studenti.it	15	228	2,9%	0,4%	5.265	00:23:05	428	1,9
<input type="checkbox"/> ▶ Rai News	16	131	1,7%	0,2%	6.510	00:49:39	1.049	8,0
<input type="checkbox"/> ▶ Zingate.com	17	129	1,6%	0,2%	60	00:00:28	185	1,4
<input type="checkbox"/> ▶ Rai Sport	18	54	0,7%	0,1%	792	00:14:45	358	6,7

## **B. L'OFFERTA EDITORIALE PER IL WEB**

L'anno 2017 può essere considerato un anno di rafforzamento del posizionamento di RaiPlay, nata nel Settembre 2016.

Il 2017 ha mostrato, proprio grazie alla nuova offerta di RaiPlay, una forte crescita per l'intera offerta Rai, verso cui l'audience Digitale è fidelizzata in modo trasversale rispetto ai diversi servizi, contenuti e segmenti di offerta proposti.

Dopo un primo periodo di rodaggio del servizio, dal mese di agosto 2017 è stata introdotta la registrazione obbligatoria per la fruizione dei contenuti VOD per poter offrire agli utenti dei servizi di personalizzazione all'altezza dei migliori fornitori di servizi di video streaming on demand presenti sul mercato. Gli utenti registrati possono, quindi, avvalersi di numerose funzionalità tra cui:

- **Preferiti** (selezione di contenuti scelti dall'utente in base ai propri gusti)
- **Download** (ove consentito dai produttori dei contenuti) per poter scaricare sul proprio terminale mobile video che possono essere rivisti senza consumare banda
- **Riprendi visione** grazie alla quale è possibile chiudere RaiPlay e riaprirlo in un momento successivo e/o da un altro dispositivo mobile riprendendo la visione dal punto esatto in cui si era interrotta

Nel periodo di riferimento si confermano essenziali per l'affermazione dell'offerta i servizi di **Diretta** (15 canali Tv, 10 canali Radio) e di **Replay** con **9** canali fruibili in modalità Catch-up Tv (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai 4, Rai 5, Rai Premium, Rai YoYo e Rai Gulp) ai quali si è aggiunto a giugno anche **il nono**, Rai Movie. Contestualmente l'applicazione RaiPlay ha consolidato la sua competitività sul mercato mobile.

In aggiunta ai servizi di diretta streaming e di Catch-up, Raiplay ha introdotto un'offerta a catalogo, organizzato per tipologie di prodotto, generi e sottogeneri, che hanno coperto contenuti filmici, documentari, serie tv, fiction e programmi.

## 1. I PORTALI RAI.IT E RAIPLAY

### 1.1 RAI.IT E RAIPLAY

Nel 2017 l'offerta dei portali Rai si è definitivamente assestata sulla nuova architettura dei contenuti proposta negli anni precedenti, tramite il **portale della Radio** ([www.radio.rai.it](http://www.radio.rai.it)) completamente trasformato a dicembre 2017 nella nuova offerta **RaiPlay<sup>Radio</sup>** ([www.raiplayradio.it](http://www.raiplayradio.it)) per un'offerta coordinata di tutti i canali Radio, ed il **portale dell'informazione, Rainews** ([www.rainews.rai.it](http://www.rainews.rai.it)).

Il 2017, quindi, è stato sostanzialmente un anno di conferma delle strategie di offerta, operate nell'ottica di perseguimento degli obiettivi generali per entrambi i portali principali della Rai:

- Valorizzare al meglio le nuove offerte contenutistiche e i servizi di maggior successo (es: RaiPlay, notizie, web radio)
- Migliorare l'usabilità dei portali rendendone chiare e accessibili tutte le sezioni
- Integrare le funzionalità dei social network nei nuovi layout
- Elaborare layout dinamici in grado di ospitare una maggior varietà di formati pubblicitari
- Ottimizzazione e miglioramento del menu di navigazione dei due portali
- Riorganizzazione delle aree dedicate ai vari servizi, per ottenere un maggiore ritorno in termini di interesse e fidelizzazione dell'utenza
- Valorizzare i contenuti più interessanti del portale RaiPlay e le varie iniziative attraverso un'apposita ed evidente area di lancio editoriale
- Valorizzare con lanci dedicati contenuti molto appetibili in rete come anticipazioni e novità sui palinsesti e speciali d'archivio
- Migliorare la ricercabilità dei contenuti lavorando sull'ottimizzazione dei testi dei contenuti pubblicati (keywords) e sul potenziamento della Guida Programmi
  - Necessità di inserire maggiori "guide all'uso" in ogni sezione dei portali; non ci si riferisce solo a una semplice pagina FAQ che affronta tematiche editoriali e tecnologiche, ma a box informativi espliciti che spieghino esattamente l'offerta fornita, le sue limitazioni (diritti, estero) e forniscano consigli per la fruizione

## **Piano Comunicazione Focus Raiplay**

Nel 2017 la comunicazione dell'offerta attraverso il focus dell'HP di Raiplay si è concentrata sulla completezza e sulla varietà dell'offerta dei canali Rai spaziando dai programmi delle reti generaliste a quelli delle reti tematiche con particolare attenzione a quelle produzioni di pregio individuate dalle reti stesse in costante contatto con la direzione Rai Digital attraverso le Multiplatforma di rete.

Le campagne di promozione dei singoli programmi si sono sviluppate prediligendo lanci con contenuti che si differenziassero dai promo televisivi (quindi: backstage, clip realizzate ad hoc, video esclusivi).

L'offerta di comunicazione attualmente si sviluppa in sette slide di cui 5 sono dedicate all'offerta tv del momento e le restanti all'archivio RaiPlay, in particolare Film e Percorsi tematici (o ricorrenze). In caso di eventi di portata nazionale (attentati, catastrofi, celebrazioni) viene predisposto in prima posizione un lancio alla diretta di Rainews (o Rai1 nel caso di date particolari ) in un ottica prioritaria di Servizio Pubblico.

### **1.2 RAINEWS**

Nel 2017 Digital ha consentito anche alla testata TGR di portare on line il suo primo 'sito regionale' (prodotto dalla redazione di Firenze), nell'ambito del progetto "TGR web".

Tale risultato segue una attività Digital di formazione ai giornalisti e di supporto agli stessi durante un periodo di 'sperimentazione' sia per l'ambito Digital che per le piattaforme Social.

Alla sede TGR Toscana seguiranno tutte le altre, e già nel corso dell'anno si è completato il processo per le sedi di Venezia e Trieste.

