

CANALE IN LINGUA INGLESE



Per il Canale, istituito nel 2020, nel corso del 2021, con formalizzazione nel mese di dicembre, è stata ridefinita la mission, in rispetto dei vincoli di Servizio Pubblico. Questo nuovo progetto editoriale, che rivolge una particolare attenzione su gran parte degli obiettivi di sostenibilità previsti dall'Agenda ONU 2030, si pone l'obiettivo di: offrire contenuti in lingua (o sottotitolati) sia su canali lineari che digitali; promuovere l'immagine dell'Italia nel mondo attraverso il racconto di eccellenze produttive e culturali, favorendo altresì la conoscenza della lingua inglese da parte dei cittadini italiani; perseguire la ricerca di supporti finanziari alla produzione dell'offerta, attraverso il reperimento di ulteriori fondi nazionali e internazionali.

In questa nuova configurazione editoriale, il Canale è confluito, come detto a partire da dicembre 2021, nella nuova Direzione Offerta Estero, unitamente ai canali Rai Italia e Rai World Premium.

SVILUPPO NUOVI FORMATI



Direzione costituita con la mission di contribuire all'innovazione del linguaggio audiovisivo dell'azienda, attraverso l'ideazione diretta e lo scouting di nuovi formati, progetti innovativi e originali.

Nel 2021, per i valori che sono stati promossi e valorizzati, sono da segnalare, tra gli altri: **Sogno azzurro** (andato in onda su Rai 1), docuserie che racconta il cammino che ha portato la Nazionale Italiana alla conquista del Campionato Europeo di calcio, attraverso la documentazione dell'amicizia, del sacrificio e dell'inclusione di calciatori e staff sui campi d'allenamento, negli spogliatoi, durante le riunioni tecniche e nei momenti di relax; **Record – Oltre l'impossibile**, (andato in onda su Rai 2) realizzato in occasione delle Olimpiadi di Tokyo, programma che racconta in un modo nuovo le imprese degli atleti di ieri e di oggi, attraverso un affiancamento dello storytelling con il *motion graphic*. Per la conduzione è stata scelta l'atleta paralimpica Nadia Bala come esempio di inclusione e modernità.

Merita evidenza infine **Pif nello spazio**, si tratta di un progetto, solo ideato, in cui Pif ci accompagna alla scoperta di tutti gli aspetti meno noti delle missioni spaziali, dalla preparazione nelle basi fino alle scoperte più incredibili a esse legate. L'iniziativa si colloca nel solco della divulgazione scientifica raccontata con spirito pop e accessibile a tutte le fasce di pubblico.

PRIX ITALIA



Grande evento internazionale che si pregia dell'Alto Patronato del Presidente della Repubblica, organizzato annualmente da Rai che, dal 1948, premia le eccellenze delle produzioni radiofoniche, radiotelevisive e web a livello internazionale.

La manifestazione è articolata in convegni, mostre, eventi e spettacoli dal vivo, realizzati in collaborazione con gli Enti Locali della città ospitante, e rappresenta un'opportunità per promuovere il territorio e incoraggiare forme di scambio culturale e di partnership con altre manifestazioni nazionali e internazionali, impostare accordi di scambio e di collaborazione fra i diversi broadcaster presenti, in un mosaico che unisce Paesi, stili e linguaggi diversi. Variagate le sinergie con le diverse anime Rai che, negli anni, hanno portato alla creazione di produzioni, "eventi nell'evento" e sviluppo di nuovi progetti.

Negli ultimi due anni, l'attenzione all'innovazione si è coniugata con l'esigenza di creare forme ibride di condivisione, anche con la sperimentazione di nuovi linguaggi e l'offerta di nuovi prodotti e contenuti multimediali, confermando l'impegno dei Servizi Pubblici, e della Rai in particolare, per il rilancio della cultura post-pandemia, con l'obiettivo di riportare al centro del dibattito pubblico il mondo dell'arte in tutte le sue espressioni.

Obiettivo, quest'ultimo, che trova conferma già nel **titolo dell'edizione 2021**, svolta nel mese di giugno a Milano, **"Rebuilding Culture and Entertainment. Media's Role for a New Start"**, conferendo all'evento un'occasione di scambio e riflessione per superare la battuta d'arresto che ha colpito tutto il mondo della cultura, indicando le possibili strategie per una rinascita autentica degli spettacoli teatrali, degli eventi dal vivo, del cinema e dei festival culturali nel contesto post-pandemico.

Nonostante la pandemia, considerevoli i numeri di quest'anno, che testimoniano la capacità di attrazione e l'originalità espansiva del concorso: 1.165 accreditati; 241 programmi in concorso nelle sezioni radio, Tv e web, presentati da 56 organismi di 33 Paesi e valutati da 66 giurati, in rappresentanza di 43 broadcaster di 29 Paesi.

In questa edizione i giovani hanno avuto, come sempre, un ruolo di primo piano, con il coinvolgimento attivo degli studenti delle università del territorio, mediante l'utilizzo della piattaforma educativa YLAB - Young Laboratory e grazie all'accordo siglato tra Rai e CRUI (Conferenza dei Rettori delle Università Italiane).

L'inclusione e il racconto della disabilità e del disagio sociale, la conquista della parità di genere anche nella drammaticità di un contesto di guerra (come attestato dal documentario vincitore *The Cave*), le opportunità di scambi culturali e artistici offerte dalla creatività digitale, sono stati alcuni dei temi affrontati. Tra i workshop di questa edizione meritano evidenza *La cooperazione internazionale è il futuro delle produzioni multimediali?* e *I media di Servizio Pubblico e la coesione sociale*, quest'ultimo realizzato in collaborazione con l'Ufficio Studi Rai.

La sostenibilità in tutte le sue declinazioni rappresenterà il tema centrale della prossima edizione, nel corso della quale sarà previsto anche un premio speciale sulla trattazione delle tematiche inerenti la sostenibilità ambientale.