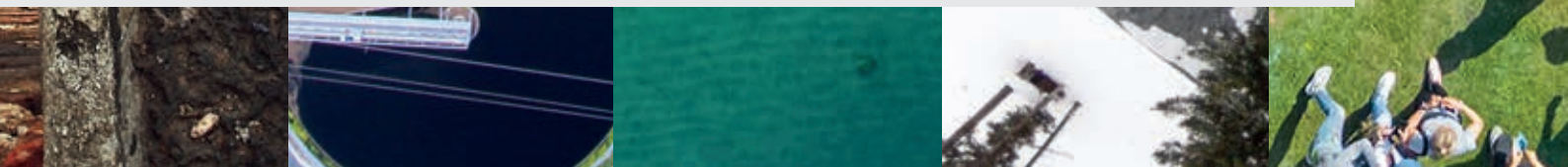




2018 Bilancio Sociale Gruppo Rai

**Dichiarazione consolidata
di carattere non finanziario**

redatta ai sensi del D. Lgs. 254/16



2018

Bilancio Sociale

Gruppo Rai

**Dichiarazione consolidata
di carattere non finanziario**

redatta ai sensi del D. Lgs. 254/16

The Rai logo consists of the word "Rai" in a bold, white, sans-serif font, centered within a solid blue square.

Indice

Lettera agli Stakeholder	4
1.	
Il nostro impegno per lo sviluppo del Paese	9
1.1 Coinvolgimento degli stakeholder e analisi di materialità	9
1.2 Ascolto e interazione con gli stakeholder	14
1.3 Palinsesto sostenibile	36
1.4 Innovazione tecnologica e multimedialità	65
2.	
Inclusione e Accessibilità	73
2.1 Campagne Sociali	73
2.2 La programmazione per i diversamente abili	74
2.3 La programmazione per le minoranze linguistiche	76
3	
L'identità del Gruppo Rai	81
3.1 Corporate Governance	81
3.2 Il sistema di controllo interno e gestione dei rischi	85
3.3 Cyber security e privacy	89

4.		
Le nostre persone		95
4.1	Capitale umano	95
4.2	Attrazione, valorizzazione e benessere delle persone	98
4.3	Diversità e pari opportunità	108
5.		
Il nostro impegno verso l'ambiente		115
5.1	Gestione del patrimonio immobiliare	116
5.2	Mobilità sostenibile	121
5.3	Inquinamento elettromagnetico	123
6.		
Contratti		127
6.1	I contratti per l'acquisto di beni, servizi e lavori	128
6.2	I contratti delle risorse per la produzione televisiva	132
6.3	I contratti per i diritti sportivi	137
6.4	I contratti di Rai Cinema	138
	Nota Metodologica	140
	Tabella di raccordo con il D. Lgs. 254/2016	142
	Tabella di riconciliazione tematiche materiali - GRI	143
	GRI Content Index	144
	Relazione della Società di Revisione	149

Lettera agli Stakeholder

Il Bilancio Sociale/Dichiarazione di carattere non finanziario che presentiamo all'attenzione dei nostri Stakeholder è frutto oltre che del combinato disposto normativo rappresentato dal Decreto Legislativo 254/2016 e dal Contratto di Servizio anche, e diremmo, soprattutto della consapevolezza del contributo che Rai Radiotelevisione italiana può dare allo sviluppo sostenibile dell'intero sistema Paese, non solo sotto il profilo di argomenti quali la difesa dell'ambiente, il clima, il territorio, l'abusivismo edilizio, il ricorso energetico a fonti rinnovabili, ma anche su temi rilevanti quali i diritti umani, le pari opportunità, il contrasto a ogni forma di discriminazione, la tutela dei minori, la gestione dei rischi e l'anticorruzione, per finire, la sicurezza sul lavoro e l'attenzione allo sviluppo delle risorse umane e dei giovani. È altresì ormai evidente che l'attenzione alla sostenibilità e il coinvolgimento degli Stakeholder su questo tema fondamentale stia diventando un prerequisito fondamentale per le aziende pubbliche e private. La costruzione di un rapporto di reciproca fiducia con gli interlocutori dell'Azienda parte dalla considerazione dei reciproci interessi e dalla compatibilità con quelli dell'organizzazione. Parallelamente le aziende sono chiamate ad adottare comportamenti responsabili, rispondendo alle aspettative economiche, ambientali e sociali di tutti i portatori d'interesse.

Per questo motivo la sostenibilità non può rimanere un concetto astratto, al contrario va declinata in modo da integrarsi con i processi e gli obiettivi aziendali di Gruppo, questa è la ragione per cui nel corso del 2018 è stato necessario aggiornare la mappa dei nostri principali Stakeholder, ossia tutti quei soggetti che, in un modo o nell'altro, hanno un impatto significativo sulle nostre attività, dando vita a un processo di definizione che comunque non può dirsi concluso ma in continua naturale evoluzione come del resto è in evoluzione la nostra Azienda.

Il dialogo con i nostri principali interlocutori è un fattore organico alla natura stessa del Gruppo Rai e di primaria rilevanza, ed è proprio grazie a questa sinergia e alla necessità di renderla ancora più stabile e affidabile, che sarà possibile disegnare un percorso di sostenibilità del Gruppo condiviso e apprezzato all'interno e all'esterno dell'Azienda. Per ottenere questo risultato è opportuno coinvolgere progressivamente, attraverso la definizione e l'implementazione di un Piano di Sostenibilità, i principali Stakeholder sui temi e gli aspetti di sostenibilità di maggiore rilevanza per la nostra Azienda, per il prodotto e l'organizzazione, ascoltare le indicazioni e i consigli che verranno, trasformare tali tematiche in obiettivi e, poi, cercare di raggiungerli e superarli positivamente. In tal modo gli obiettivi di sostenibilità diventeranno ulteriori fattori chiave di successo e potranno delineare un posizionamento chiaro del Gruppo Rai nel percorso verso uno sviluppo sostenibile.

Il Bilancio Sociale Dichiarazione non finanziaria 2018 vuole essere, quindi, sostanzialmente una fotografia di quanto Rai ha fatto nel corso del 2018 e sta facendo sul percorso della sostenibilità.

In primo luogo, l'offerta televisiva, radiofonica e multimediale che abbiamo voluto presentarvi in una forma originale abbinando i nostri principali programmi, le fiction, le inchieste giornalistiche, gli approfondimenti presenti nella nostra offerta con i 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile contenuti nell'Agenda 2030, il programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU.

Il quadro che emerge dimostra come l'offerta del Gruppo Rai proponga nel suo palinsesto e nella sua programmazione quotidiana molteplici spazi e momenti di riflessione sui temi della sostenibilità sotto il profilo sociale, economico e ambientale.

Temi, d'altronde, che sono parte integrante delle linee editoriali stabilite dal Contratto di Servizio. Un'attenzione particolare viene anche riservata ai temi che riguardano l'inclusione e l'accessibilità, la responsabilità sociale, la programmazione per le diverse abilità, l'eguaglianza di genere, l'attività svolta a sostegno delle associazioni del Terzo Settore, promuovendo iniziative, valori civili, sociali e etici, la programmazione per le minoranze linguistiche presenti nel nostro Paese, l'attenzione alla tutela dei minori, la tutela della figura femminile e naturalmente l'impegno e l'attenzione nella tutela dei diritti umani e il contrasto verso ogni forma di discriminazione.

Per finire con l'attenzione ai rischi connessi alle attività gestionali, alla prevenzione dei fenomeni corruttivi e alla protezione dei dati. In questo quadro va sottolineato l'impegno di tutto il nostro personale affinché queste attività possano essere quotidianamente assolte con risultati più che soddisfacenti.

La sostenibilità – intesa quindi come creazione di un nuovo modello positivo di riferimento: culturale, sociale, ambientale ed economico – è coerente con la missione di Rai, con la sua funzione di Servizio Pubblico e con quanto indicato nel Contratto di Servizio. Accelerare nel percorso di innovazione verso la sostenibilità rappresenta quindi per Rai un'opportunità di sviluppo della propria offerta, della propria organizzazione e di creazione di valore condiviso.

L'esercizio 2018 presenta un risultato netto consolidato in pareggio (rispetto a un utile di 14,3 milioni di Euro nel 2017) e una posizione finanziaria netta negativa, attestata su livelli di sostenibilità, di 286,5 milioni di Euro (209 milioni Euro nel precedente esercizio). Da segnalare, in particolare:

- sul fronte dei ricavi, una riduzione complessiva nell'ordine di 45 milioni di Euro, cui hanno concorso i canoni, per la minore riscossione coattiva e la diminuzione delle sopravvenienze, la pubblicità e, in misura più contenuta, i ricavi commerciali;
- sul versante dei costi, quelli esterni, a perimetro omogeneo, da un lato beneficiano di razionalizzazioni per quasi 20 milioni di Euro e, dall'altro, scontano un rafforzamento selettivo dell'area digital. Quelli per il personale, sempre in termini omogenei, presentano una leggera flessione, portando la contrazione dei costi operativi a complessivi 24 milioni di Euro.

Per effetto del combinato disposto di tali andamenti, il risultato è quindi in sostanziale pareggio. Per quanto riguarda la prevedibile evoluzione della gestione, le proiezioni economico-finanziarie di Gruppo per l'esercizio 2019 evidenziano – tenendo conto di una prima stima delle risorse destinate all'avvio dell'implementazione del Piano Industriale 2019-2021, inclusi gli obblighi derivanti dal Contratto di Servizio, e pur in presenza di benefici attesi da diffusi interventi di razionalizzazione dei costi – un risultato in lieve perdita. L'indebitamento dovrebbe mantenersi su livelli di sostenibilità, pur risultando in crescita per le iniziative connesse alla realizzazione del Piano.

Marcello Foa
Presidente

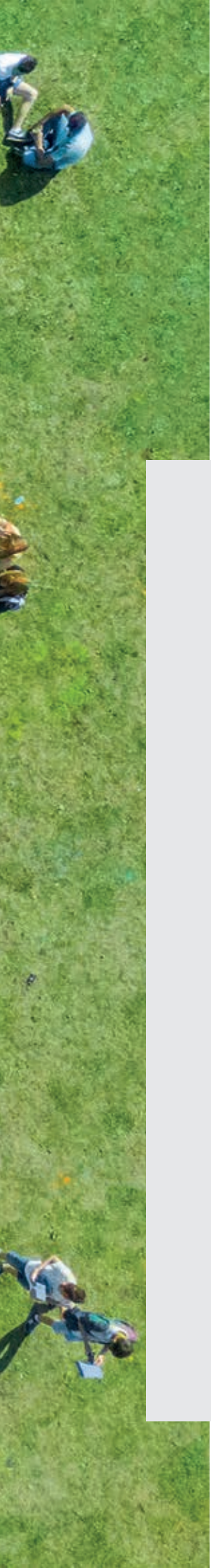


Fabrizio Salini
Amministratore Delegato









7,5

Indice di coesione sociale per la programmazione televisiva

7,1

Indice di coesione sociale per la programmazione radiofonica

7,4

Indice della qualità dell'attività sociale

20.000

Studenti incontrati con Rai Porte Aperte

3,4

Milioni di ore di trasmissioni archiviate in formato digitale



TV rallentata a supporto dell'accessibilità per soggetti con disabilità sensoriali e cognitive

1.

Il nostro impegno per lo sviluppo del Paese

1.1 Coinvolgimento degli stakeholder e analisi di materialità

Il Gruppo Rai pone da sempre grande attenzione alle relazioni con gli stakeholder, con i quali si interfaccia quotidianamente; di seguito sono rappresentati i principali canali di comunicazione e le modalità di coinvolgimento adottate. Grazie al dialogo continuo con i suoi stakeholder, il Gruppo Rai è anche in grado di misurare le proprie strategie comunicative e di ricevere importanti spunti di miglioramento per le proprie attività. Coerentemente con quanto dichiarato nel 2017, il Gruppo Rai ha avviato un processo di coinvolgimento di diversi stakeholder, all'interno di un percorso di miglioramento e di diffusione della cultura della sostenibilità, al fine di allinearsi alle best practice di settore.



Categoria di stakeholder	Canali di comunicazione e modalità di coinvolgimento
--------------------------	--

Dipendenti e collaboratori	Workshop
	E-learning
	Intranet aziendale
	Newsletter
Fornitori	Indagini conoscitive
	Sito internet
Utenti	Indagini demoscopiche
	Contact Center
	Social network
	Sito internet
Clienti/Inserzionisti pubblicitari	Eventi per presentazione dei prodotti radiotelevisivi
	Presentazione dei palinsesti TV, Radio e Digital
	Newsletter
	Sito internet
Autorità e Organi di controllo	Audizioni
	Commissioni
Azionisti	Scambi informativi
	Assemblee
	Investor Relations
Istituzioni legislative e esecutive	Audizioni
	Interrogazioni
	Richieste dati
Associazioni	Incontri periodici
	Sito internet
	Social network
Sindacati	Incontri periodici
Nuove Generazioni	Rai Porte Aperte
	Sito internet
	Social network

Le attività di coinvolgimento sono state rivolte alle seguenti categorie di stakeholder sia esterni che interni:

- Top Management del Gruppo Rai
- Utenti
- Fornitori

Relativamente al coinvolgimento del **Top Management**, l'iniziativa ha avuto un triplice obiettivo:

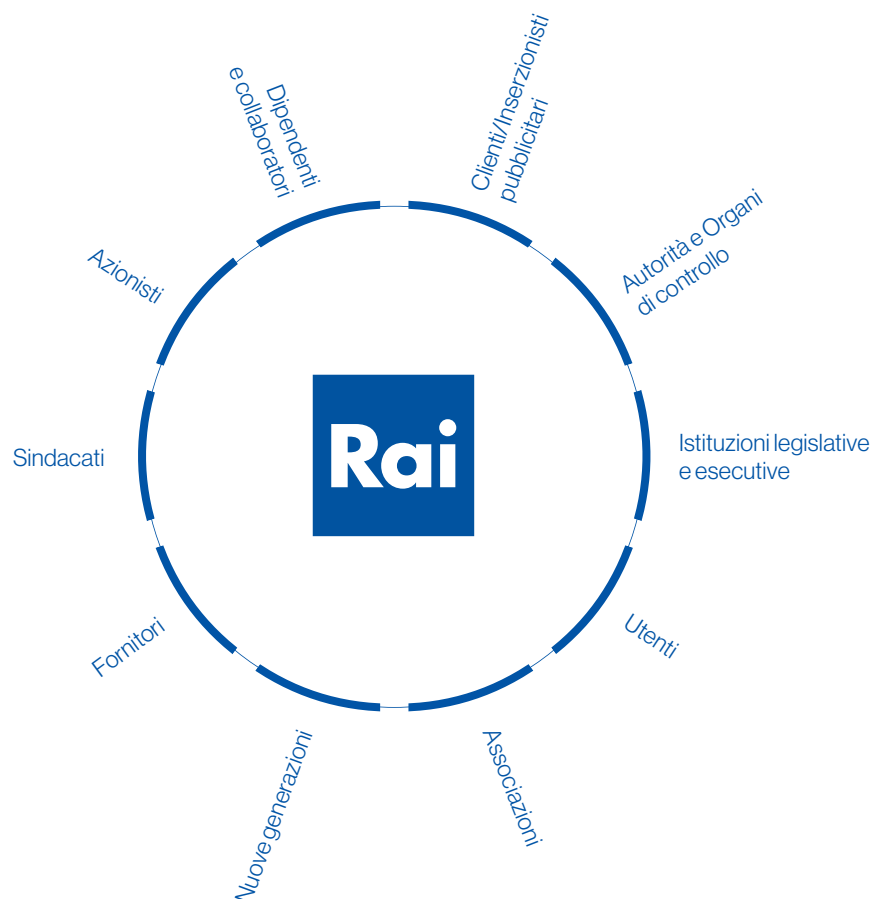
- a) **Formazione** volta a diffondere la cultura della sostenibilità ai Vertici Aziendali, strutturata per fornire un quadro normativo rispetto alle recenti evoluzioni delle leggi e regolamenti in materia di rendicontazione non finanziaria e di sostenibilità, sulle tematiche ESG (*Environmental, Social e Governance*) e sul percorso di sostenibilità intrapreso da Rai.

Nel corso del 2019 la formazione sarà erogata ai dipendenti, in particolare:

- **al Gruppo di Lavoro**, dipendenti Rai coinvolti nel processo di redazione del Bilancio Sociale/DNF, con la finalità di accrescere la conoscenza e consapevolezza dei principi chiave in termini di sostenibilità e del reporting non finanziario
- **a tutti i dipendenti** in modalità *e-learning* focalizzata sui principali concetti alla base della redazione del Bilancio Sociale/ DNF al fine di diffondere in tutta l'Azienda una conoscenza e cultura della sostenibilità.

- b) Aggiornamento della **mappa degli stakeholder**: dopo aver discusso sulle principali pubblicazioni di settore e aver analizzato il benchmark con i principali *peer*, i Vertici Aziendali hanno ridefinito le categorie di stakeholder del Gruppo Rai, come di seguito rappresentate:

Mappa
degli Stakeholder



c) Aggiornamento della **matrice di materialità**.

Come richiesto dal D.Lgs. 254/2016 e dallo standard di rendicontazione *GRI Sustainability Reporting Standard* il Gruppo Rai ha avviato, a partire dal 2017, un processo relativo alla valutazione delle tematiche rilevanti attraverso un'analisi di materialità svolta internamente dal management, che ha consentito di individuare gli aspetti significativi in ambito economico, sociale e ambientale per il Gruppo e per i suoi stakeholder. Nel corso del 2018, conformemente ai principi del GRI, la matrice di materialità è stata aggiornata al fine di confermare o rivedere le tematiche significative a seguito di valutazioni interne e del **coinvolgimento** di due categorie di stakeholder esterni: **utenti** e **fornitori**. In particolare, per valorizzare il tema della sostenibilità, il Gruppo Rai ha effettuato un'indagine, **Indice di Sostenibilità**, con l'obiettivo di raccogliere informazioni in merito alle tematiche della sostenibilità secondo il giudizio di un campione rappresentativo del pubblico. È stata altresì lanciata un'indagine sul **Portale Acquisti Rai**, rivolta ai fornitori, attraverso la quale è stata rilevata la valutazione in merito alle principali tematiche di sostenibilità.

I risultati ottenuti da queste iniziative sono stati utilizzati per ricostruire la percezione della sostenibilità dell'attività svolta dal Gruppo Rai e per aggiornare la **matrice di materialità**, come rappresentata nella pagina seguente.

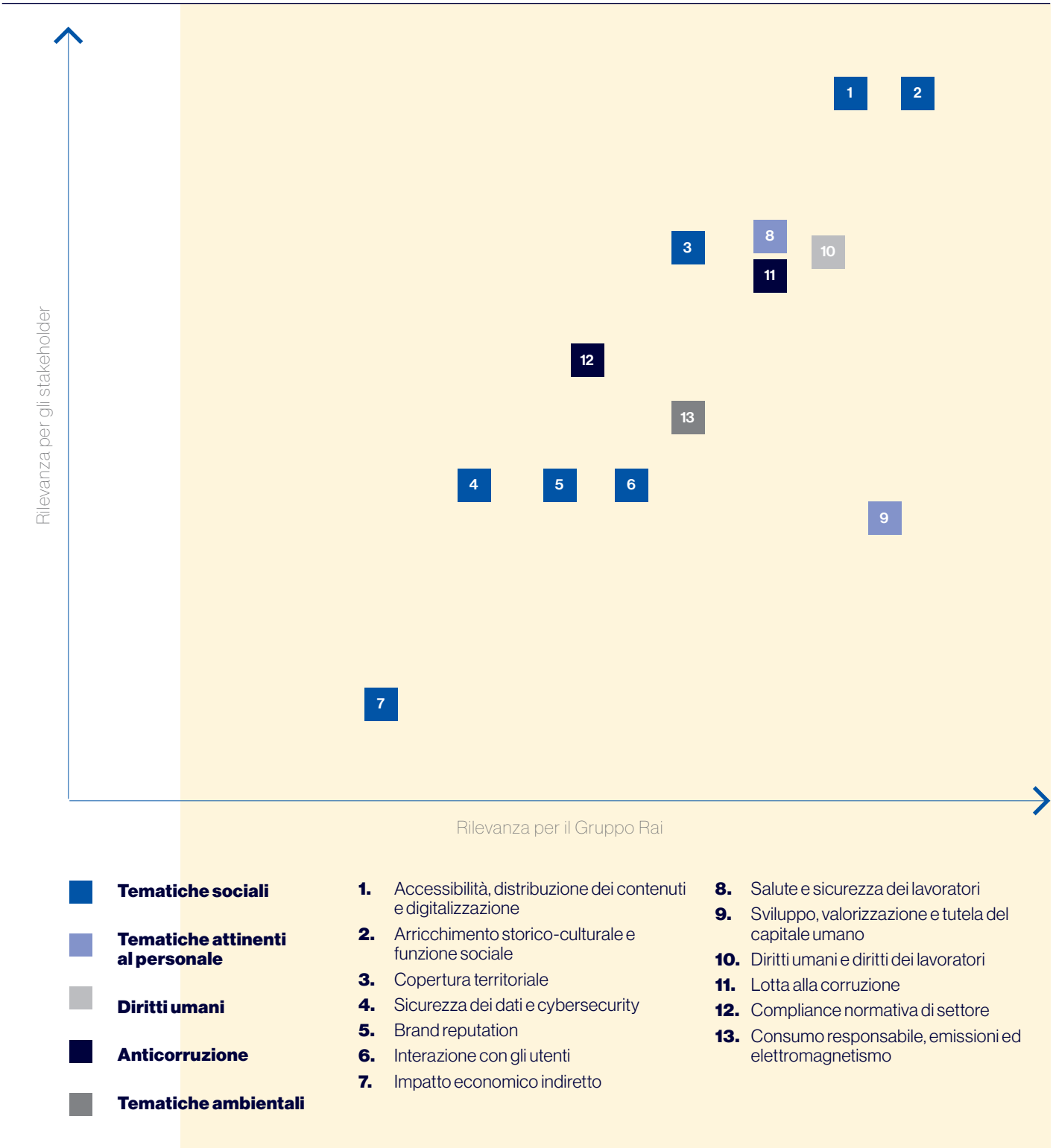
Rispetto alle tematiche ritenute materiali per il Gruppo e i suoi stakeholder pubblicati nel Bilancio Sociale/DNF 2017, al fine di razionalizzare le tematiche presenti in matrice, si segnala che:

- “Diversità e pari opportunità”, “Attrazione, sviluppo e valorizzazione delle risorse” e “Gestione delle risorse industriali” sono state aggregate all'interno della singola tematica **“Sviluppo, valorizzazione e tutela del capitale umano”**;
- “Innovazione e digitalizzazione” e “Accessibilità, fruizione e distribuzione dei contenuti” sono state aggregate all'interno della singola tematica **“Accessibilità, distribuzione dei contenuti e digitalizzazione”**;
- “Arricchimento culturale e funzione sociale” e “Conservazione e diffusione del patrimonio storico e culturale” sono state aggregate all'interno della singola tematica **“Arricchimento storico-culturale e funzione sociale”**;
- la tematica **“Copertura territoriale”** precedentemente inclusa nella tematica “Accessibilità fruizione e distribuzione dei contenuti” è una tematica che appare singolarmente.

Rispetto ai risultati dell'analisi di materialità 2017, si evidenzia un **aumento della rilevanza** assegnata alle tematiche “Accessibilità, distribuzione dei contenuti e digitalizzazione” e “Consumo responsabile, emissioni ed elettromagnetismo”. Si segnala invece una **diminuzione della rilevanza** per le tematiche relative a “Lotta alla corruzione”, “Compliance normativa di settore”, “Sicurezza dei dati” e “Brand reputation”.

Nei prossimi esercizi il Gruppo Rai proseguirà l'attività di coinvolgimento degli stakeholder per la valutazione dei temi rilevanti così da monitorare ed aggiornare costantemente la matrice.

La matrice di materialità del Gruppo Rai



- **Tematiche sociali**
- **Tematiche attinenti al personale**
- **Diritti umani**
- **Anticorruzione**
- **Tematiche ambientali**

- 1.** Accessibilità, distribuzione dei contenuti e digitalizzazione
- 2.** Arricchimento storico-culturale e funzione sociale
- 3.** Copertura territoriale
- 4.** Sicurezza dei dati e cybersecurity
- 5.** Brand reputation
- 6.** Interazione con gli utenti
- 7.** Impatto economico indiretto
- 8.** Salute e sicurezza dei lavoratori
- 9.** Sviluppo, valorizzazione e tutela del capitale umano
- 10.** Diritti umani e diritti dei lavoratori
- 11.** Lotta alla corruzione
- 12.** Compliance normativa di settore
- 13.** Consumo responsabile, emissioni ed elettromagnetismo

1.2 Ascolto e interazione con gli stakeholder

Corporate Reputation
e Qualitel

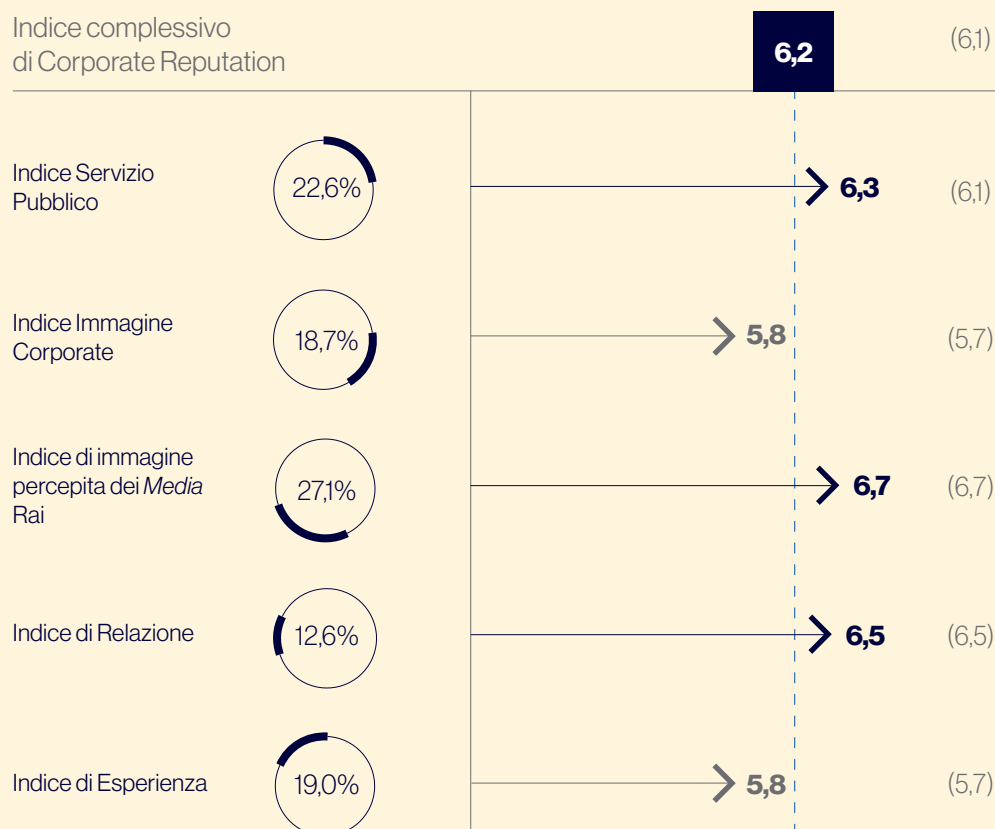
Il Contratto di Servizio (art. 25 comma 1 lett. n) richiede alla Concessionaria di dotarsi di un sistema di analisi e monitoraggio del gradimento e della qualità percepita dell'offerta, al fine di ottenere elementi di valutazione utili a sviluppare un'offerta in grado di corrispondere alle domande e aspettative del pubblico, oltre che di un monitoraggio della Corporate Reputation intesa come la capacità di Rai di svolgere la funzione di Servizio Pubblico con un'offerta declinata sui diversi media.

A tale scopo Rai ha implementato un sistema continuativo di rilevazione quantitativa che consente, con cadenza semestrale, di valutare la percezione del pubblico sull'operato dell'Azienda e di definire un'offerta sempre più corrispondente alle sue attese. Di seguito i principali risultati delle rilevazioni del secondo semestre 2018.

Corporate Reputation

Indice di Corporate
Reputation Rai

Rai | GfK



Base: Tot. Campione; 2.948 casi
© GfK Febbraio 2019 | La Corporate Reputation di Rai - 2° semestre 2018

Peso delle singole aree nella composizione dell'indice complessivo come risultante dai giudizi espressi dal pubblico

Valore dell'indice al 1° semestre 2018

Principali evidenze:

- **Indice complessivo di Corporate Reputation** si attesta nel secondo semestre 2018 sul valore di **6,2**, in leggero miglioramento rispetto al semestre precedente (+0,1 punti).
- **Indice Immagine Corporate** valutato **5,8**, registra valori in crescita in quasi tutte le dimensioni che lo compongono.
- **Indice Servizio Pubblico** ha ottenuto una valutazione di **6,3**, con un aumento rispetto allo scorso semestre di 0,2 punti, in particolare dovuto alla soddisfazione nei confronti dei generi dell'**offerta Radio** (6,5), e soprattutto per le News e l'informazione. Più che sufficiente l'**offerta televisiva** (6,2), mentre si conferma ancora una volta eccellente la valutazione sull'**attività Rai per il sociale** (7,4).
- Il risultato migliore si continua a registrare sull'indice di **Immagine percepita dei Media Rai** (**6,7**, stabile rispetto al 1° semestre): molto apprezzati **Televideo e Cinema** (rispettivamente a 7,0 e 6,9). La valutazione dei **canali TV** (6,5) è in crescita rispetto al 1° semestre (+0,1 punti). La **Radio** presenta un indice pari a 6,7 (stabile rispetto al 1° semestre), a fronte di un livello di conoscenza dell'offerta Rai molto più contenuto rispetto alla televisione.

Gli Indici del Servizio Pubblico

Rai | GfK

Indice Servizio Pubblico

6,3

(6,1)

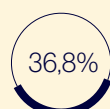
Indice della qualità della funzione pubblica



5,9

(5,8)

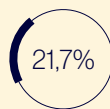
Indice di soddisfazione dei generi dell'offerta TV



6,2

(6,3)

Indice di soddisfazione dei generi dell'offerta radio



6,5

(6,3)

Indice della qualità dell'attività sociale



7,4

(7,4)

Base: Tot. Campione; 2.948 casi
© GfK Febbraio 2019 | La Corporate Reputation di Rai - 2° semestre 2018

Peso delle singole aree nella composizione dell'indice complessivo come risultante dai giudizi espressi dal pubblico

Valore dell'indice al 1° semestre 2018

- Quadro più che positivo sull'area della **Relazione** emotiva e del *sentiment* (**6,5**, stabile rispetto al 1° semestre), che evidenzia un forte legame tra Rai e gli utenti.
- Appena sotto la sufficienza la valutazione sulle **Esperienze** dirette più recenti avute con il Brand (**5,8**, +0,1 punti rispetto al 1° semestre).

Per i dettagli della rilevazione si rimanda al documento completo consultabile al sito www.rai.it

Qualitel TV L'**indice di gradimento** dell'offerta televisiva Rai relativa al secondo semestre 2018, misurato su scala 1-10, è pari a **7,6** e sintetizza il giudizio *overall* espresso dal pubblico su ogni singolo programma nel suo complesso. Il monitoraggio ha riguardato tutta la programmazione delle tre reti Rai generaliste trasmessa dalle ore 06:00 alle ore 02:00 e la parte più rilevante, in termini di audience, della programmazione di Rai 4.

L'**indice della Qualità percepita**, che sintetizza le valutazioni sul gradimento degli elementi strutturali dei programmi, come ad esempio la conduzione, il ritmo o la regia, è pari a **7,6** ed esprime quindi un risultato positivo e in linea con il gradimento *overall* complessivo.

Per i dettagli della rilevazione si rimanda al documento completo consultabile al sito www.rai.it/trasparenza

Qualitel Radio L'**indice di gradimento** dell'offerta Radio Rai relativa al secondo semestre 2018, misurato su scala 1-10, è pari a **7,2** e sintetizza il giudizio *overall* espresso dal pubblico su ogni singolo programma. Il punteggio esprime quindi un giudizio positivo nei confronti della programmazione radiofonica Rai e stabile rispetto al primo semestre. Il monitoraggio ha riguardato tutta la programmazione Radio trasmessa dalle ore 06:00 alle ore 02:00 dai canali Radio1, Radio2, Radio3 e Isoradio.

L'**indice della qualità percepita**, che sintetizza il gradimento espresso dal pubblico sui singoli elementi strutturali dei programmi, è pari a **7,2** e risulta positivo su tutti i generi dell'offerta radiofonica Rai.

Per i dettagli della rilevazione si rimanda al documento completo consultabile al sito www.rai.it/trasparenza

Qualitel Digital L'**indice di gradimento** per l'offerta Digital Rai, che sintetizza il giudizio *overall* espresso dagli utenti dei singoli siti/app, per il secondo semestre 2018, è complessivamente pari a **6,9**, su una scala 1-10.

L'**indice della qualità percepita**, che sintetizza il gradimento espresso dal pubblico sui singoli elementi strutturali dei siti/app, restituisce un livello di qualità positivo e superiore al gradimento *overall* (**7,0**, +0,1 punti rispetto al 1° semestre).

Per i dettagli della rilevazione si rimanda al documento completo consultabile al sito www.rai.it/trasparenza

Indice di Gradimento e Qualità
percepita dell'offerta Rai:
TV, Radio, Digital

Rai | GfK

	Totale offerta Rai	Gradimento	Qualità percepita
TV	7,6	(7,6)	7,6 (7,6)
Radio	7,2	(7,2)	7,2 (7,2)
Digital	6,9	(6,9)	7,0 (7,0)

L'indice di gradimento è stato misurato prendendo in esame: Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai 4 per la TV, Rai Radio 1, Rai Radio 2, Rai Radio3, Isoradio per la Radio, Rai Play, Rai Play Radio, Rai Sport, Rai News, Rai.it, Rai Gulp, Rai Play Yoyo per il Digital.

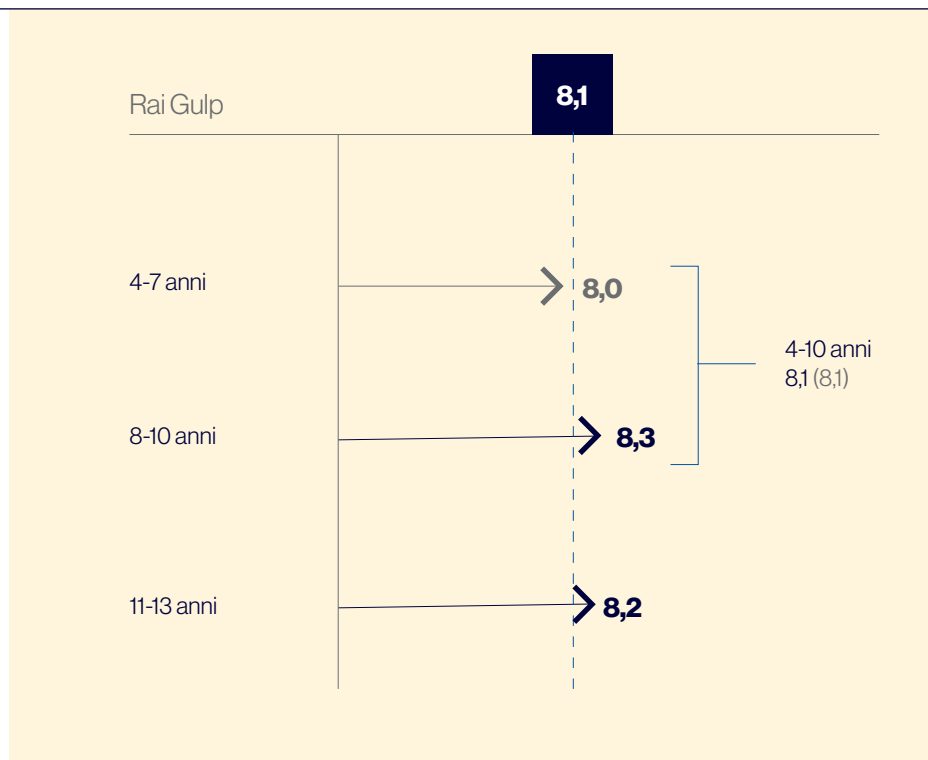
Qualità percepita: valutazione in scala 1-10 su alcuni fattori produttivi del programma/ sito/app
Si riporta, tra parentesi tonde (...), il valore dell'indice al 1° semestre 2018

Qualitel TV Minori

L'indice di gradimento *overall*, misurato su scala 1-10, risulta decisamente positivo per entrambe le reti. **Rai Gulp** ottiene giudizi positivi su tutte le fasce d'età da parte del proprio pubblico, risultando molto apprezzata dal *core target* 8-10 anni, che esprime un gradimento pari a **8,3**, superiore rispetto al gradimento ottenuto sui target 4-7 e 11-13 anni (rispettivamente 8,0 e 8,2) e al giudizio medio del canale (**8,1**).

Rai Gulp: valutazione
del gradimento per target

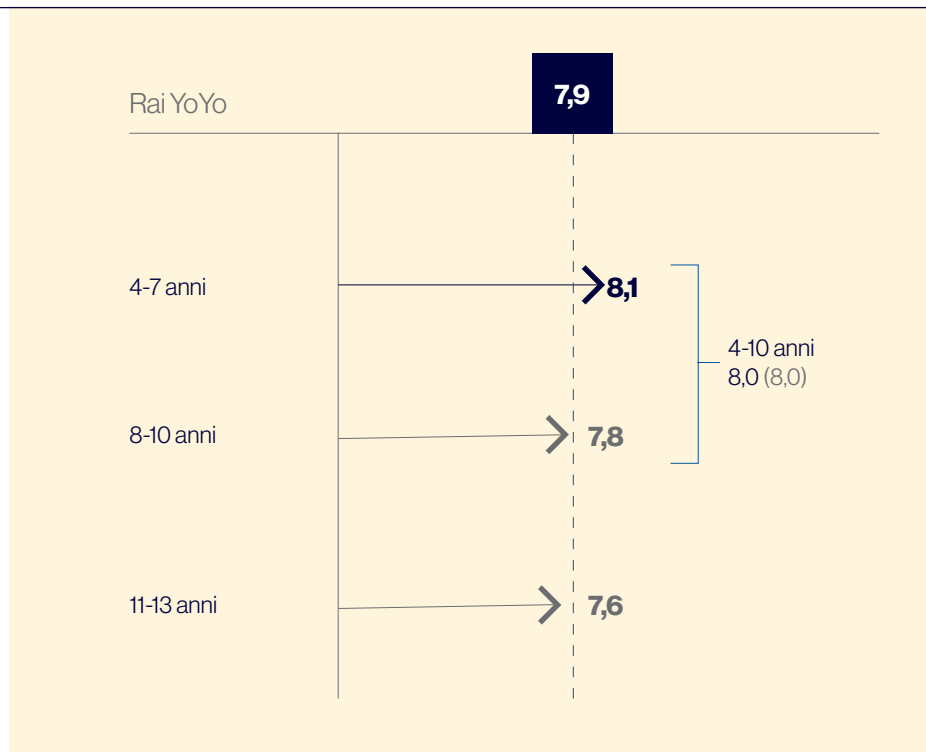
Rai | GfK



Rai YoYo presenta valutazioni complessivamente positive da parte degli spettatori dei propri programmi, con una preferenza da parte del *core target* 4-7 anni (**8,1**), mentre il giudizio dei bambini e ragazzi delle altre fasce d'età è inferiore (8-10 anni =7,8; 11-13 anni =7,6), poiché tendono a non riconoscersi nella programmazione del canale che, del resto, è chiaramente rivolta ai bambini di 4-7 anni. Rai YoYo ottiene comunque un giudizio complessivo molto positivo e pari a **7,9**.

Rai YoYo: valutazione
del gradimento per target

Rai | GfK



I genitori dei bambini 4-10 anni considerano complessivamente adeguati i programmi trasmessi per i loro figli sia da Rai YoYo, sia da Rai Gulp. In analogia a quanto sopra osservato in relazione ai target a cui i due canali si rivolgono principalmente, **Rai Gulp** è reputato più adeguato dai genitori dei bambini 8-10 anni (**8,2**), mentre **Rai YoYo** lo è per quelli dei bambini 4-7 anni (**8,0**). L'**indice della qualità percepita**, che sintetizza il gradimento espresso dal pubblico sui singoli elementi strutturali dei programmi, presenta indici positivi su entrambi i canali. Analogamente a quanto osservato per l'indice di gradimento, e in accordo con gli specifici target di riferimento, la qualità percepita presenta un indice pari a **8,2** per **Rai Gulp** sui bambini di 8-10 anni e pari a **8,0** per **Rai YoYo** su quelli di 4-7 anni.

