

Venerdì 03 Febbraio 2017

Abbonamenti | Newsletter | Rss | Carattere | Segui su

**prima** ONLINE  
ComunicazioneCerca HOME MUY PRIMA PAGINA MERCATO DATI E CIFRE DOCUMENTI NOTIZIE DI AGENZIA MANAGER VIDEO AGENDA LAVORO IN EDICOLA  
EDITORIA TELEVISIONE TLC CINEMA NEW MEDIA COMUNICAZIONE PUBBLICITÀ RADIO SPORT

CREA PDF STAMPA SEGNALE AD UN AMICO

03 febbraio 2017 | 12:21

## Accordo Tim e Rai per film in anteprima esclusiva su TimVision. I titoli saranno anche sulle reti Rai un anno dopo l'uscita al cinema

TIM e RAI hanno siglato un accordo strategico che permetterà a tutti gli abbonati di TIMvision, la piattaforma televisiva on demand di TIM, di vedere in anteprima assoluta tutti i 20 film del listino cinematografico di Rai Cinema/01 proiettati nelle sale cinematografiche nel corso degli ultimi mesi.

Il ciclo – spiega una nota congiunta – si aprirà con "La corrispondenza" di Giuseppe Tornatore e si chiuderà con l'ultimo film di Alessandro Siani "Mr. Felicità". Nel 2017 tra gli altri successi cinematografici inclusi nell'accordo "Veloce come il vento" di Matteo Rovere, "La pazza gioia" di Paolo Virzi, "In guerra per amore" di Pif e "L'estate addosso" di Gabriele Muccino.

A un anno dall'uscita nelle sale tutti i contenuti saranno sempre disponibili in esclusiva on-demand per 24 mesi su TIMvision. Gli stessi titoli avranno un passaggio sulle reti Rai a partire dal trentesimo giorno dalla messa online di TIMvision.



Flavio Cattaneo e Antonio Campo Dall'Orto

In piena coerenza con la sua missione di servizio pubblico, l'accordo consentirà a Rai di offrire a tutti gli italiani un importante catalogo di grandi film in prima visione televisiva, a solo un anno dall'uscita al cinema.

L'accordo – prosegue la nota – ribadisce la rilevanza industriale per le due società della distribuzione di contenuti premium attraverso le nuove tecnologie e l'impegno nella valorizzazione del grande cinema italiano in un contesto di mercato in continua evoluzione. Con questa intesa TIM e RAI intendono infatti privilegiare tutti gli appassionati, favorendo lo sviluppo dei servizi dedicati ai nuovi modelli di consumo televisivo.

L'iniziativa rafforza le sinergie in essere in virtù dei precedenti accordi, grazie ai quali l'abbonamento TIMvision propone all'interno del proprio catalogo prodotti a marchio RAI: una programmazione di oltre 200 film, più di 500 ore di fiction e programmi TV e l'offerta televisiva degli ultimi 7 giorni delle principali reti free to air.

"Siamo molto orgogliosi di questo importante accordo con RAI" - dichiara Flavio Cattaneo Amministratore Delegato di TIM. "Grazie a partnership come questa, siamo in grado di offrire al grande pubblico e in esclusiva ai nostri clienti la visione di film italiani di successo. L'iniziativa conferma la nostra strategia, volta ad accelerare il "quadruple play". Con RAI stiamo inoltre lavorando per dar vita ad ulteriori progetti congiunti al fine di realizzare opere audiovisive film e fiction".

"Questo accordo – dichiara Antonio Campo Dall'Orto, Direttore Generale RAI – segna un passo ulteriore nella strategia RAI a sostegno al sistema cinematografico italiano e di produzione di valore per il nostro pubblico, al quale potremo proporre un'importante serie di film di recentissima uscita nelle sale: contenuti e tempi di fruizione che ieri erano premium ora sono per tutti gli abbonati RAI. Un risultato – continua Campo Dall'Orto – ottenuto anche attraverso l'ulteriore concretizzarsi di una strategia comune con TIM, nell'ottica di una media company di servizio pubblico che non si considera competitor ma 'volano' dell'industria produttiva italiana. Crediamo infatti che più soggetti attivi ci sono, più la catena del valore è preservata e il pubblico garantito rispetto alla qualità dei contenuti. Il tutto grazie ad un rinnovato gioco di squadra, con una

### Video



Budweiser con uno spot sui migranti al Superbowl. È la storia dell'inventore della birra più amata negli Usa

[TUTTI I VIDEO](#)

### Annunci di lavoro

Genova – Stage comunicazione corporate Media Relations »

Milano – Addetto stampa per divisione Medicina e Sanità »

Catania – Agenti ricerca di sponsor per rivista cartacea e digitale »