Per quanto riguarda la componente sportivo dell'informazione, ed in particolare quella legata alla testata RaiSport ed all'omonimo portale, nel semestre è stato realizzato lo speciale web dedicato al Giro d'Italia.

Tale speciale ha per la prima volta raccolto ed integrato i contenuti web prodotti dalla Radio (Radio1/GRR e Radio2), proponendoli all'utente Rai in modo strutturato e coordinato tra le redazioni.

## 2. RAIPLAY: UNA PIATTAFORMA SOCIAL SU MOLTEPLICI DEVICE

Tra i principali obiettivi conseguiti dal portale RaiPlay nel 2017 citiamo:

- valorizzazione dei contenuti di maggiore appeal, sia tv che radio, tramite il focus del portale e la selezione quotidiana degli Video On Demand;
- copertura in diretta di tutti i programmi di importanza strategica (Che tempo che fa, Report, Ballando con le stelle, Sanremo, ecc.);
- visione delle puntate integrali con Highlights sia durante la diretta (es. #Cartabianca, Concerto del primo maggio, ecc) sia per il vod (La prova del cuoco ecc.);
- lancio dei primi programmi seguiti tramite produzione di contenuti alternativi nell'ambito social.

### 2.1 RAIPLAY, LO SVILUPPO DELL'OFFERTA SUL PORTALE WEB

Il portale multimediale RaiPlay si conferma ambito di primaria importanza per le dinamiche di multimedia content delivery Rai.

#### 2.1.1 *Catch-up Tv*

- servizio di Replay TV di 9 canali Tv: Rai1, Rai 2, Rai 3, Rai 4, Rai 5, Rai Movie, Rai Premium, Rai YoYo, Rai Gulp.

Il servizio di Rai Replay è integrato nella guida programmi di RaiPlay in un'ottica di 'navigazione arricchita' dell'intera offerta Rai: poter rivedere i programmi andati in onda negli ultimi sette giorni e consultare il palinsesto della settimana in due modalità: schedulazione e lista.

Naturalmente la stessa offerta è stata replicata sulle applicazioni smartphone/tablet di RaiPlay, su mhp e Tv connesse tramite applicazione dedicata e su Timvision (tranne Rai Gulp, Rai Movie e Rai 4).

### **2.2.2 Offerta On Demand**

Grazie ad un accordo Rai Digital - Rai Cinema, l'offerta Film consente, in un'apposita sezione, di accedere ad un catalogo filmico di più di 1000 titoli di richiamo e di grande valore storico/culturale, oltre che di rivedere per sette giorni i film andati in onda sui canali Tv Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai 5 e Rai Movie, con un alto interesse del pubblico.

## **2.2. RAIPLAY, L'OFFERTA VERSO L'ESTERO**

Frutto della collaborazione fra Rai Digital e **Rai Italia**, il **RaiPlay**, ha proposto e propone solo i contenuti in diritto per l'estero e la cui offerta è caratterizzata da:

- La diretta di RaiNews e delle principali edizioni dei Telegiornali Rai, delle edizioni regionali della Tgr e del Tg sportivo, la diretta dei canali radiofonici;
- Replay Tv, l'offerta in diritti per l'estero;
- I Video On Demand, i migliori programmi Rai organizzati per aree tematiche.

Questa offerta è affiancata dal portale di **Rai Italia** su cui sono proposti servizi come la guida ai programmi, divisa per fuso orario, del nuovo canale televisivo per gli italiani all'estero ed una selezione di quest'ultimi offerti come contenuti on demand.

## **2.3. L'APPLICAZIONE RAIPLAY SU TABLET E SMARTPHONE**

**L'applicazione gratuita RaiPlay, disponibile su tutte le principali piattaforme mobili - iOS, Android, Windows 8**, ha confermato nel corso del 2017 il suo ruolo strategico per la crescita dell'intera offerta. Assecondando esigenze aziendali e di mercato, Rai Digital ha potenziato nel corso del 2017 tutti i servizi dell'applicazione, che ad oggi presenta:

- **Diretta Tv:** quattordici canali tv Rai;
- **Guida Tv / Replay:** nove canali (Rai1, Rai2, Rai3, Rai4, Rai5, Rai Movie, Rai Premium, Rai Gulp, Rai YoYo);
- **On Demand:** i video più importanti del giorno, il catalogo e le clip sui temi più caldi della rete;

- **Video Notizie:** videoinformazione nazionale e regionale Rai (Tg1, Tg2, Tg3, Rai Sport, TGR, Rai News e Rai Parlamento);
- **Guida Programmi: quattordici canali tv Rai** (Rai1, Rai2, Rai3, Rai4, Rai5, Rai Movie, Rai Premium, Rai Gulp, Rai YoYo, Rai Storia, Rai Scuola, Rai News24, Rai Sport, Rai Sport +);
- **Accesso a prodotti premium** (es: Giro d'italia edizione n°100).

## 2.4. L'APPLICAZIONE RAIPLAY SU SMART TV e PIATTAFORMA MHP

### 2.4.1 Le applicazioni Rai su smart tv

L'applicazione RaiPlay su Samsung Smart Tv offre ai possessori di Samsung Smart Tv l'accesso ai servizi **RaiPlay**:

- **Rai Replay** (9 canali)
- **On Demand** con canali tematici di tipo:
  - Top Video
  - Attualità
  - Intrattenimento
  - Film
  - Cartoni
  - Sport
  - Guida Programmi Tv

### 2.4.2. Le applicazioni Rai su MHP

Rai Digital ha consolidato le offerte esistenti fruibili da televisori con decoder **MHP** (Multimedia Home Platform, riconoscibili dal bollino blu o gold DGTVI) e connessione Internet:

- **RaiPlay >** Consente di scegliere e rivedere i programmi di nove canali Tv (Rai1, Rai2, Rai3, Rai 4, Rai 5, Rai Premium, RaiMovie, Rai YoYo e Rai Gulp)
- **TGR >** Permette di accedere a tutti i tg e le rubriche curati dalle redazioni regionali
- **Telecomando Integrato Rai >** per una consultazione interattiva dei palinsesti Rai
- **Rai News >** per seguire tutti gli aggiornamenti e gli approfondimenti del canale web news di Rai

## 2.5 L'OFFERTA RAIPLAY SU PIATTAFORMA TELECOM: TIMVISION

L'offerta Rai sulla piattaforma Timvision (già Cubovision) di Telecom Italia, lanciata il 29 novembre 2012 grazie ad un accordo commerciale dalla durata triennale e rinnovato per un altro triennio, è stata disponibile fino al 28/02/2018.