Per i dettagli della rilevazione si rimanda al documento completo consultabile al sito www.rai.it/trasparenza

Indice di Sostenibilità Nel secondo semestre 2018, Rai ha attivato una rilevazione volta a raccogliere dati in merito alla sostenibilità della propria attività, attraverso una estensione della ricerca Corporate Reputation. Le aree di indagine hanno riguardato il seguente insieme di attività in cui Rai è impegnata, rilevanti ai fini della sostenibilità:

Tematiche sociali

- Arricchimento storico-culturale e funzione sociale
- Brand reputation
- Sicurezza dei dati e cyber security
- Accessibilità, distribuzione dei contenuti e digitalizzazione
- Copertura territoriale
- Interazione con gli utenti
- Impatto economico indiretto

Anticorruzione

- *Compliance* normativa di settore
- Lotta alla corruzione

Tematiche attinenti al personale

- Sviluppo, valorizzazione e tutela del capitale umano
- Salute e sicurezza dei lavoratori

Diritti Umani

- Diritti umani e diritti dei lavoratori

Tematiche Ambientali

- Consumo responsabile, emissioni ed elettromagnetismo

Per ciascuna di queste attività svolte da Rai è stato rilevato, con punteggi su scala 1-10:

- il livello di importanza percepita sul fatto che l'Azienda si occupi dei temi proposti;
- il giudizio sull'operato Rai in merito.

La valutazione sul grado di conoscenza sull'operato di Rai in queste materie è stata misurata sulla base di quattro livelli (lo conosco molto bene, lo conosco abbastanza bene, lo conosco poco, non lo conosco affatto).

Risultati del questionario Tutte le 13 attività sono state giudicate con un livello di importanza pari almeno a **6**. Il campione ha ritenuto particolarmente rilevanti, con un punteggio di **6,4**, le attività svolte da Rai:

- **per promuovere l'accessibilità, la fruizione e la distribuzione dei contenuti agli utenti con disabilità visive/uditive anche attraverso tecnologie innovative;**
- **per la promozione del rispetto dei diritti dei minori, delle donne, delle persone con disabilità, delle comunità locali e di quelli dei lavoratori, come ad esempio il diritto di associazione.**

Con un punteggio di **6,3** è ritenuto importante che Rai si occupi di svolgere attività che generino un **impatto economico indiretto** (nello specifico le attività a sostegno di territori e luoghi italiani tramite approfondimenti all'interno dei palinsesti, così da favorirne il turismo), che favoriscano **l'arricchimento storico-culturale della collettività e la diffusione del patrimonio storico**, che migliorino **la ricezione del segnale radiotelevisivo su tutto il territorio nazionale** e che siano mirate alla **salute e sicurezza del posto di lavoro**.

Il livello di importanza
percepita per le attività svolte da Rai

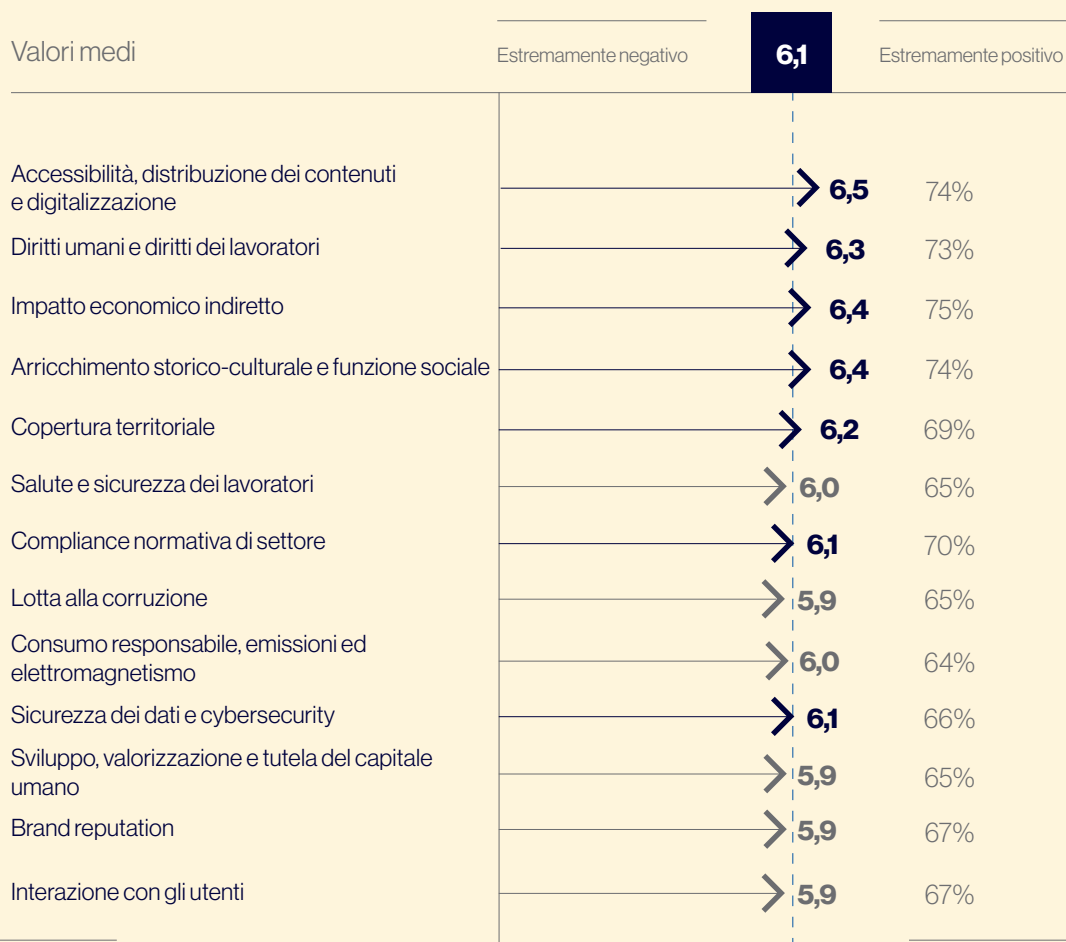
Rai | GfK



Il giudizio sull'operato di Rai ha ottenuto il punteggio di **6,5** per le attività volte a promuovere **l'accessibilità, distribuzione dei contenuti e digitalizzazione**, conosciute dal **74%** della popolazione. Seguono con punteggio pari a **6,4** le attività in grado di generare un **impatto economico indiretto** (con una percentuale di notorietà del **75%**) e quelle mirate **all'arricchimento storico-culturale della collettività e la diffusione del patrimonio storico** (note al **74%**).

Il giudizio per i singoli temi
della sostenibilità

Rai | GfK



Base: Tot. Campione; 1153 casi, Valori in % B01...B13
© GfK Febbraio 2019 | Bilancio Sociale Rai - Anno 2018

% rispondenti
(escluso i «non sa»)

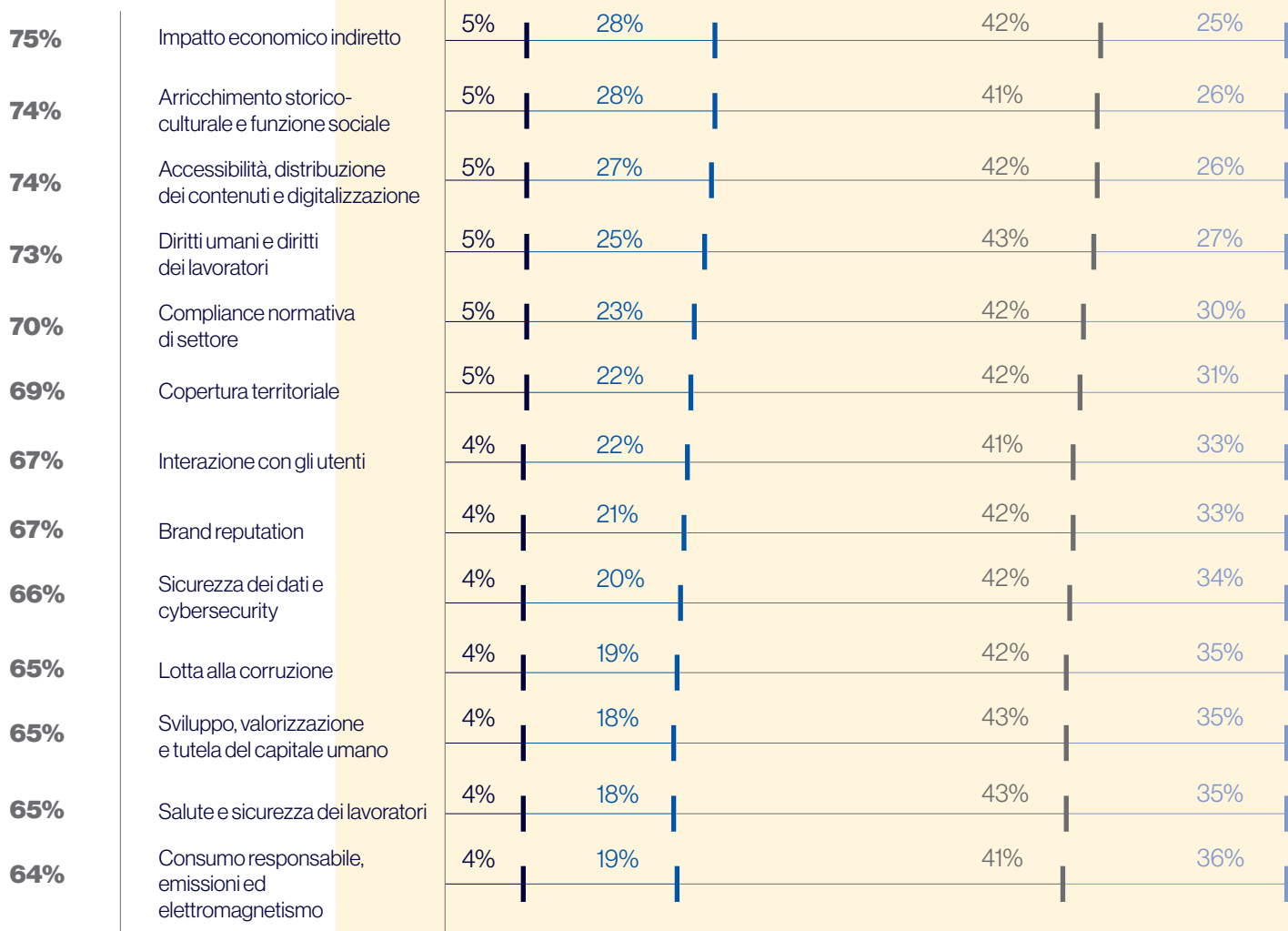
Le attività per cui l'operato di Rai ottiene un punteggio appena al di sotto della sufficienza (5,9) sono anche quelle per cui il livello di conoscenza è tendenzialmente più basso. Si tratta delle attività relative alla **Brand Reputation Rai** (ovvero quelle svolte per promuovere la propria identità aziendale, conosciute dal 67% della popolazione), quelle rivolte **all'interazione con i propri utenti** (ovvero realizzate per offrire occasioni di dialogo finalizzate a rispondere alle richieste del pubblico e a monitorarne il livello di soddisfazione, note al 67%), quelle relative alla **prevenzione, monitoraggio e gestione degli atti di corruzione** (conosciute dal 65% della popolazione) e, infine, quelle realizzate a **sostegno dello sviluppo, valorizzazione e tutela dei propri dipendenti**, del clima aziendale, della tutela della diversità e delle pari opportunità (note al 65%).

Il livello di conoscenza a confronto per i vari temi della sostenibilità

Rai | GfK

Conoscenza

(molto + abbastanza + poco)



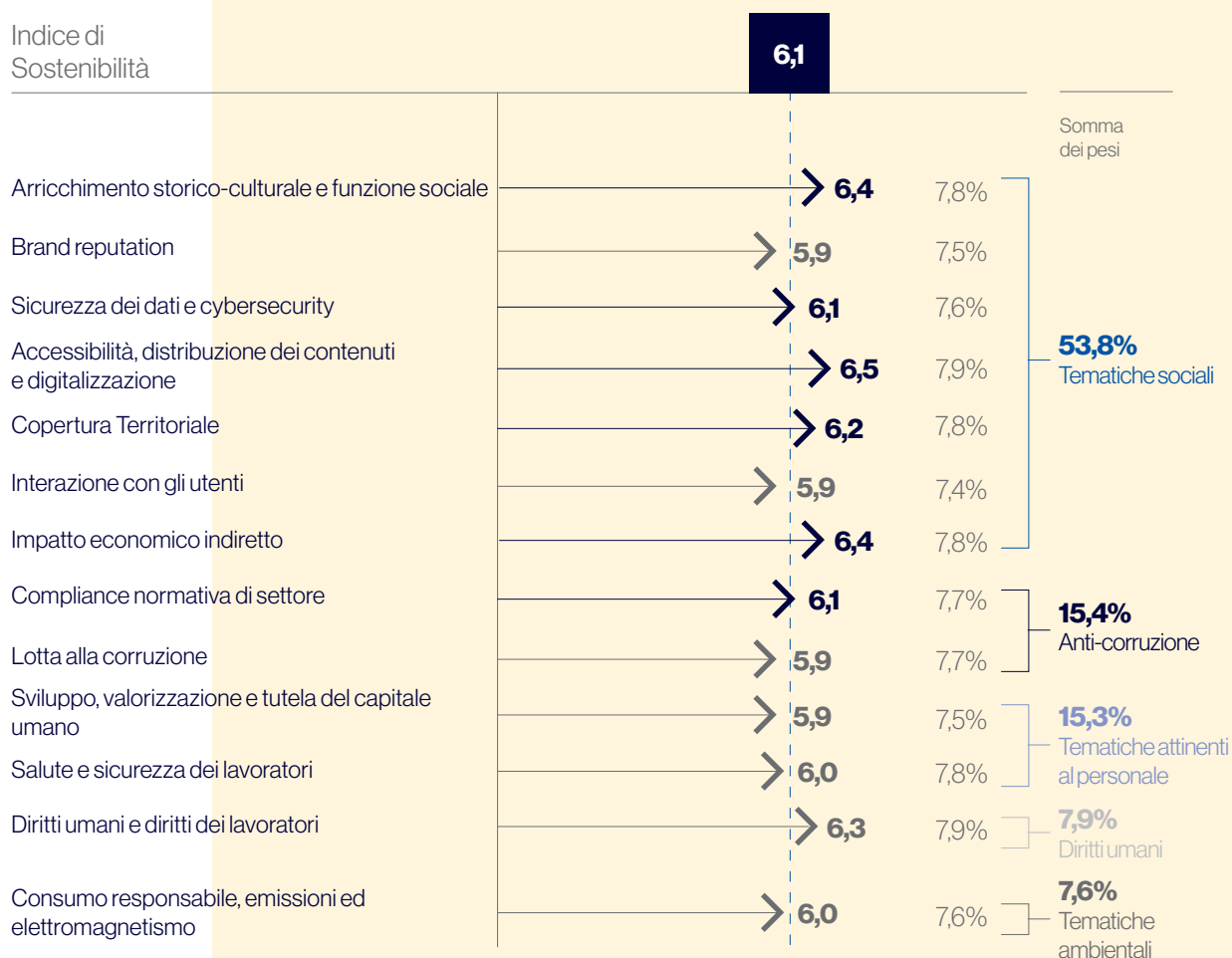
Legenda:

La conosco molto bene
 La conosco abbastanza bene
 La conosco poco
 Non la conosco affatto

L'indice sintetico di Sostenibilità raggiunge un valore pari a **6,1**. Tale valore è determinato dalla media dei giudizi espressi dai soli conoscitori dello specifico operato per ciascuna delle attività esaminate, ponderata con il livello di importanza relativa dell'attività (ovvero quanto viene ritenuto importante che Rai si occupi della specifica attività rispetto al complesso di quelle analizzate).

Indice di Sostenibilità
I giudizi dell'operato Rai
e l'importanza relativa delle attività

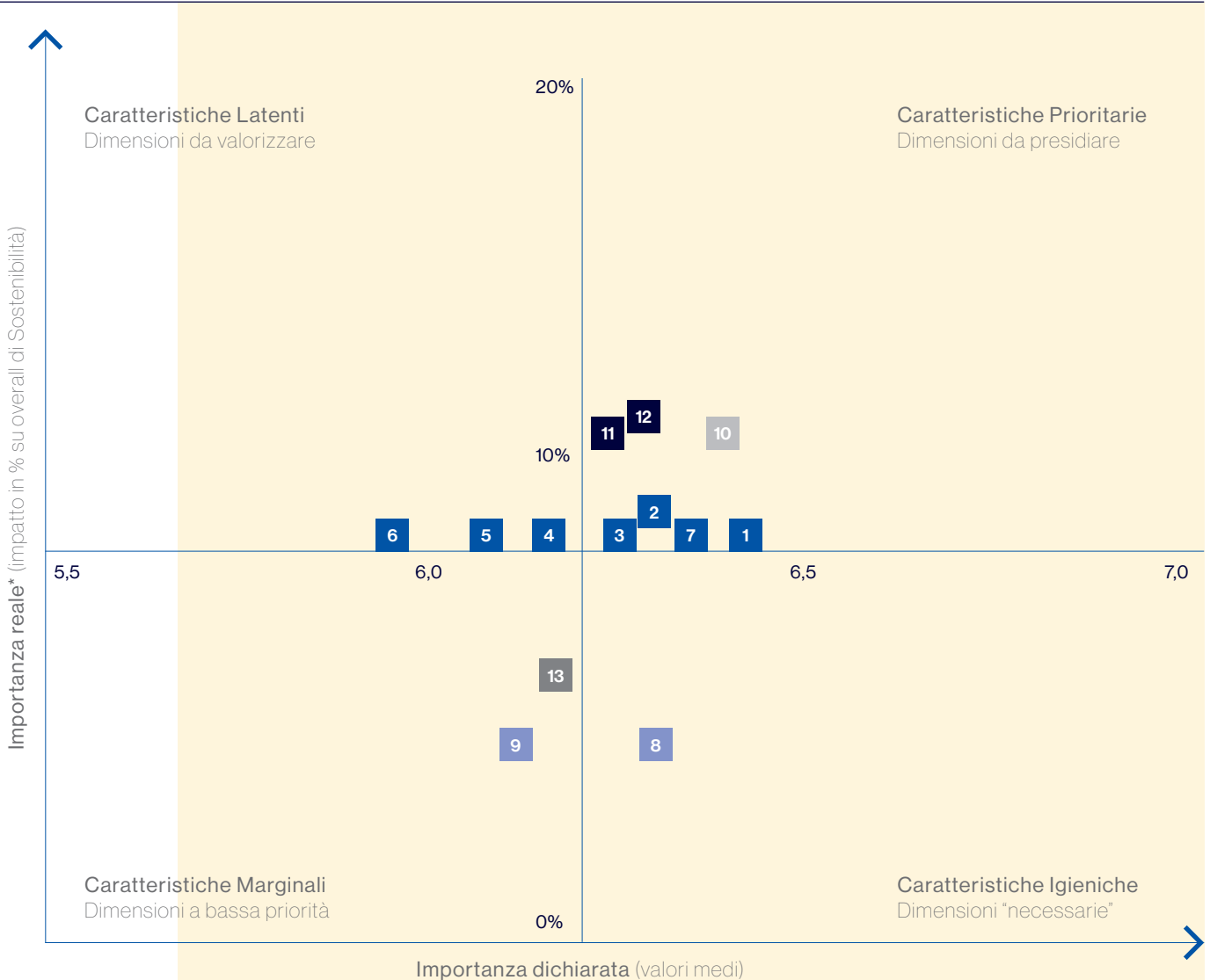
Rai | GfK



Inoltre, grazie all'applicazione di particolari tecniche statistiche, è stato possibile identificare le attività che effettivamente influiscono in misura maggiore sul valore dell'indice sintetico di Sostenibilità, attribuendo alle stesse un punteggio di "importanza reale" che si affianca alla valutazione direttamente espressa nel questionario ("importanza dichiarata").

Importanza Reale vs. Importanza Dichiarata per le attività svolte da Rai

Rai | GfK



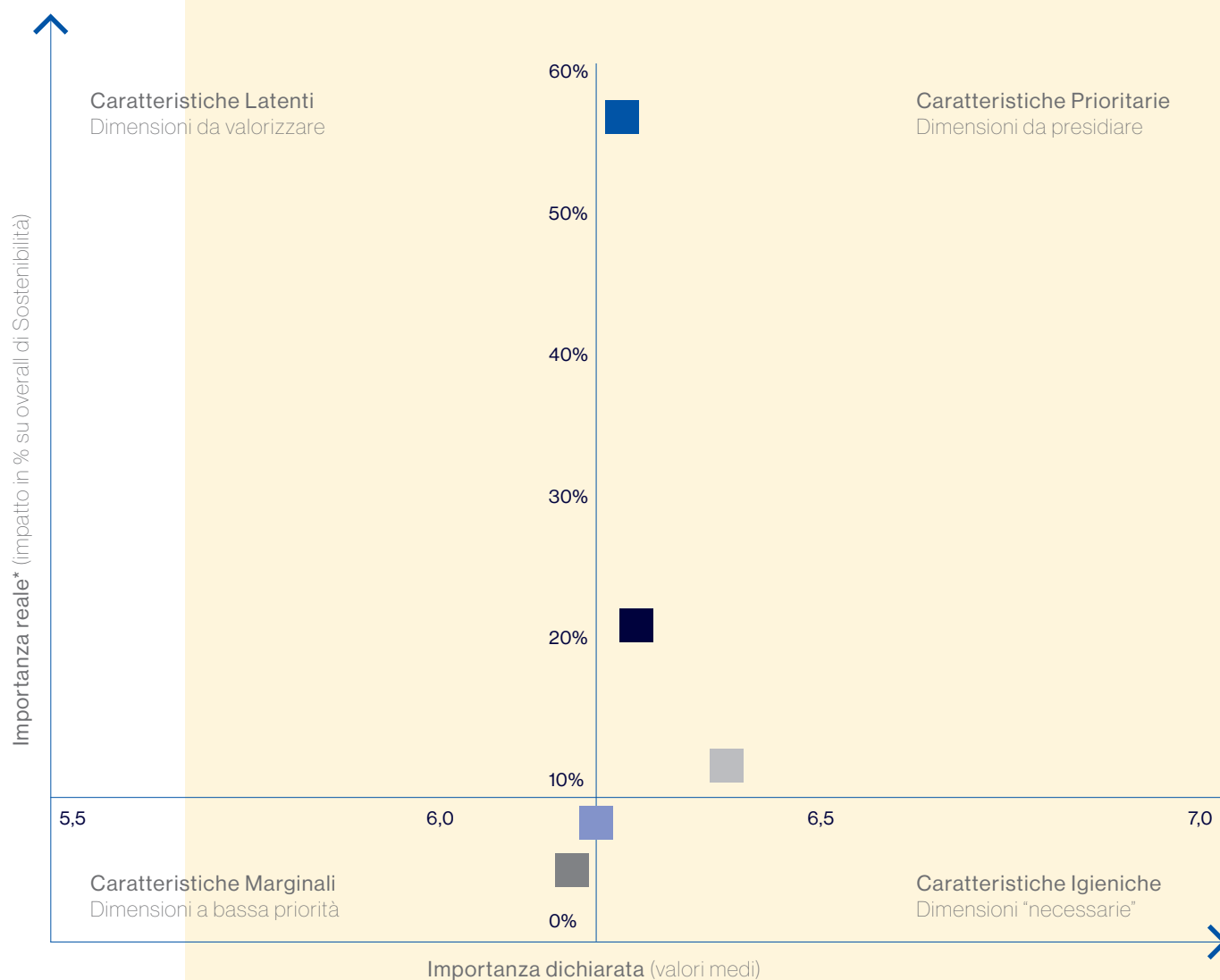
- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Tematiche sociali Tematiche attinenti al personale Diritti umani Anticorruzione Tematiche ambientali | <ol style="list-style-type: none"> 1. Accessibilità, distribuzione dei contenuti e digitalizzazione 2. Arricchimento storico-culturale e funzione sociale 3. Copertura territoriale 4. Sicurezza dei dati e cybersecurity 5. Brand Reputation 6. Interazione con gli utenti 7. Impatto economico indiretto 8. Salute e sicurezza dei lavoratori 9. Sviluppo, valorizzazione e tutela del capitale umano 10. Diritti umani e diritti dei lavoratori 11. Lotta alla corruzione 12. Compliance normativa di settore 13. Consumo responsabile, emissioni ed elettromagnetismo |
|---|---|

* L'importanza reale rappresenta il peso in % che ciascun tema assume sull'overall complessivo di Sostenibilità, domanda finale del questionario in cui i rispondenti, ripensando a tutte le aree esplorate in corso di intervista, dovevano attribuire un giudizio di sintesi sulle attività svolte da Rai nell'ambito della Sostenibilità.

Un'analisi di secondo livello sui risultati dell'incrocio tra i valori di importanza reale e di importanza dichiarata permette quindi di mettere in luce le categorie di attività svolte da Rai effettivamente prioritarie da presidiare (le attività con elevata importanza sia dichiarata sia reale), rispetto a quelle reputabili meno rilevanti.

Importanza Reale vs.
Importanza Dichiarata
Le aree tematiche

Rai | GfK



* L'importanza reale delle varie tematiche rappresenta la somma delle singole importanze reali attribuite ai diversi temi inerenti la tematica.

L'analisi congiunta con i giudizi degli utenti intervistati ottenuti sull'operato dell'Azienda permette di identificare, nell'ambito delle attività prioritarie, quelle ben presidiate (**l'accessibilità/distribuzione dei contenuti/digitalizzazione; l'arricchimento storico-culturale e funzione sociale; l'impatto economico indiretto determinato da Rai e i diritti umani e dei lavoratori**), per cui la valutazione di quanto realizzato da Rai è ben sopra la sufficienza, e quelle sulle quali indirizzare in primis l'impegno dell'Azienda, ovvero le attività rivolte alla **prevenzione, monitoraggio e gestione degli atti di corruzione**, per cui il giudizio non raggiunge la sufficienza.

Il monitoraggio
della coesione sociale

L'articolo 2, comma 3 del Contratto di Servizio 2018-2022 stabilisce che *“la Rai è tenuta a promuovere la crescita della qualità della propria offerta complessiva, da perseguire attraverso i seguenti obiettivi: a) raggiungere i diversi pubblici attraverso una varietà della programmazione complessiva, con particolare attenzione alle offerte che favoriscano la coesione sociale”*.

Il successivo articolo 25, comma 1, lett. o), impegna la Rai *“a dotarsi di un sistema di analisi e monitoraggio della programmazione che sia in grado di misurare l'efficacia dell'offerta complessiva in relazione agli obiettivi di coesione sociale di cui all'articolo 2, comma 3, lettera a)”*.

Per dare attuazione alle disposizioni del Contratto di Servizio, Rai si è innanzitutto preoccupata di elaborare una definizione rilevante per gli scopi proposti e generalmente condivisibile di coesione sociale, da intendersi come la *“condizione che contraddistingue le collettività nazionali caratterizzate dal riconoscimento di una comune identità storica e culturale, da comuni valori e interessi, dal senso di appartenenza a una stessa comunità, dalla presenza di una rete attiva di relazioni sociali e di mezzi di comunicazione che facilitino la partecipazione di tutti alla vita civile, sociale, politica e culturale”*.

Rai si è quindi organizzata per rilevare la propria efficacia come Servizio Pubblico nel contribuire a promuovere la **coesione sociale**, attraverso **due ricerche** continuative – già **attive** – sulla propria programmazione e un'ulteriore **ricerca** in partenza nel **2019**:

1. un **monitoraggio quantitativo** sul pubblico attraverso il Qualitel che, a partire dal secondo semestre del 2018, oltre a produrre giudizi relativi al gradimento e alla qualità percepita dei programmi televisivi e radiofonici, ne misura la capacità di contribuire alla creazione di coesione sociale;
2. un **analisi dei contenuti**, condotta da ricercatori specializzati su un campione di programmi Rai. Tale monitoraggio, attraverso l'analisi di variabili determinanti come quelle del rispetto della dignità della persona e della capacità di promuovere inclusione/diversità sociale, è in grado di misurare la capacità di Rai di contribuire alla creazione di coesione sociale;
3. un **analisi quali-quantitativa**, in fase di attivazione ed i cui risultati saranno disponibili nel corso del 2019, volta a rilevare sulla popolazione:
 - le aspettative nei confronti di Rai riguardo agli obiettivi posti sullo sviluppo di offerte in grado di favorire la creazione di coesione sociale;

- il percepito rispetto all'effettiva capacità ed impegno di Rai di operare in tal senso;
- la distintività del Servizio Pubblico sul tema rispetto agli altri operatori media presenti nello scenario.

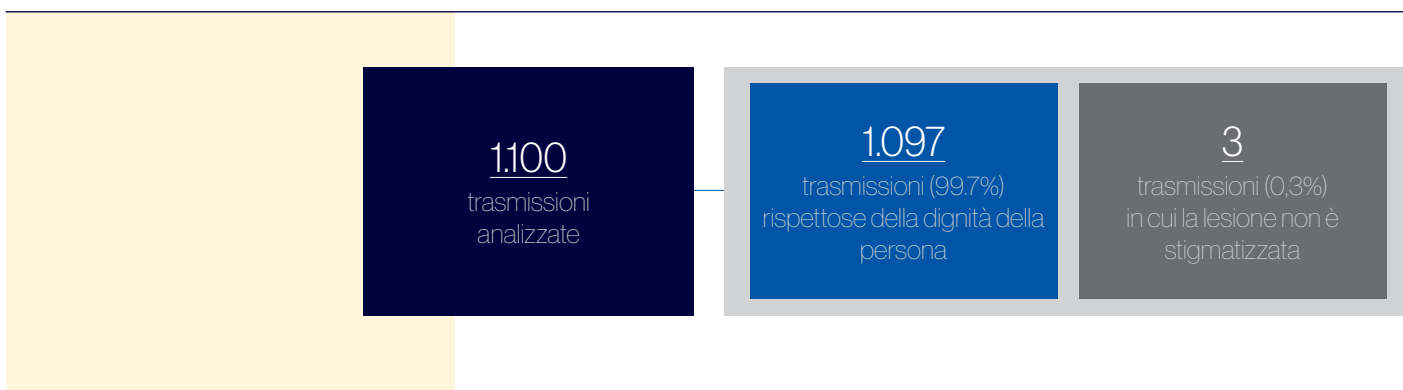
Nel Qualitel l'**indice di coesione sociale** viene rilevato distintamente sulla programmazione televisiva e radiofonica e sintetizza le valutazioni del pubblico sulla capacità dell'offerta Rai di soddisfare i bisogni individuali e gli interessi di rilevanza pubblica. I valori ottenuti nel secondo semestre sono positivi e pari a:

- a) **7,5** per la **programmazione televisiva**;
- b) **7,1** per la **programmazione radiofonica**.

In generale le caratteristiche di un programma che maggiormente incidono sul valore dell'indice sono "l'essere rispettoso nei confronti di tutti", "la cui visione è consigliabile a tutti" e "l'essere rispettoso nei confronti delle donne". Per i programmi culturali e informativi si aggiungono anche la "capacità di ampliare la conoscenza" e di "aiutare a capire".

Riguardo ai risultati provenienti dall'**analisi dei contenuti**, operativamente la misurazione del contributo della programmazione alla creazione di coesione sociale è stata effettuata attraverso due insiemi di variabili pertinenti, individuate nel **Rispetto della dignità della persona** e nella **Capacità di promuovere inclusione/diversità sociale**. La programmazione Rai monitorata si caratterizza per un sostanziale **rispetto della dignità della persona** nel **99,7%** delle trasmissioni.

Il rispetto
della dignità della persona
nelle trasmissioni Rai analizzate



Con riferimento alla **capacità di promuovere inclusione/diversità sociale** i risultati sulla visibilità di persone rappresentanti diverse identità di genere, generazione, etnia, religione, classi socio-economiche, disabilità e orientamento sessuale forniscono un parametro utile a valutare il grado di inclusione nella programmazione Rai, contribuendo a stimare quanto l'offerta del Servizio Pubblico tenda a raggiungere le diverse componenti della società. Le trasmissioni analizzate hanno restituito un campione di persone fra conduttori e conduttrici, giornalisti e giornaliste, ospiti, intervistati, partecipanti ai diversi generi di programmi e personaggi delle fiction, di cui il **63%** uomini e il **37%** donne. Tutte le generazioni trovano ampi spazi di inclusione nella programmazione Rai, seppure sia evidente una prevalenza delle generazioni adulte: la somma dei giovani adulti (35-49 anni) e degli adulti/anziani (50-

64 anni) copre infatti il **66,7%** del campione rispetto al **43,4%** della popolazione nelle stesse fasce d'età.

Gli imprenditori, i liberi professionisti ed i dirigenti e quadri d'azienda sono la classe socio-economica che gode della più ampia visibilità televisiva (**60%**) ed è rappresentata, in proporzione, più dagli uomini che dalle donne. Seguono la classe media impiegatizia (**14,7%**) e la piccola borghesia urbana dei piccoli imprenditori e lavoratori indipendenti nei diversi settori delle costruzioni, dell'industria, del commercio e dei servizi (**13,9%**). A godere di una visibilità limitata sono le persone disoccupate, inabili al lavoro o in altre condizioni di marginalità sociale (**1,6%**) e la classe operaia agricola (**0,8%**).

Le etnie diverse da quella bianca-caucasica sono presenti tutte, caratterizzate da una sovra-rappresentazione, rispetto alla ripartizione degli stranieri residenti in Italia per area di provenienza secondo i dati Istat, delle persone/personaggi provenienti dall'America Latina (**17,7% vs 8,2%**) e dal Medio Oriente (**14,7% vs 1,2%**). Viceversa appare sotto-rappresentato il complesso delle etnie asiatiche (**15,3% vs 23,3%** della popolazione straniera residente).

La religione cattolica, storicamente prevalente nel nostro Paese, risulta la più frequente, soprattutto per gli uomini, nei casi in cui l'identità religiosa della persona/personaggio sia riconoscibile. Godono poi di una certa visibilità l'Islam (**9,6%**) – dove si concentra quasi un terzo delle identità religiose femminili – e l'Ebraismo (**5,2%**).

Le persone diversamente abili in TV risultano sotto-rappresentate rispetto alla loro incidenza sulla popolazione reale (**1,2% vs 6,0%**). Il piccolo spazio di visibilità che si ritagliano risulta bilanciato tra donne (107) e uomini (104). Quanto a orientamento sessuale, l'immaginario veicolato dalla programmazione Rai nel campione analizzato è piuttosto tradizionale: nel 17,8% dei casi in cui l'orientamento sessuale è palese prevalgono le identità eterosessuali (**96,6%**), sostanzialmente in linea con la ripartizione della popolazione secondo i dati Istat (**97,3%**).

La ricostruzione del profilo socio-anagrafico delle persone e dei personaggi mostra quindi come i volti delle diversità che si compongono nei testi e contesti TV rappresentino identità multiple e variamente articolate, certamente presenti, ma meno frequenti rispetto all'identità dominante. Dall'analisi delle due variabili emerge chiaramente come la programmazione Rai contribuisca a promuovere la coesione sociale sfidando forme di intolleranza.

Per i dettagli della rilevazione si rimanda al documento completo consultabile al sito <http://www.rai.it>

La rappresentazione dell'immagine femminile nella programmazione televisiva Rai

Il monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile nella programmazione Rai è realizzato in ottemperanza a quanto previsto dal Contratto di Servizio che richiede all'Azienda di assicurare “[...] *nell'ambito dell'offerta complessiva, diffusa su qualsiasi piattaforma e con qualunque sistema di trasmissione, la più completa e plurale rappresentazione dei ruoli che le donne svolgono nella società, nonché la realizzazione di contenuti volti alla prevenzione e al contrasto della violenza in qualsiasi forma nei confronti delle donne*” (Art. 9 Parità di genere, comma 1).

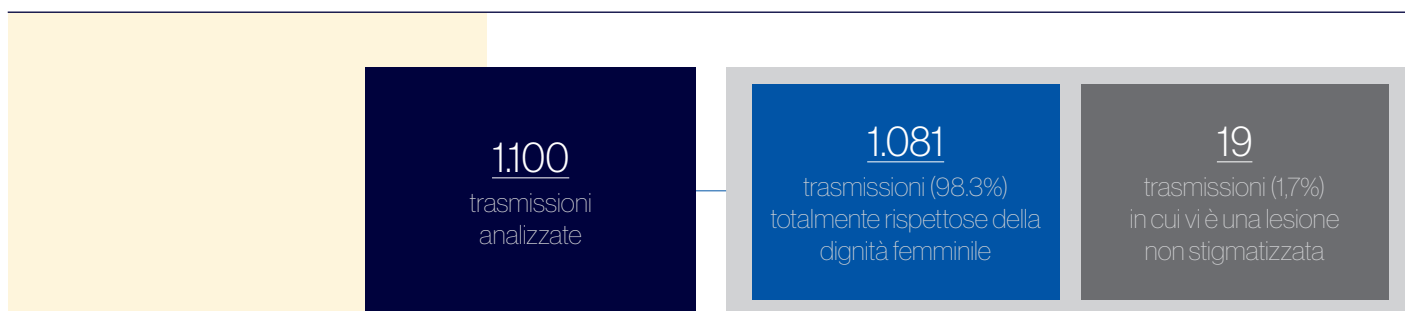
Il Contratto di Servizio richiede altresì di realizzare un monitoraggio che consenta di verificare sia “la rappresentazione non stereotipata del ruolo della donna e della figura femminile nei diversi ambiti della società” (Art. 25 comma 1, lett. p) ii)) sia di “promuovere, nella programmazione, il valore dei principi di non discriminazione e della parità tra gli uomini e le donne, [...]” (Art. 25 comma 1, lett. q) i); sia di “verificare il rispetto della parità di genere nella programmazione complessiva.” (Art. 9 Parità di genere, comma 2, lett. c).

L'attività di monitoraggio, svolta in collaborazione con CARES – Osservatorio di Pavia, ha l'obiettivo di analizzare le modalità di rappresentazione della figura femminile all'interno dei programmi Rai, ancorando le categorie di analisi agli standard internazionali di settore e segnalando a Rai proposte di criticità, possibili violazioni e buone pratiche. Alcuni risultati della rilevazione:

- il **98,3%** delle trasmissioni monitorate è totalmente rispettoso della **dignità della femminile**;
- il **98,8%** delle trasmissioni monitorate è totalmente rispettoso dell'**identità di genere**.

Nel complesso, la presenza delle donne nei programmi Rai è in linea con quanto generalmente accade a livello europeo: i risultati sulla distribuzione di uomini e donne nelle trasmissioni Rai 2018 confermano la cosiddetta “regola del terzo”, evidenziando una **rappresentanza di genere** complessivamente sbilanciata a favore degli uomini, che costituiscono il **63%** contro il **37%** di donne, con un trend comunque complessivamente in crescita negli ultimi cinque anni.

Il rispetto della dignità femminile



Il rispetto della dignità di genere



La programmazione Rai monitorata evidenzia infine un elevato grado di attenzione per le questioni di genere, in particolare la violenza contro le donne. A questa elevata attenzione corrispondono, positivamente: una rappresentazione sostanzialmente rispettosa della **dignità femminile** e dell'**identità di genere**, una narrazione della **violenza contro le donne** complessivamente corretta, una tendenza, ancorché contenuta, a sfidare gli stereotipi di genere e proporre immagini innovative di identità, ruoli e relazioni.

Per i dettagli della rilevazione si rimanda al documento completo consultabile al sito www.rai.it

Rapporti Istituzionali Rai si relaziona quotidianamente con numerosi **stakeholder istituzionali**; tra questi si evidenziano come maggiormente rilevanti:

- il **Parlamento** (nello specifico, la **Commissione per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi**);
- il **Governo** (nel cui ambito rivestono una particolare incidenza il Ministero dello Sviluppo Economico, il Ministero dell'Economia e delle Finanze, il Ministero per i beni e le attività culturali);
- le **Autorità di garanzia** (tra le quali assume un peso significativo l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni);
- gli **enti locali**;
- **Confindustria Radio TV**;
- le **associazioni di categoria** (in particolare quelle dei consumatori).

Il ruolo dei diversi stakeholder istituzionali è di fondamentale importanza nel processo di implementazione della missione di Servizio Pubblico affidata a Rai; sotto tale profilo appare di grande rilevanza il **Ministero dello Sviluppo Economico**, che stipula con Rai il Contratto di Servizio quinquennale (attuativo della Convenzione decennale di affidamento del **Servizio Pubblico** radiofonico, televisivo e multimediale). Il Contratto identifica in modo puntuale e dettagliato i contenuti della missione, definendo le modalità per la relativa attuazione e, sotto il profilo operativo, prevede la costituzione di specifici organismi misti incaricati di definire gli interventi più opportuni per rendere maggiormente efficace l'applicazione delle disposizioni contrattuali. Il Contratto 2018-2022 - entrato in vigore l'8 marzo 2018 - ha colmato un lungo periodo di *vacatio* nel quale vigeva il **Contratto** precedente 2010-2012. Il percorso di scrittura del nuovo testo è stato sviluppato attraverso strette interlocuzioni con i diversi organismi coinvolti (Ministero dello Sviluppo Economico, Commissione di Vigilanza, AGCOM).

Un altro organismo di grande rilievo nel processo di implementazione della missione di Servizio Pubblico affidata a Rai è rappresentato dalla **Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi**; tale Commissione (composta da 40 membri di cui 20 senatori e 20 deputati, istituita con la Legge 14 aprile 1975, n. 103) per esercitare il proprio ruolo di indirizzo e vigilanza può:

- predisporre specifici atti (regolamenti, delibere, pareri, atti di indirizzo, ecc.) nei confronti di Rai;

- acquisire elementi di analisi attraverso lo svolgimento di audizioni di rappresentanti di Rai o l'acquisizione di documenti, dati e informazioni;
- rivolgere quesiti (attraverso interrogazioni o question time) cui Rai è tenuta a fornire una risposta scritta entro 15 giorni.

Da ultimo, in base alle disposizioni della Legge 28 dicembre 2015 n. 220, alla Commissione riferisce semestralmente il Consiglio di Amministrazione di Rai sulle attività svolte.

Tra le autorità di garanzia, più in particolare, assume un ruolo determinante l'**Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni** - istituita dalla Legge 31 luglio 1997, n. 249 – con il compito di assicurare la corretta competizione degli operatori sul mercato italiano delle comunicazioni. Le principali aree di intervento, con impatti rilevanti anche sull'attività di Rai, possono essere così riepilogate:

- vigilanza del rispetto delle norme di sistema relativamente alla promozione del prodotto audiovisivo, alla par condicio, agli affollamenti pubblicitari, alla tutela dei minori ecc.;
- verifica dell'adempimento da parte di Rai delle disposizioni del Contratto di Servizio;
- elaborazione dei piani di assegnazione delle frequenze.

Il tema del **pluralismo informativo** rappresenta uno degli aspetti essenziali della missione di Servizio Pubblico; l'articolo 6 del Contratto di Servizio 2018-2022, più in particolare, impegna Rai a:

- *“improntare la propria offerta informativa ai canoni di equilibrio, pluralismo, completezza, obiettività, imparzialità, indipendenza e apertura alle diverse formazioni politiche e sociali, e a garantire un rigoroso rispetto della deontologia professionale da parte dei giornalisti e degli operatori del servizio pubblico, i quali sono tenuti a coniugare il principio di libertà con quello di responsabilità, nel rispetto della dignità della persona, e ad assicurare un contraddittorio adeguato, effettivo e leale”;*
- *“assicurare nella programmazione il pluralismo, al fine di soddisfare il diritto del cittadino a una corretta informazione e alla formazione di una propria opinione”.*

In tale quadro Rai da oltre 20 anni realizza – attraverso l'Osservatorio di Pavia – un puntuale monitoraggio della presenza dei soggetti politici nella propria offerta non solo al fine di garantire la trasparenza nei confronti delle istituzioni ma, anche e soprattutto, per disporre di uno strumento interno di verifica.



Rai Porte Aperte Rai apre le sue porte a tutti gli studenti delle scuole italiane, dalle primarie e secondarie agli universitari. I giovani coinvolti possono così entrare in contatto con un vero e proprio mondo composto da studi e set, giornalisti e conduttori, attori e registi, scenografi, costumisti e truccatori, per conoscere meglio i mestieri e l'impegno di coloro che ogni giorno realizzano le trasmissioni radio e TV, creando così un ponte tra formazione e professione.

Rai Porte Aperte si compone di attività differenziate in base alle classi e alle età degli studenti. Per partecipare alle attività, gli insegnanti devono compilare un modulo disponibile sul sito del progetto www.rai.it/porteaperte dove si possono trovare anche tutte le informazioni sull'iniziativa. Gli studenti universitari e delle scuole di formazione possono fare richiesta di tirocini curriculari in Azienda attraverso l'ufficio placement dell'istituto di appartenenza.

	2018
Richieste di informazione pervenute a info.porteaperte@rai.it	510
Richieste di visite	335 richieste (per 8.375 studenti totali)
Visite didattiche effettuate	523 visite (per 13.075 studenti totali)
Progetti di Alternanza Scuola Lavoro selezionati e attivati nel 2018	14 progetti selezionati e realizzati (300 studenti in tutta Italia)
Domande di tirocinio ricevute e attivate	1.184 richieste ricevute e 192 tirocini attivati
Visite alla pagina web www.rai.it/porteaperte	67.000
Partecipanti ad Eventi Speciali sul territorio	6.330 partecipanti in 18 eventi
Totale studenti incontrati	19.897



Interazione con l'audience Il **Contact Center** di Rai è il canale di comunicazione diretto con il proprio pubblico. Gli utenti possono contattare Rai sia attraverso il canale telefonico chiamando il **Numero Verde** 800.93.83.62, sia tramite il web, utilizzando il servizio **ScriveR@i** per avere informazioni o per esprimere un'opinione, **GiocheRai** per candidature ai giochi e **Pronto la Rai** per prenotazione appuntamenti telefonici su problematiche relative al canone. Il 2018 è stato caratterizzato da un importante cambiamento nella modalità di erogazione del servizio di Contact Center.

Disponendo già dal 2016 di un Numero Verde, gratuito per gli utenti ma dedicato al solo Canone Ordinario, Rai ha deciso di trasferire su quest'ultimo tutti i servizi precedentemente erogati attraverso il numero 199.123.000.

	2018		2017	
Servizi	contatti	%	contatti	%
Numero Verde 800 93 83 62 <i>canale telefonico per canone ordinario e dal 1° aprile numero unico del call center Rai (anche per tematiche RispondeRai)</i>	356.000	78%	414.425	59%
RispondeRai 199 123 000 <i>canale telefonico per abbonamenti speciali, tematiche editoriali e candidature giochi - dal 1° aprile unificato con Numero Verde</i>	64.015	14%	230.384	33%
Pronto la Rai	7.311	2%	16.203	2%
ScriveR@i	12.961	3%	17.933	3%
GiocheRai	12.636	3%	19.363	3%
Totale	452.923		698.308	



Digital e social media L'offerta Rai sui media digitali, nel 2018, è composta da prodotti consolidati, sui quali prosegue un costante lavoro di innovazione, e da nuovi prodotti:

- **Rai.it:** il sito è stato pensato per offrire all'utente una panoramica sintetica ed efficace delle macro aree tematiche News, Sport, TV, Radio e, attraverso l'area Corporate, per stabilire una connessione diretta con la nostra *audience, consumer e business*, sui temi della trasparenza, dell'identità, della responsabilità sociale e naturalmente dell'organizzazione strutturale.
- **RaiPlay:** è la piattaforma multimediale di Rai per la fruizione dei contenuti di intrattenimento, disponibile per browser, App iOS e Android e Tv Connesse. Nel corso del 2018 sono stati lanciati una rinnovata funzione di ricerca e il sistema di raccomandazione dei contenuti, basato sulle preferenze di consumo di ciascun utente registrato, in modo da intercettare i gusti e i bisogni di consumo del pubblico in maniera sempre più efficace e personalizzata.
- **RaiPlay Radio:** è la piattaforma digitale dei 12 canali Radio Rai. Con RaiPlay Radio è possibile personalizzare l'ascolto secondo le proprie preferenze, visualizzare il palinsesto, ascoltare la diretta o un programma già andato in onda, scaricare i *podcast* delle puntate e creare raccolte personali, ricevere aggiornamenti e suggerimenti su cosa ascoltare. RaiPlay Radio è disponibile per browser e App iOS e Android.
- **RaiPlay Yoyo:** è l'app con la quale i bambini possono fruire dei loro contenuti preferiti in diretta e *on demand*, gratuitamente e senza pubblicità. L'app mette a disposizione molte funzioni per la customizzazione e la sicurezza del bambino; inoltre ogni bambino potrà avere il suo profilo personalizzato, grazie alla funzione multi-profilo. RaiPlay Yoyo è stata pensata per accompagnare i più piccoli sempre, garantendo i prodotti di qualità scelti dal canale Rai Yoyo. RaiPlay Yoyo è disponibile per smartphone e tablet come App iOS e Android.
- **RaiGulp.it:** è il nuovo portale Rai Gulp attivo dal 1 agosto 2018 con una veste grafica totalmente rivisitata, adattata ai colori della rete, e con una nuova offerta editoriale, mirata a integrare il canale alla piattaforma RaiPlay. L'integrazione consente di esplorare, in modo semplice e intuitivo, l'intero catalogo delle serie e dei cartoni animati, oltre a mostrare con immediatezza all'utente la vasta offerta del canale con migliaia di video in alta qualità, garantita dallo standard RaiPlay.
- **Rainews.it:** è il portale di riferimento per l'informazione di Rai.
- **RaiSport.it:** è il portale di riferimento per l'informazione sportiva di Rai.
- **TGR:** Rai ha lanciato, nel corso del 2018, nuovi siti d'informazione per 6 regioni italiane e per 10 redazioni, che rappresentano anche le minoranze linguistiche presenti in queste regioni. La nuova offerta digitale della TGR, lanciata dopo un lungo processo di formazione all'utilizzo dei presidi digital e social, è stata studiata per rispondere alle necessità degli utenti che vogliono approfondire l'informazione locale e per i quali l'immediatezza della consultazione è un valore essenziale. Le regioni e le redazioni coinvolte sono: la Toscana, il Veneto, le redazioni di Trieste italiana e Trieste slovena, la Sicilia, la Puglia, le province di Trento e Bolzano.
- **Rai Cultura:** il nuovo portale di Rai Cultura si propone di rendere accessibile e fruibile l'offerta culturale di Rai online con contenuti e servizi dedicati. La nuova offerta è alimentata dai contenuti originali prodotti dalla redazione web di Rai Cultura, dalla programmazione televisiva, tematica e generalista, nonché dal grande patrimonio delle Teche Rai.

Per quanto riguarda la **performance** del settore Digital, il prodotto distribuito su piattaforme proprietarie registra complessivamente oltre **4,1 milioni di pagine viste** (+6,3% vs 2017) e circa **360 milioni di visualizzazioni video** (+23% vs 2017), con una media mese di **26 milioni di Browser Unici** (+13% vs 2017) per **69,3 milioni di visite** (+7% vs 2017). Il 2018 si chiude complessivamente con **1,6 miliardi di media views**, con una crescita del +50% vs 2017. Nello specifico dei download delle app:

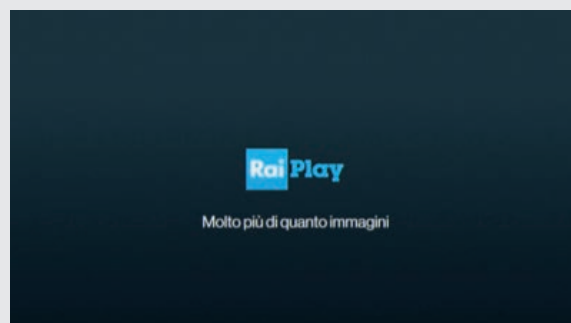
- **RaiPlay** –oltre **15 milioni di download**
- **RaiPlay Radio** –oltre **2,3 milioni di download**
- **RaiNews** –oltre **1,4 milioni download**
- **RaiPlay Yoyo** –circa **500mila download**

Rai ha consolidato e razionalizzato la propria presenza ufficiale sui principali social network, **Facebook, Instagram e Twitter**, con l'obiettivo di intercettare un'utenza sempre più vasta, più giovane e tecnologicamente competente, nonché di posizionare il proprio *brand corporate* e i singoli brand di prodotto in maniera più chiara ed efficace nel complesso e articolato panorama delle piattaforme social.

Sono state sperimentate le dirette su Facebook e Instagram diventando pratica costante e strutturata dei principali profili, insieme alla comunicazione dei contenuti in onda, le attività di *referral*, ovvero di rimando alle piattaforme digitali Rai e al download della app, sia attraverso le attività organiche, sia attraverso campagne ad investimento media. Sono stati sviluppati nuovi format pensati esclusivamente per le piattaforme social con l'obiettivo di un maggiore coinvolgimento degli utenti e di un rafforzamento del posizionamento del brand di canale in ottica di promozione dell'offerta.

L'offerta Digital Rai si è ulteriormente focalizzata sulla valorizzazione dei contenuti video, attraverso una duplice strategia, quella della pubblicazione di *long form* su piattaforme proprietarie (RaiPlay) e quella di clip su piattaforme terze (YouTube, MSN). Inoltre, è stato pienamente implementato lo strumento chiave della registrazione degli utenti. Questi i risultati del 2018, relativamente alle campagne ad investimento media - Totale canali Facebook, Instagram e Google:

- Impression: **666.640.647**
- Click verso le piattaforme Rai: **10.357.983**
- Download delle app Rai: **714.576**



1.3 Gli **obiettivi dello sviluppo sostenibile**, espressi dall'Assemblea Generale dell'Onu, rappresentano ormai un riferimento obbligatorio per chiunque voglia intraprendere positivamente percorsi di sostenibilità.



Questa è la ragione per cui quest'anno, in via del tutto sperimentale, si è voluto evidenziare la convergenza tra i programmi, approfondimenti, news, fiction, film, documentari e animazione contenuti nell'offerta radiotelevisiva Rai. Il quadro che emerge dimostra come l'offerta del Gruppo Rai contribuisce ad avviare una riflessione sugli obiettivi di sviluppo sostenibile e più in generale sul tema della sostenibilità, introducendo ed affrontando queste tematiche nella programmazione quotidiana.

Molti di questi temi, d'altronde, sono parte integrante delle linee editoriali stabilite dal Contratto di Servizio che Rai è tenuta a rispettare. In particolare l'articolo 2, Principi generali, contiene riferimenti espliciti ad alcuni di questi temi: parità di genere, istruzione di qualità, salute e benessere, lavoro dignitoso e crescita economica, ridurre le disuguaglianze, ma anche tutti gli altri obiettivi per uno sviluppo sostenibile sono presenti trasversalmente nell'intera offerta Rai.

Come è noto, in questi ultimi anni nell'opinione pubblica si sta registrando una sempre maggiore sensibilità per questi argomenti e Rai, in qualità di Servizio Pubblico, intende approfondirli e rilanciarli per rispondere, con le sue professionalità, all'esigenza diffusa di sostenibilità.

Offerta Televisiva

**SDG 2: Sconfiggere la fame**

Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile

L'agricoltura e la gastronomia italiana sono caratteristiche distintive del nostro Paese. Rai si impegna a valorizzare questi temi, attraverso **programmi** e **approfondimenti** che diffondono la cultura del cibo e della corretta alimentazione.

Linea verde
Rai 1 Un focus su territorio, ambiente, alimentazione e agricoltura con una confezione editoriale che ha un'attenzione particolare per il "grande racconto" dell'Italia attraverso i percorsi battuti della letteratura e dell'arte, rileggendo il tema dei beni culturali all'insegna della bellezza italiana.

Frijo
Rai 2 Realizzato in collaborazione con il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari, Forestali e del Turismo, pone al centro la tradizione culinaria italiana. In ogni puntata, un ospite famoso porta con sé un ingrediente Dop/Igp che è alla base del proprio "piatto della memoria", offrendo l'occasione di risvegliare sensazioni associate ad una particolare ricetta e di esplorare tradizioni della nostra cucina.

Indovina chi viene a cena
Rai 3 Inchieste e incontri che hanno raccontato lo stato dell'ambiente, della fauna selvatica e di come le moderne abitudini alimentari condizionino l'intero ecosistema e il nostro futuro. Le sei inchieste hanno trattato di ambiente, animali e modelli alimentari sostenibili, per mettere a confronto le ipocrisie e le contraddizioni del sistema di sfruttamento delle risorse, tra ricerche e progetti alternativi, e si sono focalizzate in particolare sulla radicale evoluzione del rapporto tra gli uomini e gli animali (selvatici e domestici), in perenne conflitto tra etica e sfruttamento, bisogno e passione.

Trulli tales – le avventure dei trullalleri
Rai Yoyo Nuova serie di animazione 2D per bambini nata da un'idea italiana ed esportata in tutto il mondo. Il cartone animato racconta di un regno incantato ai piedi di un uliveto secolare, un ricettario segreto in procinto di scomparire per sempre, una fornaia e quattro piccoli giovani apprendisti che frequentano la famosa scuola di Cucina e Magia di Trulliland.



SDG 4: Istruzione di qualità

Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti

I **programmi** dedicati alla diffusione della conoscenza e del patrimonio storico e culturale sono elementi della mission del Servizio Pubblico Rai: un impegno siglato anche attraverso il Contratto di Servizio.

Ulisse
Rai 1 Programma di divulgazione dedicato alla storia, all'arte e alla cultura, che conduce il telespettatore in prestigiosi luoghi, sviluppando un racconto storico, archeologico e divulgativo.

Meraviglie
Rai 1 Un viaggio che racconta i più bei siti italiani patrocinati dall'Unesco, soffermandosi davanti ai capolavori più famosi raccontandone la storia e svelandone i segreti.

Stanotte a
Rai 1 Presenta al grande pubblico quei luoghi, ricchi di storia e cultura, che di giorno sono affollati da turisti, ma che di notte rimangono soli nella loro immensità. Per questo motivo le riprese vengono effettuate esclusivamente di notte, per mostrare così un'altra faccia di quel luogo che altrimenti sarebbe impercettibile durante il giorno.

Passaggio a nord ovest
Rai 1 Programma che spazia dall'etnografia all'esplorazione, dall'archeologia all'avventura. Un mix di informazioni e di immagini originali e spettacolari dagli angoli più sconosciuti del mondo. Un viaggio tra le culture e le civiltà del presente e del passato.



- Superquark**
Rai 1
Alla scoperta di argomenti interessanti e appassionanti spaziando dall'archeologia alla natura, dalla storia alla tecnologia, dall'economia alla scienza. E poi il giro del mondo in pillole per le notizie flash dal mondo scientifico internazionale. Pesi, distanze, misure e percentuali che mostrano, in maniera significativa, quali e quanti sono i cambiamenti che sta attraversando la nostra epoca.
- Superquark musica**
Rai 1
Un programma che scopre la musica attraverso gli strumenti. Ogni puntata è dedicata ad una famiglia di strumenti: pianoforte, archi, ottoni, strumenti a corda e strumenti a percussione con la partecipazione degli stessi musicisti che spiegano come sono fatti e come funzionano.
- Paese che vai**
Rai 1
Programma che racconta l'incomparabile patrimonio culturale, artistico e archeologico del nostro Paese contribuendo alla promozione dello stesso. Il Territorio declinato nei suoi molteplici aspetti e risorse: la storia, l'arte, l'architettura, i siti archeologici, i monumenti, la cultura, le tradizioni, gli usi e i costumi popolari, l'ambiente, le risorse naturali, le specialità enogastronomiche, le peculiarità dell'ingegno e del talento italiano.
- Sereno Variabile**
Rai 2
Da più di quarant'anni promuove il territorio italiano, mostrando i mille volti del nostro Paese e innescando interesse al viaggio, al turismo, all'itinerario enogastronomico, alla vacanza esperienziale e al weekend d'arte.
- Per un pugno di libri**
Rai 3
Programma che riesce a parlare di libri anche ad un pubblico decisamente giovane, facendo competere in studio giovani studenti.
- La stella di Andra e Tati**
Rai Gulp
Il film di animazione prodotto in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, utilizzato come materiale didattico nelle scuole, in ricordo degli 80 anni dalle leggi razziali fasciste emanate a partire dal settembre 1938. Il film di animazione racconta la vera storia delle sorelle Alessandra e Tatiana Bucci, sopravvissute al campo di sterminio di Auschwitz.
- Missione Spazio**
Rai Gulp
Programma che ha la finalità di raccontare la storia dello spazio europeo e tricolore attraverso le voci degli astronauti italiani che l'hanno vissuta in prima persona. Un viaggio alla scoperta di come sia cambiato l'approccio allo spazio e alla ricerca.



School of Roars –
scuola di piccoli mostri
Rai Yoyo

Aiuta i bambini a prepararsi alla vita scolastica attraverso le avventure, le esperienze e le relazioni dei protagonisti che sono dei piccoli mostri. Le esperienze di vita scolastica dei protagonisti toccano temi importanti come la cura, la condivisione, l'amicizia e il divertimento e sono il riflesso sociale ed emotivo del comportamento del nostro pubblico: i bambini che stanno attraversando (o attraverseranno presto) il passaggio dall'età pre-scolare a quella scolare.

L'arte con Mati e Dadà
Rai Yoyo

Mati è una allegra bambina di sette anni con una grande passione per l'arte, mentre il suo singolare amico Dadà, un oggetto-personaggio decisamente dadaista, trasporta magicamente i due amici nelle vite dei più grandi artisti della storia: da Van Gogh a Rembrandt, da Leonardo a Raffaello, passando per Kandinskij e Matisse.

Rai Scuola

Nel 2018 il canale ha confermato e rinnovato la sua offerta televisiva e online dedicata alla promozione e alla conoscenza delle discipline scientifiche, incentivando il loro studio, a informare e orientare alla conoscenza dei cambiamenti del mondo del lavoro e della evoluzione digitale, dell'economia globalizzata, all'alfabetizzazione digitale, a formare all'uso didattico di *coding* e robotica, alla conoscenza dell'inglese. Tutti i programmi di Rai Scuola sono ideati e realizzati per moduli utilizzabili su web, fruibili come contributi brevi, impaginabili per blocchi tematici, utilizzabili come materiali per *Lesson plan* e condivisibili attraverso i social network.

Memex, la tematica centrale di tutte le puntate è stata la valorizzazione del patrimonio culturale scientifico del nostro Paese, con il racconto delle eccellenze nazionali rappresentate dagli Istituti di Ricerca e delle peculiarità locali delle piccole e grandi realtà universitarie, delle fondazioni e dei consorzi di ricerca pubblici e privati.

Inglese 2018, produzione dedicata all'apprendimento e al perfezionamento della lingua inglese, che ha trasmesso nell'anno 122 nuove puntate, per un totale di quasi 23 ore di programmazione in prima emissione.

Digital World, per comprendere le nuove tecnologie e il modo in cui ci hanno resi delle creature fatte anche di bit, focalizzandosi sul tema dell'alfabetizzazione digitale. Un programma suddiviso per argomenti, realizzati in sezioni da 5 minuti, implementabili con schede e informazioni aggiuntive su web.

Rai Storia

Il canale della divulgazione storica di qualità, della grande documentaristica, del racconto del Paese; una riflessione sul nostro passato, presente e futuro.

L'offerta del canale, nel corso degli anni, è stata ampliata per fornire al pubblico un prodotto che raccontasse anche il mondo in cui la storia si sviluppa. Un racconto fatto di luoghi, personaggi e patrimonio culturale, elementi che costituiscono il background della nostra storia.

Oltre agli ormai consolidati anniversari storici, nel 2018 hanno trovato ampio spazio produzioni collaudate come **Italia viaggio nella bellezza**, un itinerario tra i gioielli, più o meno conosciuti, del nostro Paese, un percorso nell'incomparabile ricchezza italiana, tra storia, arte e cultura, attraverso tutte le regioni.

Il racconto dello straordinario patrimonio storico e artistico italiano continua con due nuovi programmi: **Siti Italiani del Patrimonio Mondiale Unesco**, un progetto in Convenzione con il Ministero per i beni e le attività culturali e in collaborazione con l'Unesco che ha accompagnato gli spettatori in un viaggio nei siti italiani inseriti nel *World Heritage List*, attraverso percorsi tematici e concettuali, per divulgare la conoscenza del nostro patrimonio culturale e naturale, e **Voci di una terra: Basilicata**, realizzata in Convenzione con la Regione Basilicata, per raccontare il retroterra culturale della capitale della cultura europea nel 2019.

Rai 5

Nel corso del 2018, l'offerta di Rai 5 – nella sua totalità – si è concentrata sulla promozione della cultura in tutte le sue declinazioni: arte, musica, cinema, teatro, natura e ambiente, antropologia.

Complessivamente Rai 5 ha proposto più di 800 ore di spettacoli di musica colta e balletto, dedicando ampio spazio, circa 370 ore, alla trasmissione di opere liriche, molte delle quali in prima serata, oltre a 220 ore di spettacoli di teatro. Per quanto riguarda i temi ambientali, Rai 5 ha trasmesso in prima serata più di 104 ore dedicate a serie e documentari; per l'arte e la letteratura invece, le ore di programmazione in prima serata sono state 180; per l'offerta di musica leggera e icone dello spettacolo, come anche per il teatro, le ore di programmazione in prima serata sono state più di 104.



SDG 5: Parità di genere

Raggiungere l'uguaglianza di genere, per l'*empowerment* di tutte le donne e le ragazze

Programmi dedicati all'approfondimento delle tematiche di genere nel rispetto della rappresentazione dell'immagine femminile.

- Le ragazze del '68**
Rai 3
Programma dedicato a vite solo apparentemente ordinarie, che hanno lottato per la parità di genere in un'epoca ricca di cambiamenti sociali e culturali.
- Amore Criminale**
Rai 3
Programma che racconta la vita di donne vittime di episodi di femminicidio.
- Sopravvissute**
Rai 3
Programma che mette al centro storie di donne che si sono liberate e salvate da relazioni pericolose.
- Storie del genere**
Rai 3
Il primo programma della televisione generalista a trattare i temi dell'identità di genere e della transessualità.
- Io ci sono**
Rai Premium
Film TV che narra la storia vera di Lucia Annibali, avvocatessa marchigiana sfregiata con l'acido da sicari mandati dall'ex fidanzato.
- La giusta distanza e Via dall'incubo**
Rai Movie
Due film che, pur in contesti molto diversi, trattano il tema delle relazioni di coppia che sfociano nella violenza.
- Offside**
Rai Movie
Film sulla storia di alcune giovani donne arrestate per aver violato, travestendosi da uomini, la norma che impediva loro di assistere a una partita di calcio.





SDG 8: Lavoro dignitoso e crescita economica

Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti

Il mondo del lavoro e dell'economia nei **programmi** e nelle **inchieste** Rai.

Eroi di strada Rai 2

Ogni puntata racconta la periferia delle grandi città italiane attraverso le storie di otto personaggi. Quattro volti noti e quattro persone comuni dalle storie straordinarie, gli *eroi* di ogni giorno che della periferia hanno fatto il loro centro. Nei loro racconti l'impegno, l'obiettivo, le origini, la famiglia, i compagni di viaggio, ma anche il disagio, il pericolo di perdersi e il riscatto. Voci giovani si incrociano con quelle di chi ce l'ha già fatta, in un racconto di radici e futuro.

Il posto giusto Rai 3

In collaborazione con Agenzia Nazionale Politiche Attive del Lavoro e Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali fornisce gli strumenti che Italia ed Europa mettono a disposizione per chi cerca un lavoro. Attraverso il racconto di storie sia professionali che umane si illustra in modo semplice come accedere alle opportunità offerte oggi dal mercato del lavoro.





SDG 9: Imprese, innovazione e infrastrutture

Costruire una infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile

I **programmi** e le **inchieste** Rai sono da sempre vicini al tema dell'innovazione come motore per lo sviluppo del Paese. Non mancano infatti gli spazi dedicati alle best practice e alla divulgazione dei temi legati alla tecnologia.

Petrolio
Rai 1

Programma di approfondimento che si occupa di cercare, analizzare e valorizzare le ricchezze che l'Italia possiede, i tesori artistici e culturali, le capacità imprenditoriali e i talenti che aspettano solo di essere "estratti" come se fossero appunto il petrolio, l'oro nero del nostro Paese.

Codice: la vita è digitale
Rai 1

Programma dedicato al grande tema della rivoluzione digitale. In particolare sono stati approfonditi sei temi popolari: *fake society*, salute e cibo di precisione, trasporti, moneta elettronica, privacy e identità, educazione e conoscenza. L'obiettivo del programma è fornire ai telespettatori le conoscenze e gli strumenti utili per orientarsi e pianificare il proprio stile di vita, gli studi, realizzare investimenti, gestire un'azienda, tutelare i propri diritti. Ogni puntata è arricchita da interventi ed interviste a grandi personaggi di Silicon Valley, Taiwan, Cina, Stati Uniti, Israele, Emirati Arabi.





SDG 10: Ridurre le disuguaglianze

Ridurre le disuguaglianze all'interno e fra le Nazioni

Rai si impegna a favorire una società inclusiva, equa, solidale e rispettosa delle diversità attraverso **programmi** che trattano questi temi.

Il sogno di Brent Rai Gulp

Brent Winters ha 14 anni e sin da bambino il padre, motociclista professionista, lo ha avviato alle gare in moto. A causa di un incidente è costretto su una carrozzella. Un giorno conosce Giusy Mc Callan, che si sta allenando per partecipare alle Paralimpiadi nei 100 e 200 metri. Con i pezzi della sua vecchia moto Brent riesce a mettere a punto delle protesi che consentiranno alla ragazza di correre più veloce. L'entusiasmo e la tenacia della ragazza sono contagiosi e Brent decide di cimentarsi con più determinazione nello sport, per arrivare anche lui alle Paralimpiadi come pilota di *handbike*.

Hank Zipzer – fuori dalle righe Rai Gulp

Ragazzino dislessico protagonista di una serie di folli disavventure che riesce sempre ad affrontare con furbizia ed umorismo. Hank Zipzer infatti è un ragazzo intelligente, creativo e pieno di idee geniali, ma nella sua vita scolastica fa fatica a rimanere "in riga". Il maestro di musica, che ha la sensibilità di accorgersi della sua difficoltà, saprà come indirizzarlo.

Mimi e Lisa - il mistero delle luci di natale Rai YoYo

Mimi e Lisa sono amiche per la pelle e fanno tutto insieme aiutandosi l'una con l'altra: Lisa è vivace e distratta e a volte non vede quello che ha sotto gli occhi; gli occhi di Mimi invece non possono vedere nulla, ma lei ha imparato a muoversi e giocare usando gli altri sensi. Nessuna delle due vuole fare a meno delle calde luci dell'albero di Natale che sembrano irrimediabilmente rotte come l'amicizia tra gli anziani del palazzo, e insieme affrontano un viaggio indietro nel tempo per indagare su cosa non ha funzionato tanti anni prima, quando gli anziani vicini erano bambini.

Lampadino e Caramella Rai YoYo

Primo cartone animato al mondo accessibile a tutti i bambini. Grazie alla collaborazione di strutture cliniche specializzate, sono stati introdotti: una voce narrante, sottotitoli, interpreti della lingua dei segni, una grafica e uno stile di animazione non invasivi. Tutti questi elementi permettono anche a non udenti, non vedenti e a chi è affetto da autismo di seguire le avventure dei piccoli protagonisti insieme ai loro amici animali.



SDG 11: Città e comunità sostenibili

Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili

Rai e l'attenzione alle città e alle comunità italiane; **programmi** e **approfondimenti** sull'evoluzione delle città e il loro sviluppo.

Linea verde life
Rai 1

Programma centrato sul tema della sostenibilità urbana. In ogni puntata si va alla ricerca di tutto ciò che ci consente di trovare possibili risposte alla domanda: come vivremo e come sarà la qualità della nostra vita nel 2050? *Eco, bio, smart, green*: sono questi gli assi narrativi del programma che mette a confronto le principali città sostenibili europee e include aspetti legati all'economia domestica, al giardinaggio e alla cura degli animali domestici.





SDG 13: Lotta contro il cambiamento climatico

Adottare misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze

Attraverso i suoi **programmi** ed **inchieste**, Rai diffonde messaggi legati alla mitigazione del cambiamento climatico approfondendo temi di carattere scientifico legati al clima e all'ecosistema.

Niagara –
Quando la natura fa
spettacolo
Rai 2

Filo conduttore sono i capolavori della natura, i luoghi ancora incontaminati, gli angoli di paradiso del nostro pianeta così come gli animali e lo sconvolgimento dei loro habitat naturali. Ad arricchire ogni puntata spicca un contributo scientifico che racconta come il nostro pianeta stia cambiando ma anche come la natura ci offra soluzioni. Non mancano le inchieste per mostrare gli spettacoli della natura che stiamo rischiando di perdere, gli incontri con esploratori, naturalisti, zoologi che per passione mettono a repentaglio la loro vita in difesa dell'ambiente e dell'ecosistema. Infine, viene presentato al grande pubblico il nostro "Eroe della terra", personaggi italiani e stranieri che hanno combattuto e, talvolta, perso la vita per difendere la natura.

I segreti del deserto
(Planet Sand),
Rai 5

La lotta contro la desertificazione è una delle più grandi sfide del XXI Secolo. Coinvolge gli sforzi di persone comuni, ma anche di studiosi, scienziati e autorità. La serie "I segreti del deserto" esplora gli immensi deserti della Cina, ai margini dell'Atacama, del Sahara, dei deserti australiani e del Mar d'Aral, per documentare la battaglia quotidiana dei popoli per proteggere la terra.

Thunderbirds are go!
Rai Gulp

Qualunque calamità si presenti all'improvviso e minacci l'umanità, un'incredibile squadra di eroi è pronta a intervenire per evitare il disastro. Nella loro base segreta su un'isola del Pacifico, i Thunderbirds hanno a disposizione le tecnologie più avanzate e veicoli super attrezzati per ogni missione.





SDG 14: La vita sott'acqua

Conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile

Il mare, le sue risorse e l'impegno nel salvaguardarlo. La vita sott'acqua è studiata ed approfondita nei **programmi** e nelle **inchieste** Rai.

- Linea blu**
Rai 1
- Appuntamento legato al mare, e non solo. Tradizione e innovazione nell'attività ittica, curiosità, storie di gente comune, immersioni subacquee, tutto per raccontare il mare nostrum a 360 gradi. Inoltre, Linea blu si ripropone di raccontare anche temi globali e contemporanei legati al mare e all'ambiente.
- Antartide**
Rai 5
- Viaggio alla scoperta del Continente Bianco, uno degli ambienti più ostili e allo stesso tempo magici della Terra. Agli antipodi del nostro pianeta, le regioni polari appaiono incontaminate, eppure anche in queste terre ostili e lontane la flora e la fauna oggi sono minacciate. In ciascun episodio, un team di naturalisti e ricercatori cerca di comprendere il ruolo chiave di questo continente per la salvaguardia dell'ambiente globale.





SDG 15: La vita sulla Terra

Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre, gestire sostenibilmente le foreste, contrastare la desertificazione, arrestare e far retrocedere il degrado del terreno e fermare la perdita di diversità biologica

Rai, attraverso i suoi **programmi**, si impegna nel diffondere messaggi legati alla tutela della biodiversità, della cura del territorio e delle aree protette.

- Linea bianca**
Rai 1 Tradizionale appuntamento con la montagna. Culture, realtà di imprese, curiosità e tradizioni per esplorare la montagna nei suoi molteplici aspetti. All'interno di ogni puntata, spazi dedicati all'alimentazione e all'agronomia curati da esperti del campo, integrati con racconti attinti dal folklore, dai miti e dalle leggende della montagna. Un viaggio attraverso il nostro Paese con delle escursioni al di là delle nostre montagne per conoscere e raccontare gli altri versanti.
- Kilimangiaro**
Rai 3 Il viaggio attorno al mondo attraverso la bellezza, le culture e le curiosità del nostro pianeta. Un prodotto dal quale è nato uno *spin-off* in quattro appuntamenti speciali in prima serata dal titolo **Kilimangiaro – Ogni cosa è illuminata** dedicati al rapporto tra natura e uomo.
- Geo**
Rai 3 Racconta al pubblico le cronache dai diversi territori del nostro Paese con servizi e reportage dedicati alla salvaguardia dell'ambiente e delle culture locali.





SDG 16: Pace, giustizia e istituzioni solide

Promuovere società pacifiche e più inclusive per uno sviluppo sostenibile; offrire l'accesso alla giustizia per tutti e creare organismi efficienti, responsabili e inclusivi a tutti i livelli

Rai e l'impegno per avvicinare cittadini ed istituzioni diffondendo e favorendo il dibattito su politica, giustizia e organi dello Stato attraverso i suoi **programmi**.

Sono innocente
Rai 3

Programma che narra il dramma e il riscatto di persone che, da una vita normale e tranquilla, si trovano catapultate in un vero e proprio incubo: la difficile realtà del carcere.

Il giardino dei Finzi Contini,
Il figlio di Saul, Rosen Strasse
e Arrivederci ragazzi
Rai Movie

Trattano il tema della Shoa.

Il cammino della speranza
Rai Movie

Ricorda quando a emigrare per sfuggire alla fame, affrontando pericoli e vicissitudini, erano gli italiani.

Il giudice ragazzino
Rai Movie

La storia di Rosario Livatino, impegnato nella lotta alla mafia, tra connivenze politiche e omertà.

Buongiorno, notte
Rai Movie

Racconta di una brigatista coinvolta nel sequestro Moro e del suo conflitto interiore.

Max e Helene
Rai Premium

Un amore nella follia del nazismo in tema di persecuzioni etniche e politiche.



- Il cuore nel pozzo**
Rai Premium
Film TV sulle vicende della comunità italiana in Istria dopo l'arrivo delle forze di Tito.
- Con il sole negli occhi**
Rai Premium
La fuga di un bambino siriano dal suo Paese in guerra, alla disperata ricerca dei fratelli.
- Lea**
Rai Premium
Il calvario di Lea Garofalo, collaboratrice di giustizia uccisa e bruciata nel 2009 in un agguato organizzato dal suo ex compagno, boss della 'ndrangheta.
- Paolo Borsellino –
I 57 giorni**
Rai Premium
Il drammatico periodo che separa la morte di Falcone da quella di Borsellino, in cui il giudice intuisce il suo destino e traccia il bilancio della sua esistenza, dei suoi affetti e del suo impegno come magistrato nella lotta contro lo strapotere di Cosa Nostra.
- Io sono Libero**
Rai Premium
Documentario sugli ultimi mesi di vita di Libero Grassi, piccolo imprenditore palermitano assassinato dalle cosche per essersi rifiutato di pagare il pizzo e divenuto simbolo della lotta a Cosa Nostra.
- La bicicletta di Bartali**
Rai Gulp
La bicicletta di Bartali, con cui il campione aveva aiutato a salvare 800 ebrei durante la guerra, è custodita da un anziano ebreo, Alberto, e passata come regalo al nipote tredicenne David. Ne nasce un percorso di crescita morale per David e il suo amico arabo Ibrahim che, insieme, sfidano le diffidenze delle loro comunità e si impegnano in una gara di ciclismo che apre la strada a un futuro migliore di pace, fratellanza e comprensione.





Uno Mattina Rai 1

Si occupa quotidianamente di attualità, trattando tematiche strettamente legate ai fatti di **cronaca**, al **sociale**, alla **promozione del patrimonio culturale e ambientale**, anche all'interno delle rubriche:

- *L'Angolo del cittadino*: uno sportello per il cittadino nel quale vengono affrontati temi di interesse comune.
- *Paese mio*: rubrica che nasce con l'obiettivo di dare voce ai territori italiani, a quell'Italia cosiddetta "minore". Un'Italia fatta di paesi di campagna, di borghi montani, di luoghi isolati. Centri piccoli ma ricchi di storia e cultura, purtroppo oggi a rischio scomparsa.
- *Eccellenze d'Italia*: un racconto dell'Italia attraverso i suoi prodotti agricoli ed agroalimentari migliori.
- *Sentieri in montagna*: servizi realizzati in giro per l'Italia alla scoperta dei più bei sentieri di montagna.
- *Italia bel paese*: il racconto delle bellezze artistiche e culturali del nostro Paese.
- *Italiani nel mondo*: rubrica nella quale vengono raccontate storie di italiani che per varie ragioni hanno lasciato il proprio Paese per andare all'estero in cerca di fortuna, mantenendo però un forte legame con l'Italia.
- *Borghi d'Italia*: servizi realizzati in giro per l'Italia alla scoperta dei borghi più belli.





Presca Diretta Rai 3

Ha trattato i temi del lavoro, della sicurezza personale, della salute, dell'educazione civica, della riduzione dei consumi energetici, del rispetto della biodiversità, della tutela ambientale e delle energie rinnovabili in Italia e nel mondo.



Report Rai 3

Ha trattato tematiche relative all'economia, alla società, all'alimentazione, alla salute e alla scienza, concentrandosi anche su tematiche ambientali come l'emergenza inquinamento nei mari, con un'inchiesta sulle microplastiche, e sullo smaltimento dei rifiuti urbani con il reportage "Girano le ecoballe" che ha analizzato il ciclo di gestione dell'immondizia indifferenziata.