E' in corso l'accordo per una nuova fornitura, rinnovata e ampliata nell'offerta.

Per il 2017 i contenuti Rai su piattaforma Timvision sono stati fruibili sui seguenti device:

- Set Top Box connesso ad una TV (i.e. Servizio IPTV di TELECOM);
- PC (via Internet);
- Dispositivi abilitati alla visione di contenuti audio video su schermo televisivo, quali a titolo esemplificativo il dispositivo attualmente denominato "CuboVision" di Telecom Italia, altri dispositivi connessi a Internet quali Connected TV, Connected Blue Ray Players, Game Consolles, Decoder Bollino Gold e similari;
- Dispositivi mobili quali tablet e/o smartphones.

L'offerta Rai su Timvision era composta dalle seguenti tipologie di contenuti:

- Servizio Rai Replay, con la possibilità di scegliere e rivedere i programmi andati in onda negli ultimi 7 giorni su Rai1, Rai2, Rai3, Rai 5, RaiPremium e Rai YoYo.
- Un'offerta di contenuti premium organizzati in tre canali tematici on demand, disponibili per i soli utenti abbonati a Timvision:
  - Rai On Fiction: le fiction di maggior successo in programmazione sulle reti Rai, serie cult di archivio e serie precedenti a quelle in onda nel palinsesto televisivo.
  - Rai On Racconti: una scelta di contenuti di pregio incentrati sul racconto di storie e personaggi famosi, che hanno segnato la storia del mondo, e non famosi ma dai contenuti interessanti per gli utenti.

Nel 2017 i due canali on demand sono stati alimentati con oltre 600 ore mensili di nuovi contenuti. La gestione dei palinsesti di ciascun canale avviene su base mensile, con aggiornamento settimanale, e prevede la pubblicazione di 20-25 nuovi titoli a settimana.

### 3. L'OFFERTA MULTIMEDIALE DEI CANALI TV

Seguendo l'evoluzione dei palinsesti, Rai Digital si è occupata di presidiare le nuove piattaforme tramite l'ideazione e il lancio di nuovi siti, la gestione e/o il restyling di quelli già on-line.

Tra i progetti e siti principali:

- Il sito, l'offerta multimediale e multiplatforma del **Festival di Sanremo 2017**
- Il sito, l'offerta multimediale e multiplatforma di **Rischiatutto**
- Il sito, l'offerta multimediale e multiplatforma di **Pechino Express**
- Il sito, l'offerta multimediale e multiplatforma di **Tale e quale show**
- Il sondaggio online **"Il borgo dei borghi"** in collaborazione con **Alle falde del Kilimangiaro**

A seguire si offre un maggiore dettaglio su alcune specifiche attività legate al singolo canale.

#### 3.1 OFFERTA CANALI GENERALISTI

I portali delle tre reti generaliste hanno dato sempre maggiore spazio a lanci editoriali che valorizzassero i contenuti, multimediali e non, dei principali programmi del palinsesto delle reti, aumentando il numero degli aggiornamenti quotidiani, e conferendo maggiore dinamicità e "freschezza" ai lanci: dalle anteprime, ai vod, alle dirette, ai nuovi siti "advanced", gli ugc ecc.

Con Rai Play i portali verticali dei programmi hanno perso di rilevanza a favore di una fruizione più mirata ai video ma per programmi di particolare importanza sono stati effettuati restyling grafici e nuove progettazioni in linea con il resto della nuova proposta multimediale Rai.

##### 3.1.1 Rai Uno

Oltre all'aggiornamento e alla gestione quotidiana delle pagine del portale **Rai1**, si segnalano qui di seguito i principali progetti verticali collegati a questo canale:

**Sanremo 2017.** Per l'edizione 2017 del Festival di Sanremo la Rai ha presentato un'offerta digitale completa, ricca di servizi esclusivi. Il sito ufficiale del Festival,

www.sanremo.rai.it, realizzato in modalità responsive per adattarsi a tutti i diversi device utilizzati dagli utenti, è stato aggiornato costantemente con news, immagini e contenuti esclusivi per il web.

Durante i cinque giorni della kermesse sanremese era disponibile la **diretta streaming** delle cinque serate con la possibilità di rivedere dopo pochi minuti dalla messa in onda le clip delle esibizioni, degli ospiti, degli sketch comici e di tutti i principali eventi di ogni serata.

Il sito ospitava inoltre i vod delle **esibizioni degli artisti** in gara e degli **ospiti**, le **esclusive Web**, i video extra, i backstage e le fotogallery esclusive in diretta, le news e gli aggiornamenti dall'Ariston.

Sempre tramite **diretta streaming**, direttamente dal sito, si poteva seguire la tradizionale conferenza stampa delle 12.00.

**Tale e quale show.** Il sito, realizzato in modalità responsive nell'ambito della nuova offerta Rai (Rai.it e Rai Play) ha proposto un'offerta completa dei contenuti del programma con video, fotogallery, backstage e streaming live con highlights prodotti in tempo reale.

**Rischiatutto.** Il sito, realizzato in modalità responsive nell'ambito della nuova offerta Rai (Rai.it e Rai Play) per il ritorno di un grande ed indimenticabile titolo televisivo del passato con un'offerta completa dei contenuti del programma con video, fotogallery e schede dei personaggi in gara.

### 3.1.2. Rai Due

Oltre all'aggiornamento e alla gestione quotidiana delle pagine del portale **Rai2**, tra i principali progetti verticali collegati a questo canale si segnala:

**Pechino Express 2017.** Il sito della quarta edizione del programma è stato rinnovato seguendo l'evoluzione grafica e di fruizione in modalità responsive della nuova piattaforma multimediale Rai (Rai.it e Rai Play). Oltre alle news aggiornate quotidianamente, secondo lo svolgersi del viaggio dei concorrenti, grande rilevanza è

stata data all'offerta multimediale durante la messa in onda del programma. Il programma ha avuto inoltre una forte presenza e interazione sui social network, facebook e twitter.

### 3.1.3. Rai Tre

Oltre all'aggiornamento e alla gestione quotidiana delle pagine del portale **Rai3**, tra i principali progetti verticali collegati a questo canale si segnalano:

**Il borgo dei borghi.** Anche nell'edizione 2017 del *Kilimangiaro* sono stati trasmessi 20 servizi dedicati ad altrettanti borghi italiani, uno per regione, scelti in collaborazione con l'Associazione Borghi d'Italia". Lo scopo era quello di scoprire e valorizzare i tesori culturali, storici e paesaggistici meno conosciuti del nostro Paese. Poi è stato chiesto agli utenti di votare via web il loro borgo preferito mediante il contest "Il borgo dei borghi", creato sul sito del programma.

L'aggiornamento e il restyling dei siti di programmi di Rai3 come **Che tempo che fa** e **Il posto giusto**

## 3.2. OFFERTA CANALI TEMATICI

Nel corso del 2017 è proseguita la razionalizzazione dell'offerta dei portali di **Rai4**, **Rai Movie** e **Rai Premium** con l'ottimizzazione dei lanci dalle home di portale e la pubblicazione mirata dei contenuti multimediali (puntate integrali, contenuti extra, interviste, fotogallery)

## 4. L'OFFERTA RADIO RAI

### 4.1. I DIECI CANALI RADIO RAI

Nel 2017 l'attività di Rai Digital per Radio Rai ha seguito due binari:

- l'aggiornamento e la manutenzione del portale Radio Rai;
- la progettazione e la realizzazione del nuovo portale RaiPlay Radio.

Nel primo ambito di attività Rai Digital ha fornito un costante supporto tecnico–editoriale alle Redazioni di Canale e alle Redazioni dei singoli programmi per la gestione dei portali di rete e dell'intera offerta multimediale. La riorganizzazione delle strutture interne di Radio Rai (nuove Radio Digitali Specializzate) ha impegnato Rai Digital nell'allineamento dell'offerta digitale alle mutate esigenze aziendali, prima per il portale Radio Rai, per poi proseguire nel nuovo portale.

Per il nuovo portale RaiPlay Radio, Rai Digital ha provveduto a:

- svolgere sessioni formative, singole e di gruppo, per trasferire le informazioni necessarie all'amministrazione del nuovo portale;
- supportare direttamente e da remoto le redazioni dei programmi;
- produrre adattamenti a specifiche esigenze non previste in progetto;
- realizzare l'allineamento funzionale dei precedenti contenuti.

E' proseguita la costante attività di encoding dei contenuti audio e video prodotti da Radio Rai, che costituiscono la parte pregiata dell'offerta, resi disponibili on demand sulle piattaforme web e mobile. Nel corso dell'anno si è giunti ad una copertura h24 7/7 del prodotto di Radio1, Radio2 e Radio3.

### 4.2. ATTIVITA' DI GESTIONE DEL PORTALE RADIO RAI

La gestione del vecchio portale **RADIO RAI** ha richiesto, fra l'altro:

- aggiornamenti tre volte al giorno della home di Radio Rai con lanci dedicati ai programmi e all'offerta specifica per il web;
- aggiornamenti delle schede di palinsesto;
- aggiornamenti delle newsletter;

- sostituzione dei loghi dei canali e delle trasmissioni;
- somministrazione al nuovo personale della formazione per amministrare i portali di canale delle Radio Digitali Specializzate.

Inoltre, per **Radio1** sono stati creati i siti di programma e gestita l'offerta multimediale di:

- Vittoria
- Gr1 Economia
- Coltivando il futuro
- Radio1 Musica
- 6 su Radio1
- Senza titolo
- Fuorigioco
- Mangiafuoco
- Tre di Cuori
- Prima Radio1
- In viaggio con Francesco

Per **Radio2** sono stati creati i siti di programma e gestita l'offerta multimediale di:

- Me anziano You Tubers
- Radio2 in Giro
- Let's dance
- Drive Time
- Girl solving
- Sere d'estate
- Presto che è tardi
- Un disco per l'esteta
- Gli sbandati di Radio2
- La musica di Casa Mika

Per **Radio3** sono stati creati i siti di programma e gestita l'offerta multimediale di:

- For.Mat

- Gettoni
- Morfeo
- L'isola deserta
- Tutta l'umanità ne parla
- Neve

### 4.3. NUOVE RADIO DIGITALI SPECIALIZZATE

La riorganizzazione a metà anno di Radio Rai, con la nascita delle **Radio Digitali Specializzate**, ha determinato la necessità di integrare i nuovi canali nella struttura esistente al momento: sono stati implementati cinque nuovi portali di canale e i rispettivi siti di programma/sezione.

In seguito le Radio Digitali Specializzate sono state integrate nel progetto già in itinere di **RaiPlay Radio** (vedi par. 4.4.).

Oltre al portale di canale, per **Radio Techetè** sono stati creati i siti:

- Varietà
- Sport
- Le storie della musica
- Gli Speciali
- I grandi personaggi
- Via Asiago 10
- I teatri alla radio
- La fiction alla radio
- Radio Techetè on demand

Oltre al portale di canale, per **Radio Classica** sono stati creati i siti:

- Aubade
- Mattinale
- Concerti
- Chi è di scena
- Alamire – Musica antica

- CD novità
- Atlas apres-midi
- Atlas meridiano
- Atlas
- Film Music Star
- Musica da camera
- Concerto
- Classico Notturmo
- Opera
- Sabato in concerto
- Radio Classica on demand
- News Classica
- Anniversari
- Novità CD
- Lunario

Oltre al portale di canale, per **Radio Kids** sono stati creati i siti:

- Radio Storie
- Radio Fiabe
- Radio Kids Music
- Radio Baby Music
- Facciamo festa
- Le Fantastorie
- Radio Kids on demand
- Musica per sognare
- Kids Extra
- Gli aggiusta fiabe
- Le nostra fiabe
- La canzoni dello Zecchino d'oro

Oltre al portale di canale, per **Radio Tutta Italiana** sono stati creati i siti:

- Italiani indipendenti
- Radio Tutta Italiana on demand

- Profili
- News
- Mi ritorni in mente: un anno in un'ora
- Hitalianissima

Oltre al portale di canale, per **Radio Live** sono stati creati i siti:

- Era Ora
- Fronte del palco
- Set list
- Questione di Stilo
- Discotheque
- Ticket ti ride
- Vita da strada
- Tutto il mondo è un grande palcoscenico
- Non solo performing arts
- Black net
- MusicaMed

#### 4.4. IL NUOVO PORTALE RAIPLAY RADIO

Il progetto **RaiPlay Radio** nasce come seguito di **RaiPlay**, varato l'anno precedente, prefiggendo precisi obiettivi:

- rendere immediatamente accessibile i contenuti in base al profilo individuale;
- disporre di una guida programmi per canale (-7/+7 gg.) su modello RaiPlay;
- strutturare spazi di canali e programmi con accesso immediato ai contenuti;
- permettere molteplici criteri di navigazione: per canali, programmi e generi;
- consentire l'ascolto off-line e l'iscrizione al canale/programma (podcast);
- ammettere strumenti di interazione con le trasmissioni in onda e con i social;
- valorizzare i contenuti di maggiore appeal;
- far emergere contenuti di pregio.