Rai Fiction

Don Matteo

Un sacerdote che affronta temi di rilevanza sociale come: fine vita, bullismo e cyberbullismo, violenza sulle donne, prostituzione, dipendenze, circonvenzione di persone fragili e anziane da parte di truffatori.

Non dirlo al mio capo

Esplora dal punto di vista giuridico e umano questioni socialmente rilevanti come il bullismo, la malasanità, l'intossicazione ambientale, i vaccini e la disabilità, ma anche la multidipendenza psicologica e il disturbo della personalità.

L'allieva 2

Una trama *dramedy* che sviluppa tematiche come le condizioni nelle carceri, la violenza domestica, la creazione e l'uso di droghe e la disabilità.

Nero a metà

Tratta del rapporto tra i due protagonisti che, attraverso la differenza generazionale, affrontano il pregiudizio razziale e l'intolleranza.

Un posto al sole

Ampia attenzione a tematiche sociali e all'attualità. In particolare la fiction segue vari trend narrativi: violenza sulle donne e sugli insegnanti, ludopatia e bullismo, dipendenza da *trading* online e disoccupazione giovanile, usura e droga.

La mafia uccide solo d'estate - Capitolo 2

Serie di impianto *dramedy* che, attraverso gli occhi di un adolescente, racconta la tragica stagione di Palermo negli anni '80, degli eroi civili grandi e piccoli, con l'assassinio dei giudici Terranova e Costa e del Presidente della Regione Piersanti Mattarella.

Il cacciatore

Ha come protagonista un magistrato coraggioso e ruvido, impegnato nella lotta alla mafia negli anni successivi alle stragi di Capaci e via D'Amelio.

Prima che la notte

Tv Movie trasmesso in occasione della Giornata della legalità, ricostruisce la vicenda del giornalista Pippo Fava, un uomo carismatico e controcorrente, che sposò la causa della ricerca e del racconto pubblico della verità fino al sacrificio.

Aldo Moro, il professore

Docufiction con testimonianze dirette e ricostruzioni che ripercorrono la vicenda di Aldo Moro focalizzata sulla quotidianità del rapporto con gli studenti, con la sua disponibilità e l'apertura al dialogo.

In punta di piedi

Storia di riscatto sociale in cui l'impegno e la passione per l'arte diventano la prova tangibile che un progetto di cambiamento è sempre possibile. Ambientato in uno dei quartieri più degradati della periferia di Napoli dilaniato dalla guerra tra clan camorristici, racconta la lotta di una madre coraggio per allontanare la propria figlia dall'orrore della criminalità e regalarle la possibilità di una nuova vita.

I nostri figli

Racconta il dramma degli orfani dopo la tragedia di un femminicidio.

Liberi di scegliere

Tratto dalla storia vera di un giudice dei minori che ha elaborato un progetto coraggioso e lungimirante: aiutare i figli dei boss delle cosche mafiose a crescere senza dover necessariamente ripetere gli errori e il destino dei loro padri o fratelli, allontanandoli dalle famiglie di origine.

L'amica geniale

La lunga amicizia di Lila e Lenù è al centro della fiction ambientata nella periferia di Napoli e nell'Italia del dopoguerra. Le due protagoniste sono rappresentate nel loro percorso di crescita, impegnate a superare ostacoli in un contesto popolare costituito da un'umanità attraversata da conflitti rabbiosi, alle prese con la povertà e le necessità della vita. La fiction mette in evidenza l'importanza di avere un'istruzione e il conseguente ruolo della scuola, ma anche l'importanza della lettura che arricchisce la conoscenza di sé, del mondo e degli altri.

La Compagnia del cigno

Serie fra *comedy* e *drama* che riunisce un gruppo di ragazzi in un conservatorio musicale. Trasportati dalla passione per la musica e colti in un momento decisivo in cui contano la capacità di fare squadra, lo spirito di gruppo, il coraggio e la determinazione ad andare avanti.

Offerta Informativa

TG1



Il **TG1** nel corso del 2018 si è focalizzato su due linee direttive: la prima più tradizionale che consolida il **rapporto con le Istituzioni** anche attraverso frequenti dirette TV; la seconda che punta sull'**innovazione** e su temi in grado di influenzare il nostro futuro; oltre al **ruolo del Servizio Pubblico**. In linea con la seconda direttiva, il TG1 ha dedicato, nel corso dell'anno, ampio spazio alle **tematiche ambientali**, attraverso la trasmissione di servizi incentrati sul dissesto idrogeologico e la messa in sicurezza del territorio, la rete idrica fatiscente, il ciclo dell'acqua, le energie alternative, i rifiuti e l'uso efficiente delle risorse. La testata ha evidenziato anche le best practice ambientali per sensibilizzare istituzioni e cittadini ad evitare comportamenti potenzialmente dannosi per l'ambiente. Ampio spazio è stato dedicato all'**innovazione e ricerca** per spiegare i rapidi cambiamenti nel modo di produrre e di vivere nella società, grazie alla messa in onda di servizi sui cervelli italiani in fuga/di rientro, sulla tecnologia e sul mondo digitale. Grande attenzione è stata dedicata ai **temi sociali** come la situazione nei paesi colpiti dal terremoto, il dramma delle nuove povertà, la conoscenza di comunità locali spesso lontane dai riflettori. Oltre 2.000 i servizi realizzati sui temi ambientali, sociali, sul mondo del lavoro, scienza e ricerca, università e scuola, patrimonio culturale, ricostruzione post terremoto, sviluppo sostenibile.

Grazie alle **rubriche** quotidiane e settimanali, il TG1 ha dedicato ampio spazio alla **cultura**, valorizzando mostre, concerti, cinema e in generale i beni culturali; all'**economia** con particolare attenzione al tessuto socioeconomico italiano, ai giovani e al lavoro; alla **medicina** anche attraverso una chat dedicata grazie alla quale gli utenti possono rivolgere domande direttamente ai medici in studio.



TG2



Capillarità, tempestività e approfondimento: questi gli obiettivi del **TG2** attraverso un'informazione protesa alla sperimentazione, all'innovazione e all'informazione di carattere sociale. Tratti distintivi della testata sono le **rubriche**, che hanno consolidato anche nel 2018 il gradimento da parte del pubblico: *Dossier* focus settimanale sui fatti più importanti, dall'**attualità** alla **cronaca**; *Mizar* per approfondire l'**arte**, la **cultura** e il mondo dei giovani; con *TG2 lavori in corso* ampio spazio al **territorio** e all'**arte**; dalla **moda** al **design**, all'**artigianato** grazie alla rubrica storica *Costume e società*; *Achab libri*, focus sulla produzione letteraria, corredata da interviste agli scrittori; *Cinematineè*, spazio dedicato alla produzione cinematografica; *Tutto il bello che c'è* è dedicata ai giovani, al **mondo scolastico**, a quello dei **diversamente abili**, alla rete di **associazioni no profit** impegnate nel **volontariato**. La testata dedica inoltre uno spazio quotidiano alla divulgazione scientifica e all'informazione nel settore della **medicina** con la rubrica *Medicina33*.

Le eccellenze **enogastronomiche** italiane e le produzioni del territorio sono raccontate settimanalmente da *Eat Parade* e con *Si Viaggiare* i telespettatori possono scoprire **itinerari** e **percorsi** tra le bellezze artistiche e archeologiche.

TG3



I temi dello **sviluppo sostenibile**, delle sue implicazioni ambientali, sociali, occupazionali sono da sempre elementi caratterizzanti della linea editoriale del TG3. Servizi nelle varie edizioni, rubriche dedicate, ospiti e campagne editoriali mirate hanno arricchito il TG3 nel 2018 e saranno sviluppate nel 2019. La **riduzione dei consumi energetici** e delle **emissioni**, il **rispetto della biodiversità** e della **tutela ambientale** sono stati oggetto di numerose puntate della rubrica *Fuori Tg*, così come i temi legati alla **disabilità**, alla **non discriminazione**, ai **diritti umani**, alle **tematiche di genere** e alle **pari opportunità**. Molti servizi e interventi di ospiti sono stati dedicati alla promozione e valorizzazione del patrimonio culturale. TG3 nell'edizione delle 14.20 ha ospitato ogni giorno un esperto per parlare di tematiche legate allo sviluppo sostenibile e al miglioramento della qualità della vita. Ampio spazio è stato anche dedicato alle tematiche della **sostenibilità sociale** nell'edizione principale delle 19.00, nonché attraverso l'organizzazione di campagne tematiche settimanali che hanno acceso le telecamere e i riflettori sul mondo delle **carceri**, del **volontariato**, dell'**impegno sociale**, viaggiato alla scoperta di start up, di realtà produttive sommerse, valorizzato **esperienze culturali e scolastiche**, fotografato e raccontato realtà giovanili senza filtrarle attraverso gli occhi degli adulti.

TGR



TGR si impegna a valorizzare ogni giorno i temi legati alla **sostenibilità**. Circa il 4% dei racconti quotidiani è dedicato all'**ambiente**, attraverso reportage che sensibilizzano alla cura dell'ecosistema e della biodiversità, raccontando le Oasi del WWF e le campagne di Lega Ambiente sul territorio. La testata sostiene inoltre la **cultura**, dedicando ampio spazio ai beni culturali italiani, anche seguendo la campagna FAI di Primavera. L'**inclusione sociale** e l'**uguaglianza di genere** sono approfondite nelle **rubriche** settimanali del TGR. Nel corso del 2018, la testata ha promosso diverse **campagne sociali** incentrate sulla viabilità e la sicurezza stradale, sui giovani e la tecnologia, sulla lingua italiana, sulle famiglie italiane e sulla legalità. I temi della **scienza** e della **tecnologia sostenibile** vengono quotidianamente affrontati nella rubrica di approfondimento *Leonardo*. L'appuntamento economico-finanziario, *Piazza Affari*, e quello dedicato all'**industria** e all'**agricoltura**, riservano ampi spazi alla **green economy** e allo sviluppo delle **infrastrutture** attraverso percorsi virtuosi di rispetto dell'ambiente e del **riciclo** di materie prime ed energie. Particolare attenzione alla crescita culturale e al rispetto dei beni artistici e paesaggistici attraverso le rubriche *Bellitalia* e *Petrarca*.

Rai News 24



Con i propri servizi e approfondimenti è particolarmente attenta alle tematiche riguardanti la **salvaguardia dell'ambiente**, il sociale e l'insieme delle attività che in questi ambiti producono un impatto positivo sul tessuto socio-economico italiano. La testata dedica particolare attenzione alle tematiche relative al **cambiamento climatico**, avvalendosi di interviste a meteorologi e scienziati. Periodicamente vengono trasmessi servizi di approfondimento sul tema dei **rifiuti** e del relativo smaltimento, valorizzando i comuni virtuosi del territorio italiano. Inoltre, la testata dedica analisi sull'andamento dell'**occupazione** e degli indicatori del **Benessere Equo Sostenibile**, ma anche sul **gender gap**, sul **digital gap**, sulla formazione e l'orientamento universitario e professionale, sulla **cybersecurity**.

Rai Parlamento

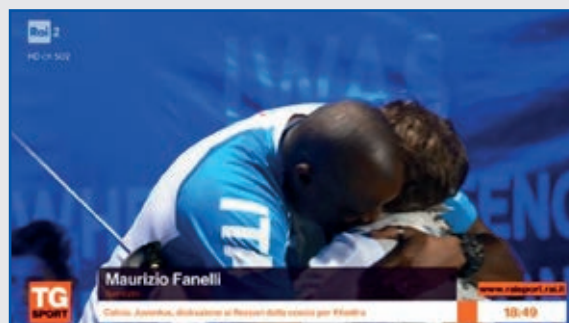
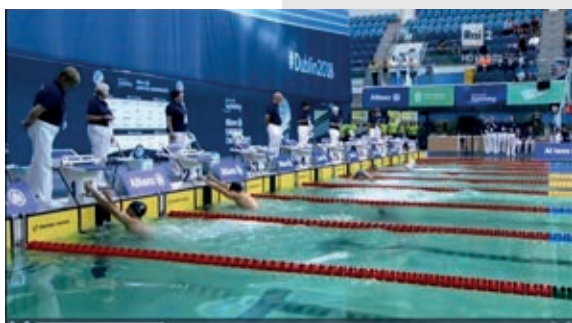


È la testata giornalistica che informa i cittadini sulle attività del Parlamento nazionale e del Parlamento Europeo, in stretta connessione con gli sviluppi dell'attività politica e nella sua ampia offerta informativa, quotidiana e settimanale, affronta quotidianamente le tematiche di rilievo sociale di maggiore interesse e attualità. Circa **500 edizioni** arricchite da contributi in collegamento dagli inviati nelle sedi di **Senato, Camera e Parlamento Europeo** a cui si aggiungono le **rubriche** settimanali: *Settegiorni* dedicata all'attualità politica e sociale, *Punto Europa*, riferimento per l'informazione dedicata all'Unione Europea ed ai lavori parlamentari di Bruxelles e Strasburgo. La testata realizza inoltre i cosiddetti "Programmi dell'accesso" che permettono alle associazioni operanti nel Terzo Settore di illustrare le proprie attività ed iniziative.

Rai Sport



Si è dedicata anche nel 2018 ad una serie di attività collegate alle tematiche **sociali**. Tra i grandi eventi sportivi si ricordano le **Paralimpiadi Invernali** di Pyeongchang, il **Mondiale su Strada di Paraciclismo** a Maniago, i Campionati del Mondo di Basket in carrozzina ad Amburgo, i Campionati Europei di Atletica, Nuoto e di Scherma a Termini, il Dream World Cup di Calcio a 5 e i Campionati Italiani di Sitting Volley a Roma. Attraverso la rubrica *Sportabilia*, i telespettatori possono approfondire le notizie sportive su tutte le discipline praticate dagli atleti disabili. In collaborazione con il Progetto FISIP, quest'anno Rai Sport ha realizzato tre brevi clip dedicate ai giovani atleti paraolimpici di età compresa tra gli 11 e i 15 anni, con l'obiettivo di incrementare le conoscenze in merito alla prevenzione della salute nello sport e diminuire attitudini e comportamenti non salutari della pratica sportiva.



Offerta radiofonica

Rai Radio1



Un palinsesto dedicato all'informazione, un racconto inclusivo, tempestivo e puntuale che rappresenta ciò che accade in Italia e nel mondo come in **Radio anch'io**. Dall'**attualità** politica ed economica alle tematiche di cronaca, dalla **rivoluzione digitale** e tecnologica alla nascita della start up come in **Eta Beta**, dall'occupazione al **lavoro** e al rispetto dei **diritti umani**. Sono trattate inoltre tematiche legate all'**ambiente**, alla promozione dell'**agricoltura sostenibile**, all'amore per la terra come nel programma **Coltivando il futuro** o all'amore per il mare come in **Radio di Bordo**; tematiche sociali, il **dialogo interreligioso** come testimonia il programma **Babele**, la **lotta alla criminalità**, alla **mafia**, alla corruzione; il rispetto della **legalità** come testimonia da anni il programma **Italia sotto inchiesta**, il rispetto della libertà di stampa e l'impegno a combattere la **violenza di genere**, promuovendo l'**empowerment di tutte le donne** come rappresentato nel programma **Donne in prima linea**. Un'offerta caratterizzata da **approfondimenti culturali e inclusivi** come testimoniano i programmi di arte e letteratura che danno spazio a giovani artisti e scrittori come **Te la do io l'arte**, **Incontri d'autore** e **Plot machine**.

Un nuovo canale telematico **Radio1 Sport** inoltre arricchisce l'offerta sostenibile promuovendo l'**integrazione sociale** attraverso il racconto e la radiocronaca di tutti gli sport, olimpici e paralimpici.



Rai Radio2



Nell'ambito dell'offerta editoriale si è prestata particolare attenzione alle **tematiche ambientali, sociali** ed alla **promozione del patrimonio culturale** italiano, dedicando spazi anche alla qualità e sicurezza dell'alimentazione, ricerca e innovazione nella filiera agricola, biodiversità e rispetto dell'ambiente, agricoltura, educazione alimentare, valorizzazione delle tradizioni alimentari e delle loro unicità culturali ed etniche come rappresentato dallo storico programma **Decanter**. Anche quest'anno Rai Radio2 ha celebrato la **Giornata Nazionale del Risparmio Energetico** e degli stili di vita sostenibili: la 14^a edizione di *M'illumino di meno*. Con il sostegno del programma **Caterpillar**, da anni l'iniziativa rappresenta la più grande campagna radiofonica di sensibilizzazione sui consumi energetici e l'**economia sostenibile**. Il progetto - declinato on air, sul web e sui social con oltre 1,5 milioni di utenti raggiunti su Facebook - anche per questa edizione ha ottenuto il patrocinio delle cariche più alte dello Stato e le adesioni da parte di Istituzioni, Enti di Ricerca, Università, Ambasciate, Musei, Federazioni sportive, grandi e piccole aziende e dei cittadini. Particolare attenzione è stata posta alla valorizzazione del patrimonio culturale e delle bellezze del territorio non solo grazie alla trasmissione **Bella Davvero**, ma anche mediante prestigiose collaborazioni volte a promuovere le eccellenze in campo **cinematografico, letterario, enogastronomico, tecnologico, artistico e naturalistico**. Un progetto d'eccezione è **Radio2 Indie**, un canale digitale interamente dedicato alla musica più innovativa con una ricercata *playlist* di brani italiani e internazionali, per dare finalmente il giusto spazio agli artisti emergenti e al pubblico dei giovani e giovanissimi.



Rai Radio3



Nel corso del 2018 Rai Radio3 ha dedicato particolare attenzione ai grandi temi del dibattito culturale e civile. Molte le trasmissioni e gli appuntamenti che ricordano date importanti della storia del nostro Paese. Da ricordare l'iniziativa natalizia *Biblioteca dei diritti*: una biblioteca immaginaria in cui, attraverso la voce di scrittori, poeti, saggisti, scienziati, uomini e donne del mondo dello spettacolo, si invita alla lettura di un testo che apre spazi di riflessione a tutela di quei valori etici e civili che ogni popolo e ogni nazione deve incarnare e far rispettare. Storici i programmi dedicati all'integrazione tra popoli come il programma interreligioso **Uomini e profeti**, alla **promozione culturale** con programmi quali: **Fahrenheit**, dedicato al mondo della letteratura e alla scoperta di nuovi talenti, **A3**, dedicato all'arte e ai suoi protagonisti, **La lingua batte**, dedicato alla lingua italiana, **Le Meraviglie**, dedicato ai luoghi insoliti e stupefacenti del nostro Paese. Di tematiche **ambientali, scientifiche e divulgative** si occupano le trasmissioni **Radio3 Scienza** che organizza puntate in diretta in cui gli studenti (dalle scuole elementari alle superiori) incontrano gli scienziati per promuovere la diffusione della cultura della scienza e della cosiddetta "cittadinanza scientifica" fin da piccoli e **Radio3 Mondo**, con una particolare attenzione per la dimensione globale dei fenomeni, e **Tutta la città ne parla**, con uno sguardo attento anche agli esiti che i **cambiamenti climatici** hanno sul nostro territorio e sulle nostre economie. Per la *Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne* Rai Radio3 ha scelto di dedicare un'intera settimana a trasmissioni in grado di sensibilizzare gli ascoltatori su questo gravissimo e purtroppo sempre attuale tema. Inoltre Rai Radio3 ha trasmesso i Concerti di **EUYO European Union Youth Orchestra**, che dal 2017 ha sede in Italia. L'Orchestra ha formato 160 elementi provenienti dai 28 paesi dell'Unione Europea, e rappresenta un esempio di integrazione ed eccellenza. Fondata dal Maestro Claudio Abbado, in 40 anni di attività l'Orchestra ha formato 3.000 allievi che hanno suonato nei quattro continenti. Ogni anno partecipano alle audizioni gratuite dell'Orchestra più di 4.000 ragazzi tra i 16 e i 26 anni.



Rai GR Parlamento



Il canale istituzionale si occupa principalmente delle **attività parlamentari** di Senato e Camera. Rai GR Parlamento trasmette in diretta le sedute delle Aule; inoltre segue, descrive e racconta la società italiana attraverso le dinamiche istituzionali: **attualità politica, economia, ambiente, lavoro**, rispetto dei **diritti umani**, lotta alla criminalità e alla corruzione. Le **rubriche** di approfondimento – *L'Italia che va, Federalismo solidale, No Profit, Parlamento 2.0* – trattano specificatamente i temi dei diritti, della diversità, del sociale, del Terzo Settore in appuntamenti settimanali.

Rai Isoradio



Nella sua *mission* un obiettivo di grande rilievo sociale: promuovere tra gli ascoltatori la cultura della **sicurezza** e dell'**educazione stradale**. A questi temi sono dedicati una serie di approfondimenti con le Istituzioni: Polizia Stradale, Carabinieri, Polizie Municipali, Anas, Aiscat, Autostrade per l'Italia, Protezione Civile, Enti Locali e Ministeri. Da alcuni anni, particolare attenzione è rivolta ai **giovani** e alla **scuola**: *Studenti a Isoradio*. Scolaresche da ogni parte del Paese in visita negli studi di Saxa Rubra e in onda accanto ai conduttori: le voci dei ragazzi raccontano i progetti educativi di sicurezza ed educazione stradale della propria scuola.

Rai Radio Classica



Il palinsesto spazia dal Medioevo al XXI secolo nel repertorio strumentale, operistico, sinfonico, concertistico e cameristico. Una funzione formativa che passa per i concerti organizzati in varie sedi, tutti gratuiti, interpretati da musicisti prestigiosi e dalle nuove leve della musica colta. Il 30 marzo, un'intera giornata per il debutto ferrarese dell'Orchestra Giovanile Europea EUYO, con il Chamber ensemble in diretta dal Teatro Abbado.

Rai Radio Kids



La tutela dell'**ambiente**, la **gestione dei rifiuti** e lo **spreco alimentare** sono i temi al centro di una serie realizzata con bambini ed esperti. Per il primo compleanno del canale radiofonico specializzato per i bambini tra i 3 e i 10 anni, il Teatro Olimpico di Roma ha accolto *Radio Kids for Kids*, uno show con i pupazzi DJ, Lallo e Lella, e tanti ospiti tra i quali Regal Academy, Masha e Orso, le Winx, Maggie e Bianca, Supermagic.

Rai Radio Live



Rai Radio Live è presente sul territorio per raccontare dal vivo lo straordinario patrimonio diffuso di arte, storia, tradizione e paesaggio. Un'autentica immersione nella **cultura** e nella **natura** che accompagna gli ascoltatori in viaggio nel bel Paese. Dai piccoli centri di montagna ai borghi marinari, un viaggio lungo e affascinante per scoprire l'Italia più nascosta, ricca di caratteri e di testimonianze. Rai Radio Live si occupa anche di **ambiente, occupazione, diritti, legalità e sostenibilità, bullismo, autismo, neurodiversità e lotta contro la violenza di genere.**

Rai Radio Techetè



Nel 2018 si segnalano gli speciali *Qui Radio Bologna* e *Qui Radio Palermo*, due documentari sulla radio nel **dopoguerra**. Rai Radio Techetè ha celebrato l'anniversario del **1968** e ha scelto di farlo attraverso i documenti sonori conservati nell'Archivio del Giornale Radio dell'epoca: cronache e inchieste degli inviati Rai nelle città della contestazione. Nella sezione Fiction, il ciclo **I Cinquanta**, decine di radiodrammi originali realizzati negli **anni '50. Le Compagnie di prosa della Rai**, dedicato al teatro, la storia di un periodo d'oro della Radio, con le voci di attori, tecnici e dirigenti che hanno partecipato a produzioni storiche, dagli anni Quaranta ai Settanta. Per **Le storie della musica**, da segnalare Lucio Battisti a **Per Voi Giovani**, con una rara intervista-concerto. Infine il varietà, con **Facce ride**, un ciclo di puro divertimento e documentazione storica, giocato sull'incontro virtuale tra due grandi protagonisti della comicità italiana.

Rai Radio tutta italiana



Il primo canale Radio Rai dedicato alla canzone italiana dagli anni '60 ad oggi. Successi recenti e passati, cantanti emergenti e nuove tendenze del mondo discografico e indipendente. Un palinsesto ricco di live e di interviste dietro le quinte.

Innovazione tecnologica e multimedialità

1.4

Il Gruppo Rai, come riportato nel Contratto di Servizio 2018-2022, è tenuto a “*promuovere la crescita della qualità della propria offerta complessiva*”, contribuendo alla “*ricerca e all’innovazione tecnologica e sperimentando nuove modalità trasmissive*”, in linea con l’evoluzione del mercato, anche al fine di favorire lo sviluppo industriale delle infrastrutture fondamentali del Paese”.

Di seguito si riportano alcune attività, servizi e ricerche tecnologiche sviluppate ed implementate da Rai per perseguire tali obiettivi.

Centro Ricerche, Innovazione Tecnologica e Sperimentazione (CRITS)

Il Centro Ricerche, Innovazione Tecnologica e Sperimentazione (CRITS) supporta il Chief Technology Officer (CTO) nella definizione della strategia tecnologica di evoluzione verso la *media company* e verso il miglioramento della qualità dei servizi agli utenti. Il CRITS ha un ruolo centrale nella pianificazione delle attività tecnologiche:

- studia le nuove tecnologie e i trend nel campo della produzione multipiattaforma audio-video, dei nuovi servizi multimediali e della trasmissione su reti fisse e mobili;
- sperimenta in laboratorio e in campo nuovi sistemi e servizi;
- contribuisce alla crescita della cultura aziendale in materia di tecnologia, promuovendo corsi di formazione per il personale tecnico, seminari e pubblicazioni.

Nell’ambito delle attività di sviluppo di tecnologie e servizi a supporto dell’accessibilità dei prodotti Rai per soggetti con disabilità sensoriali e cognitive è stato avviato, in collaborazione con Digital, il servizio di *TV rallentata* per i notiziari on-demand presenti sulla piattaforma RaiPlay con l’obiettivo di migliorare la comprensibilità del parlato per anziani, stranieri e utenti con problemi uditivi.

Per il progetto di *Accessibilità degli Spazi Culturali Rai* è stato completato, presso il Museo della Radio e della Televisione di Torino, il primo progetto di *Museo Accessibile* con la creazione di specifici percorsi museali rivolti all’inclusione delle persone con diverse disabilità.

Rai 4K

Nell’applicazione interattiva *Telecomando*, all’elenco dei canali TV trasmessi sul digitale terrestre è stato aggiunto il canale virtuale *Rai 4K*, che consente agli utenti che dispongono di un televisore a standard *HbbTV* e di una connessione ad internet adeguata, di accedere in streaming ai programmi Ultra-HD 4K trasmessi sul corrispondente canale satellitare.

Nell'ambito della radiofonia nel corso del 2018 è continuato lo sviluppo di un'applicazione prototipale di *Hybrid Content Radio* che offre funzioni di personalizzazione dei contenuti, permettendo di fondere radio lineare e audio-on-demand. Inoltre, nel contesto delle nuove piattaforme per la fruizione di servizi audio e radiofonici, il CRITS ha intrapreso lo sviluppo di un prototipo basato su assistenti digitali a controllo vocale (i.c.d. *smart speaker*).

Si è conclusa l'attività Rai all'interno del progetto *ESA SCORSESE* per lo studio e lo sviluppo di un'infrastruttura per lo sfruttamento dei satelliti normalmente utilizzati per la diffusione dei segnali televisivi *lineari* anche per l'alimentazione dei nodi delle reti a larga banda, utilizzate per l'invio di servizi multimediali e video-on-demand verso dispositivi connessi (PC, tablet, smartphone).

Le Teche Rai La mission di Teche è orientata alla conservazione del repertorio audiovisivo prodotto e trasmesso da Rai e di tutte le informazioni ad esso correlate che ne consentono il reperimento nei magazzini, l'utilizzo e la sua valorizzazione. I grandi filoni di attività sono sostanzialmente:

- conservazione del repertorio trasmesso in radio ed in TV;
- documentazione e catalogazione del repertorio ai fini della sua individuazione e utilizzo;
- gestione e implementazione di un archivio che contenga tutte le informazioni circa la titolarità dei diritti delle opere contenute nei magazzini Rai;
- gestione degli adempimenti autorizzativi ed economici necessari all'utilizzazione di opere tutelate dal diritto d'autore;
- catalogazione e conservazione delle raccolte librerie, della fototeca e degli archivi cartacei;
- assistenza ad utenti interni ed esterni per ricerche di materiali di archivio e messa a disposizione ad enti pubblici o senza scopo di lucro di materiali di repertorio di cui Rai detiene i diritti;
- valorizzazione del patrimonio (partecipazione a film, documentari, progetti culturali ed educativi).

Rai ha realizzato e sta continuando ad accrescere un **Catalogo Multimediale (CMM)**, un sistema integrato di archivi informatici che contiene l'intera catalogazione testuale degli archivi della TV, della radio, delle fotografie, dei copioni e del Radiocorriere, circa 75 milioni di documenti indicizzati. In particolare si evidenziano:

- oltre **1 milione e 800.000** ore di materiale televisivo;
- circa **1 milione e 600.000** ore di materiale radiofonico;
- **45.000** fotografie di programmi Rai;
- **95.000** copioni cartacei;
- **85.000** libri tematici sui media, lo spettacolo e la pubblicità;
- **25.000** esecuzioni musicali;
- **99.783** spartiti e partiture della Orchestra Sinfonica Nazionale Rai.

Per approfondimenti sul Catalogo Multimediale, si rimanda al Bilancio Sociale/DNF 2017.

Ad oggi nel sito produttivo principale di Roma via Salaria, dove sono archiviati i materiali audiovisivi, sono state installate **10 robotiche per la digitalizzazione** dei supporti magnetici in formato Beta per **complessive 30 linee di digitalizzazione** e **7 film scanner** per la digitalizzazione delle registrazioni in pellicola. In via Asiago in Roma sono attive **16 linee per la digitalizzazione** di nastri audio. Sono state attivate anche **2 robotiche di digitalizzazione** dei supporti audiovisivi per i Centri di Produzione di Milano e Torino.

Inclusione Digitale

Nel 2018 l'offerta Rai si è rivelata ricca di **contenuti di inclusione digitale**, ovvero capaci di raccontare l'innovazione tecnologica e la *digital transformation* e accrescere l'esperienza del pubblico in termini di alfabetizzazione digitale, consapevolezza e pensiero critico. Un'offerta costante nel corso dell'intero anno solare, disponibile su tutte le piattaforme (TV, radio, web), declinata in diversi format (magazine, talk, reality, rubriche e documentari) e su tutti i generi.

- Il *framework* del Piano 2019 è coerente con le linee guida adottate dalla Commissione Europea, dall'Agenzia per l'Italia Digitale, dal Contratto di Servizio tra MISE e Rai e prevede:
- un **hub Tecnologia, Innovazione, Persona** disponibile online, dove tutti gli utenti potranno ritrovare una significativa selezione di contenuti inclusivi estratti dalle diverse piattaforme. Questo consentirà di evidenziare come l'offerta di Rai, con una molteplicità di voci, linguaggi e generi, sia in linea con il Contratto di Servizio in modo trasparente, misurabile, facile ed efficace;
- **due nuove linee editoriali: "Educazione 4.0" e "Storie";**
- **nuove produzioni native digitali** realizzate con l'obiettivo di raggiungere la fascia di pubblico tra i 15 e i 30 anni;
- una **strategia social** su misura per il raggiungimento della missione con attivazione dei necessari meccanismi di controllo e feedback;
- **eventi online e offline per il territorio.**

Lo sviluppo della radio digitale Rai

Il *Digital Audio Broadcasting* (DAB) è la nuova piattaforma digitale radiofonica che gradualmente sta affiancando la diffusione analogica in modulazione di frequenza. Per ulteriori approfondimenti si rimanda al Bilancio Sociale/DNF 2017.

Nel corso del 2018 sono stati attivati 15 impianti collocati tra Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Veneto e Campania per la radiodiffusione sonora in tecnica DAB+. Tali impianti, che si aggiungono ai 18 preesistenti, consentono una copertura mobile outdoor complessiva superiore al **49%** della popolazione nazionale. Contestualmente è stato avviato con il MISE l'iter per il conseguimento delle autorizzazioni propedeutiche all'attivazione, programmata nei prossimi mesi, di ulteriori 28 impianti, pianificati per completare la copertura fino a Trieste lungo l'autostrada A4 e lungo il percorso autostradale da Milano a Salerno raggiungendo oltre il **57%** della popolazione nazionale in ricezione mobile outdoor. Nella pagina a fianco vengono proposte le rappresentazioni grafiche del servizio DAB+ di Rai.

Copertura raggiunta a fine 2018



Copertura prevista entro la fine del 2019



L'impegno di Rai Way

Il mercato di riferimento in cui Rai Way opera è caratterizzato da una costante evoluzione della tecnologia utilizzata per la trasmissione e la diffusione dei segnali televisivi e radiofonici. Per questo Rai Way valorizza i propri asset tecnologici e il patrimonio di conoscenza attraverso un processo continuo di investimenti, innovazione e formazione che le consente di essere continuamente proiettata verso il futuro delle tecnologie del settore.

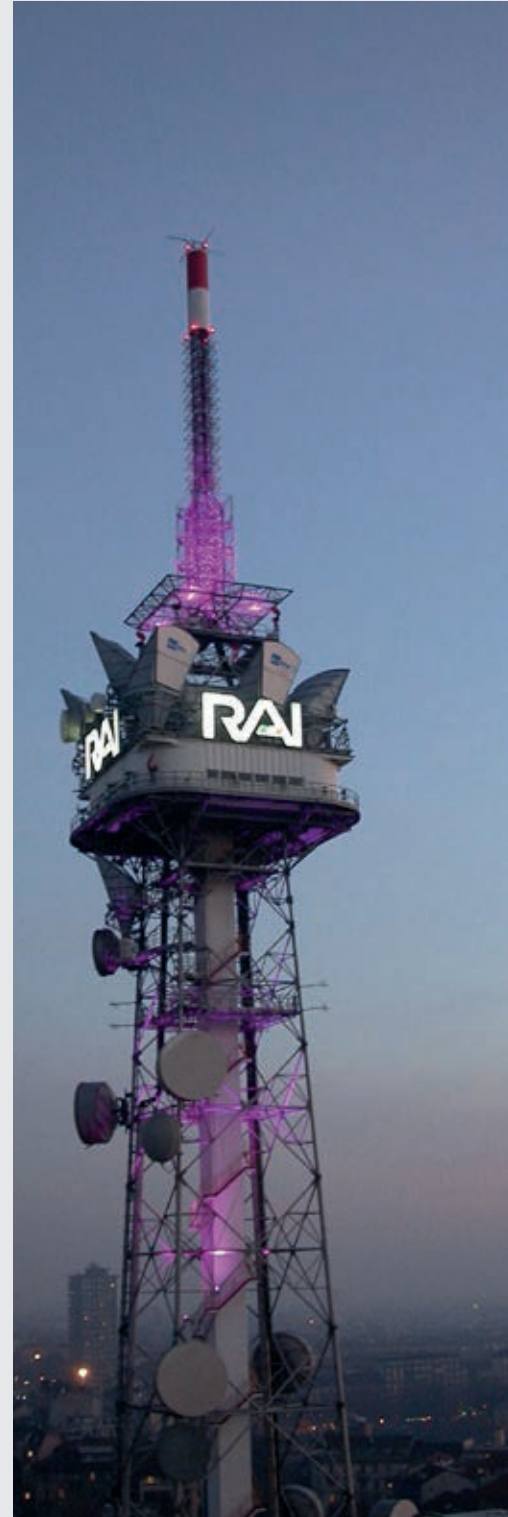
L'attività di ricerca, sviluppo e innovazione di Rai Way è multidisciplinare ed è finalizzata all'individuazione, alla verifica e all'implementazione di soluzioni idonee al monitoraggio e al miglioramento della rete di diffusione e trasmissione, attraverso la raccolta dati e l'analisi dei fattori che influenzano la qualità del servizio fornito ai clienti ed agli utenti finali. Per lo svolgimento di tale attività, Rai Way si avvale anche della collaborazione del CRITS di Rai.

Al fine di rendere più strutturato, pervasivo ed efficace l'approccio all'innovazione è stata istituita una struttura ad hoc dedicata all'innovazione ed alla ricerca per preparare l'azienda al cambiamento, acquisire competenze tecnologiche e nuove idee, sviluppare nuovi servizi e nuove capacità di business.

Per quanto riguarda le iniziative più significative del 2018 sono proseguite le attività di sperimentazione, in collaborazione con Tim, Fastweb e Huawei della tecnologia 5G nella banda 3,7-3,8 GHz nelle aree di Bari e Matera anche con la presentazione dello *user case* relativo alla contribuzione televisiva HD attraverso la rete 5G al fine di dare un contributo concreto allo sviluppo della domanda dei servizi digitali innovativi.

Nel corso dell'esercizio Rai Way ha inoltre coordinato una significativa e complessa attività di scouting tecnologico al fine di individuare possibili soluzioni per la realizzazione di servizi CDN in grado di garantire elevati livelli di QoE (*Quality of Experience*) anche in una prospettiva di traffico video e dati su internet sempre crescente sia in termini di utenti che di qualità.

La Società ha inoltre avviato con importanti partner del settore della navigazione aerea civile delle attività di sperimentazione in relazione al volo di droni "fuori vista", analizzando le tecnologie e i servizi più innovativi in questo ambito con l'obiettivo di realizzare un *proof of concept*.







16.000

Ore di prodotto
sottotitolato

2.300

Ore di prodotto
audiodescritto

4

Edizioni
giornaliere
dei TG in LIS

138

Campagne sociali
e di comunicazione
istituzionale

2.

Inclusione e Accessibilità

2.1 **Campagne Sociali** Il Servizio Pubblico dà risalto a decine e decine di voci del ricco e vitale associazionismo italiano: preziose risorse civili del Paese, tanto più importanti negli anni della crisi, impegnate ogni giorno a promuovere la solidarietà, a migliorare la qualità di vita dei singoli e delle comunità, a costruire la coesione sociale che anche Rai è tenuta a sostenere. Questa oggettiva convergenza di finalità si esprime non solo negli spazi che Reti e Testate autonomamente dedicano al sociale ma anche, in forma strutturata e regolamentata, nei canali di dialogo con l'opinione pubblica che Rai mette a disposizione. Ciò avviene attraverso tre modalità:

- 1. campagne di raccolta fondi**
- 2. campagne di sensibilizzazione**
- 3. campagne di comunicazione “Rai per il Sociale”**

Rai inoltre diffonde i messaggi di utilità sociale, ovvero di interesse pubblico, richiesti dalla **Presidenza del Consiglio dei Ministri** e dalle Pubbliche Amministrazioni. Il solido rapporto con il mondo dell'associazionismo è dimostrato dal crescente numero di domande per accedere agli spazi delle campagne sociali e dall'efficacia delle campagne realizzate e pubblicizzate tramite i canali Rai. Le campagne sociali promosse da Rai, in particolar modo quelle collegate a raccolte fondi, sono state individuate in applicazione dello specifico Regolamento pubblicato sul sito www.responsabilitasociale.rai.it.

Campagne di raccolta fondi Le pubbliche **raccolte fondi** nel 2018 sono state **44** (le campagne hanno durata settimanale ed hanno coperto quasi l'intero anno). Grande la pluralità dei temi affrontati e proposti all'opinione pubblica: dalla tutela dell'immenso patrimonio artistico italiano alla difesa dell'ambiente, dal sostegno alla ricerca scientifica contro il cancro e le malattie genetiche alla lotta contro la violenza sulle donne, dall'adozione a distanza al sostegno alle famiglie che assistono malati terminali, dalla dispersione scolastica alle nuove povertà, dall'integrazione dei migranti alla valorizzazione delle disabilità, dai diritti dell'infanzia allo sviluppo sostenibile.

Campagne di sensibilizzazione Nel 2018 le campagne di **sensibilizzazione** sono state **21**. Tra i temi affrontati si menzionano: lotta e prevenzione dei tumori, tutela ambientale, diritti umani, valorizzazione del patrimonio artistico e culturale, contrasto alla dipendenza dal gioco d'azzardo.

Campagne di comunicazione "Rai per il Sociale" Nel 2018 sono state programmate **33** campagne sociali attraverso **spot** per un totale di circa 900 passaggi televisivi e radiofonici. Il dato include sei campagne di spot Pubblicità Progresso e due campagne di agenzie sovranazionali. Alcuni degli argomenti oggetto delle campagne sono stati: malnutrizione infantile, prevenzione dei tumori, lotta contro la violenza sulle donne, disabilità, discriminazione di genere, fame nel mondo. Per visualizzare l'elenco completo delle campagne di raccolta fondi, di sensibilizzazione e di comunicazione "Rai per il Sociale", si rimanda al sito: www.responsabilitasociale.rai.it

Campagne istituzionali Su richiesta della **Presidenza del Consiglio dei Ministri**, anche in base alle proposte dei diversi **Ministeri**, nel 2018 sono state programmate **40 campagne istituzionali** attraverso spot sulle reti tv generaliste, su RaiNews24, sulle reti radiofoniche per un totale di **15.800 passaggi televisivi e radiofonici**.