Il progetto ha una duplice struttura:

- le App, per mobile e Smart TV, incentrate sulla fruizione dell'audio (live ed on demand) e sull'interazione con i programmi/canali
- l'offerta via browser, che arricchisce la fruizione audio con altri contenuti digitali e forme di interazione evolute

RaiPlay Radio prevede sistemi di personalizzazione basati sulla registrazione e presenti in entrambe le offerte, che permettono di semplificare i percorsi di reperimento dei contenuti, sviluppare le occasioni di fidelizzazione e stimolare la condivisione e comunicazione sulle piattaforme social.

Centrale è il **Palinsesto**, che consente la navigazione dei contenuti andati in onda negli ultime 7 giorni e una vista sui programmi in onda nei prossimi 7 giorni.

Il Palinsesto è integrato con il **Player**, che occupa uno strato indipendente alla base della pagina, permettendo di continuare l'ascolto mentre si naviga.

Il sistema consente il riascolto istantaneo di quanto andato in onda e fino ad 8 ore prima del momento attuale, con l'aggancio integrato delle trasmissioni predisposte dalla struttura di encoding e disponibili on demand anche nei rispettivi siti/trasmissione.

Integrano il progetto:

- **Radiovisione** “La radio come non l’avete mai vista”, la diffusione in video streaming delle trasmissioni in onda su Radio1. Rientra nelle logiche di driver d’ingaggio del pubblico e di arricchimento dell’offerta
- **YouRadio1**, l’App e il sito web che permettono di confezionare un Giornale Radio su misura delle proprie esigenze e dei propri interessi. Progettato e sviluppato nel 2017, è al momento in fase di test editoriale

**RaiPlay Radio**, dopo alcuni mesi di sviluppo e tuning, ha visto la luce a dicembre 2017.

## 5. L'OFFERTA MULTIMEDIALE DI RAI CINEMA

### 5.1. IL SITO DI RAI CINEMA

Il sito [www.raicinema.rai.it](http://www.raicinema.rai.it) rappresenta il **portale istituzionale di Rai Cinema S.P.A.**

Oltre alle informazioni relative all'assetto societario, però, il portale si presenta come **un vero e proprio 'catalogo' delle attività di Rai Cinema**, attraverso una serie di *news* ( in media una ogni due giorni) su:

- Uscite in sala
- Premi e riconoscimenti ai prodotti di Rai Cinema
- Aggiornamenti di catalogo (in sala e Home Video)
- Eventi nazionali ed internazionali

Arricchito da un *focus* in cui evidenziare le notizie più importanti per i contenuti di maggior rilevanza e/o latenza, il sito propone anche **una finestra privilegiata per l'accesso ai molteplici contenuti multimediali** offerti tramite il sito [www.raicinemachannel.rai.it](http://www.raicinemachannel.rai.it)

### 5.2. RAI CINEMA CHANNEL

Il sito dedicato all'offerta **multimediale** (trailer, interviste, backstage, videochat, contenuti extra) di Rai Cinema ha proposto agli utenti, nel corso del 2015, un'offerta con contenuti pubblicati in **esclusiva per il web** mediante **sei canali** dedicati in streaming *free*:

- Live
- RCC film
- Web Movies
- Doc
- Club
- Corto

**Live** è il canale delle novità e delle interviste esclusive realizzate interamente dalla direzione Digital: 'speciali' con interviste, backstage, anteprime realizzate con cura ed originalità; un occhio attento sul prodotto cinematografico targato Rai ma anche una ribalta per eventi di rilievo particolare.

**RCC film** (film della settimana) consente di rivedere sul web i film Rai Cinema trasmessi su sei canali Tv (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai 5, Rai Premium e RaiMovie) per un periodo di sette giorni dopo la loro messa in onda. L'offerta ospita attualmente una media di 25 film a settimana.

**Web Movies** presenta prodotti esclusivi per il web e particolarmente graditi ad un pubblico specializzato nel genere Horror. Attualmente sono presenti 15 film

**Club** propone una serie di film culto dei grandi Maestri del cinema italiano; Fellini, Petri, Chabrol, Montalto, Rosi, solo per citarne alcuni, proposti in versione integrale e gratuita sul web. Attualmente il catalogo si compone di 75 titoli e si arricchisce, mediamente di 10 titoli ogni 2 mesi.

**Corto** è un canale dedicato a prodotti espressivi caratterizzati per la loro durata limitata ma non per questo meno interessanti ed accattivanti; una finestra su di un mondo meno conosciuto ma molto interessante. Attualmente i cortometraggi offerti sono circa 30

Molto seguite sono anche le fotogallery associate ad eventi o film in uscita.

Da sottolineare anche quest'anno iniziative particolari rivolte al sociale con il sostegno di RaiCinema alla raccolta fondi di **Telethon** attraverso la pubblicazione dei cortometraggi prodotti dalla Fondazione.

Rai Cinema Channel ha inoltre proposto agli utenti speciali e contenuti aggiuntivi (interviste, backstage, anteprime) sui titoli Rai Cinema in uscita nelle sale cinematografiche e pubblicato contenuti esclusivi, **realizzati espressamente dalla Rai Digital**, con speciali sui festival internazionali di maggior prestigio come i **Festival di Venezia, Roma e Torino**

## 6. OFFERTA RAI PLAY CANALI TEMATICI

Nel 2017 è proseguita l'attività di alimentazione e aggiornamento dell'offerta di Catalogo del portale Rai Play, contraddistinta dalle cinque aree tematiche: Cinema, Fiction, Serie Tv, Documentari, Musica.

L'offerta tematica viene realizzata, articolata, gestita e alimentata secondo strategie editoriali condivise ed è composta da contenuti di flusso e contenuti della Library Rai. L'offerta, inoltre, può essere arricchita di video extra, anteprime e contenuti esclusivi, laddove disponibili.

Fanno parte dell'offerta percorsi tematici, speciali e offerte esclusive, studiate e realizzate per arricchire e presentare l'offerta di Catalogo in particolari periodi dell'anno, proponendo selezioni di titoli dedicati slegati dall'offerta televisiva.