Le campagne sociali hanno avuto ulteriore visibilità

sul web:

- **62** campagne pubblicate sul sito internet www.responsabilitasociale.rai.it, con testi, foto e relativi video;
- **9.317** tweet, **5.998** re-tweet, **9.413.100** visualizzazioni, **18.917** Mi piace, **11.164** foto e video, **1.800** nuovi follower sul profilo Twitter @RespSocialeRai;
- **1.238** post su Facebook;
- **405** nuove audiodescrizioni per non vedenti;
- **88** nuovi video su Rai.it e RaiPlay.

2.2 La programmazione per i diversamente abili

Gli obblighi sanciti nel nuovo Contratto di Servizio in tema di "Accessibilità" hanno reso ancora più incisivi l'impegno e l'attenzione di Rai volti all'inclusione delle persone con disabilità sensoriali, al fine di conseguire nel corso del 2018 ulteriori incrementi in termini di ore di programmazione sottotitolata ed audiodescritta, oltre ad un ampliamento della programmazione informativa tradotta in Lingua Italiana dei Segni (LIS) e della offerta sul web.

Sottotitoli Il Contratto di Servizio richiede a Rai di "sottotitolare almeno l'85% della programmazione delle reti generaliste tra le ore 6.00 e le ore 24.00"; nel 2018 Rai ha sottotitolato più di **16.000 ore** sulle reti generaliste, pari all'**88%** della programmazione. Di seguito si riportano i dati delle ore di programmazione sottotitolata dal 2010.

Ore di programmazione
sottotitolata nell'anno

Anno	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ore sottotitolate	11.300	11.650	13.200	13.300	13.600	14.000	14.220	14.540	16.040

Settimanalmente, per quanto riguarda i notiziari informativi, Rai ha sottotitolato **27 edizioni dei Tg, 10 edizioni del Tg Parlamento e 5 edizioni di notiziari sportivi.**

Audiodescrizioni Nel 2018 Rai ha audiodescritto sulle reti generaliste **1.315 ore**, con un incremento di 262 ore (corrispondenti in valori percentuali al 25%) rispetto al 2017. Tale incremento si inserisce in un trend pluriennale di costante crescita, come riportato nella tabella seguente.

Ore di programmazione
audiodescritta nell'anno

Anno	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ore audiodescritte*	301	364	387	610	574	660	900	1.053	1.315

*i valori soprariportati non considerano i valori di programmazione audiodescritta sul canale Rai Premium, che nel 2018 hanno superato le 1.000 ore.

Con riferimento all'attività di audiodescrizione si segnala - come fatto innovativo e sperimentale - la realizzazione delle audiodescrizioni delle trasposizioni televisive delle opere teatrali più conosciute di Eduardo De Filippo affiancando la normale produzione Rai di audiodescrizione dei generi film, fiction e serie TV.

LIS La programmazione in LIS è presente con **3 edizioni giornaliere ad hoc dei Tg** trasmessi dai canali generalisti, 1 edizione del Tg in LIS all'interno di *Buongiorno Regione* per le regioni Toscana e Basilicata, **1 edizione giornaliera del Tg di Rai News 24**. Infine si evidenzia che il discorso di fine anno del Presidente della Repubblica, trasmesso a Reti unificate, è stato tradotto in LIS.

Web **Rai Easy Web** è il sito dedicato alle persone con disabilità visive che propone contenuti di intrattenimento culturale e di svago per tutte le fasce di età. L'intero sito è accessibile ai non vedenti mediante barra Braille e sintesi vocale. Le Opere Multimediali pubblicate su Rai Easy Web sono particolarmente indirizzate ad agevolare l'alfabetizzazione informatica di adulti e bambini. Mediamente sono presenti nel palinsesto di Rai Easy Web: 10 differenti opere multimediali, 50 grandi opere di musica classica o lirica, 30 speciali su argomenti di attualità e ricorrenze di avveni-

menti rilevanti. Per quanto riguarda l'area delle disabilità visive, per la raccolta dei feedback/reclami provenienti dal pubblico sono attivi il numero telefonico 0633179336, attivo h24 e l'indirizzo email regia-easyweb@rai.it.

2.3 In ottemperanza al Contratto di Servizio, Rai si impegna a garantire un'offerta che sia fruibile anche dalle minoranze linguistiche del Paese. La programmazione in particolare è rivolta alle popolazioni delle regioni Valle d'Aosta, Friuli Venezia Giulia, Sardegna e delle province autonome di Trento e Bolzano.

La programmazione per le minoranze linguistiche

Valle d'Aosta Rispettando la cultura "minoritaria" della **Valle d'Aosta**, le trasmissioni valorizzano la lingua francese come elemento della cultura locale, nelle espressioni più vaste dei territori transfrontalieri attorno al Monte Bianco e delle istanze internazionali della francofonia. In linea con la programmazione dello scorso anno, vi è stata grande attenzione ai problemi della "montagna", considerata area sensibile e che l'Unione Europea considera come "coesione territoriale" dei territori alpini. Nel 2018 il palinsesto televisivo è composto da: 260 programmi di circa 25 minuti e da 52 programmi di circa 52 minuti, mentre in radio la programmazione di circa un'ora copre 312 giorni, cui si aggiungono 52 trasmissioni da 50 minuti. Nel 2018 sono state realizzate **163 ore** di programmazione radiotelevisiva e **29 ore** di informazione radiotelevisiva in **lingua francese**.

Friuli Venezia Giulia L'offerta televisiva e radiofonica realizzata dal Friuli Venezia Giulia, in ottemperanza alla Convenzione con la Presidenza del Consiglio dei Ministri, ha assicurato:

- **4.571** ore di informazione e programmazione radiofonica in **lingua slovena**
- **237** ore di informazione e programmazione televisiva in **lingua slovena**
- **124** ore di programmi radiofonici in **lingua friulana**

Per quanto riguarda la programmazione radiofonica in lingua slovena si evidenzia che Rai Radio Trst A copre 12 ore di trasmissioni al giorno, offrendo un servizio di tipo generalista che comprende l'informazione e trasmissioni suddivise per fasce d'età ed interesse.

Sardegna La programmazione annuale del 2018 risponde sia ai principi della *mission* di Servizio Pubblico che ai dettami derivanti dalla Convenzione con la Regione Autonoma della Sardegna con l'indispensabile attenzione agli aspetti di sostenibilità sociali e culturali specifici. Nel 2018 sono state prodotte circa 6 ore di trasmissioni radiotelevisive in sardo.

Bolzano e Trento Nell'anno 2018 la Sede Rai di **Bolzano**, in attuazione della Legge 105/1973 e in osservanza delle disposizioni del DPR 691/1973 e della Legge 28 Dicembre 2015, n. 220, ha prodotto e messo in onda programmi radiofonici e televisivi in **lingua tedesca** e **ladina**.

Le trasmissioni di contenuto educativo, culturale, ricreativo, con documentari, rubriche tematiche, prosa, programmi musicali e di in-

trattenimento, hanno avuto un ruolo importante sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo, assolvendo in pieno alla finalità della valorizzazione delle lingue minoritarie come previsto dall'art. 11 del Contratto di Servizio. La forte presenza di trasmissioni di contenuto informativo, con giornali radio, telegiornali, rubriche quotidiane e settimanali di approfondimento giornalistico, rassegne stampa e informazioni di pubblica utilità costituisce l'asse portante degli schemi di trasmissione giornalieri. Le trasmissioni in lingua ladina sono state diffuse anche nella zona ladina della provincia di **Trento** (Val di Fassa). In particolare sono state realizzate:

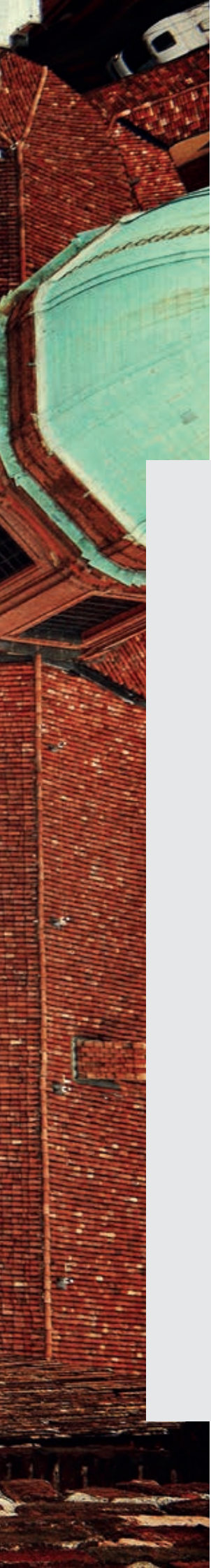
- **5.429** ore di programmazione ed informazione radiofonica in **lingua tedesca**
- **776** ore di programmazione ed informazione televisiva in **lingua tedesca**
- **364** ore di programmazione ed informazione radiofonica in **lingua ladina**
- **121** ore di programmazione ed informazione televisiva in **lingua ladina**

Le edizioni principali del telegiornale in lingua tedesca "Tagesschau" sono state sottotitolate in lingua tedesca per un totale di **182 ore**. Il contributo di Rai per la valorizzazione delle minoranze è caratterizzato anche da siti web specifici per ogni lingua con offerte distinte ma integrate di informazione e programmazione.









5

Società che presidiano
specifici settori di mercato

43%

Componenti del CdA
nella fascia d'età 30-50 anni



Avviato un progetto
di Risk Assessment Integrato



Non sono stati rilevati casi
certificati di corruzione

3.

L'identità del Gruppo Rai

Il Gruppo Rai è costituito da 5 società: la Capogruppo **Rai SpA**, la cui attività rappresenta il *core business* del Gruppo, e 4 società controllate, costituite allo scopo di presidiare specifici settori di mercato in modo più immediato ed efficace: **Rai Cinema**, **Rai Com**, **Rai Pubblicità** e **Rai Way**.

Rai - Radiotelevisione Italiana SpA è la Società concessionaria in esclusiva del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e multimediale ed è la Capogruppo. Realizza un'offerta che si articola in canali televisivi e radiofonici, satellitari, su piattaforma digitale terrestre, web e mobile. L'offerta si compone di contenuti che riguardano principalmente i generi dell'informazione, della programmazione culturale, dell'intrattenimento, della programmazione per minori, dello sport e della programmazione cosiddetta di servizio, ovvero con funzione sociale; questi contenuti sono trasmessi sia in modalità lineare che non lineare.

Il capitale sociale della Capogruppo è detenuto rispettivamente da:

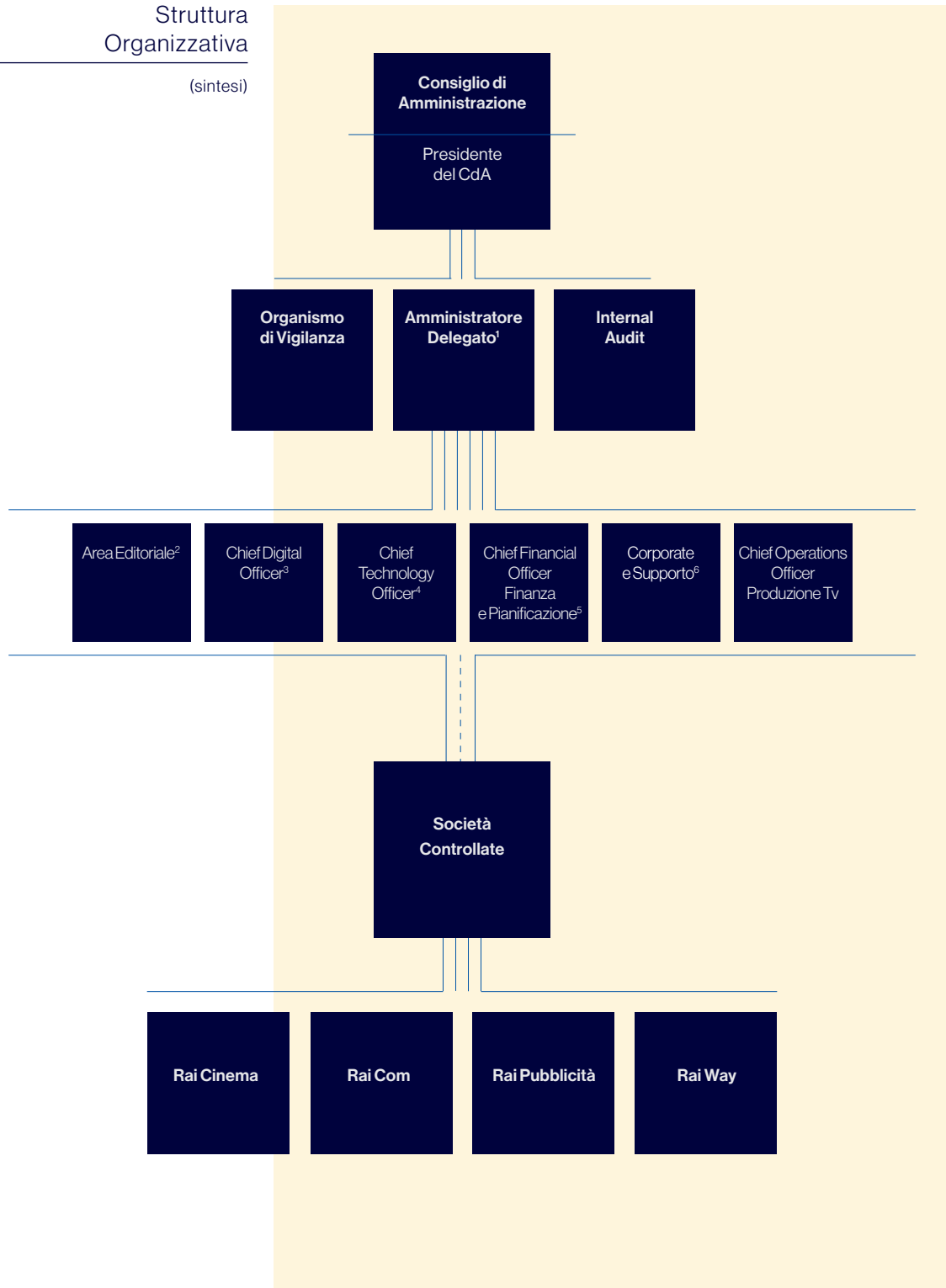
- Ministero dell'Economia e delle Finanze per il 99,5583%
- SIAE Società Italiana Autori Editori per lo 0,4417%

3.1 Corporate Governance

La struttura organizzativa del Gruppo Rai è costituita da organi gestori (Presidente, Consiglio di Amministrazione e Amministratore Delegato) e da organi di controllo interno (Collegio Sindacale, Direzione Internal Audit, Organismo di Vigilanza, Responsabile per la Prevenzione della Corruzione).

Struttura
Organizzativa

(sintesi)



1) Include, tra le altre, Governance e Segreteria Societaria nel cui ambito sono collocate Staff dell'Amministratore Delegato e Segreteria CdA e Societario.

2) Include: Direzione editoriale per l'Offerta Informativa, Coordinamento Editoriale Palinsesti Televisivi, Testate, Canali e Generi TV, Direzione Creativa e Radio.

3) Al Chief Digital Officer riportano: Digital, Teche e Pubblica Utilità.

4) Al Chief Technology Officer riportano: Staff del CTO, Coordinamento Attività di Standardizzazione e Progetti Speciali, Qualità e Pianificazione, Centro Ricerche Innovazione Tecnologica e Sperimentazione, Servizi Broadcast e Gestione Frequenze, Piattaforme e Distribuzione, ICT, Safety & Security, Asset immobiliari e Servizi.

5) Al Chief Financial Officer riportano: Pianificazione Strategica e Controllo di Gestione, Amministrazione e Finanza, Canone, Affari Fiscali, Supporto Normativo Metodologico e PMO, Bilancio Sociale.

6) Include, tra le altre, Comunicazione, Relazioni Esterne, Istituzionali e Internazionali, Risorse Umane ed Organizzazione, Affari Legali e Societari.

Consiglio di Amministrazione

	<i>fino al 26 luglio 2018</i>	<i>dal 27 luglio 2018</i>
Presidente	Monica Maggioni	Marcello Foa ⁷
Amministratore Delegato		Fabrizio Salini
Consiglieri	Rita Borioni Arturo Diaconale Marco Fortis Carlo Freccero Guelfo Guelfi Giancarlo Mazzucca Franco Siddi	Rita Borioni Beatrice Coletti Igor De Biasio Riccardo Laganà Giampaolo Rossi
Segretario	Anna Rita Fortuna	

Collegio Sindacale

Presidente	Biagio Mazzotta
Sindaci effettivi	Roberto De Martino Anna Maria Magro
Sindaci supplenti	M.M. Assunta Protopapa Pietro Floriddia

Direttore Generale

	<i>fino al 26 luglio 2018</i> Mario Orfeo
--	--

Società di Revisione

	PricewaterhouseCoopers
--	------------------------

⁷⁾ Assume la carica di Presidente del Consiglio di Amministrazione dal 26 settembre 2018.

L'organo gestorio della Società ha provveduto all'adozione del Regolamento per l'elezione del componente del Consiglio di Amministrazione designato dall'assemblea dei dipendenti Rai, in ossequio a quanto sancito dall'articolo 49, comma 6, del TUSMAR, come modificato dalla Legge di riforma Rai, e all'organizzazione della connessa procedura di voto, che ha previsto la nomina di una Commissione Elettorale *ad hoc*.

In data 18 luglio 2018 sono stati eletti i quattro membri del Consiglio di Amministrazione espressione della Camera e del Senato, il 19 luglio 2018 ha avuto luogo la votazione per l'individuazione del componente interno, con conseguente proclamazione dello stesso. In data 27 luglio 2018 il Consiglio dei Ministri ha provveduto alla designazione, su proposta del Ministro dell'Economia e delle Finanze, dei due componenti dell'organo di amministrazione di espressione governativa. In pari data l'Assemblea degli Azionisti ha nominato il Consiglio di Amministrazione della Società.

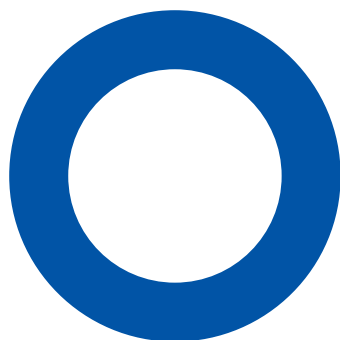
L'organo gestorio ha successivamente provveduto alla nomina dell'Amministratore Delegato su proposta dell'Assemblea degli Azionisti e, all'esito dell'espressione del prescritto parere da parte della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, alla nomina del Presidente del Consiglio di Amministrazione, affidandogli, ai sensi ed in coerenza con l'art. 26.1 dello Statuto Sociale, la delega nelle attività internazionali nell'ambito delle relazioni esterne ed istituzionali e la supervisione delle attività di controllo interno, ferma restando la collocazione organizzativa della Direzione Internal Audit alle dirette dipendenze del Presidente e in raccordo funzionale con l'Amministratore Delegato.

Il Consiglio di Amministrazione è composto da 7 membri, di cui due donne ed è presieduto da Marcello Foa che ha assunto la carica di Presidente del Consiglio di Amministrazione dal 26 settembre 2018.

Si riporta di seguito la suddivisione per fasce di età dei Consiglieri di Amministrazione per il mandato fino al 26 luglio 2018 e per il mandato a partire dal 27 luglio 2018.

Suddivisione in fasce di età dei
Consiglieri di Amministrazione
gennaio - luglio 2018

Suddivisione in fasce di età dei
Consiglieri di Amministrazione
luglio - dicembre 2018



■	30 - 50 anni	0%
■	> 50 anni	100%



■	30 - 50 anni	43%
■	> 50 anni	57%

Il sistema di controllo interno e gestione dei rischi

3.2 Nell'ambito degli strumenti di controllo e gestione dei rischi esistono analogie strutturali dei sistemi implementati nelle varie società del Gruppo. Le società si sono dotate di un proprio **Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi (SCIGR)** che per struttura, ruoli previsti e meccanismo di funzionamento si presenta simile in tutte le consociate, come previsto dal Codice Etico ed ispirato dal sistema vigente nella Capogruppo.

Il quadro regolamentare e dispositivo del SCIGR è rappresentato principalmente dai seguenti elementi:

- Statuto Sociale dell'Azienda;
- Contratto di Servizio;
- Codice Etico;
- Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. n. 231/2001;
- Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione;
- Sistema normativo, organizzativo e dei poteri di Rai SpA;
- Modello di gestione e trattamento delle segnalazioni su fatti potenzialmente illeciti, irregolari o riprovevoli;
- Sistema disciplinare interno;
- Linee di Indirizzo sulle attività di Internal Auditing, che integrano le Linee Guida sul SCIGR;
- Regolamento dell'attività di direzione e coordinamento esercitata da Rai nei confronti delle società da essa controllate.

Nel corso del 2018, le principali attività in tema di SCIGR sono state:

Ottimizzazione della gestione delle segnalazioni con nuova procedura approvata nel mese di gennaio 2019 dal CdA di Rai SpA;

Armonizzazione tra Codice Etico, Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/2001, Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione (PTPC) e Piano per la Trasparenza e Comunicazione Aziendale (PTCA) con particolare riferimento alle attività inerenti la revisione del “Protocollo sul conferimento degli incarichi di collaborazione”; armonizzazione tra il PTPC e il documento “Criteri e modalità di reclutamento del personale e del conferimento degli incarichi di collaborazione” previsto dalla Legge di riforma di Rai; introduzione di un nuovo “Protocollo sulla progressione del personale”; definizione di “Linee guida per la rotazione del personale” in attuazione del corrispondente protocollo; emissione dei “Criteri e modalità per la gestione delle dichiarazioni di inconfiribilità ed incompatibilità”.

Formazione e sensibilizzazione del management e dei dipendenti, per rafforzare la cultura del controllo e supportare il miglioramento continuo dei processi gestionali. Nel corso del 2018 sono stati erogati specifici corsi in aula destinati ai neoassunti (attività che proseguirà nel 2019) che hanno riguardato sia l'evoluzione normativa sia l'aggiornamento del PTPC. Attraverso una e-mail periodica (sotto forma di newsletter) i “Referenti Anticorruzione” e i “RPC delle Società del Gruppo” sono messi al corrente delle principali attività/iniziative interne intraprese in tema di Anticorruzione e Trasparenza e delle relative novità legislative e regolamentari. I seminari in aula e le pillole multimediali di aggiornamento sono stati organizzati per la fruizione in forma obbligatoria con registrazione della partecipazione. Per una fruizione più efficace i seminari in aula hanno riguardato in via generale il Modello di Control Governance dell'Azienda e i principali adeguamenti organizzativi che hanno inciso sull'Azienda e sul PTPC. Inoltre, sono state approfondite le tematiche connesse alla tutela del dipendente che segnala illeciti (*whistleblowing*), nonché la tematica relativa al conflitto di interesse.

Progetti futuri

Il percorso di rafforzamento del SCIGR di Rai ha evidenziato la necessità di disporre di una metodologia di riferimento univoca e di un modello integrato di identificazione e gestione dei rischi, che consenta una visione d'insieme dei fenomeni aziendali, un miglior presidio degli stessi e il conseguimento di un adeguato profilo di rischio complessivo.

Pertanto nella seconda metà del 2018, è stato avviato un progetto di **Risk Assessment Integrato** ampliato ad una visione d'insieme dei rischi aziendali (*compliance* ed operativi), che si prevede di terminare nel corso del 2019. Il Progetto di Risk Assessment Integrato prevede l'aggiornamento delle aree di rischio anticorruzione e di quelle legate al rispetto del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/2001.

Attraverso tale iniziativa, Rai contribuisce ulteriormente al rafforzamento della cultura della gestione del rischio tramite una maggiore consapevolezza del management e dei dipendenti, nonché al progressivo rafforzamento strutturale del SCIGR e delle misure di prevenzione dei rischi di corruzione.

Il Codice Etico Il Codice è articolato in tre macroaree:

Principi Fondamentali: correttezza e trasparenza, onestà, osservanza della legge, pluralismo, professionalità, imparzialità, valore delle risorse umane, integrità delle persone, riservatezza, responsabilità verso la collettività, lealtà nella concorrenza.

Principi generali di condotta per orientare l'attività di Rai: diligenza, correttezza, buona fede e lealtà, informazione e trasparenza, tutela del patrimonio aziendale, rispetto della privacy, prevenzione del conflitto d'interessi, rigida politica per i regali e gli atti di cortesia.

Ambiti rilevanti e critici dal punto di vista della correttezza comportamentale, delle specifiche **modalità di attuazione** e del **programma di vigilanza**.

Per il dettaglio dei contenuti del Codice Etico del Gruppo Rai si rimanda al sito www.rai.it/trasparenza/

Il Modello di Organizzazione,
Gestione e Controllo

Tutte le società facenti parte del Gruppo Rai sono formalmente autonome nell'adozione di propri meccanismi di controllo e gestione del rischio, essendo vincolate soltanto al Codice Etico, valido per tutte le società del Gruppo. Fondamentale, però, è la funzione di indirizzo che svolge il sistema di prevenzione dei reati della Capogruppo, alla quale le altre società si ispirano.

Per ulteriori delucidazioni sui contenuti del MOGC si rimanda al sito www.rai.it/trasparenza/

Nel corso del 2018 l'Organismo di Vigilanza ha esaminato i flussi informativi e le comunicazioni da parte dei responsabili apicali e le segnalazioni di dipendenti e uffici aziendali o terzi o anonime. La corrispondenza è transitata nella apposita casella di posta elettronica dedicata all'Organismo o via posta ordinaria. L'Organismo di Vigilanza si è riunito con continuità e ha valutato le tematiche emerse dalle informative ricevute, assumendo poi le opportune iniziative. In alcuni casi gli approfondimenti sono stati acquisiti procedendo ad audizioni di dirigenti/responsabili apicali della Società.

L'Organismo di Vigilanza ha riferito al Vertice Aziendale in relazione all'attività svolta nel 2018, con due relazioni semestrali, formulando alcune raccomandazioni e osservazioni sui principali temi di rilievo ai fini del continuo miglioramento del sistema di prevenzione dei reati di cui al D. Lgs. n. 231/2001 e promuovendo l'avvio del risk assessment "231", poi inserito da Rai nel più ampio progetto di Risk Assessment Integrato.

Percorso di aggiornamento
delle aree di rischio
anticorruzione

La prevenzione e il contrasto della corruzione, considerato il contesto fortemente regolamentato in cui l'Azienda opera e il business di riferimento, risultano tematiche rilevanti per tutte le società del Gruppo.

In particolare il PTPC attualmente adotta i seguenti strumenti di intervento a supporto della prevenzione del rischio:

- principi di controllo trasversali che si applicano a tutti i processi e le aree aziendali;
- protocolli specifici per le "Aree Generali" previste dal Piano Nazionale Anticorruzione (PNA);
- indicatori di anomalia, identificati sulla base di esperienze/conoscenze e che possono stimolare il management a porre maggiore attenzione alle attività di competenza.

Durante il 2018 è stato avviato, ed è tuttora in corso, un aggiornamento delle aree di rischio anticorruzione. Tale aggiornamento è effettuato nell'ambito del complessivo progetto di Risk Assessment Integrato, sopraccitato, che ha l'obiettivo di identificare, valutare e gestire anche i rischi aziendali legati al rispetto del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/2001.

L'obiettivo è anche quello di implementare un sistema di controllo interno e di prevenzione integrato con gli altri sistemi già adottati dall'Azienda, cogliendo l'opportunità, indicata dalla L. 190/2012, di introdurre nuove misure e/o di rafforzare quelle già esistenti attraverso un'azione coordinata, per contrastare più efficacemente i fenomeni di corruzione ed illegalità.

Nel 2018 non sono stati rilevati casi certificati di corruzione.

L'identificazione e la gestione del rischio Environmental, Social and Governance (ESG)

In attesa del completamento del progetto di Risk Assessment Integrato, il processo di analisi e di gestione dei rischi si sta concentrando anche sull'individuazione delle aree sensibili a rischi di tipo ambientale, sociale e di governance (ESG). Le informazioni raccolte individuano i seguenti processi aziendali come potenzialmente impattati da rischi di natura ESG:

- Risk Management e Compliance
- Gestione delle Risorse Umane
- Organizzazione Aziendale
- Acquisti
- Comunicazione, Relazione Esterne e Internazionali
- Salute, Sicurezza e Ambiente

L'individuazione è stata effettuata sulla base delle informazioni raccolte principalmente nell'ambito di un più ampio progetto di definizione della catena del valore del Gruppo Rai e di mappatura dei processi aziendali condotto nel 2014, nel quale sono stati identificati i principali rischi in relazione ai diversi processi aziendali, tra cui quelli suindicati.

Anche sulla spinta di obblighi di natura *compliance*, in ciascuna delle aree suindicate, Rai ha posto in essere delle azioni atte a garantire che la gestione operativa delle relative attività possa essere considerata adeguata ed in linea con i parametri di rischio al momento noti. Tali informazioni saranno oggetto di sviluppo, analisi e valutazione nell'ambito del citato progetto di Risk Assessment Integrato, al fine di individuare le migliori modalità di gestione in relazione al livello di rischio che sarà considerato accettabile.

3.3 Cyber security e privacy

Il Regolamento Europeo sulla Protezione dei Dati (GDPR) e il successivo D. Lgs. n. 101/2018 di adeguamento rispondono ad una duplice esigenza:

1. stabilire regole chiare che tutelino il diritto delle persone di decidere consapevolmente se e come i loro dati personali possono essere trattati;
2. promuovere la libera circolazione dei dati in Europa, elemento essenziale per lo sviluppo della *digital economy*.

Rai intende tutelare il diritto alla privacy e il GDPR si configura non solo come un obbligo ma anche una scelta per la difesa di un sistema valoriale, un'opportunità che discende direttamente dalla conoscenza del valore del patrimonio informativo.

Il processo di adeguamento alla normativa predisposto da Rai è in corso e si articola in tre fasi:

1. da marzo 2018 è operativa la struttura DPO (Data Protection Officer) che, per promuovere il principio dell'*accountability* sul tema all'interno del Gruppo, si è focalizzata sulle seguenti azioni:
 - predisporre il Registro dei Trattamenti dei dati, in linea con quanto previsto dal Regolamento GDPR;
 - applicare il principio di *Privacy by Design* e *Privacy by Default* mediante specifica procedura;
 - emettere una *Procedura di Gestione e Notifica Data Breach*;
 - predisporre le linee guida metodologiche per la conduzione del *Risk Assessment* e del *Data Protection Impact Assessment*;

- adeguamento delle informative privacy Rai;
 - processo di gestione dei reclami degli utenti rispetto ai temi della privacy;
2. nella seconda fase, è stata avviata una ricognizione sui trattamenti dei dati personali con conseguente analisi delle valutazioni di rischio dei processi. Attraverso tavoli di lavoro sono state svolte delle verifiche sui trattamenti digitali attivi, con particolare attenzione ai servizi che collegano Rai con gli utenti dei servizi digital, potenzialmente interessati da meccanismi di profilazione editoriale, pubblicitaria, di misurazione statistica con finalità di marketing o che interagiscono con le piattaforme social.

A tal riguardo sono stati revisionati ed adeguati gli strumenti di tutela degli interessati, le informative, la gestione del consenso e le modalità di esercizio dei diritti degli stessi. Parallelamente è stato sollecitato un adeguamento delle misure tecnologiche, organizzative e contrattuali a supporto di una corretta conduzione dei trattamenti.

Le azioni a supporto di questa fase sono:

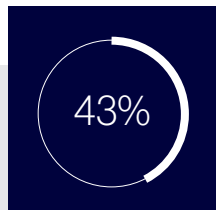
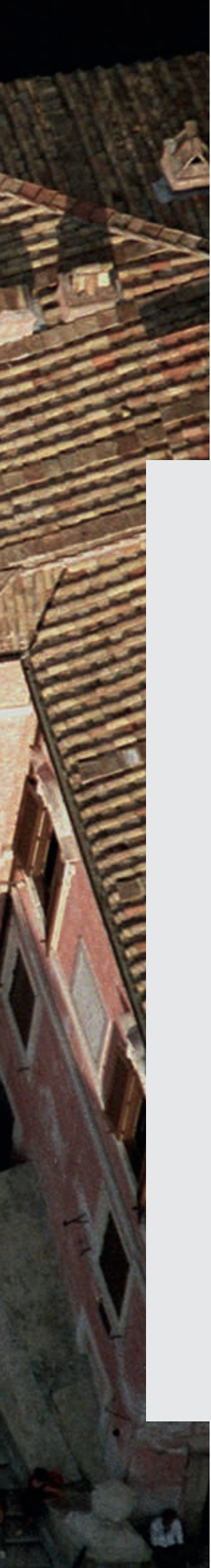
- definizione dell'organigramma privacy mediante la nomina dei Privacy Manager, dei Referenti e degli autorizzati al trattamento dati per ciascuna Direzione e Struttura aziendale;
- coinvolgimento delle Direzioni aziendali sul nuovo Regolamento attraverso incontri formativi con i Direttori e gli altri Privacy Manager nonché i Referenti della protezione dati;
- informazione a tutti i dipendenti del contenuto del nuovo regolamento attraverso un corso di formazione online;
- azione di verifica, sotto il profilo privacy, di accordi, contratti, clausole contrattuali che coinvolgono e interessano l'attività di Rai su vari fronti;
- sul piano europeo è stata avviata la collaborazione con l'associazione HbbtTV per il presidio delle attività in materia di privacy nello sviluppo delle tecnologie che caratterizzano le implementazioni delle TV connesse e dei servizi integrati;
- parimenti è attiva la partecipazione Rai in ambito EBU, sia al tavolo dedicato all'analisi delle esigenze conseguenti al GDPR per le televisioni pubbliche, sia al tavolo dell'e-privacy;

3. la terza fase prevede una revisione complessiva anche in termini di policy, processi e procedure. Il piano di adeguamento si basa sull'esigenza di rendere la privacy uno dei requisiti progettuali nello sviluppo delle nuove iniziative in campo editoriale e nel processo d'innovazione tecnologica.

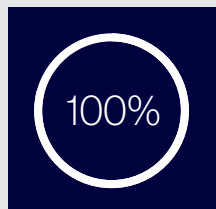




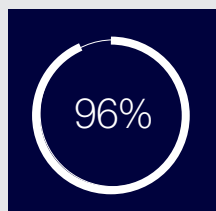




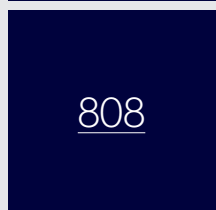
La presenza femminile nel personale Rai



Dipendenti interessati da accordi di contrattazione collettiva



Contratti a tempo indeterminato



Nuove assunzioni



Corsi nel Catalogo dell'offerta formativa

4.

Le nostre persone

4.1 Capitale umano L'attenzione e la valorizzazione delle risorse umane rappresentano elementi fondamentali della gestione Rai, indirizzata verso un progressivo miglioramento del clima di soddisfazione aziendale, con innalzamento del livello di gradimento e soddisfazione per allineare Rai alle migliori esperienze di altre realtà imprenditoriali. Al 31 dicembre 2018 il Gruppo impiega 12.811 dipendenti, 1,89% in meno rispetto al 2017.

Personale suddiviso per tipologia contrattuale e genere al 31 dicembre

<i>(unità)</i>	2018			2017		
	Tempo indeterminato	Tempo determinato	Totale	Tempo indeterminato	Tempo determinato	Totale
Donne	5.248	251	5.499	5.114	422	5.536
Uomini	7.052	260	7.312	7.087	435	7.522
Totale	12.300	511	12.811	12.201	857	13.058

Personale suddiviso per tipologia contrattuale e area geografica al 31 dicembre

<i>(unità)</i>	2018			2017		
	Tempo indeterminato	Tempo determinato	Totale	Tempo indeterminato	Tempo determinato	Totale
Nord	3.098	148	3.246	3.070	269	3.339
Centro	8.033	308	8.341	7.930	514	8.444
Sud e Isole	1.169	55	1.224	1.201	74	1.275
Totale	12.300	511	12.811	12.201	857	13.058

Il 96% dei dipendenti ha un contratto a tempo indeterminato; le donne costituiscono il 43% del personale, con un aumento dello 0,66% rispetto all'anno precedente.

Come evidenziato nella tabella di seguito, i contratti part-time costituiscono il 4,6% del totale, di cui l'89,11% riguarda le donne.

Personale suddiviso per contratti full-time/part-time e genere al 31 dicembre	2018			2017		
	Full-time	Part-time	Totale	Full-time	Part-time	Totale
(unità)						
Donne	4.975	524	5.499	5.029	507	5.536
Uomini	7.248	64	7.312	7.462	60	7.522
Totale	12.223	588	12.811	12.491	567	13.058

Personale suddiviso per categoria professionale e fasce d'età al 31 dicembre	2018			
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
(%)				
Dirigenti	-	0,49	2,16	2,65
Funzionari e Quadri	-	2,89	7,32	10,21
Giornalisti	0,03	5,34	9,30	14,67
Impiegati*	3,18	32,38	28,48	64,03
Operai	0,20	2,80	4,38	7,37
Orchestrale e altro personale artistico	0,11	0,48	0,41	1,00
Medici ambulatoriali	-	-	0,06	0,06
Totale	4,00	44,00	52,00	100,00

1) Si precisa che per quanto concerne la suddivisione delle categorie professionali nel 2018, la categoria "Tecnici" è stata ricompresa all'interno della categoria "Impiegati, impiegati nella produzione, addetti alle riprese, addetti alla regia, tecnici"

*Impiegati, impiegati nella produzione, addetti alle riprese, addetti alla regia, tecnici

Personale suddiviso per categoria
professionale e fasce d'età
al 31 dicembre

2017

(%)	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
Dirigenti	-	0,57	2,03	2,60
Quadri	-	2,98	7,59	10,57
Impiegati	1,36	32,52	27,84	61,72
Giornalisti	-	5,31	8,66	14,02
Operai	0,26	2,94	4,41	7,61
Tecnici	0,15	1,36	0,82	2,33
Orchestrai	0,15	0,45	0,49	1,09
Medici ambulatoriali	-	-	0,06	0,06
Totale	1,95	46,15	51,90	100,00

Al fine di migliorare la possibilità di conciliare l'attività lavorativa con le esigenze personali dei dipendenti, lo stesso **Contratto Collettivo di Lavoro (CCL)** per quadri, impiegati ed operai stabilisce, ad esempio, che l'Azienda presti la massima attenzione alle richieste di trasformazione del rapporto di lavoro da full-time a part-time in situazioni di particolare bisogno.

Infatti, l'**accordo di rinnovo contrattuale** del 28 febbraio 2018 ha espressamente previsto che l'Azienda favorisca la concessione di part-time anche a tempo determinato, individuando le articolazioni che risultino maggiormente compatibili con l'organizzazione del lavoro nei vari reparti o agevolando gli spostamenti del lavoratore in settori di attività compatibili con l'orario richiesto.

Il regime del lavoro a tempo parziale è applicabile anche al personale giornalistico; il **Contratto Nazionale di Lavoro Giornalistico (CNLG)** e la Carta dei diritti e dei doveri del giornalista radiotelevisivo del servizio pubblico, infatti, prevedono la concessione del part-time a tutti i giornalisti dipendenti di Rai con contratto di lavoro subordinato a tempo indeterminato che ne facciano richiesta, fatte salve le compatibilità con le esigenze di servizio, organizzative e produttive, in accordo tra Azienda e dipendente.

Le Relazioni Industriali

Al fine di assicurare il diritto di associazione ed il diritto dei lavoratori ad essere rappresentati, gli accordi aziendali stipulati con le Organizzazioni Sindacali (OO. SS.) firmatarie dei CCL disciplinano, in linea con le norme di legge, le c.d. "agibilità per lo svolgimento dell'attività sindacale". Per maggiori informazioni si rimanda al Bilancio Sociale/DNF 2017 del Gruppo Rai.

Dopo una lunga trattativa con le OO. SS. rappresentative di quadri, impiegati e operai e dei professori d'orchestra, rispettivamente in data 28 febbraio 2018 e 28 giugno 2018, sono stati sottoscritti gli accordi di rinnovo contrattuale. Di particolare rilievo, nell'ambito del rinnovo del CCL per quadri, impiegati e operai, le innovazioni introdotte in materia di classificazione del personale attraverso: la riduzione e la semplificazione dei profili professionali; l'aggiornamento di tutte le descrizioni sintetiche dei profili professionali, anche in considerazione delle evoluzioni legate alle innovazioni tecnologiche; l'individuazione delle specializzazioni/attività aggiuntive in ambito editoriale e delle flessibilità legate principalmente all'utilizzo delle nuove tecnologie; l'uniformazione dell'iter di sviluppo per tutti i profili non operai, legato al titolo di studio richiesto.