A titolo esemplificativo alcune delle offerte tematiche del 2017:

- nel periodo di **Pasqua** Rai Play ha ospitato una fascia di titoli di film e fiction dedicati alla festività, chiamata Storie di Gesù. Alcuni dei titoli proposti: film ***Il Messia*** di **Roberto Rossellini**, film ***Su Re*** di **Giovanni Columbu**, le fiction ***Lux Vide Jesus***, ***Maria di Nazaret***, ***San Paolo***, ***San Pietro***, ***San Giovanni – L'Apocalisse***, gli sceneggiati ***Gesù di Nazareth*** di **Franco Zeffirelli** e ***Atti degli apostoli*** di **Roberto Rossellini**.
- in occasione della **Giornata internazionale della donna**, è stata pubblicata una fascia tematica con una selezione di film e fiction dedicati a storie di donne. Alcuni dei titoli proposti: ***Donne di Camilleri***, fiction ***L'Oriana*** e ***Luisa Spagnoli***, film ***Pomodori verdi fritti alla fermata del treno*** di **Jon Avnet** e ***Million Dollar Baby*** di **Clint Eastwood**.
- Una serie di proposte editoriali contestualizzate:
  - La **Festa del Lavoro** (1 maggio): il catalogo film e fiction di RaiPlay si è arricchito di titoli che raccontano aspetti del mondo del lavoro oggi: ***The Company Men*** di **John Wells**, ***Workers*** di **Lorenzo Vignolo**, ***Il posto di Ermanno Olmi***, ***La mossa del pinguino*** di **Claudio Amendola**.
  - La **Maturità** (giugno): una fascia sulla Home Page ha ospitato film e fiction a tema. Tra i titoli: ***Notte prima degli esami*** di **Fausto Brizzi**, ***Caterina va in***

**città di Paolo Virzì, Ecco fatto di Gabriele Muccino, la fiction Fuoriclasse con Luciana Littizzetto.**

- In occasione del 25° anniversario delle **stragi di Capaci e di via D'Amelio** la Home Page ha ospitato una selezione di fiction, film e docufiction che ricostruiscono la vita dei grandi personaggi dell'antimafia: **Giovani Falcone – L'uomo che sfidò Cosa Nostra, Adesso tocca a me, Cento giorni a Palermo, Paolo Borsellino – I 57 giorni, Convitto Falcone, Giovanni Falcone – C'era una volta a Palermo, Paolo Borsellino – Essendo Stato, Generale.**
- **L'isola che non c'è:** per l'estate RaiPlay ha proposto una selezione di documentari e programmi dedicati alle più belle isole in Italia e nel mondo.
- **Storie dal West:** nel mese di luglio la Home Page di RaiPlay ha ospitato una fascia dedicata al cinema Western. All'interno alcuni classici americani e pellicole italiane tratte dal filone *spaghetti-western*: da **I Cavalieri del Nord Ovest di John Ford a Appaloosa di Ed Harris a ... E poi lo chiamarono il magnifico di Enzo Barboni a Minnesota Clay di Sergio Corbucci,**
- Il **Grande Cinema Italiano:** una selezione di pellicole tratte dal catalogo cinema di RaiPlay, online nel mese di agosto, ha celebrato i grandi autori e i grandi interpreti del cinema italiano: **Bernardo Bertolucci, Ermanno Olmi, Vittorio De Sica, Mario Monicelli...**
- **Un giallo per l'estate:** una fascia dedicata ad una selezione di casi tratti da fiction con protagonisti i grandi investigatori della Tv: **da Maigret a Rocco Schiavone, da Coliandro a Nero Wolfe.**
- **Offerta Strenne:** per il periodo delle Strenne RaiPlay ha trasformato e arricchito l'offerta dei contenuti proponendo una selezione di titoli dedicati slegati dall'offerta televisiva. L'offerta di Catalogo per le Strenne conteneva quindi nuovi ed esclusivi contenuti: fiction, film, documentari, concerti e teatro
  - Le fiction per le Strenne: il catalogo Fiction di Rai Play si è arricchito di un titolo di punta della fiction targata Rai: **Don Matteo, in formato Boxset, le dieci stagioni della serie interamente fruibili in episodi da 50'.**

- Il cinema per le Strenne: Rai Play ha proposto la fascia Commedie sotto l'albero, una selezione delle più recenti commedie italiane, con gli interpreti più amati dal pubblico. Alcuni titoli: ***Il principe abusivo* di Alessandro Siani, *Pazze di me* di Fausto Brizzi, *Ex – Amici come prima* di Carlo Vanzina, *Nessuno mi può giudicare* di Massimiliano Bruno, *Ti ricordi di me?* di Rolando Ravello.**
- **Le stelle di Rai Play:** proposta cross di Rai Play, che ha previsto la pubblicazione di quindici collezioni monografiche (film e fiction) dedicate a quindici star italiane e internazionali: **da Matthew McConaughey e Nicole Kidman a Pierfrancesco Favino e Vanessa Incontrada.**
- **Dal romanzo al film:** proposta cross che ha offerto una selezione degli adattamenti cinematografici e televisivi più recenti e iconici dei grandi romanzi dell'800 e del '900: **David Copperfield, Jane Eyre, Grandi speranze, La Certosa di Parma, Anna Karenina...**
- **Il teatro di Eduardo:** una selezione di venti tra gli spettacoli teatrali più amati e conosciuti del grande maestro del teatro napoletano: Eduardo De Filippo. I titoli: ***Natale in casa Cupiello, Filumena Marturano, Il dono di Natale, L'arte della commedia, Chi è più felice di me, Il contratto, Ditegli sempre di sì, De Pretore Vincenzo, La fortuna con la effe maiuscola, Il medico dei pazzi, Mia famiglia, Napoli milionaria, Non ti pago, La paura numero uno, Quei figure di tanti anni fa, Questi fantasmi, Il sindaco del rione Sanità, Uomo e galantuomo, Le voci di dentro, 'O tuono 'e marzo.***
- **Passione Montagna:** selezione di documentari, programmi e fiction che hanno guidato lo spettatore alla scoperta e all'approfondimento della passione per la montagna. Sei collezioni di titoli su curiosità turistiche, la storia e l'approfondimento scientifico sulla natura e le caratteristiche delle montagne italiane, e anche contenuti dedicati alle figure più rappresentative dell'alpinismo italiano.
- **Note di Natale:** offerta dedicata ai concerti di musica classica e ai più grandi direttori d'orchestra, una selezione dei tradizionali concerti di Natale e

Capodanno e di concerti diretti da celebri Maestri come **Riccardo Muti, Zubin Metha, Antonio Pappano, Ennio Morricone.**

Nel 2017 Rai Play ha ospitato le **Anteprime Rai Play**. Si tratta di un prodotto esclusivo, che prevede la pubblicazione sul portale in anteprima (rispetto alla messa in onda lineare) di episodi o di box set delle fiction Rai. A giugno è stata proposta l'anteprima Rai Play del **box set della seconda stagione di *Non uccidere***, a ottobre l'anteprima del primo episodio della nuova stagione de ***L'ispettore Coliandro***.