Per quanto riguarda i quadri, impiegati e operai, non è previsto un periodo minimo di preavviso per la comunicazione ai Sindacati degli eventuali cambiamenti organizzativi. Sul versante giornalisti, Rai SpA – sulla base del CNLG e dell'accordo integrativo Rai/ USIGRai – è tenuta a fornire la necessaria informativa riguardante l'organizzazione del lavoro, nomine di Direttori e Vice Direttori, le progressioni di carriera e mutamenti di mansioni, assegnazioni e assunzioni di personale almeno 72 ore prima della realizzazione dei provvedimenti che si intendono adottare.

Il **100%** dei lavoratori è interessato da **contrattazione collettiva**, con la seguente ripartizione (riferita al personale a tempo indeterminato):

- 81%: applicazione del CCL per quadri, impiegati e operai del Gruppo Rai;
- 1%: applicazione del CCL per i professori d'orchestra di Rai;
- 16%: applicazione CNLG e Accordo Integrativo Rai-USIGRai;
- 2%: applicazione CCNL per dirigenti di aziende produttrici di beni e servizi e Accordo Integrativo Rai ADRAI.

4.2 Attrazione, valorizzazione e benessere delle persone

Attrarre, selezionare e sviluppare i talenti migliori

Nel corso dell'anno 2018 le attività dell'area Selezione di Rai Academy hanno riguardato:

- l'attivazione di processi di selezione per diversi profili professionali;
- la valutazione di risorse interne in un'ottica di sviluppo e valorizzazione professionale;
- la realizzazione di parte delle attività contenute nel piano di *employer branding*;
- l'inserimento in Azienda di studenti in regime di stage curriculare e in Alternanza Scuola Lavoro.

Sono state attivate **cinque iniziative di selezione** - tramite avviso pubblico - per diverse figure professionali (tecnici diplomati – tecnici laureati – impiegati e assistenti ai programmi – laureati in economia – specializzati della produzione), da inserire in Azienda con contratto di apprendistato professionalizzante.

In relazione agli **obblighi derivanti dalla Legge 68/99** – Norme per il diritto al lavoro dei disabili, sono state valutate 93 risorse esterne appartenenti alle categorie protette, in qualità di impiegati, assistenti ai programmi e tecnici della produzione, 64 delle quali sono risultate idonee. Sono inoltre state effettuate alcune **ricerche di personale manageriale e specialistico**, tramite società di *head hunting*, che hanno generato complessivamente più di 18.000 candidature.

Nell'ambito delle attività di *employer branding*, è stato avviato lo sviluppo di canali digitali tramite l'attivazione di una pagina sul social network LinkedIn e uno studio sulla ristrutturazione del sito www.lavoraconnoi.rai.it.

In parallelo è stata portata avanti l'attività di *employer branding* "in presenza" partecipando a *career day* presso alcune università italiane (LUISS, Politecnico di Torino, Politecnico di Bari, Università Federico II, Università La Sapienza, Università Tor Vergata, Università Ca' Foscari, Università Cusano) e ad uno specifico *contest* riservato a studenti di ingegneria gestionale provenienti da 9 differenti facoltà, organizzato presso l'Università Parthenope di Napoli. In tali occasioni Rai ha avuto modo di entrare in contatto diretto complessivamente con più di 2.000 studenti e giovani laureati.

Nel 2018 il tasso di assunzione è stato del 6,31%, con **808 nuove assunzioni**². Per quanto riguarda il turnover, si è riscontrata una variazione di 2,21 punti percentuali, con un tasso che nel 2018 ha raggiunto il 5,53% interessando maggiormente i lavoratori della fascia di età maggiore di 50 anni³, come descritto nelle tabelle sottostanti.

2) 3) I dati includono soltanto i dipendenti a tempo indeterminato.

Numero di persone assunte e cessate nell'anno per area geografica, genere e tasso di assunzione e di turn over⁴

	(unità/%)	2018			
		Entrate		Uscite	
		Numero	Percentuale	Numero	Percentuale
Nord		258	7,95	239	7,36
Uomini		169	8,51	180	9,07
Donne		89	7,06	59	4,68
Centro		479	5,74	367	4,40
Uomini		247	5,56	235	5,29
Donne		232	5,95	132	3,39
Sud e Isole		71	5,80	103	8,42
Uomini		48	5,44	85	9,64
Donne		23	6,73	18	5,26
Totale		808	6,31	709	5,53
Uomini		464	6,35	500	6,84
Donne		344	6,26	209	3,80

4) Per maggiore chiarezza dell'indicatore GRI, le tabelle relative alle assunzioni e cessazioni dei dati 2018 sono state aggiornate rispetto all'anno precedente.

Numero di persone assunte e cessate nell'anno per fasce d'età e tasso di assunzione e di turn over

	<i>(unità/%)</i>	2018			
		Entrate		Uscite	
		Numero	Percentuale	Numero	Percentuale
<30 anni		266	59,11	4	0,89
30-50 anni		471	8,28	35	0,62
>50 anni		71	1,06	670	10,03
Totale		808	6,31	709	5,53

Numero di persone assunte nell'anno per fasce d'età, area geografica, genere e tassi di assunzione

<i>(unità)</i>	2017								Tasso %
	<30 anni		30-50 anni		>50 anni		Totale		
	M	F	M	F	M	F			
Nord	11	15	19	12	0	1	58	1,74	
Centro	2	5	17	37	2	8	71	0,84	
Sud e Isole	2	0	9	8	11	0	30	2,35	
Totale	15	20	45	57	13	9	159	1,22	

Numero di persone uscite nell'anno per fasce d'età, area geografica, genere e tasso di turn over

<i>(unità)</i>	2017								Tasso %
	<30 anni		30-50 anni		>50 anni		Totale		
	M	F	M	F	M	F			
Nord	5	5	6	3	108	32	159	4,76	
Centro	2	4	11	16	121	53	207	2,45	
Sud e Isole	0	0	0	0	59	9	68	5,33	
Totale	7	9	17	19	288	94	434	3,32	

Il buon livello di attrattività del brand Rai nei confronti del mercato esterno è confermato non solo dalle migliaia di adesioni ricevute in risposta agli annunci pubblicati ma anche dai riconoscimenti ottenuti nel corso dell'anno. In particolare, Rai è apparsa con 2 annunci nella classifica dei dieci annunci di lavoro di LinkedIn (*Most Viewed Jobs*) che hanno ricevuto più candidature da parte degli oltre 12 milioni di utenti in Italia. Inoltre ha ricevuto due premi conferiti da Universum Global, società svedese leader nell'*employer branding*, che ogni anno svolge una ricerca per individuare i datori di lavoro più ambiti basandosi sulle risposte raccolte tra oltre 40.000 studenti di 44 Università italiane e tra più di 11.000 professionisti, già entrati nel mondo del lavoro da almeno due anni.

Più precisamente, nella ricerca di Universum Global, Rai si è classificata seconda tra chi si sta specializzando in materie umanistiche, quarta tra gli studenti di giurisprudenza e ventunesima tra gli universitari che hanno scelto percorsi di studio business. Si tratta di un risultato di assoluto rilievo, considerato che nel 2017 occupava un posto molto più basso in classifica (dopo i primi cento).

Formazione Nel corso del 2018 si sono concluse le attività di progettazione di **Rai Academy**, che nasce con l'obiettivo strategico di consolidare e promuovere processi di formazione continui, moderni e innovativi, e rendere Rai un'organizzazione centrata sull'apprendimento (*learning organization*).

A Rai Academy è stata affidata la cura del processo di accrescimento del potenziale del capitale umano di Rai attraverso la scoperta, la valorizzazione e lo sviluppo dei nuovi talenti, delle competenze e delle professionalità. Nel 2018 è stata definita una nuova strategia di formazione e sviluppo che ha visto tra le sue azioni-chiave:

- la creazione del portale digitale della formazione;
- la definizione di un catalogo dell'offerta formativa;
- la definizione delle regole di accesso alle attività formative;
- l'impostazione del modello delle competenze;
- la mappatura delle competenze e conoscenze già patrimonio aziendale, attraverso il CV online.

È stato realizzato un nuovo ambiente online, **Portale Rai Academy**, nel quale ogni dipendente del Gruppo Rai può consultare direttamente il Catalogo dell'offerta formativa, la maggior parte fruibile online, facilitando così la conoscenza e l'accesso ad una ampia offerta, favorendo la diffusione e lo sviluppo delle competenze. Il dipendente, all'interno del medesimo ambiente, può inoltre autonomamente registrare il proprio Curriculum Vitae, le proprie esperienze professionali e le proprie competenze; il profilo così composto potrà costituire la base per la definizione di un coerente piano di formazione basato sulle singole esigenze.

Il **Catalogo dell'offerta formativa 2018** si snoda attraverso **5 aree principali** e **18 ambiti tematici**, per un totale di **172 corsi**; tra questi, **94 corsi** rappresentano l'offerta formativa **a distanza**: accanto ai corsi obbligatori, o disponibili su richiesta, sono stati introdotti corsi online aperti a tutti e brevi video informativi che coprono le tematiche del mondo digitale.

Microlearning

L'offerta formativa si caratterizza, per la prima volta, per la possibilità di accedere al c.d. *microlearning*. Si tratta di brevi corsi multimediali utili per fornire contenuti agili, facilmente accessibili e fruibili, da esplorare a piacere, con lo scopo di fornire un primo set di apprendimento con nozioni, concetti di base e spunti di riflessione sugli argomenti trattati. L'accesso ai corsi, che per il loro formato prendono il nome di "pillole formative", è garantito a tutta la popolazione aziendale, senza necessità di prerequisiti; circa 500 dipendenti hanno già completato una o più "pillole".

Campagna "LOGIN"

Nell'ottica di una concreta azione a sostegno dello sviluppo e del consolidamento delle competenze, si colloca la campagna "LOGIN", percorso dedicato al personale assunto con contratto di apprendistato, finalizzato all'introduzione in Azienda e allo sviluppo delle competenze sia di base che specifiche della mansione. Si tratta di un percorso triennale, avente come obiettivo l'accoglienza strutturata dei neo-assunti, finalizzata a generare senso di appartenenza e a trasmettere valori e cultura aziendali, con l'ambizione di assicurare un'esperienza unica e di qualità ai nuovi colleghi. La campagna è stata attivata nel secondo semestre 2018, a seguito delle prime assunzioni. Gli apprendisti sono stati invitati a partecipare agli eventi "Benvenuto in Rai", durante i quali hanno ricevuto le informazioni più importanti su Rai, sulla cultura e organizzazione aziendale e sui principali progetti e attività, attraverso la voce dei manager di più alto livello e gli interventi di personaggi famosi del mondo dello spettacolo, che hanno condiviso con la platea la propria esperienza all'interno di Rai.

Il piano LOGIN non riguarda solo gli apprendisti ma anche i loro tutor, per i quali sono state realizzate alcune sessioni d'aula finalizzate a fornire loro tutti i corretti strumenti di accoglimento, formazione e valutazione dei neo-assunti.

A completamento della fotografia delle attività formative, si cita l'accompagnamento costante ai processi di implementazione e rinnovamento dei sistemi informatici aziendali, la realizzazione di piani formativi *ad hoc* per il conseguimento o il mantenimento di certificazioni di settore, la formazione permanente sui temi della sicurezza sul lavoro e della *compliance* normativa. In merito a quest'ultimo punto, si evidenzia la campagna massiva destinata a tutti i dipendenti Rai, in tema di applicazione e impatti sulle attività lavorative ordinarie, del GDPR. Nell'area della formazione manageriale, si segnalano la quinta e sesta edizione del corso PER.FOR.MA MM (Percorsi di Formazione Manageriale per Middle Management), rivolta ad un gruppo di circa 80 quadri, con l'obiettivo di sviluppare e allineare nei partecipanti

conoscenze e metodologie comuni di azione manageriale e promuovere approcci di gestione *people-oriented*.

Da ultimo si segnalano due iniziative specifiche per il Top Management, la prima focalizzata sulle responsabilità derivanti dal Modello Organizzativo Rai 231, la seconda sui temi della Sicurezza.

Rai Way ha predisposto ed avviato un piano di sviluppo e formazione a supporto della *digital transformation*, che ha incluso *gap assessment* ed avvio del *reskilling* per affrontare le nuove sfide tecnologiche e di business nonché l'implementazione di piani di formazione strategica per potenziare la conoscenza delle componenti dell'ecosistema digitale emergenti e favorire l'*upgrade* delle competenze con focalizzazione su *open innovation* e sviluppo di un *mindset* orientato all'imprenditorialità.

In particolare, è stato dato avvio ad un piano strutturato di formazione strategica manageriale con individuazione di programmi di *coaching* e formativi – erogati anche in modalità *streaming*, *video on demand* e *webinar* - profilati su valori chiave, potenziamento della leadership e della visione strategica e di mercato, con apertura anche ad esperienze esterne e di *networking*.

Rai Pubblicità ha continuato, in linea con lo scorso anno, l'attività di formazione e sviluppo nell'ambito della *Rai Pubblicità Learning School*, concludendo il percorso in e-learning sull'Internet Advertising, realizzato in collaborazione con il Politecnico di Milano. In totale, circa 140 persone tra dipendenti e agenti hanno seguito gli undici moduli previsti.

Sono inoltre terminati gli interventi formativi su Negoziazione, Scrittura e *Storytelling* iniziati nel 2016 e che, nel 2018, hanno coinvolto più di 120 dipendenti.

Numero di ore di formazione pro-capite medie annue per categoria professionale e genere ⁵	2018			
	(unità)	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti		10,47	10,79	10,55
Funzionari e Quadri		17,38	13,67	15,98
Giornalisti		2,83	2,82	2,83
Impiegati*		13,25	7,30	10,49
Operai		7,06	2,63	6,07
Orchestrai e altro personale		1,82	1,91	1,84
Medici ambulatoriali		1,40	1,33	1,38
Totale		11,75	7,21	9,80

5) Si precisa che per quanto concerne la suddivisione delle categorie professionali nel 2018, la categoria "Tecnici" è stata ricompresa all'interno della categoria "Impiegati, impiegati nella produzione, addetti alle riprese, addetti alla regia, tecnici".

*Impiegati, impiegati nella produzione, addetti alle riprese, addetti alla regia, tecnici

Numero di ore di formazione pro-capite medie annue per categoria professionale e genere

(unità)	2017		
	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	18,7	27,5	20,8
Quadri	18,2	16,8	17,7
Impiegati	10,4	8,9	9,7
Giornalisti	5,3	4,7	5,0
Operai	7,5	7,6	7,5
Tecnici	31,6	2,7	31,0
Orchestrale	3,4	3,2	3,4
Medici ambulatoriali	-	-	-
Totale	11,4	9,1	10,4

Welfare I benefit e le principali agevolazioni/facilitazioni previste per i dipendenti consistono nell'assistenza sanitaria, nella previdenza complementare, nelle polizze infortuni professionali ed extra professionali, nella disponibilità della mensa aziendale (o di ristoranti convenzionati per i cespiti sprovvisti di mensa), nei presidi medici e nei servizi bancari presenti nelle principali sedi aziendali e in altre facilitazioni (servizi per la mobilità, asili nido, ecc.) per le quali sono previste condizioni agevolate o contributi.

Con riferimento ai quadri, impiegati ed operai, nell'accordo di rinnovo contrattuale del 28 febbraio 2018 è stato previsto l'avvio di un confronto sulla materia del "Lavoro Agile", con la finalità di favorire la conciliazione dei tempi vita/lavoro.

L'Accordo di rinnovo contrattuale ha anche introdotto l'istituto della **cessione delle ferie** che, una volta disciplinato operativamente, consentirà ai dipendenti di cedere volontariamente a titolo gratuito e in ottica solidaristica le ferie o permessi non goduti a favore di altri dipendenti che non abbiano più giornate di ferie disponibili e che ne abbiamo richiesto un'ulteriore dotazione per cause specifiche (sostanzialmente legate a documentate problematiche di salute o assistenza di familiari).

Si segnala inoltre che, per i periodi di **congedo di maternità/paternità** che abbiano inizio o che siano in essere al 1 giugno 2018, l'integrazione a carico della Società dell'indennità INPS sale dal 90% al 100% della retribuzione lorda fissa mensile.

Relativamente alle richieste di trasferimento, è previsto che sia rivolta la massima attenzione alle esigenze di ricongiungimento familiare, con particolare riferimento al caso in cui sussistano gravi problemi di salute del lavoratore che per tale motivo abbia la necessità di farsi assistere dai propri familiari e ai casi di dipendenti che debbano assistere familiari gravemente ammalati.

Infine, sempre in un'ottica di incremento del benessere individuale e familiare, ai lavoratori che abbiano esaurito i permessi retribuiti e che non abbiano più di 10 giorni di ferie arretrati possono essere riconosciuti **permessi retribuiti per visite mediche** (nel limite di 2 giorni annui).

Salute e Sicurezza Nel corso del 2018 è stato perseguito con incisività l'obiettivo aziendale di continuo miglioramento delle condizioni di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro attraverso la promozione di una cultura basata sull'aumento della consapevolezza e sul coinvolgimento di tutti i soggetti, ad ogni livello, in materia di prevenzione e protezione dai rischi, anche attraverso adeguati percorsi formativi in linea con le previsioni dell'art. 37 del D. Lgs. 81/08 e s.m.i., per i dipendenti, i preposti e i dirigenti.

Ai sensi dell'art. 17 del D. Lgs. 81/08, inerente gli obblighi di elaborazione del Documento di Valutazione dei Rischi, Rai è costantemente impegnata nel suo costante aggiornamento, sia dal punto di vista di metodi di valutazione di nuovi potenziali rischi, sia di adeguamento di metodi secondo nuovi standard indicati da leggi e regolamenti e sia nella redazione di analisi e valutazione di rischi specifici dei diversi insediamenti aziendali, in ragione delle specificità dell'ambiente di lavoro e del processo lavorativo di ciascun sito produttivo.

Travel Security

Uno specifico focus di valutazione dei rischi ha riguardato il lavoro in mobilità, per il personale giornalistico e non giornalistico che, viaggiando in Italia e all'estero, realizza la propria attività informativa e/o produttiva al di fuori degli studi e dei siti aziendali, attraverso missioni che, per natura dell'attività informativa, si estendono fino alle zone più pericolose o anche in condizioni di guerra. Il continuo mutamento della linea di demarcazione tra zone del nostro Paese, dell'Europa e del mondo da considerarsi "a rischio" *security* per fattori politici, sociali e ambientali, ha imposto a Rai di individuare metodi e strumenti sempre più aggiornati e affidabili per valutarne i possibili impatti e riflessi sul piano della *safety* e *health* ed adottare le misure necessarie a prevenire infortuni e malattie professionali.

Particolare attenzione è stata dedicata alla situazione dei cantieri temporanei e mobili, sia di natura edile viste la necessità di manutenzione ordinaria e straordinaria del patrimonio immobiliare dell'Azienda, sia di natura editoriale per l'allestimento e lo smontaggio di piccoli e grandi impianti scenografici, in spazi chiusi o aperti, luoghi privati o pubblici.

Considerato il valore attribuito e l'impegno profuso in materia di salute e sicurezza sul lavoro, l'Azienda ha mantenuto attivo il percorso di continuo miglioramento necessario per certificare il proprio sistema secondo lo standard **OHSAS 18001** (*Occupational Health and Safety Assessment Series*) attraverso un laborioso percorso che prevede la progettazione ed attuazione di audit interni ed

esterni di verifica di conformità, con l'impegno di migrare entro i termini previsti verso lo standard **ISO 45001:2018**.

L'organizzazione del lavoro e la costante evoluzione della normativa di riferimento hanno un impatto in ambito sanitario imponendo una differenziazione tra le attività di supporto sanitario (artt. 25, 39, 41, 45 D. Lgs. 81/08).

Il "sistema di tutela della salute" aziendale si articola nelle seguenti aree:

- coordinamento centrale sanitario, gestione armonizzata delle attività in rapporto alla multi-territorialità;
- medicina del lavoro, comprensiva dell'area medico legale;
- medicina ambulatoriale, intesa come assistenza per le emergenze e promozione e tutela della salute e della prevenzione;
- assistenza sanitaria per le produzioni radiotelevisive complesse, anche con presenza di pubblico;
- tutela sanitaria per le missioni all'estero in aree geografiche a rischio per gli operatori dell'informazione.

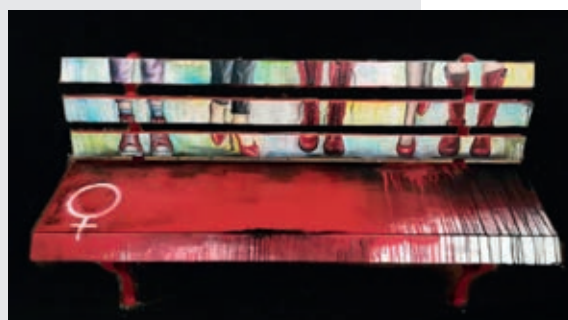
6) Un infortunio è registrabile se implica una delle seguenti conseguenze: decesso, giorni di assenza da lavoro, riduzione delle mansioni o trasferimento verso un'altra struttura, necessità di cure mediche oltre quelle di primo soccorso, perdita di conoscenza, incidente grave.

7) Il Tasso di infortunio è dato dal rapporto tra gli infortuni e le ore lavorate dal Gruppo nel periodo di rendicontazione. Il numero delle ore lavorate è pari a 3.186.277,5. Ai fini di una migliore leggibilità del dato, è stato utilizzato il moltiplicatore 1.000.000. Sul piano normativo, il Gruppo non è tenuto a registrare gli infortuni dei lavoratori non dipendenti.

Indicatori Salute e Sicurezza (relativi ai dipendenti)

Indicatori Salute e Sicurezza (relativi ai dipendenti)		2018
	Numero totale decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-
	Numero totale infortuni sul lavoro gravi (escludendo i decessi)	1
	Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili ⁶	251
	Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-
	Tasso di infortuni gravi sul lavoro (escludendo i decessi)	0,31
	Tasso di infortuni registrabili ⁷	78,78

Le maggiori tipologie di incidente registrate nel corso del 2018, sono le seguenti: contusioni, distorsioni e lussazioni articolari, fratture, distrazione, trauma cranico, ferite lacero-contuse.



Indicatori Salute e Sicurezza nell'anno,
suddivisi per genere*

	2017 ⁸	
Indice di gravità ⁹	Uomini	0,27
	Donne	0,36
	Totale	0,31
Tasso di infortuni ¹⁰	Uomini	10
	Donne	15
	Totale	12
Tasso di malattia professionale ¹¹	Uomini	-
	Donne	-
	Totale	-
Tasso di assenteismo ¹²	Totale	3,70

8) Ai fini della comparazione si segnala che, per i dati riferiti al 2018, è stato deciso di procedere con la rendicontazione dei dati relativi agli infortuni utilizzando il nuovo Standard GRI 403, pubblicato dal Global Reporting Initiative (GRI) nel 2018 in sostituzione della versione pubblicata nel 2016. Si segnala invece che i dati riferiti al 2017 sono rimasti invariati.

9) Indice di gravità: Giorni persi per infortunio e malattie professionali/ore lavorabili *1.000.

10) Tasso di infortunio: n. infortuni/ore lavorate *1.000.000.

11) Tasso di malattia professionale: n. malattie professionali/ore lavorate *1.000.000.

12) Tasso di assenteismo: Giorni di assenza/ giornate lavorabili *100. Il Tasso è stato calcolato sul totale dei dipendenti del Gruppo.

*per il calcolo delle ore lavorate e delle ore lavorabili, era stata considerata la seguente assumption: "la giornata lavorativa è costituita da 8 ore".

Come per gli anni precedenti, anche nel 2018 è stato effettuato il programma degli interventi di bonifica, monitoraggio e controllo sull'amianto in matrice friabile presente nello stabile di viale Mazzini n. 14, Roma. Le attività sono tese a preservare e garantire le condizioni di fruibilità in massima sicurezza degli ambienti di lavoro in linea con la vigente normativa di legge, con le indicazioni della ASL, del Centro Regionale Amianto nonché con il contributo dei Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza.

Si evidenzia come i risultati dei suindicati monitoraggi ambientali palesino l'assenza di fibre di amianto aerodisperse: tutti i valori riportati sono al di sotto del limite inferiore di sensibilità dello strumento di misura.

Rai Cinema, per garantire la qualità dei processi di controllo, ha creato un gruppo di lavoro responsabile della valutazione dei rischi che è così composto:

- il Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione e l'Addetto al Servizio di Prevenzione e Protezione con il compito di coordinare l'attività della valutazione dei rischi armonizzando i contributi dei diversi soggetti coinvolti nella valutazione;
- il Medico Competente Centrale e Locale con il compito, in base al rischio individuato, di suggerire i provvedimenti da intraprendere per eliminare o diminuire il rischio stesso.

Rai Cinema ha ottenuto dal 2012 le certificazioni del Sistema di Gestione Integrato Sicurezza, Salute e Ambiente secondo le norme **OH-SAS 18001:2007, PAS 99:2012**, nonché della **UNI EN ISO 14001:2015**.

Rai Pubblicità adotta un Modello di Gestione Ambiente, Salute e Sicurezza conforme alle normative **ISO 14001** e **OHSAS 18001**: tale modello contempla e dettaglia i processi atti a garantire il miglioramento continuo.

La Società sottopone i lavoratori a formazione costante e periodica sui temi relativi alla sicurezza e salute. Sulla intranet aziendale è possibile segnalare le situazioni di pericolo imminente (**near miss**) in apposita sezione. Anche **Rai Way** si è dotata di una procedura di segnalazione dei near miss che garantisce una costante sorveglianza ai fini della prevenzione: PDR21-01 GT Procedura per la segnalazione di situazioni di pericolo imminente “**Near Miss**”.

Tutti i lavoratori esposti a rischi particolari vengono dotati di dispositivi di protezione individuali (DPI).

Il Documento di Valutazione dei Rischi è pubblicato nella intranet aziendale e disponibile per la consultazione a tutti i lavoratori. Inoltre in Rai Way è stata redatta una “Procedura volta a ridurre la probabilità di ripetizione degli infortuni” (PDR22-01 GT).

4.3 Diversità e pari opportunità

Rai pone massima attenzione per tutte le differenti categorie di lavoratori. In particolare nel rispetto della normativa, Legge 68/99, Rai si impegna a valorizzare le risorse appartenenti alle categorie protette per le categorie professionali del Gruppo. Si riportano di seguito le percentuali dei dipendenti appartenenti alle categorie protette rispetto alle categorie professionali: 1,8% dei dirigenti, 6% dei funzionari e quadri, 0,4% dei giornalisti, 9,6% degli impiegati, 8% degli operai.

Personale appartenente alle categorie protette al 31 dicembre	2018	2017
(unità)		
Dipendenti appartenenti alle categorie protette	956	994

In applicazione di norme contrattuali e di disposizioni legislative in tema di parità uomo/donna nel lavoro, è stata istituita la **Commissione Pari Opportunità**, attiva sin dalla fine degli anni '80.

A questa Commissione, composta da dodici membri dei quali sei designati da Rai e sei dalle OO. SS. firmatarie del CCL per quadri, impiegati e operai, sono assegnati i seguenti compiti:

- configurare condizioni che possano concorrere ad uno sviluppo dell'occupazione femminile nei vari settori aziendali, anche attraverso specifici processi formativi;
- promuovere azioni positive al fine di individuare e rimuovere tutti quegli ostacoli che oggi impediscono le pari opportunità e la valorizzazione del lavoro delle donne;
- agevolare, anche attraverso il ricorso al part-time, la collocazione su un più ampio ventaglio di posizioni di lavoro.

Per quanto riguarda il contratto giornalistico, nella Carta dei Diritti e dei Doveri del giornalista radiotelevisivo del Servizio Pubblico è stabilita l'istituzione di un gruppo di lavoro paritetico composto da 6 membri.

Tale commissione giornalistica ha la finalità di promuovere azioni positive a favore del personale femminile con qualifica giornalistica, esaminare, come osservatorio permanente, l'andamento dell'occupazione femminile giornalistica in Rai.

In occasione della Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne (25 novembre) sono state inaugurate cinque panchine rosse in cinque cespiti aziendali: Mazzini, Asiago, Teulada, Dear e Saxa Rubra. Le cinque panchine sono state fornite dal CPTV di Roma e dipinte gratuitamente da artisti. Le panchine rosse nel corso degli ultimi anni sono diventate un simbolo importante per sensibilizzare l'opinione pubblica al tema della violenza contro le donne e in Italia sono state installate nei parchi pubblici, nelle università, nelle piazze, all'esterno ma anche negli interni, in tanti posti diversi, da nord a sud.

Personale suddiviso per categoria professionale e genere al 31 dicembre ¹³	2018					
	Uomini		Donne		Totale	
<i>(unità/%)</i>	Numero	(%)	Numero	(%)	Numero	(%)
Dirigenti	256	2,00	83	0,65	339	2,65
Funzionari e Quadri	796	6,21	511	3,99	1.307	10,20
Giornalisti	1.032	8,06	849	6,63	1.881	14,68
Impiegati*	4.409	34,42	3.794	29,61	8.203	64,03
Operai	714	5,57	231	1,80	945	7,38
Orchestrale e altro personale artistico	100	0,78	28	0,22	128	1,00
Medici ambulatoriali	5	0,04	3	0,02	8	0,06
Totale	7.312	57,08	5.499	42,92	12.811	100,00

¹³ Si precisa che per quanto concerne la suddivisione delle categorie professionali nel 2018, la categoria "Tecnici" è stata ricompresa all'interno della categoria "Impiegati, impiegati nella produzione, addetti alle riprese, addetti alla regia, tecnici".

* Impiegati, impiegati nella produzione, addetti alle riprese, addetti alla regia, tecnici

Personale suddiviso per categoria professionale e genere al 31 dicembre	2017					
	Uomini		Donne		Totale	
<i>(unità/%)</i>	Numero	(%)	Unità	(%)	Unità	(%)
Dirigenti	256	1,96	84	0,64	340	2,60
Quadri	877	6,72	503	3,85	1.380	14,02
Impiegati	4.208	32,23	3.851	29,49	8.059	10,57
Giornalisti	1.004	7,69	827	6,33	1.831	61,72
Operai	763	5,84	231	1,77	994	7,61
Tecnici	298	2,28	6	0,05	304	2,33
Orchestrale	111	0,85	31	0,24	142	1,09
Medici ambulatoriali	5	0,04	3	0,02	8	0,06
Totale	7.522	57,60	5.536	42,40	13.058	100,00

Rapporto tra stipendio base femminile e maschile suddiviso per categoria professionale e area geografica¹⁴

	(%)	2018					
		Nord		Centro		Sud e Isole	
		Base	Annua	Base	Annua	Base	Annua
Dirigenti		94,35	92,71	86,64	85,85	60,93	63,16
Funzionari e Quadri		100,51	96,20	97,11	91,58	112,18	100,62
Giornalisti		92,83	91,88	84,39	83,81	87,51	86,21
Impiegati*		88,90	79,34	90,16	77,27	90,89	76,91
Operai		82,33	75,63	78,23	67,79	76,17	65,96
Orchestrale e altro personale artistico		90,58	92,09	-	-	-	-
Medici ambulatoriali		-	-	92,28	85,95	-	-

14) Si precisa che per quanto concerne la suddivisione delle categorie professionali nel 2018, la categoria "Tecnici" è stata ricompresa all'interno della categoria "Impiegati, impiegati nella produzione, addetti alle riprese, addetti alla regia, tecnici".

* Impiegati, impiegati nella produzione, addetti alle riprese, addetti alla regia, tecnici

Rapporto tra stipendio base femminile e maschile suddiviso per categoria professionale e area geografica

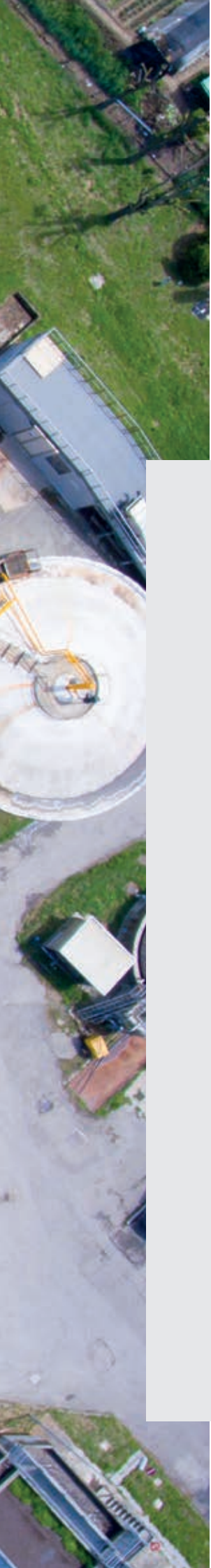
	(%)	2017					
		Nord		Centro		Sud e Isole	
		Base	Annua	Base	Annua	Base	Annua
Dirigenti		86,74	97,13	85,95	85,74	62,92	67,29
Dirigenti Giornalisti		94,37	97,97	89,69	92,09	98,17	91,65
Quadri		99,13	93,92	96,77	90,45	107,84	95,07
Impiegati		86,81	78,32	89,81	78,08	87,95	76,40
Giornalisti		95,94	93,23	91,59	88,42	87,69	87,17
Operai		81,73	72,78	76,98	65,95	75,08	68,88
Tecnici		83,07	70,65	97,48	75,50	90,57	101,71
Orchestrale		90,69	91,66	-	-	-	-
Medici ambulatoriali		-	-	91,51	96,15	-	-

Si registrano due casi di incidenti di discriminazione durante il periodo di reporting, a cui sono seguiti procedimenti disciplinari come misura correttiva del fenomeno.









Implementato
standard
UNI EN ISO 14001



Utilizzo
di energia elettrica
da fonti rinnovabili

1.000.000
GJ

Consumo
energetico

92

Auto ibride o
elettriche
del parco
aziendale

660.000m²

Superficie immobili
di proprietà Rai

5.

Il nostro impegno verso l'ambiente

Il Gruppo Rai è impegnato attivamente nel rispetto e nella tutela dell'ambiente, integrando nelle proprie attività e nei propri impegni strategici anche obiettivi di carattere ambientale.

Il Gruppo Rai svolge la propria attività nel rispetto delle normative ambientali applicabili ed è titolare di tutte le relative autorizzazioni.

CERTIFICAZIONI

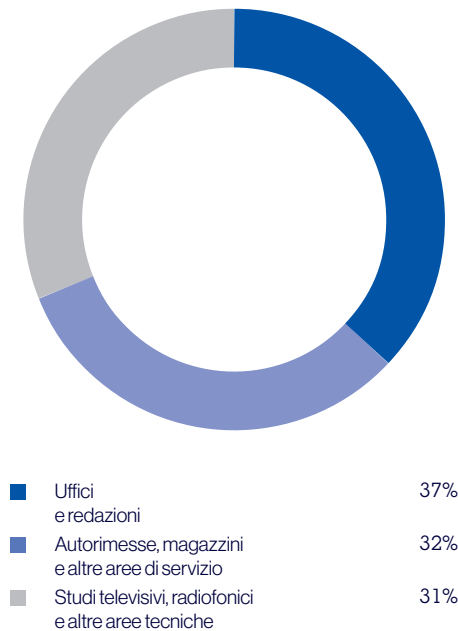
Nel corso del 2018, il Gruppo Rai ha avviato un processo di implementazione del Sistema di Gestione Ambientale (SGA) che porterà alla certificazione secondo lo standard **UNI EN ISO 14001**, finalizzato non solo al miglioramento dei processi attinenti alla tutela dell'ambiente, ma anche alla prevenzione dei reati, come previsto dal D. Lgs. 231/2001. Il percorso di implementazione del SGA si articolerà nelle seguenti tappe: coinvolgimento dell'Amministratore Delegato come Alta Direzione, dei Delegati Ambientali, di un Responsabile Centrale del Sistema di Gestione Ambientale e dei Responsabili locali del medesimo Sistema per ciascun sito produttivo; rilevazioni su tutto il territorio nazionale per valutare lo stato ambientale attuale dell'azienda ed individuare i punti di miglioramento; sviluppo di appositi percorsi di formazione e sensibilizzazione per tutti i dipendenti in materia ambientale e di gestione dei rifiuti.

Ulteriore novità nel panorama dei processi aziendali è la Procedura Interna per la Gestione dei Rifiuti che coinvolge i Referenti Ambientali (RAM), con compiti di gestione ed organizzazione dei rifiuti in ogni Direzione e Sede Regionale.

5.1 Gestione del patrimonio immobiliare

Il complesso immobiliare Rai consta di un totale di circa 780.000 m² lordi, di cui 660.000 m² sono immobili di proprietà Rai, mentre 120.000 m² sono immobili di proprietà di terzi.

Superficie totale utilizzabile circa 450.000 m²



La distribuzione territoriale evidenzia che gran parte degli insediamenti sono destinati ai quattro Centri di Produzione (Roma, Torino, Milano e Napoli), che comprendono circa il 60% del totale complessivo, mentre le Sedi Regionali hanno in assegnazione il 20% degli edifici e la Direzione Generale il 20%, distribuito tra Roma (10%) e Torino (10%). Il patrimonio immobiliare del Gruppo Rai è integrato da numerosi insediamenti distaccati delle consociate, come Rai Way che gestisce oltre 2.300 impianti, di cui circa 900 su immobili di sua proprietà.

Il patrimonio aziendale Rai

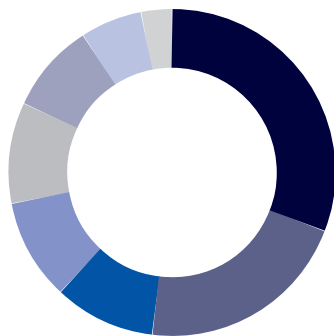


- Centri di Produzione
- Sedi Regionali e Provinciali

Consistenza del patrimonio immobiliare Rai

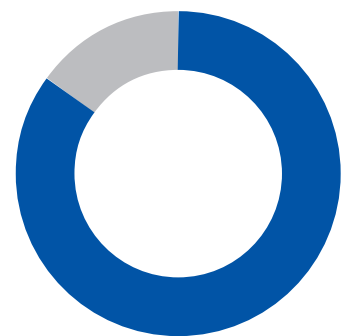
Patrimonio Immobiliare:
~ 780.000 m² lordi

Destinazione strumentale
con prevalenza delle attività produttive



■ Roma CPTV	31%	■ Torino CP	10%
■ Sedi Regionali	21%	■ Milano CP	9%
■ Roma DG	10%	■ Napoli CP	6%
■ Torino DG	10%	■ Roma CPRF	3%

Superfici Lorde per Provenienza



	%	m ²
■ Proprietà	85	660.000
■ Locazione*	15	120.000

*compresi comodati e concessioni

Rai e il progetto Building Information Modeling (BIM)

Negli ultimi anni il Gruppo Rai ha aperto la strada a nuove tecnologie e metodologie per la gestione del patrimonio immobiliare anche in un'ottica di abbattimento dei consumi energetici.

La Direzione Asset Immobiliari e Servizi ha sviluppato un progetto di ricerca che ha portato all'elaborazione della "Linea Guida Proprietaria Rai" propedeutica alla **progettazione, modellazione e manutenzione** del patrimonio aziendale tramite il Building Information Modeling (BIM). La metodologia di lavoro consente la gestione condivisa delle informazioni e dei modelli durante tutte le fasi del processo edilizio: pianificazione, progettazione, costruzione e manutenzione, nonché gestione e uso del patrimonio immobiliare; nei modelli BIM confluiranno tutte le informazioni già presenti nella banca dati per la Gestione del Patrimonio Immobiliare Rai (GPIRAI).

La sperimentazione nasce da una collaborazione, a partire dal 2015, tra Rai e il Politecnico di Milano, anticipando l'obbligatorietà, a partire dal 2022, del D. Lgs. 50/2016 in materia di modellazione informativa. Tale processo di digitalizzazione ed informatizzazione è rivolto ai nuovi progetti, alla ristrutturazione e alla manutenzione degli edifici esistenti, consentendo di conseguire (a regime) risparmi di gestione valutati in bibliografia nell'ordine del 10-15%.

L'obiettivo è quello di digitalizzare e ottimizzare tutti i processi di gestione del patrimonio immobiliare, in modo tale da "facilitare" un ambiente collaborativo tra i soggetti interessati al processo.