## 7. IL PRESIDIO RAI SUI SOCIAL

Nel 2017, la Rai ha consolidato e razionalizzato la propria presenza ufficiale sui principali social network (Facebook, Instagram e Twitter) con l'obiettivo di intercettare un'utenza social sempre più vasta, più giovane e tecnologicamente competente in termini socio-demo e di posizionare il proprio brand corporate e i brand di prodotto in maniera più contemporanea.

Nell'ambito del processo di razionalizzazione della propria presenza sui social e di ottimizzazione della strategia di comunicazione e di prodotto, sono stati eliminati molti profili social non più attuali, passando da un totale di 1050 a meno 400 profili per l'intera azienda.

Questa diminuzione è stata ottenuta grazie ad un lavoro di coordinamento con le piattaforme che hanno supportato il processo consentendo di migrare i fan/follower dei profili chiusi all'interno di quelli ancora attivi per non perdere i numeri di utenza complessiva.

Nello stesso tempo, è stata finalizzata la matrice centralizzata per la gestione delle credenziali di tutte le utenze social ad esclusione, per il momento, di quelle afferenti all'ambito News della Rai.

Nel 2017 si è inoltre dato avvio ad un processo di innovazione di formati e strumenti utilizzati:

- le dirette su Facebook, dove i talent e i volti della Rai possono dialogare e rispondere alle domande del pubblico, sono ormai state sperimentate con successo da quasi tutti i profili. E' stato testato anche un software che consente di fare le dirette social "multicamera"
- l'apertura a Instagram. Le reti Tv e Radio principali, insieme a RaiNews, hanno ormai una presenza fissa su Instagram incluso il feed delle Stories e dei Live, importantissimi per raggiungere gli utenti più giovani;
- le attività di "referral" ovvero di rimando alle piattaforme digitali della Rai e al download delle App, sono diventate pratica costante e strutturata dei profili principali, insieme alla comunicazione dei contenuti in onda;

- La creazione di format adv per arricchire il bacino spazi a disposizione della nostra Concessionaria Rai Pubblicità (branded content on Social)
- la creazione di appuntamenti di video in diretta esclusiva social che “anticipano” e “lanciano la diretta televisiva (es Timeline di Agorà)

Grazie alla particolare strategia Social sviluppata, Sanremo 2017 è stato l'evento di intrattenimento della Tv italiana più social di sempre, con un totale di di 27,6 milioni di interazioni nella settimana di programmazione (Twitter, Facebook fonte Nielsen Social Content Ratings)..

L'anno chiude con un bilancio positivo dove le interazioni di Rai sulle piattaforme Social (Twitter + Facebook) sono 53,9 milioni, compresi gli eventi sportivi, e 38,1 milioni esclusi gli eventi sportivi trasmessi. Il dato è pari al 36,3% delle attività complessive Social Tv sull'intrattenimento in Italia (Fonte: NSCR)

### **7.1 Descrizione delle attività di promozione e comunicazione**

Nel primo semestre 2017, pur in assenza di un team dedicato, sono state consolidate e sviluppate nuove campagne di traffic building sulle piattaforme Twitter e Facebook/Instagram oltre al perfezionamento, in giugno, dell'accordo con Google per la pianificazione su piattaforma Google e You Tube. Le campagne hanno riguardato in maniera trasversale i principali programmi di intrattenimento, gli eventi sportivi, gli eventi radiofonici. L'attività di traffic building è proseguita nel periodo autunnale ed è stata incentrata sui prodotti maggiormente in grado di attrarre nuovi utenti verso la piattaforma RaiPlay.

Si è inoltre sviluppato e accompagnato il lancio di RaiPlay Radio e di tutti i materiali di comunicazione ad esso relativi, mentre la campagna digital dedicata al posizionamento, al traffic building e all'App download della nuova piattaforma, è tuttora in corso.

Le attività sopra hanno generato oltre 2 milioni di click verso le piattaforme digitali della Rai e quasi 500mila download di App RaiPlay.

## 8. LA RAI PER I BAMBINI E I RAGAZZI: I CANALI TEMATICI

Nel 2017, l'offerta dedicata al target dei bambini e ragazzi ha consolidato le proposte dei portali **Yoyo** e **Gulp** aumentandone l'esposizione dei contenuti attraverso la visibilità anche su **RaiPlay** e curandone la reperibilità nelle sezioni dedicate.

Sono stati seguiti ed implementati tutti i diversi ambiti dell'offerta, dai **programmi** proposti dalle reti, alla gestione dei **prodotti d'acquisto**, sempre valorizzati anche in relazione ai palinsesti di Rete, con extra ed anticipazioni only for web.

Quest'anno infine, è stata potenziata la presentazione dei prodotti legati al target offerti dalle reti tradizionalmente generaliste, Rai Uno e Rai Due, con prodotti tratti dai palinsesti di riferimento e valorizzati ad hoc.

### 8.1. RAI YOYO

Il portale **Rai YoYo** nel 2017 ha consolidato l'offerta del palinsesto di rete, valorizzando on line ogni specifica proposta secondo gli usi legali consentiti, con una comunicazione ad hoc.

La redazione **Digital** ha gestito il progetto editoriale online, curandone l'alimentazione dei contenuti e l'effort lavorativo più consistente ha riguardato:

- La costante produzione di **video** ottimizzati per la **duplice fruizione** sul **canale di rete** (*target dei minori*) e su **Raiplay** (*famiglie e genitori*) in conformità con le concessioni dei diritti
- La ricca offerta dei **programmi della rete**, legati al palinsesto on line, sempre aggiornata di contenuti ad hoc in sinergia con le redazioni di riferimento
- Il recupero e l'ottimizzazione di proposte d'archivio della casa di produzione *Rainbow*, quali:

Tutte le serie complete di *Winx Club*, *Huntik*, *Monster Allergy* e *Pop Pixie*

### 8.2. RAI GULP

**Rai Digital** ha gestito il progetto editoriale online del portale curando l'alimentazione dei contenuti in tutte le sue componenti, relativamente ai programmi e produzioni della rete.

In un'ottica di crescente sinergia e reale programmazione crossmediale dei contenuti, alcune produzioni tv sono state fortemente promosse on line e pubblicate, **in via esclusiva su RaiPlay, anticipatamente sulla messa in onda tv.**

La redazione nell'arco dell'anno, ha supervisionato l'offerta web nei diversi ambiti:

- L'offerta dei **programmi della rete**, legati al palinsesto on line, e l'acquisizione dei **cartoni animati** secondo i diritti in essere
- La tempestiva **comunicazione degli eventi** in programmazione Tv, e loro relativo lancio nelle pagine dedicate anche con **promo video e contenuti extra** lavorati ad hoc dall'ingestion Digital
- La lavorazione e pubblicazione di **video** ottimizzati per la **duplice fruizione** sul **canale di rete** (*target dei minori*) e su **Raiplay** (*famiglie e genitori*)
- La produzione di contenuti esclusivi per la trasmissione web, direttamente acquisiti e liberati dalla casa di produzione, come ad es. *Italian diary* della *Morol*

### 8.3. RAI UNO

**Rai Digital** segue l'offerta on line della rete, nello specifico segmento legato al target bambini e ai ragazzi:

- **Zecchino d'oro.** Per il Festival 2017 è stata rinfrescata l'immagine del sito premium della trasmissione, arricchendolo di contenuti dell'edizione in corso e d'archivio:
  - il **sondaggio interattivo** che ha permesso di premiare una delle canzoni direttamente dal web in aggiunta ad una vasta offerta di video dell'ultima edizione e d'archivio.
  - Grande visibilità è stata data alla **gallery dei cartoni** legati al Festival: *I cartoni dello Zecchino*, in aggiunta all'offerta video dell'edizione di quest'anno che ha reso disponibile per tutte le puntate la **diretta streaming** con possibilità di selezionare e rivedere gli **highlights** ed anche le clip delle esibizioni, degli ospiti, le divertenti gag e tutti i principali eventi del programma.
- **60 Zecchini.** Uno speciale ad hoc dedicato alla trasmissione di Carlo Conti in occasione dell'8 dicembre in prima serata Rai Uno con un **sondaggio on line** dedicato e comunicato

in tv.

Per l'occasione è stata acquisita direttamente dalle Teche Rai e proposta nella Page RaiPlay dedicata, una scelta di **video d'epoca** in accordo con la redazione Tv. Oltre la **puntata integrale**, sono state proposte tutte **le canzoni** interpretate dagli ospiti della serata.

#### 8.4. RAI DUE

**Rai Digital**, nell'ambito di una finestra della programmazione di rete, dedicata al repertorio Kids, ha seguito e promosso:

- La produzione dei cartoni animati del palinsesto tv mattutino (*Vicky il vichingo, Chi casa dolce casa, Battle Spirits Heroes, Le avventure di Tom Sawyer*)
- La promozione degli stessi negli affacci di maggior traffico quali la **fascia Cartoni Animati** in Home RaiPlay, i **social Rai** e **Focus** dedicati anche su RaiPlay

#### 8.5. RAIPLAY, TUTTA L'OFFERTA RAI PER I PER I PIU' PICCOLI

Con una produzione stabile e costante di circa un centinaio di titoli in diritti web, la piattaforma di servizio della Rai mette a disposizione degli utenti ogni giorno una ricca offerta tematica dedicata alle produzioni dell'infanzia distinta per target e genere ed immediatamente sempre accessibile.

Inoltre, sempre presente nella Home Page del portale, la **Fascia Cartoni Animati**:

- Una **scelta di titoli** forti presenti nei palinsesti tv di riferimento o anche d'archivio ed, al suo interno il rimando alle gallery complete
- Un **indice tematico** conclusivo dei prodotti dell'offerta VOD "*Vai a tutti*", declinato secondo i diversi pubblici:
  - **Per i più piccoli** – target Kids 0/7, tutte le serie di cartoni animati
  - **Per i più grandi** – target Tween 8/12, tutte le serie di cartoni animati
  - **Live action** – target 10/14, tutte le serie dei protagonisti di Rai Gulp
  - **Film di Animazione** – il cinema per tutta la famiglia
  - **La Tv dei ragazzi** – tutti i programmi delle reti dei Ragazzi

## 9. PROGETTI SPECIALI

### 9.1. PROGETTO GIRO D'ITALIA

In occasione della centesima edizione del Giro d'Italia la direzione Digital ha collaborato con la testata RaiSport per la realizzazione di uno speciale sulla storica manifestazione ciclistica.

E' stata sviluppata un'offerta ricca e innovativa basata su di un sito web responsive con i video integrali delle tappe, in diretta e ondemand, statistiche, highlights, notizie ed interviste oltre a contenuti esclusivi realizzati appositamente per il web.

Naturalmente l'offerta era perfettamente fruibile sia sui dispositivi mobili che su MHP.

## 10. RAI SU YOU TUBE

Fino ad agosto 2017 la presenza del canale Rai su YouTube ha continuato ad avere un carattere esclusivamente promozionale. Il canale è stato alimentato con promo e una selezione di miniclip allo scopo di promuovere la visione dei contenuti integrali sulle piattaforme ufficiali Rai.

Da settembre, a seguito della definizione del nuovo accordo caratterizzato soprattutto dal ruolo di Rai Pubblicità che entra per la prima volta nelle vendite su piattaforma YouTube, l'offerta è stata ampliata e indirizzata verso una selezione di contenuti shortform "premium" tratti dalla messa in onda delle tre reti generaliste e una gestione specializzata dei "top events" del palinsesto Rai.

Accanto all'attività di pubblicazione, continua ad essere gestita l'attività di tutela del copyright Rai con diverse azioni (automatizzate e manuali) mirate al blocco dei contenuti pubblicati illecitamente dagli utenti sulla piattaforma.

## **11. OFFERTA RAI CORPORATE**

A livello di offerta corporate, numerosi i progetti richiesti da Rai a Rai Digital. Tra i principali:

- Aggiornamento e trasformazione del sito "Corporate" aziendale che rappresenti verso l'esterno l'Azienda nel suo complesso e non solo per la sua offerta
- restyling di vari siti di servizio rivolti all'esterno (es. Lavora con noi)

## **12. CAMPAGNE SOCIALI, EVENTI E RICORRENZE**

Il portale Rai.it nell'anno 2017 ha dato spazio e visibilità a circa 60 campagne di comunicazione promosse da vari soggetti istituzionali attraverso la realizzazione di contenuti testuali e multimediali (<http://www.responsabilitasociale.rai.it>); inoltre sono state realizzati lanci e speciali per ricordare eventi di grande importanza storica e culturale per il Paese.