Nel corso del 2018, Rai ha implementato le seguenti attività:

- modellazione di tutti gli edifici di Saxa Rubra;
- avviato il processo di pubblicazione della gara per realizzare: un corso di formazione avanzata per il personale tecnico sulla metodologia BIM, far verificare da un ente terzo la rispondenza alla Linee Guida dei modelli 3D, l'elaborazione di un database volto al censimento degli impianti e all'ottimizzazione delle attività manutentive.

Verifica della vulnerabilità sismica degli insediamenti aziendali

A partire dal 2015 Rai ha effettuato uno studio per la valutazione del rischio sismico degli edifici aziendali rilevanti e strategici, con l'obiettivo di identificare un criterio per la definizione delle priorità di esecuzione delle verifiche di adeguatezza sismica. Stante l'impossibilità di effettuare in tempi brevi le verifiche di adeguatezza sismica di tutti i fabbricati strategici/sensibili che costituiscono l'eterogeneo patrimonio immobiliare Rai, è stato realizzato un piano per l'individuazione delle priorità da adottare nello studio del livello di adeguatezza dei suddetti edifici alla vigente normativa antisismica.

Impiegando opportune formulazioni matematiche (che combinano informazioni oggettive locali, storiche, probabilistiche e variazionali), è stata prodotta una graduatoria dei fabbricati in base al loro indice convenzionale di prio-

rità, al fine di determinare l'ordine di esecuzione delle verifiche di adeguatezza sismica. Nell'anno 2018 sono stati eseguiti i lavori per gli interventi di miglioramento sismico delle Sedi Regionali di Cosenza e Palermo, per le quali il processo di verifica è stato terminato (rilievo strutturale, analisi dei materiali, valutazione di vulnerabilità, progetto di miglioramento/adequamento).

Consumi energetici La strategia energetica di Rai mira ad aumentare il controllo e la gestione dei consumi energetici al fine di individuare interventi di rapida attuazione, con ritorno dell'investimento stimato in 4 - 5 anni, per ottenere risparmi strutturali sui costi di gestione del patrimonio immobiliare.

Rai prosegue il suo percorso per adempiere alle prescrizioni previste dal D. Lgs. 102/2014 in tema di Diagnosi Energetiche su 14 cespiti aziendali scelti come *cluster* dal 2015. Sono di prossima realizzazione i lavori per l'installazione dei sistemi di monitoraggio dei vettori energetici per le Attività Principali (produzione televisiva), i Servizi Generali ed i Servizi Ausiliari così come indicato da ENEA. Inoltre è di prossima installazione, presso i principali cespiti aziendali, un sistema di monitoraggio volto alla remotizzazione delle letture dei contabilizzatori di energia elettrica e gas naturale. Per tutte le nuove attività di manutenzione straordinaria riguardanti l'impiantistica di competenza, sono state inoltre previste in capitolato prescrizioni con valori particolarmente elevati di rendimento, ovvero accorgimenti tecnici intrinseci alle apparecchiature/impianti in grado di contenere i consumi elettrici delle stesse (free cooling e recupero termico). Nel corso del 2018, in osservanza a quanto sopra illustrato, sono state realizzate le seguenti iniziative:

- riqualificazione delle centrali di climatizzazione (di seguito CDZ) e sostituzione dei gruppi frigoriferi presso le Sedi Regionali di Genova, Ancona e Potenza;
- sostituzione degli infissi presso il CPRF di via Asiago a Roma;
- integrazione dell'impianto di condizionamento esistente presso la sede di via Col di Lana a Roma.

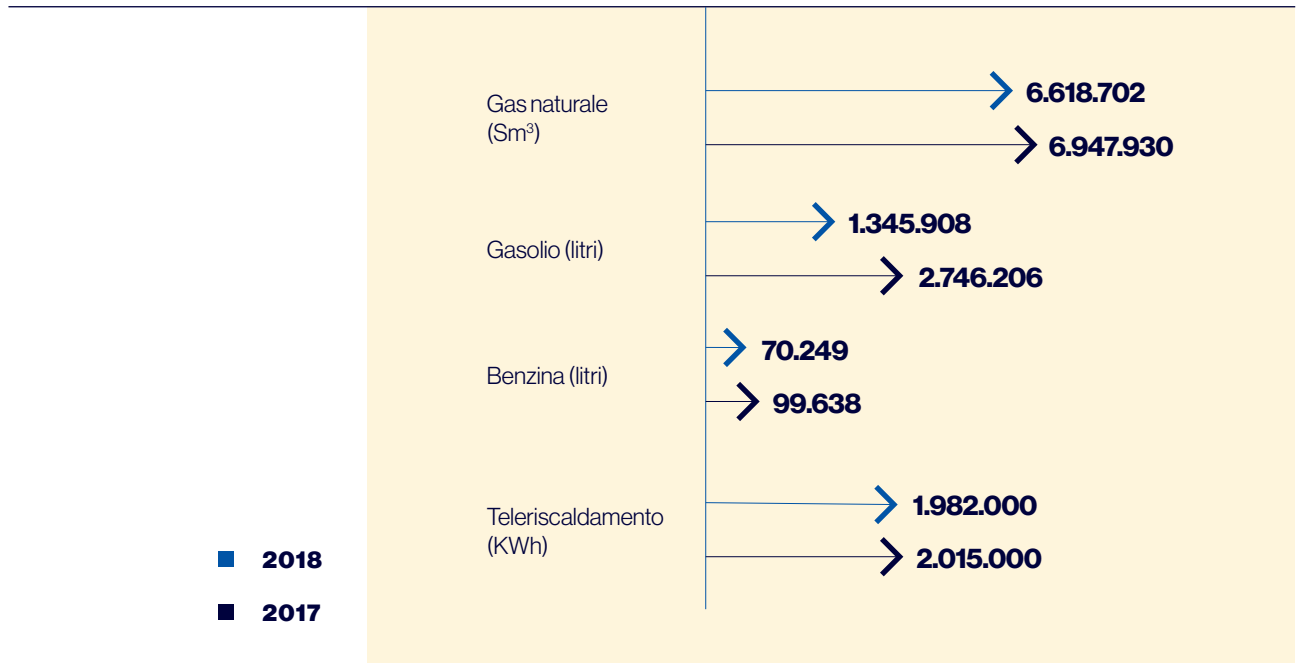
Si riportano di seguito alcune delle iniziative di efficientamento in fase di realizzazione:

- riqualificazione degli impianti CDZ presso il Palazzo Martello di Milano;
- riqualificazione del sistema di produzione dell'acqua refrigerata presso il CPTV di via Teulada a Roma;
- opere di manutenzione straordinaria alle unità di trattamento aria al servizio dell'impianto di climatizzazione della sede regionale di Bolzano;
- rifacimento dei sistemi di umidificazione delle unità di trattamento aria presso il CPTV di via Verdi a Torino;
- nuovi impianti CDZ presso il CPTV di corso Sempione a Milano;
- lavori di adeguamento dei pozzi di prelievo e scarico dell'acqua di falda, ad uso scambio termico per l'impianto CDZ presso il CPTV di via Verdi a Torino;
- sostituzione torri evaporative presso il CPTV di via Teulada a Roma;
- sostituzione della unità trattamento aria presso il CPTV Saxa Rubra a Roma;
- realizzazione di sistema di automazione per gestione impianti termotecnici presso 10 Sedi Regionali;
- adeguamento tecnico funzionale dei sistemi di supervisione presso i Centri di Produzione di Roma (Teulada e Asiago), Milano (Corso Sempione) e Torino.

Emissioni di CO₂
risparmiate

Il consumo di energia elettrica relativo al 2018 è stato pari ad oltre 200.000 MWh e, in base alle disponibilità offerte dalle forniture della convenzione Consip EE15, il 91% dell'energia elettrica è stata acquistata da fonti rinnovabili con un risparmio di circa 88.570 tonnellate di CO₂.

Consumi di energia
del Gruppo Rai



Consumi energetici
del Gruppo Rai per fonte nell'anno¹

Consumi energetici del Gruppo Rai per fonte nell'anno ¹			2018		2017	
Tipologia di consumo	Unità di misura	Totale	Totale GJ	Totale	Totale GJ	
Tipologia di combustibile						
Gas Naturale	Sm ³	6.618.702	226.823	6.947.930	244.109	
Gasolio	Litri	1.345.908	48.453	2.746.206	117.749	
Benzina	Litri	70.249	2.248	99.638	4.266	
GPL	Litri	137,00	3,562			
Teleriscaldamento	kWh	1.982.000		2.015.000	748.876	
Energia elettrica	kWh	200.609.517	729.330	206.005.981		
<i>di cui acquistata</i>	kWh	200.609.517		206.005.981		
<i>di cui da fonte rinnovabile</i>	kWh	183.369.330		204.637.481		

Note:
1) Fonte dei fattori di conversione: Linee guida ABI 2017 per i consumi relativi al 2018 e UNFCC Tabella parametri standard nazionali - 31 dicembre 2017 per i dati relativi al 2017.

Emissioni dirette e indirette
di CO₂ del Gruppo Rai nell'anno
(tonnellate di CO₂)

	2018	2017
Scopo		
Emissioni di scopo 1 ²	16.879	21.072
Emissioni di scopo 2 – Market Based	9.227 ³	1.118
Emissioni di scopo 2 – Location Based	65.032 ⁴	77.857 ⁵

Note:

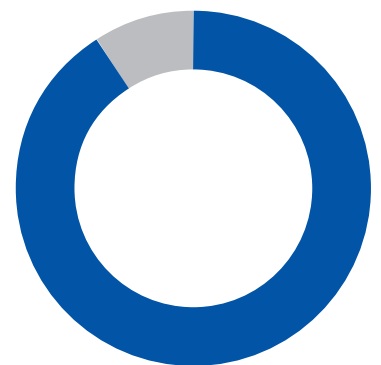
2) Fonte dei fattori di emissione 2017: Italian Greenhouse Gas Inventory 1990-2014 – National Inventory Report 2016 Annex 6 National Emission Factors – Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA). Fonte fattori di emissione 2018: DEFRA 18.

3) Le emissioni indirette calcolate secondo il metodo Market based del Gruppo prendono in considerazione la quota parte di energia elettrica acquistata non rinnovabile e l'energia da teleriscaldamento. Fonte fattori di emissione: Confronti internazionali AIB 2018.

4) Le emissioni Location based sono calcolate considerando tutta l'energia acquistata dal Gruppo (rinnovabile e non rinnovabile) come indicato dagli Standard GRI. Fonte fattori di emissione: ISPRA 2018 - Fattori di emissione atmosferica di gas a effetto serra e altri gas nel settore elettrico.

5) Le emissioni Location based sono calcolate considerando tutta l'energia acquistata dal Gruppo (rinnovabile e non rinnovabile) come indicato dagli Standard GRI. Fonte fattori di emissione: Confronti internazionali Terna 2015 (per energia elettrica) e ENEA (per teleriscaldamento)
<http://www.energiaenergetica.enea.it/>

Energia elettrica



	%
■ Non rinnovabile	9
■ Rinnovabile	91

5.2 Mobilità sostenibile

Mobilità: flotta e iniziative
per il trasporto "pulito"

La razionalizzazione e l'ammodernamento della flotta aziendale Rai prosegue da qualche anno con criteri "green": le vetture che di volta in volta giungono a fine vita vengono sostituite con nuove vetture bi-fuel (benzina-metano), ibride, elettriche. Nel 2018 la flotta è composta da 92 vetture ibride o elettriche di cui 57 facenti parte della flotta operativa e 35 di quella dirigenziale. A fine 2018 è stato dato l'avvio operativo al nuovo sistema di gestione del *Company Car Sharing* per l'utilizzo comune del bene. Il sistema è stato configurato inizialmente per 11 vetture della flotta aziendale afferenti alla Direzione Generale di Roma e per il 2019 è previsto un ampliamento agli altri ce-spiti aziendali.

Agevolazioni per il trasporto

Rai ha sottoscritto, con le società che gestiscono il trasporto pubblico locale, alcune convenzioni per l'acquisto agevolato degli abbonamenti e garantisce ai dipendenti un contributo sull'acquisto pari al 15% del costo convenzionato, oltre alla rateizzazione in busta paga.

È stato confermato l'accordo 2017 con NTV Nuovo Trasporto Viaggiatori, società che gestisce i servizi ferroviari "Italo", in base al quale viene accordato ai dipendenti Rai uno sconto su tutte le tratte ferroviarie gestite. Per il 2018 è stato stipulato con Trenitalia un accordo analogo per i dipendenti Rai.

Car Sharing e Bike Sharing

Nelle sedi in cui sono disponibili i servizi, è stata data ampia comunicazione ai dipendenti e, in alcuni casi, sono state concesse nella fase iniziale anche delle agevolazioni.

- Il Comune di Milano ha installato su uno dei marciapiedi adiacenti al Centro di Produzione di Sempione, condividendone la posizione con Rai, un plesso per il bike sharing. È stata rinnovata anche per il 2018 la convenzione per l'acquisto di abbonamenti al servizio a prezzo agevolato e un contributo aziendale.
- Nell'ambito delle iniziative per incentivare la mobilità sostenibile, a Roma e Torino è stato realizzato da oBike, il bike sharing "a flusso libero", il servizio che consente agli utenti di prelevare e riconsegnare le biciclette all'interno di un'area operativa senza parcheggiarle in rastrelliere dedicate. Per i dipendenti del Gruppo Rai è stato riservato uno sconto rispetto alla tariffa applicata al pubblico per le prime 100 corse.
- È stata stipulata una convenzione nazionale con facilitazioni per i dipendenti per l'utilizzo del servizio di car sharing che impiega city car elettriche in varie città italiane.

È stato confermato il servizio di parcheggio aziendale biciclette nei cespiti dei Centri di Produzione di Teulada, Saxa Rubra e Dear, Direzione Generale, Borgo Sant'Angelo.

Nell'ambito dei progetti di mobilità solidale, e nell'ottica di agevolare le dipendenti in stato di gravidanza, è stata avviata l'iniziativa sperimentale "Parcheggi Rosa", riservando posti auto temporanei presso i seguenti insediamenti e relative dipendenze:

- Centro di Produzione di Milano (corso Sempione e via Mecenate);
- Centro di Produzione di Napoli;
- Centro di Produzione di Roma (Dear, Salario, Teulada e Saxa Rubra);
- Centro di Produzione di Torino (via Verdi);
- viale Mazzini e via Asiago a Roma.

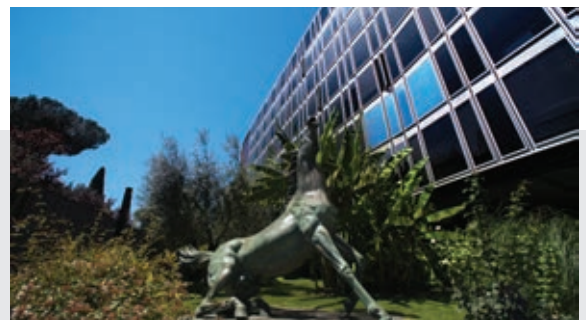
5.3 Inquinamento elettromagnetico

Il monitoraggio
delle emissioni
elettromagnetiche

Rai Way è soggetta ad un'articolata regolamentazione a livello nazionale e comunitario a tutela dell'ambiente e della salute che, tra l'altro, stabilisce i limiti di esposizione a campi elettromagnetici, imponendo l'obbligo di adozione di misure idonee rispetto agli effetti dannosi che possono derivare da tale esposizione alla salute dei cittadini e dei lavoratori. Per gli interventi di contenimento dell'impatto elettromagnetico si rimanda al Bilancio Sociale/DNF 2017.

Le misurazioni delle emissioni elettromagnetiche degli impianti di Rai Way sono effettuate utilizzando appropriati strumenti di rilevazione. Rai Way attua le rilevazioni e le analisi NIR attraverso il coordinamento delle attività delle proprie strutture a livello centrale con quelle dislocate su tutto il territorio nazionale, come definito nell'ambito dei mandati e delle procure aziendali che trovano applicazione anche attraverso le procedure dei Sistemi di Gestione **ISO14001** e **OHSAS 18001**. Con l'esperienza acquisita in tale campo e con le capacità del proprio personale, Rai Way è in grado di proporsi come attore di riferimento nel processo di misurazione, di risanamento dei siti e di razionalizzazione delle emissioni elettromagnetiche nel settore broadcast dell'intero Paese.

Nel 2018, oltre alla sorveglianza sistematica effettuata dai tecnici delle zone territoriali, la Società ha compiuto: 14 interventi di misura per la verifica della *compliance* delle emissioni Rai Way con la legislazione vigente per l'esposizione della popolazione ai campi elettromagnetici (L.Q. 36/2001 e D.P.C.M. 08/07/2003); 23 interventi di *zonizzazione dei luoghi di lavoro*, in conformità a quanto previsto dalla **Norma EN 50496**, presso siti trasmettenti Rai Way inclusivi degli interventi per la verifica dell'esposizione dei lavoratori ai campi elettromagnetici presso insediamenti Rai, secondo quanto stabilito dalla legislazione vigente, il D. Lgs. 159/2016 entrato in vigore il 2 settembre 2016 in recepimento della Direttiva Europea 35/2013/CE. Negli anni precedenti, anche in assenza di una legislazione vigente (in quanto l'entrata in vigore della Direttiva 2004/40/CE è stata più volte rimandata ma mai attuata), Rai Way aveva comunque iniziato il processo di *zonizzazione dei propri luoghi di lavoro*, in conformità alle **Norme EN 50499** e **EN 50496** (9 siti nel 2016, 13 nel 2015, 7 nel 2014, 2 nel 2011 e 2012).









19.700

Fascicoli di gara risparmiati grazie alla digitalizzazione

-33%

Contratti produzione televisiva rispetto al 2017

-10%

Contratti di beni, servizi, e lavori rispetto al 2017

94%

Fornitori italiani per contratti di beni, servizi e lavori

77%

Fornitori italiani per produzioni televisive

6.

Contratti

Rai, come “Organismo di diritto pubblico”, è soggetta alla disciplina del Codice dei Contratti Pubblici (D. Lgs. n. 50/2016 e s.m.i.). Sotto l'aspetto dell'applicabilità di tale Codice, gli acquisti del Gruppo sono costituiti da tre categorie di contratti:

CONTRATTI DEL C.D. SETTORE ORDINARIO

Integralmente soggetti al Codice dei Contratti Pubblici.

CONTRATTI ESCLUSI

I principali contratti esclusi sono quelli relativi al “settore radiotelevisivo”, ossia i contratti *“Aventi ad oggetto l'acquisto, lo sviluppo, la produzione o coproduzione di programmi destinati ai servizi di media audiovisivi o radiofonici che sono aggiudicati da fornitori di servizi di media audiovisivi o radiofonici, ovvero gli appalti (...) concernenti il tempo di trasmissione o la fornitura di programmi aggiudicati ai fornitori di servizi di media audiovisivi o radiofonici”*. (Rif. art. 17, comma 1, lett. b) D. Lgs. 50/2016 e s.m.i. e art. 49ter, comma 1, D. Lgs. 177/2005 e s.m.i.).

Per tali contratti non si applicano le disposizioni del Codice, ma i principi generali previsti dal Codice all'art. 4, come declinati nelle Istruzioni Interne.

CONTRATTI NECESSARI

Aventi ad oggetto lavori, servizi e forniture collegati, connessi o funzionali ai contratti del settore radiotelevisivo, e di importo inferiore alla soglia comunitaria, previsti dall'art. 49 ter, comma 2, del D. Lgs. 177/2005 (TUSMAR), introdotto dalla Legge di riforma di Rai e del Servizio Pubblico radiotelevisivo (L. n. 220/2015), per i quali non si applicano le disposizioni del Codice, ma i principi generali previsti dal Codice all'art. 4, come declinati nelle Istruzioni Interne.

6.1 I contratti per l'acquisto di beni, servizi e lavori

La Direzione Acquisti gestisce l'approvvigionamento della maggior parte di beni, servizi e lavori a supporto della macchina organizzativa di Rai. In tale contesto rientrano i contratti appartenenti a tutte e tre le categorie di classificazione: contratti "esclusi" (relativi al "settore radiotelevisivo"), contratti "necessari" e contratti del "settore ordinario".

Si evidenzia che il Codice dei Contratti Pubblici pone particolare attenzione ai temi della tutela ambientale e sociale. Nelle procedure di gara bandite da Rai i profili ambientali e sociali sono affrontati in parte nell'ambito dei requisiti di selezione, in parte nell'ambito dei criteri di valutazione premianti dell'offerta (possesso di certificazioni ambientali, possesso del rating di legalità, misure a tutela dei lavoratori impiegati nell'appalto, ecc.). Si segnala, in particolare, il ricorso, nei casi previsti dalla normativa, alle c.d. clausole sociali, volte a garantire il più possibile il mantenimento dei livelli occupazionali dei lavoratori impiegati negli appalti. Per ulteriori dettagli, in particolare circa il conseguimento della certificazione **ISO 9001:2015** per le procedure di affidamento gestite dalla Direzione Acquisti, si rimanda al Bilancio Sociale/DNF 2017.

Rai, al fine di migliorare la numerosità e la qualità degli operatori economici presenti nell'Albo dei Fornitori ed assicurare criteri di scelta e rotazione per le procedure di gare e gli affidamenti di Rai, ha intrapreso le seguenti iniziative:

- campagne di ricerca mirata svolte dall'ufficio Albo Fornitori in specifici segmenti di mercato: servizi di supporto alla produzione radiotelevisiva (service luci, service motorizzazione scenica, noleggio strumenti musicali, ecc.); lavori (attività di costruzione e manutenzione degli impianti tecnologici, progettazione degli impianti audio/video e altri);
- campagne informative per la ricerca di nuovi fornitori in settori di particolare interesse realizzate mediante pubblicazione di avvisi, sul sito istituzionale www.fornitori.rai.it, su quotidiani nazionali, su siti web specializzati, su riviste di settore.

Le attività continue svolte in tale ambito hanno consentito nel 2018 di inserire nell'Albo Fornitori di Rai nuovi operatori economici nelle diverse aree merceologiche di maggiore interesse. Per i dettagli circa il procedimento di iscrizione, si rimanda al Bilancio Sociale/DNF 2017. In particolare, rispetto al totale degli operatori che hanno completato il processo di iscrizione nell'Albo Fornitori nel 2018, i nuovi iscritti rappresentano una percentuale del 49%. Nel corso del 2018 sono state eseguite attività di controllo e/o audit degli operatori economici in iscrizione ovvero già iscritti in Albo Fornitori:

- **Accertamento dei requisiti ex art. 80 D. Lgs. 50/2016**: sono state segnalate ed esaminate, secondo il regolamento dell'Albo Fornitori, 97 situazioni di irregolarità afferenti aspetti di natura fiscale e/o contributiva, in ottemperanza a quanto previsto dalla legge sul diritto al lavoro dei disabili, ed altre fattispecie. In 44 casi è stato adottato un provvedimento di sospensione dall'Albo Fornitori, mentre in 51 casi l'irregolarità riscontrata è stata sanata e quindi l'istruttoria risulta senza provvedimenti.

- **Audit:** sono state eseguite visite ispettive presso le sedi operative degli operatori economici e ulteriori controlli documentali. Gli audit in questione sono stati condotti nei confronti di imprese che operano in settori particolarmente rilevanti per la produzione radiotelevisiva. In questa sede sono state verificate le informazioni dichiarate in sede di iscrizione riguardanti le capacità tecniche/organizzative (infrastrutture tecniche, logistica, personale dichiarato) ed inoltre l'adozione di opportuni criteri di sicurezza sul lavoro. Complessivamente, nel biennio 2017-2018 sono state eseguite più di 60 visite presso le aziende del settore radiotelevisivo. In particolare, nel 2018 sono state operati 27 accertamenti relativi ad operatori economici dell'area post-produzione (su Roma e Milano), iscritti ovvero in via di iscrizione. Sono state richieste ed esaminate ulteriori documentazioni attestanti il possesso delle specifiche infrastrutture tecniche, hardware e software, della logistica impiegata, nonché la documentazione per la valutazione dei rischi specifici (DVR).

Digitalizzazione
dell'Albo Fornitori

Nel 2018 sono state consolidate le procedure digitali dedicate alla gestione degli operatori economici, avviate nel 2017 a seguito dell'adozione del Portale Acquisti. Sono stati aggiornati/avviati processi digitali di:

- iscrizione al nuovo Albo Fornitori, secondo il nuovo Regolamento dell'Albo Fornitori Rai entrato in vigore a febbraio 2018;
- censimento digitale in apposito "Registro" degli operatori economici titolari di diritti esclusivi;
- valutazione dei c.d. *requisiti generali* (ex art. 80 D. Lgs. 50/2016) e dei c.d. *requisiti speciali* (di natura tecnico/organizzativa ed economico/finanziaria).
- raccolta di tutta la documentazione e dei dati necessari per la verifica delle autodichiarazioni e per la qualificazione degli operatori economici nelle diverse classi merceologiche.

Questo approccio garantisce che tutte le informazioni vengano acquisite e fruite in modalità *paperless*. Il sistema permette agli operatori economici di accedere al Portale e rispondere ai questionari interattivi via web, di firmare i moduli in formato digitale, di aggiornare le informazioni di iscrizione, di inserire nuove richieste o segnalare informazioni pertinenti, di verificare lo status della propria domanda o della validità dell'iscrizione.

Il personale preposto al processo di qualificazione del fornitore accede ai questionari compilati dagli operatori economici e verifica i dati ed i documenti forniti accedendo a banche dati interattive e/o richiedendo agli Enti competenti documenti digitali. Nel corso dell'esame delle informazioni il fascicolo digitale dell'operatore economico assume diversi stati di lavorazione: in istruttoria, iscritto, sospeso.

Attraverso il Portale Acquisti si possono effettuare ricerche filtrate per categoria merceologica, selezionare gli operatori economici disponibili per ogni classe merceologica, verificare lo stato d'iscrizione, i dati e le documentazioni loro associate, istruire procedure di gara.

La digitalizzazione ha permesso la dematerializzazione di 2.000 fascicoli di iscrizione per i nuovi fornitori (50 fogli ogni fascicolo) e un risparmio di **19.700 fascicoli di gara** per le nuove procedure (50 fogli circa per ogni fascicolo). Da questa analisi si evince un equivalente risparmiato pari a circa 6,6 Ton di CO₂ (equivalenti all'opera di neutralizzazione della CO₂ di 9,3 alberi).

Politiche e/o procedure in atto per la valutazione dei fornitori su tematiche ambientali, sociali e di rispetto dei diritti umani

Il questionario di iscrizione all'Albo Fornitori Rai richiede informazioni e certificazioni specifiche rivolte agli aspetti sociali (rispetto dei diritti umani, rispetto dei diritti dei lavoratori, tutela contro lo sfruttamento dei minori, le garanzie di sicurezza e salubrità sul posto di lavoro) quali la certificazione SA8000.

Nel 2018 risultano registrati nel Portale Acquisti 107 operatori economici che hanno dichiarato di essere in possesso della certificazione **SA8000**. Di questi, 54 hanno completato il processo di qualificazione e sono iscritti all'Albo Fornitori.

Vengono altresì acquisite informazioni sulla tipologia di **contratti di lavoro adottati** dagli operatori economici, sulle modalità di **gestione della sicurezza** (documentazione di valutazione dei rischi) oltre che informazioni statistiche relative **al numero di incidenti sul luogo di lavoro**.

Le **tematiche ambientali** vengono recepite nei capitolati tecnici elaborati dalle Direzioni Richiedenti e diventano elementi di valutazione, criteri minimi o migliorativi nelle procedure di gara indette da Rai.

Nel 2019, in coerenza con quanto previsto dal nuovo Regolamento dell'Albo Fornitori e grazie agli strumenti digitali impiegati, è previsto l'avvio della implementazione di specifiche regole di qualificazione degli operatori economici per l'accesso a specifiche classi merceologiche ritenute di particolare interesse per Rai.

Nel 2018 la Direzione Acquisti ha concluso 8.686 contratti, il 10% in meno rispetto al 2017. I fornitori italiani sono stati 1.918, il 94,15% del totale dei fornitori, percentuale in aumento rispetto al 93,9% del 2017.

Numero dei contratti della Direzione Acquisti suddivisi per categoria merceologica



Diritti, beni, materiali e servizi per la produzione TV e RF

→ 5.902

→ 6.249

Dotazioni, materiali e servizi comuni

→ 1.666

→ 2.007

Lavori e servizi per le opere edili, gli impianti tecnologici e affini

→ 281

→ 471

Beni e servizi informatici per i servizi IT e di fonia

→ 274

→ 232

Beni e servizi di ingegneria elettrica ed elettronica, materiali diversi per le infrastrutture ordinarie e per le esigenze di produzione televisiva

→ 232

→ 333

Beni e servizi per le infrastrutture tecniche di tele-radio comunicazione e di produzione audio-video

→ 298

→ 358

Acquisti di magazzino

→ 18

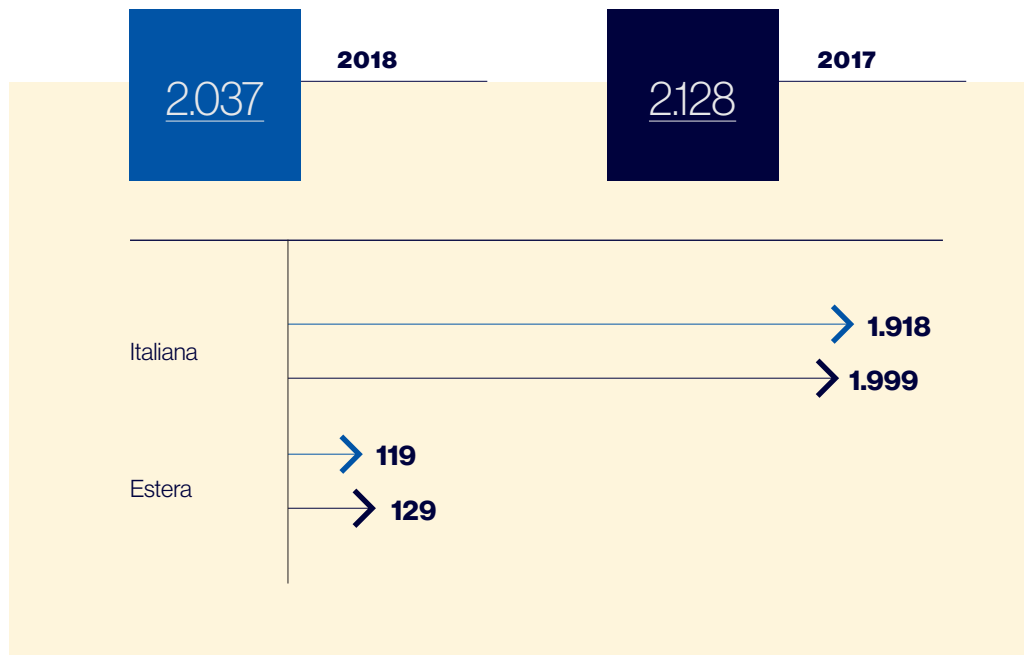
→ 31

Categorie residuali (altre categorie)

→ 15

→ 14

Numero dei fornitori suddivisi per
provenienza geografica



6.2 I contratti delle risorse per la produzione televisiva

L'attività contrattuale della Direzione Risorse Televisive è incentrata sulla negoziazione e conclusione di contratti aventi ad oggetto lo sviluppo, la produzione, la coproduzione, l'acquisto di programmi televisivi, su richiesta delle Strutture Editoriali. I contratti relativi all'area televisiva sono **esclusi** dall'applicazione del **Codice dei Contratti Pubblici**, e vengono affidati all'operatore economico individuato quale titolare esclusivo dei diritti sull'opera dell'ingegno prescelta (per i generi fiction e cartoni animati di produzione, intrattenimento, documentari ed altri filmati di repertorio).

Contratto di Servizio
2018-2022 e le attività delle
Risorse Televisive

Diverse le norme previste nel Contratto di Servizio che potranno avere impatti e ricadute sull'attività di Risorse Televisive nel quadro dell'obbligo per Rai di valorizzare le capacità produttive, imprenditoriali e culturali del Paese al fine di favorire lo sviluppo e la crescita del sistema di produzioni audiovisive indipendenti italiane ed europee, secondo criteri di efficienza e pluralismo (art. 3 del Contratto).

A tal proposito Rai ha definito le linee guida operative che dovranno ispirare le intese con le associazioni di categoria maggiormente rappresentative con riferimento alla "durata e ambito dei diritti di sfruttamento radiofonico, televisivo e multimediale" (art. 25 comma 3 del Contratto).

La materia, di grande rilevanza in quanto incide direttamente su una delle attività più sensibili per il funzionamento dell'Azienda, ovvero l'acquisizione – con varie formule contrattuali – di diritti su programmi televisivi (segnatamente, dei generi fiction, cartoni

animati, intrattenimento e documentari) da Produttori Indipendenti, è oggetto del lavoro della **Commissione paritetica** istituita con Decreto del Ministro dello Sviluppo Economico del 5 settembre 2018.

La Commissione elabora le suddette linee guida tramite un confronto con i principali stakeholder del settore, esaminando, con un approccio ampio ed inclusivo allo studio del tema, tutti gli aspetti relativi alle dinamiche evolutive in corso nel mercato italiano della produzione audiovisiva e alla definizione della durata e dell'ambito territoriale nello sfruttamento dei diritti sulle diverse piattaforme di diffusione, radiofonica, televisiva e multimediale.

A corollario di questa attività, Rai sarà tenuta a disciplinare e ad attuare tramite una formale *road map* (art. 25, commi 1 e 3, del Contratto):

1. le **modalità di presentazione dei progetti da parte dei Produttori Indipendenti** e le tempistiche che si impegna a rispettare per consentire a questi ultimi di conoscere, entro tempi certi e ragionevoli, l'eventuale interesse di Rai;
2. le **modalità di redazione dei budget di produzione**, la loro composizione interna e le tempistiche relative alla loro presentazione;
3. le **tempistiche di pagamento** che si obbliga a seguire, conformi alle prescrizioni di cui al D. Lgs. 9 ottobre 2002 n. 231.

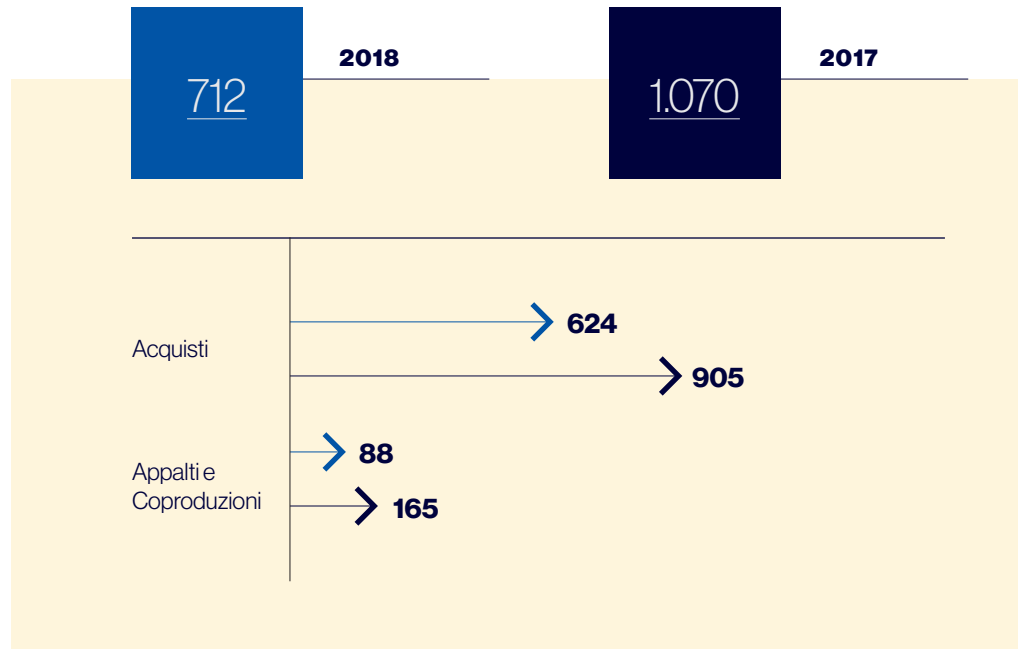
Più in generale, ulteriori ricadute sull'attività di Risorse Televisive potranno derivare dagli obblighi di cui agli art. 7 e 25, lett. v, punto iv) del Contratto, ovvero:

1. **promuovere progetti di co-produzione internazionale** che valorizzino il prodotto nazionale e ne agevolino la commercializzazione all'estero, e di **produzione documentaristica**, anche al fine di rafforzare l'immagine, il patrimonio artistico e culturale e la ricchezza paesaggistica del Paese;
2. assicurare un **presidio aziendale dedicato allo sviluppo del genere documentario** e al coordinamento dei relativi investimenti;
3. definire una quota specifica di risorse per lo **sviluppo di format originali**.

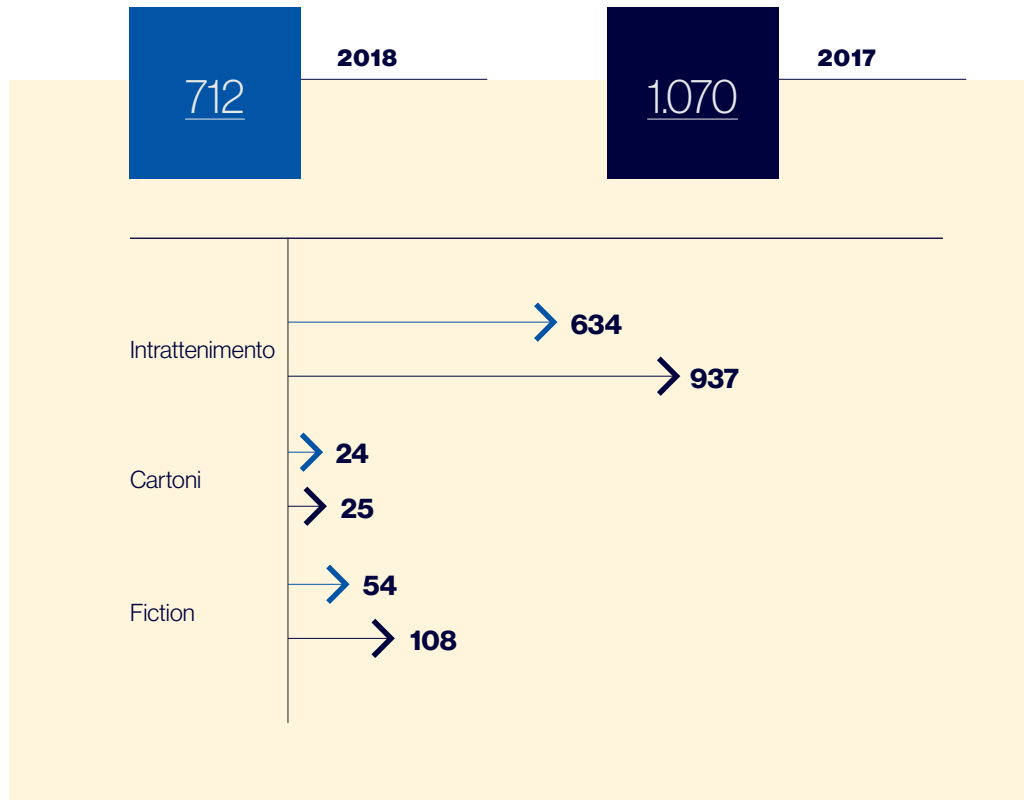
Da ultimo, importante è l'attività che la Direzione Risorse Televisive, in raccordo con la Direzione Affari Legali e Societari, sta svolgendo per ottenere il riconoscimento in favore di Rai del c.d. **compenso per diritti di copia privata** da parte della Associazione Produttori Televisivi (APT) ai sensi dell'art. 71-septies Legge sul Diritto d'Autore. A tal fine, oltre ad opportuni adeguamenti dei contratti di nuova stipulazione, è stata avviata una ricognizione dei contratti stipulati negli ultimi 10/12 anni ai fini della risoluzione dei numerosi conflitti di attribuzione rilevati, così come è in fase di valutazione e studio un flusso procedurale volto a rendere più agevole la verifica della rendicontazione di APT e la riscossione dei compensi.

Si evidenzia che il 76,92% dei fornitori ha nazionalità italiana. Di seguito i dati riguardanti le principali categorie di contratti.

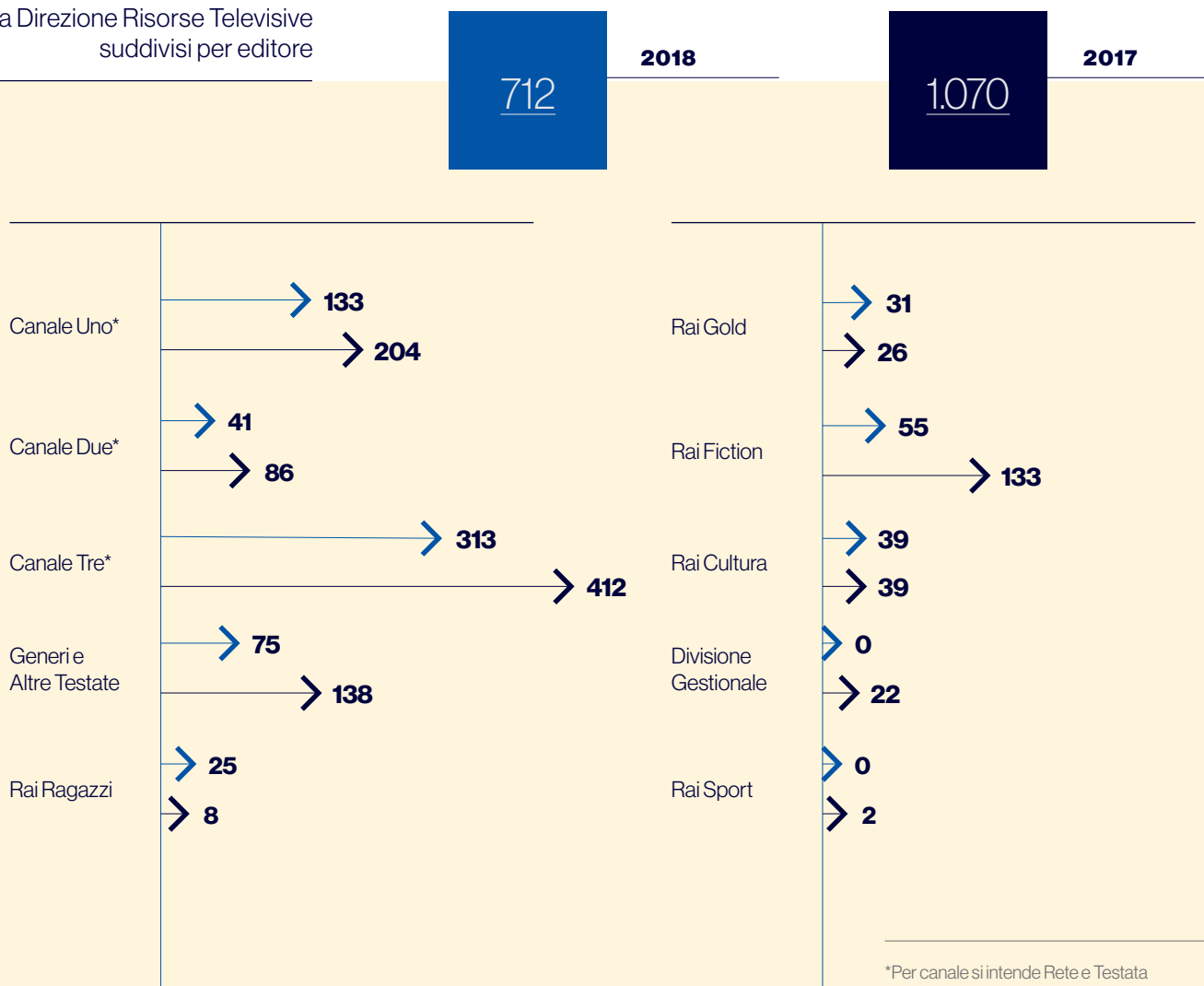
Numero dei contratti della Direzione
Risorse Televisive suddivisi per
tipologia contrattuale



Numero dei contratti
della Direzione Risorse Televisive
suddivisi per genere

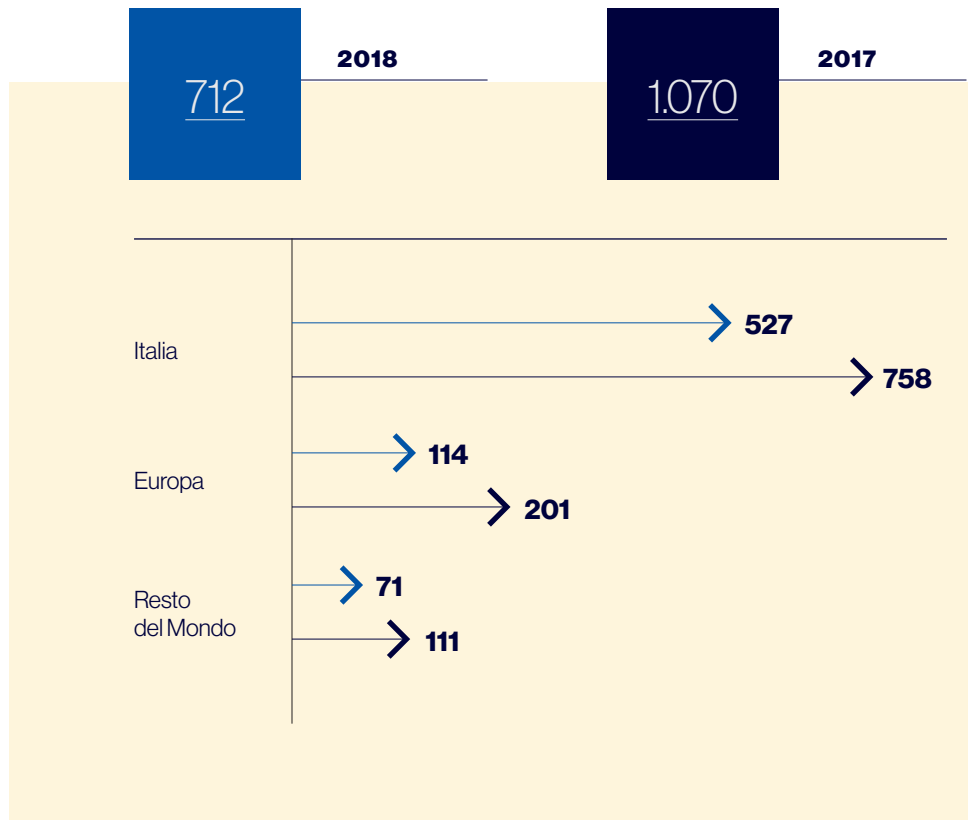


Numero dei contratti
della Direzione Risorse Televisive
suddivisi per editore

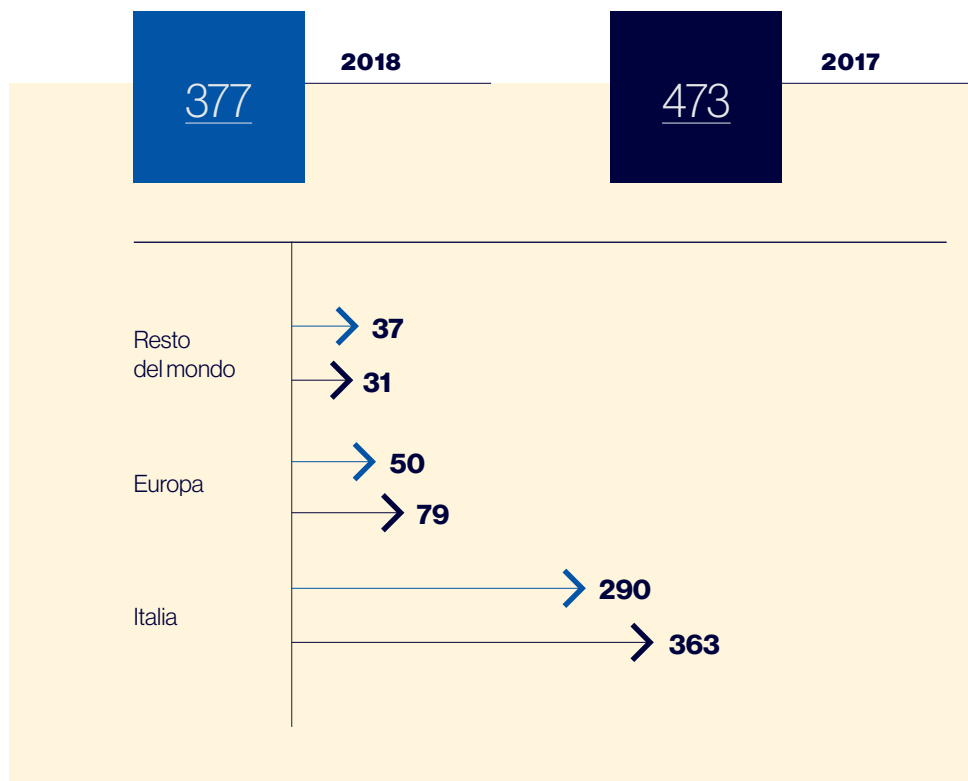


*Per canale si intende Rete e Testata

Numero dei contratti della Direzione
Risorse Televisive suddivisi per
provenienza geografica



Numero dei fornitori suddivisi
per provenienza geografica

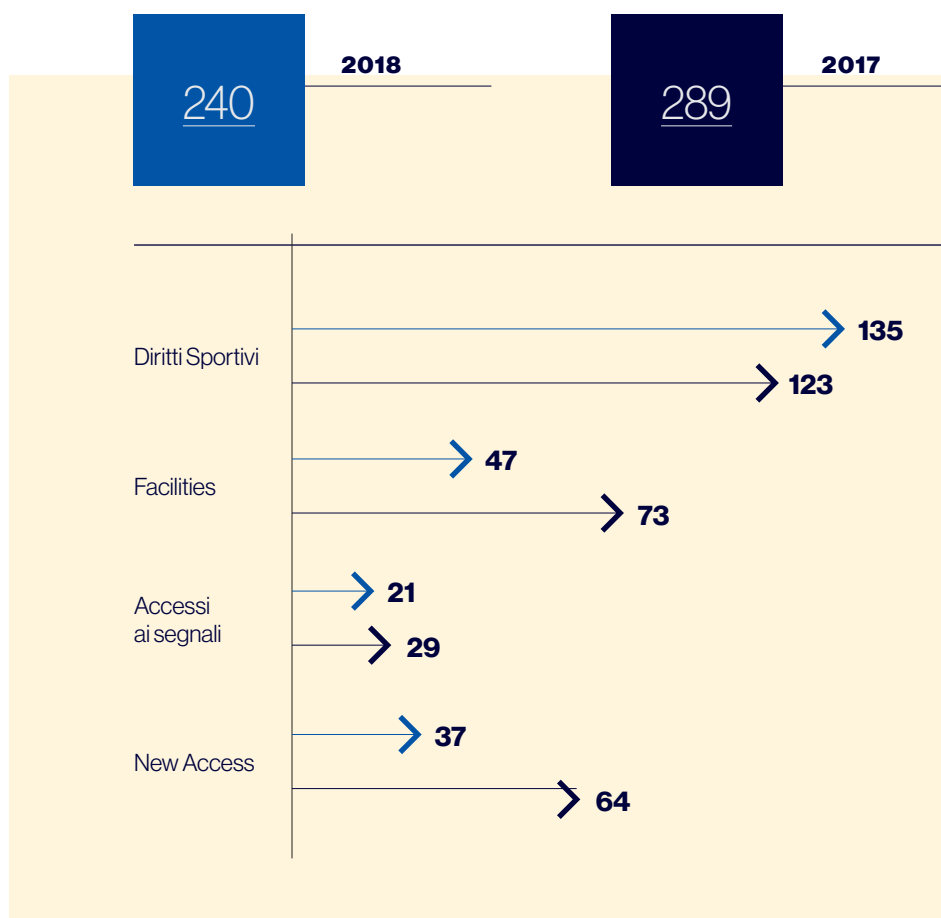


In un'ottica di miglioramento del processo di rendicontazione, il Gruppo Rai ha ritenuto di non includere gli Applicativi/Accordi Quadro all'interno dei dati soprariportati.

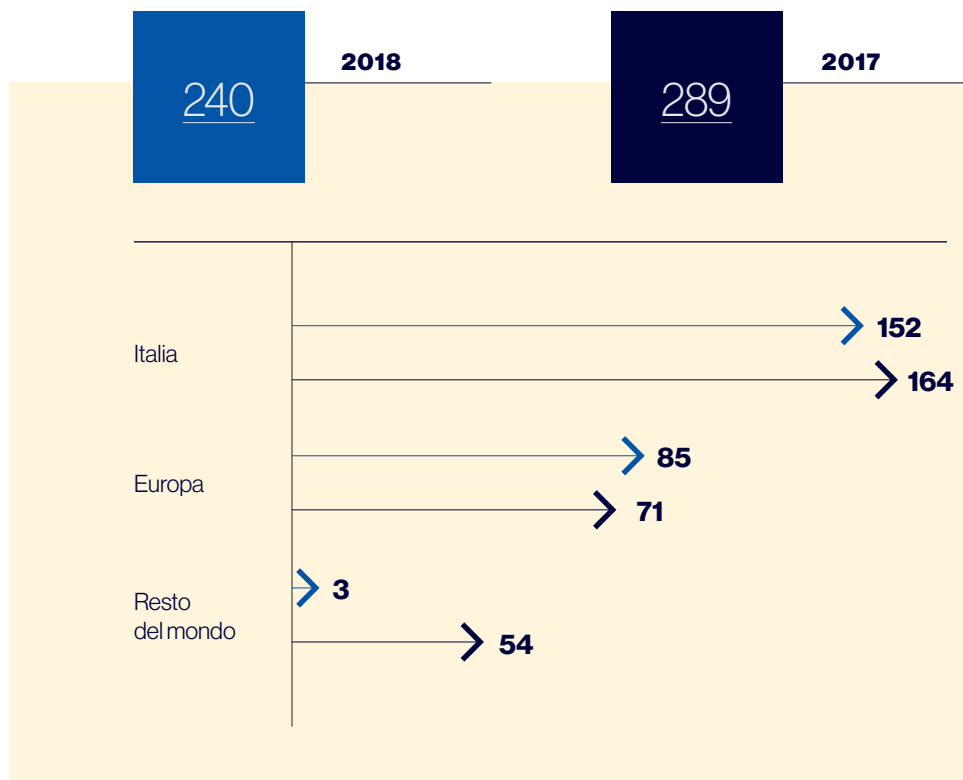
6.3 I contratti per i diritti sportivi

La Direzione Diritti Sportivi acquista i diritti sportivi per tutte le piattaforme Rai. In tale ambito, negozia e stipula i contratti mediante trattativa diretta con le controparti internazionali e nazionali titolari dei diritti, ovvero mediante partecipazione – direttamente o per mezzo dell'Unione Europea di Radiodiffusione (UER) – ai bandi di gara indetti dalle Federazioni o Leghe. Alla stessa Direzione competono anche gli ordinativi di *facilities* collegate ai contratti, nonché acquisto, retrocessione e scambio di diritti di cronaca. Per la definizione del processo di acquisto si rimanda al Bilancio Sociale/DNF 2017.

Numero dei contratti in diritti
della Direzione Diritti Sportivi



Numero dei contratti della Direzione
Diritti Sportivi suddivisi per
provenienza geografica



6.4 I contratti di Rai Cinema

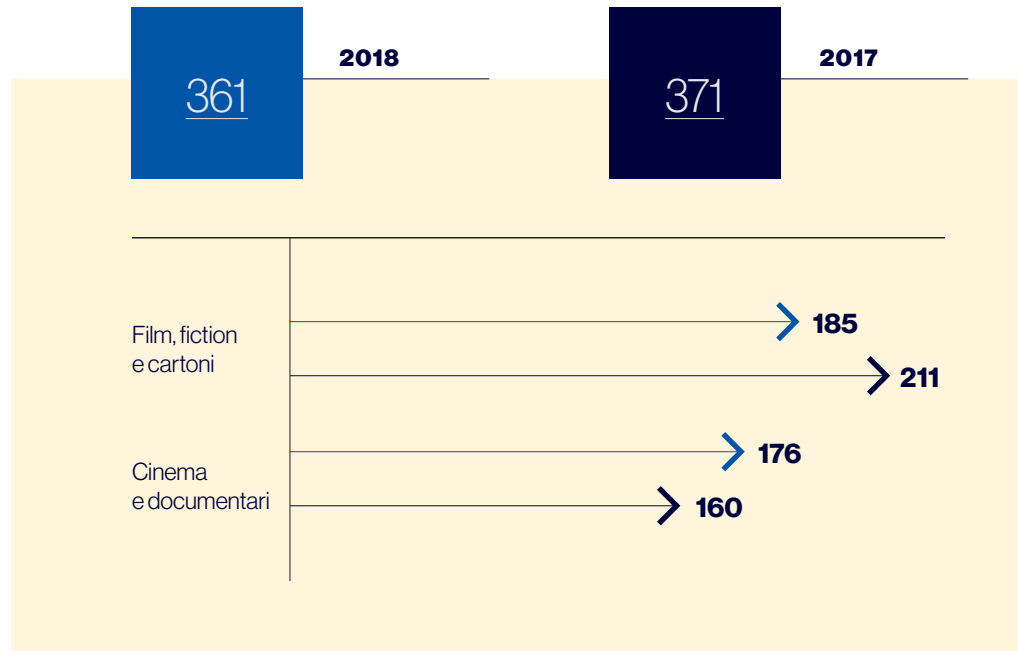
Rai Cinema, come previsto dal quadro normativo nazionale, investe in sviluppo, produzione, preacquisto e promozione (anche nell'ambito dei principali festival e rassegne cinematografiche nazionali ed internazionali) di opere cinematografiche di espressione originale italiana. Sul versante dell'approvvigionamento del prodotto utile alla trasmissione televisiva, Rai Cinema per conto di Rai investe nella acquisizione, sui mercati nazionali e internazionali, di diritti relativi ad opere cinematografiche e audiovisive (film, serie, miniserie, TV movie, film documentari, ecc.) in linea con i fabbisogni specifici. Dell'acquisto fanno parte anche i prodotti internazionali che partecipano alla formazione del listino di distribuzione cinematografica 01 Distribution, a completamento dell'offerta italiana di produzione.

Nei vari scenari in cui opera, Rai Cinema tiene in forte considerazione le tematiche proprie del Servizio Pubblico, privilegiando quei prodotti che, con il linguaggio del racconto cinematografico, possano portare l'attenzione del pubblico verso temi rilevanti sul piano socioculturale, quali ad esempio la tutela dell'immagine e dei diritti delle donne e dei minori, i diritti delle minoranze, l'immigrazione, il lavoro, l'ambiente, le geografie umane, la lotta alla criminalità, i conflitti, la promozione della cultura nazionale.

I contratti di acquisto diritti di Rai Cinema del 2018

I contratti di Rai Cinema sono negoziati e perfezionati esclusivamente con i soggetti titolari – e/o loro aventi causa – dei diritti sulle opere e sui progetti produttivi selezionati. Nell'acquisto, i fornitori sono stati 124, di cui 77 italiani e 47 di altri Paesi. Nella produzione, i fornitori sono stati 120, di cui 119 italiani e 1 straniero. Il numero totale, 244, è tendenzialmente in linea con quello del 2017 (237 fornitori).

Numero dei contratti in diritti di Rai Cinema suddivisi per tipologia di prodotto



Nota Metodologica

Il documento rappresenta la Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario (di seguito “DNF” o “Dichiarazione”) ai sensi del Decreto Legislativo 254 del 30 dicembre 2016 (di seguito anche il “Decreto”) di attuazione della Direttiva 2014/95/UE, delle società appartenenti al Gruppo Rai (di seguito anche “Rai” o “Gruppo”) descrivendone le iniziative e i principali risultati in ambito di sostenibilità raggiunti nel corso del 2018.

Tale documento è stato redatto nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotto e copre i temi ritenuti rilevanti e previsti dall'art. 3 del D. Lgs. 254/16 con riferimento all'esercizio 2018 (dal 1° gennaio al 31 dicembre). Si segnala che, in considerazione dello specifico settore di business, le attività del Gruppo non comportano significativi consumi idrici ed emissioni inquinanti in atmosfera non ricomprese nelle emissioni di gas a effetto serra. Pertanto, pur garantendo un'adeguata comprensione dell'attività dell'impresa, tali tematiche (richiamate dall'art. 3 comma 2 del D. Lgs. 254/16) non sono oggetto di rendicontazione nel documento.

Il documento è stato redatto anche recependo quanto, ad integrazione del citato Decreto, è indicato all'art. 25 del Contratto di Servizio 2018-2022 tra il Ministero dello Sviluppo Economico e Rai.

Come previsto dall'art. 5 del D. Lgs. 254/16 il presente documento costituisce una relazione distinta contrassegnata con apposita dicitura al fine di ricondurla alla Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario prevista dalla normativa.

Il presente documento è stato predisposto in conformità agli standard “GRI Sustainability Reporting Standards” (2016) e i “Media Sector Disclosures” (2014), entrambi pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione “in accordance – Core”. La definizione degli aspetti rilevanti per il Gruppo e per i suoi Stakeholder, è avvenuta in base a un processo di analisi di materialità di cui è data descrizione nel paragrafo “Coinvolgimento degli stakeholder e analisi di materialità” del presente documento. In appendice è presente la sezione “GRI Content Index”, parte integrante del documento, ove è riportata la tabella degli indicatori materiali GRI rendicontati.

1) Per l'elenco delle società consolidate con il metodo integrale si rimanda a pagina 166 della Relazione sulla Gestione del Consiglio di Amministrazione al Bilancio consolidato per il 2018.

Il perimetro dei dati economico-finanziari risulta essere lo stesso del Bilancio consolidato 2018 del Gruppo Rai. Il perimetro dei dati e delle informazioni sociali e ambientali risulta essere composto dalle società facenti parte del Gruppo Rai al 31 dicembre 2018 consolidate con il metodo integrale all'interno del Bilancio consolidato di Gruppo¹. Eventuali limitazioni del perimetro di rendicontazione relativamente a singoli temi o indicatori sono esplicitate nei relativi paragrafi, garantendo, in ogni caso, la corretta comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotto. Non si segnalano operazioni straordinarie intervenute nel periodo di rendicontazione considerato.

La periodicità della pubblicazione della Dichiarazione è impostata secondo una frequenza annuale. Al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo e valutare l'andamento delle attività del Gruppo, è stato proposto, laddove possibile, il confronto con l'anno precedente. I dati riferiti all'esercizio 2016 sono consultabili all'interno del Bilancio Sociale/DNF 2017 del Gruppo Rai pubblicato sul sito www.rai.it/trasparenza. Inoltre, ai fini di una corretta rappresentazione delle performance e di garantire l'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime che, se presenti, sono opportunamente segnalate.

In coerenza con gli impegni presi dal Gruppo nel 2017, nel 2018 sono state avviate le attività per la definizione del Piano strategico di sostenibilità del Gruppo che mira all'integrazione della strategia di sostenibilità al business e ai processi aziendali. Nel corso del 2018 sono state inoltre implementate diverse attività di coinvolgimento degli Stakeholder e attività formative sui temi della sostenibilità che proseguiranno anche nel corso del 2019.

La presente versione 2018 è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione di Rai SpA in data 9 maggio 2019.

La Dichiarazione è inoltre oggetto di un esame limitato ("limited assurance engagement" secondo i criteri indicati dal principio ISAE 3000 Revised) da parte di KPMG SpA che, al termine del lavoro svolto, ha rilasciato un'opportuna relazione come previsto dal D. Lgs. n. 254/16.

Per ogni informazione relativa alla DNF è possibile contattare la Direzione Finanza e Pianificazione/ Bilancio Sociale di Rai. La DNF è disponibile anche sul sito rai.it/trasparenza/

Tabella di raccordo con il
D. Lgs. 254/2016

Al fine di favorire l'individuazione dei contenuti previsti dal D. Lgs. 254/2016 e dei collegamenti con gli indicatori dei GRI Standards utilizzati per la rendicontazione del Bilancio Sociale nonché Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del Gruppo Rai, è stata creata la seguente tabella di raccordo:

Tematiche D. Lgs. 254/2016	Ambito	Riferimento	Disclosure GRI Standards
Modello aziendale di gestione e organizzazione delle attività dell'impresa	Ambiente, Sociale, Personale, Diritti umani, Corruzione	<ul style="list-style-type: none"> • Coinvolgimento degli stakeholder e analisi di materialità • Ascolto e interazione con gli stakeholder • Palinsesto Sostenibile • Campagne sociali • Corporate Governance • Il sistema di controllo interno e gestione dei rischi • Capitale umano • Gestione del patrimonio immobiliare • Contratti • Nota Metodologica 	102-2; 102-4; 102-5; 102-6; 102-7; 102-9; 102-10; 102-11; 102-12; 102-13; 102-18; 102-25; 102-40; 102-43; 102-44; MA 205; MA serie 300; MA serie 400
Politiche praticate dall'impresa , comprese quelle di dovuta diligenza, i risultati conseguiti tramite di esse e i relativi indicatori fondamentali di prestazione di carattere non finanziario	Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Gestione del patrimonio immobiliare 	MA 302; 302-1; MA 305; 305-1; 305-2; MA 307; 307-1
	Sociale	<ul style="list-style-type: none"> • Coinvolgimento degli stakeholder e analisi di materialità • Ascolto e interazione con gli stakeholder • Palinsesto Sostenibile • Campagne sociali • Il sistema di controllo interno e gestione dei rischi • Cyber security e privacy • Gestione del patrimonio immobiliare • Contratti 	102-2; 102-4; 102-9; 102-40; 102-42; 102-43; 102-44; MA 205; MA 418; 418-1; M2; M4; M5; M6
	Personale	<ul style="list-style-type: none"> • Capitale Umano • Attrazione, valorizzazione e benessere del personale • Diversità e pari opportunità • Gestione del patrimonio immobiliare 	102-4; 102-8; 102-41; MA 401; 401-1; 401-2; MA 402; 402-1; MA 403; 403-9; MA 404; 404-1; 404-2; MA 405; 405-1; 405-2
	Corruzione	<ul style="list-style-type: none"> • Il sistema di controllo interno e gestione dei rischi 	102-16; 102-25; MA 205; 205-1; 205-3;
Principali rischi , generati o subiti, ivi incluse le modalità di gestione degli stessi, connessi ai suddetti temi e che derivano dalle attività dell'impresa, dai suoi prodotti, servizi o rapporti commerciali, incluse, ove rilevanti, le catene di fornitura e subappalto	Ambiente, Sociale, Personale, Diritti umani, Corruzione	<ul style="list-style-type: none"> • Il sistema di controllo interno e gestione dei rischi 	102-15
Diversità negli organi di amministrazione, gestione e controllo		<ul style="list-style-type: none"> • Diversità e pari opportunità 	MA 405; 405-1
Standard di rendicontazione e analisi di materialità	Ambiente, Sociale, Personale, Diritti umani, Corruzione	<ul style="list-style-type: none"> • Coinvolgimento degli stakeholder e analisi di materialità • Nota metodologica • GRI Content Index • Relazione della Società di Revisione 	102-45; 102-46; 102-47; 102-54; 102-55; 102-56

Tabella di riconciliazione tematiche materiali - GRI

Area	Tema materiale	Perimetro		Riconciliazione Topic GRI
		Dove avviene l'impatto	Tipologia di impatto	
Anticorruzione	Lotta alla corruzione	Gruppo	Generato dal Gruppo	205: Anti-corruption
	Compliance normativa di settore	Gruppo	Generato dal Gruppo	307: Compliance normativa di settore
Tematiche attinenti al personale	Sviluppo, valorizzazione e tutela del capitale umano	Gruppo	Generato dal Gruppo	401: Occupazione 404: Formazione e istruzione 405: Diversità e pari opportunità
	Salute e sicurezza dei lavoratori	Gruppo	Generato dal Gruppo	403: Salute e sicurezza
Tematiche sociali	Brand reputation	Gruppo	Generato dal Gruppo	N.A.
	Accessibilità, distribuzione dei contenuti e digitalizzazione	Gruppo	Generato dal Gruppo	N.A.
	Copertura Territoriale	Gruppo	Generato dal Gruppo	N.A.
	Interazione con gli utenti	Gruppo	Generato dal Gruppo	N.A.
	Sicurezza dei dati e cybersecurity	Gruppo	Generato dal Gruppo	418: Privacy dei consumatori
	Arricchimento storico-culturale e funzione sociale	Gruppo	Generato dal Gruppo	N.A.
Diritti Umani	Diritti Umani e diritti dei lavoratori	Gruppo Fornitori	Generato dal Gruppo e direttamente connesso attraverso una relazione di business	406: Non discriminazione
Tematiche ambientali	Consumo responsabile, emissioni ed elettromagnetismo	Gruppo	Generato dal Gruppo	302: Energia 305: Emissioni

GRI Content Index

GRI-STANDARDS		N. pag./direct answer	Omission
GRI 102: GENERAL STANDARD DISCLOSURE			
Profilo dell'Organizzazione			
102-1	Nome dell'Organizzazione	4	
102-2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	36-65; 81-82	
102-3	Sede principale	152	
102-4	Aree geografiche di operatività	116-117	
102-5	Assetto proprietario e forma legale	81-82; 127	
102-6	Mercati serviti	81-82	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	4;95	
102-8	Caratteristiche della forza lavoro	95-97	
102-9	Catena di fornitura dell'organizzazione	126-139	
102-10	Cambiamenti significativi dell'Organizzazione e della sua catena di fornitura	127-130; 140-141	
102-11	Applicazione del principio o approccio prudenziale alla gestione dei rischi	85-89	
102-12	Iniziative esterne	73-74	
102-13	Principali partnership e affiliazioni	30	
Strategia			
102-14	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale	4-5	
102-15	Principali impatti, rischi e opportunità	85-89	
Etica ed integrità			
102-16	Valori, principi, standard e regole di comportamento adottate dall'organizzazione	87	
Governance			
102-18	Struttura di Governo dell'organizzazione	82-83	
102-25	Conflitti di interesse	87	
Stakeholder Engagement			
102-40	Elenco degli stakeholder	11	
102-41	Accordi di contrattazione collettiva	97-98	
102-42	Identificazione e selezione degli stakeholder	11	
102-43	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	10-11	
102-44	Aspetti chiave emersi dal coinvolgimento degli stakeholder	12-13	

GRI Content Index

GRI-STANDARDS		N. pag./direct answer	Omission
GRI 102: GENERAL STANDARD DISCLOSURE			
Processo di rendicontazione			
102-45	Entità incluse nel bilancio consolidato	140	
102-46	Processo di definizione dei contenuti del report e del perimetro dei topic materiali	140-141; 143	
102-47	Elenco dei topic materiali	13;143	
102-48	Modifiche di informazioni contenute nei precedenti report	140-141	
102-49	Cambiamenti significativi in termini di topic materiali e loro perimetro	143	
102-50	Periodo di rendicontazione	140-141	
102-51	Data di pubblicazione del report più recente	2017	
102-52	Periodicità della rendicontazione	140-141	
102-53	Contatti per informazioni sul report	140-141	
102-54	Indicazione dell'opzione "In accordance" scelta	140-141	
102-55	Indice dei contenuti GRI	142; 144-148	
102-56	Attestazione esterna	140-152	
SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES			
Anticorruzione			
GRI 103: Approccio manageriale			
103-1	Materialità e perimetro	85-88; 143	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	85-88	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	85-88	
GRI 205: Anticorruzione			
205-1	Operazioni valutate rispetto ai rischi di corruzione	85-88	
205-3	Casi di corruzione accertati e azioni intraprese	88	
CATEGORIA AMBIENTALE			
Energia			
GRI 103: Approccio manageriale			
103-1	Materialità e perimetro	115-123; 143	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	115-123	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	115-123	
GRI 302: Energia			
302-1	Consumi energetici interni all'organizzazione	120-121	

GRI-STANDARDS		N. pag./direct answer	Omission
CATEGORIA AMBIENTALE			
Emissioni			
GRI 103: Approccio manageriale			
103-1	Materialità e perimetro	115-123; 143	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	115-123	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	115-123	
GRI 305: Emissioni			
305-1	Emissioni dirette di gas ad effetto serra (Scopo 1)	121	
305-2	Emissioni indirette di gas ad effetto serra (Scopo 2)	121	
Compliance ambientale			
GRI 103: Approccio manageriale			
103-1	Materialità e perimetro	115-123; 143	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	115-123	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	115-123	
GRI 307: Compliance Ambientale			
307-1	Non-compliance a regolamenti e leggi in materia ambientale		Non si sono verificati casi di non conformità a leggi e regolamenti in materia ambientale nell'anno 2018
CATEGORIA SOCIALE			
Occupazione			
GRI 103: Approccio manageriale			
103-1	Materialità e perimetro	95-111; 143	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	95-111	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	95-111	
GRI 401: Occupazione			
401-1	Nuovi assunti e turnover del personale	99-100	
401-2	Benefit previsti per i lavoratori a tempo pieno e non previsti per i lavoratori part time o a tempo determinato	104-105	
Rapporti di lavoro/gestione			
GRI 103: Approccio manageriale			
103-1	Materialità e perimetro	95-111; 143	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	95-111	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	95-111	
GRI 402: Rapporti di lavoro/gestione			
402-1	Periodo minimo di preavviso per modifiche operative	97-98	

GRI Content Index

GRI-STANDARDS		N. pag./direct answer	Omission
SALUTE E SICUREZZA			
GRI 103: Approccio manageriale			
103-1	Materialità e perimetro	105-108; 143	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	105-108	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	105-108	
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro			
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	105-108	
403-2	Identificazione del pericolo, misurazione del rischio, indagine sugli incidenti	105-108	
403-3	Servizi di salute e sicurezza sul lavoro	105-108	
403-4	Partecipazione dei lavoratori, consultazione e comunicazione sulla salute e sicurezza sul lavoro	105-108	
403-5	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza professionale	105-108	
403-6	Promozione della salute lavorativa	105-108	
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti diretti sulla salute e sicurezza sul lavoro collegati alle relazioni commerciali	105-108	
403-9	Infortuni sul lavoro	106-107	Il perimetro delle informazioni relative agli eventi infortunistici include solamente i dipendenti delle Società del Gruppo
FORMAZIONE E ISTRUZIONE			
GRI 103: Approccio manageriale			
103-1	Materialità e perimetro	101-104; 143	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	101-104	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	101-104	
GRI: 404 Formazione e istruzione			
404-1	Ore medie di formazione per anno e per dipendente	103-104	
404-2	Programmi per lo sviluppo delle competenze e avanzamento di carriera	101-104	
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ			
GRI 103: Approccio manageriale			
103-1	Materialità e perimetro	108-111; 143	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	108-111	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	108-111	
GRI 405: Diversità e pari opportunità			
405-1	Diversità degli organi di governo e dei dipendenti	85; 109	
405-2	Rapporto del salario base e della remunerazione della donna rispetto al salario base e alla remunerazione dell'uomo	110	

GRI-STANDARDS		N. pag./direct answer	Omission
NON DISCRIMINAZIONE			
GRI 103: Approccio manageriale			
103-1	Materialità e perimetro	87-88; 143	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	87-88	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	87-88	
GRI 406: Non discriminazione			
406-1	Incidenti di discriminazione e azioni correttive intraprese	111	
PRIVACY DEI CONSUMATORI			
GRI 103: Approccio manageriale			
103-1	Materialità e perimetro	87-90; 143	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	87-90	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	87-90	
GRI 418: Privacy dei consumatori			
418-1	Reclami riguardanti la violazione della privacy e la perdita dei dati dei clienti		Si sono registrate 64 istanze provenienti da parti esterne e, in 8 dei casi registrati, l'interessato si è rivolto anche al Garante della Privacy per l'esercizio dei suoi diritti. In un solo caso il Garante della Privacy ha notificato un provvedimento a Rai.
CONSUMO RESPONSABILE ED ELETTROMAGNETISMO			
103-1	Materialità e perimetro	119-123; 143	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	119-123	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	119-123	
MEDIA SECTOR			
Aspetto materiale: Libertà di espressione			
G4-DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	14-30; 87-88; 143	
Aspetto materiale: Proprietà intellettuale			
G4-DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	66-67; 143	
Aspetto materiale: Creazione dei contenuti			
G4-DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	36-65; 73-81; 143	
M2	Metodologia per valutare e monitorare l'aderenza ai valori di creazione del contenuto	14; 73-81; 143	
Aspetto materiale: Diffusione dei contenuti			
G4-DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	67-68; 73-81; 143	
M4	Azioni intraprese per migliorare le prestazioni in relazione alla divulgazione dei contenuti (accessibilità e protezione dei pubblici vulnerabili ed evidenza del processo decisionale) e risultati ottenuti	67-68; 73-81; 143	
M5	Numero e natura delle risposte (feedback/reclami) relative alla divulgazione dei contenuti, compresa la protezione dei segmenti di pubblico vulnerabili e la creazione e l'accessibilità di processi per affrontare tali risposte	14-15; 33	
Aspetto materiale: Interazione con l'audience			
G4-DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	33; 143	
M6	Metodi e risultati di interazione con l'audience	14-15; 33	

Relazione della Società di Revisione



KPMG S.p.A.
Revisione e organizzazione contabile
Via Ettore Petrolini, 2
00197 ROMA RM
Telefono +39 06 80961.1
Email it-fmauditaly@kpmg.it
PEC kpmgspa@pec.kpmg.it

Relazione della società di revisione indipendente sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ai sensi dell'art. 3, comma 10, del D.Lgs. 30 dicembre 2016 n. 254 e dell'art. 5 del Regolamento Consob adottato con Delibera n. 20267 del 18 gennaio 2018

*Al Consiglio di Amministrazione della
RAI S.p.A.*

Ai sensi dell'art. 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016 n. 254 (di seguito anche il "Decreto") e dell'art. 5 del Regolamento Consob adottato con Delibera n. 20267 del 18 gennaio 2018, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("*limited assurance engagement*") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del Gruppo RAI (di seguito anche il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2018 predisposta ai sensi dell'art. 4 del Decreto e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 9 maggio 2019 (di seguito anche la "DNF").

Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale della RAI S.p.A. per la DNF

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli artt. 3 e 4 del Decreto e ai "*Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards*" definiti nel 2016 dal GRI - *Global Reporting Initiative* ("GRI Standards"), da essi individuato come standard di rendicontazione.

Gli Amministratori sono altresì responsabili, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di una DNF che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono responsabili inoltre per l'individuazione del contenuto della DNF, nell'ambito dei temi menzionati nell'art. 3, comma 1, del Decreto, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo e nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotti.

Gli Amministratori sono infine responsabili per la definizione del modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, nonché, con riferimento ai temi individuati e riportati nella DNF, per le politiche praticate dal Gruppo e per l'individuazione e la gestione dei rischi generati o subiti dallo stesso.



Il Collegio Sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sull'osservanza delle disposizioni stabilite nel Decreto.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale. La nostra società di revisione applica l'*International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1)* e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

E' nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e ai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio "*International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*" (di seguito anche "*ISAE 3000 Revised*"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'*ISAE 3000 Revised* ("*reasonable assurance engagement*") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sulla DNF si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della RAI S.p.A. responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nella DNF, nonché analisi di documenti, ricalcoli e altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- 1 Analisi dei temi rilevanti in relazione alle attività e alle caratteristiche del Gruppo rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall'art. 3 del Decreto e tenendo presente lo standard di rendicontazione utilizzato.
- 2 Analisi e valutazione dei criteri di identificazione del perimetro di consolidamento, al fine di riscontrarne la conformità a quanto previsto dal Decreto.
- 3 Comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario inclusi nella DNF e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo.
- 4 Comprensione dei seguenti aspetti:
 - modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, con riferimento alla gestione dei temi indicati nell'art. 3 del Decreto;
 - politiche praticate dall'impresa connesse ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto, risultati conseguiti e relativi indicatori fondamentali di prestazione;



- principali rischi, generati o subiti, connessi ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto.

Relativamente a tali aspetti sono stati effettuati inoltre i riscontri con le informazioni contenute nella DNF ed effettuate le verifiche descritte nel successivo punto, lettera a).

- 5 Comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione della RAI S.p.A. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello di capogruppo,
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare al modello aziendale, alle politiche praticate e ai principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del Gruppo RAI relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2018 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli artt. 3 e 4 del Decreto e ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti nel 2016 dal GRI - *Global Reporting Initiative* ("GRI Standards").

Altri aspetti

La dichiarazione consolidata di carattere non finanziario per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017, i cui dati sono presentati a fini comparativi, è stata sottoposta a un esame limitato da parte di un altro revisore che, in data 11 giugno 2018, ha espresso su tale dichiarazione una conclusione senza rilievi.

Roma, 29 maggio 2019

KPMG S.p.A.

Marco Maffei
Socio

Rai - Radiotelevisione Italiana SpA

Capogruppo

Denominazione:	Rai - Radiotelevisione italiana SpA
Capitale Sociale:	Euro 242.518.100,00 int. vers.
Sede Sociale:	Viale Giuseppe Mazzini, 14 00195 - Roma
Progetto a cura di:	Bilancio Sociale – Direzione Finanza e Pianificazione
Consulenza:	Deloitte & Touche Spa
Progetto grafico:	Direzione Creativa e jekyll & hyde snc
Realizzazione grafica:	Ergon Com