Corsico – Agente pubblicità per sito di informazione »

Milano – Stage curriculare Web Content Editor »

Roma – Graphic designer per il team marketing Europa »

Roma – Tirocinio formativo nel settore della comunicazione »

Milano – Collaboratori esterni »

[TUTTI GLI ANNUNCI](#)

### Dati e cifre

**Ads, Audiweb, Audiweb, Audimovie, Radiomonitor, Nielsen, Fcp, Vivaki...**

Calo dell'1,2% a dicembre per la pubblicità online, che chiude il 2016 a -2,3%. Bene mobile (+44,9%) e tablet (+35,6%); in negativo il web (-5,1%) e smart Tv (-28,2%). I dati Fcp-Assointernet »

I dati Audiweb sull'audience a dicembre dei contenuti editoriali fruiti attraverso l'app mobile di Facebook e Insant Articles »

La pubblicità in radio cresce a dicembre 2016 del 15% e chiude l'anno passato a +2,3% rispetto al 2015. I dati Fcp-Assoradio »

L'industria creativa e della cultura in Italia vale 48 miliardi di euro, pari al 3% del Pil. Lo studio 'Italia Creativa' di Ey (INFOGRAFICHE) »

La televisione, non il web, è la principale fonte di informazione per gli elettori Usa. Fox News scelta dai sostenitori di Trump; la Cnn vicina all'elettorato della Clinton (INFOGRAFICHE) »

Presenze al cinema cresciute del 5,1% nei dodici mesi del 2016. 'Sully', 'Rogue one: a star wars story', 'Oceania', i tre film più visti a dicembre. I dati Audimovie (TABELLE) »

Cresce dell'1,7% la pubblicità nei primi 11 mesi del 2016, stabile il mese di novembre. I dati Nielsen (INFOGRAFICHE) »

Il Sistema integrato delle comunicazioni italiano vale 17,1 miliardi di euro di cui la metà è in mano all'area radiotelevisiva. L'Agcom fotografa il Sic nel

collaborazione tra capo gruppo, Rai Cinema e Rai Com che permette all'azienda di agire in totale comunità d'intenti consentendoci di ottenere risultati importanti come quello di oggi".

## Comunicato Stampa

### Accordo strategico TIM e RAI: il grande cinema italiano in anteprima esclusiva su TIMvision e in tv su Rai

*I film di successo di Rai Cinema per tutti i clienti abbonati al servizio on-demand di TIM*

*I titoli saranno anche sulle reti Rai a solo un anno dall'uscita al cinema*

*Da oggi disponibile il film di Giuseppe Tornatore "La corrispondenza", con Jeremy Irons e Olga Kurylenko*

Roma, 3 febbraio 2017

**TIM** e **RAI** hanno siglato un accordo strategico che permetterà a tutti gli abbonati di TIMvision, la piattaforma televisiva on demand di TIM, di vedere in anteprima assoluta tutti i 20 film del listino cinematografico di Rai Cinema/01 proiettati nelle sale cinematografiche nel corso degli ultimi mesi.

Il ciclo si aprirà con "La corrispondenza" di Giuseppe Tornatore e si chiuderà con l'ultimo film di Alessandro Siani "Mr. Felicità". Nel 2017 tra gli altri successi cinematografici inclusi nell'accordo "Veloce come il vento" di Matteo Rovere, "La pazzia gioia" di Paolo Virzì, "In guerra per amore" di Pif e "L'estate addosso" di Gabriele Muccino.

A un anno dall'uscita nelle sale tutti i contenuti saranno sempre disponibili in esclusiva on-demand per 24 mesi su TIMvision. Gli stessi titoli avranno un passaggio sulle reti Rai a partire dal trentesimo giorno dalla messa online di TIMvision.

Arricchendo l'offerta cinematografica con nuovi contenuti premium, TIM conferma l'attenzione verso i propri clienti che, attraverso le reti di nuova generazione fissa e mobile di TIM, accedono ad una piattaforma televisiva evoluta e ad un'offerta d'intrattenimento esclusiva e di qualità.

In piena coerenza con la sua missione di servizio pubblico, l'accordo consentirà a Rai di offrire a tutti gli italiani un importante catalogo di grandi film in prima visione televisiva, a solo un anno dall'uscita al cinema.

L'accordo ribadisce la rilevanza industriale per le due società della distribuzione di contenuti premium attraverso le nuove tecnologie e l'impegno nella valorizzazione del grande cinema italiano in un contesto di mercato in continua evoluzione. Con questa intesa TIM e RAI intendono infatti privilegiare tutti gli appassionati, favorendo lo sviluppo dei servizi dedicati ai nuovi modelli di consumo televisivo.

L'iniziativa rafforza le sinergie in essere in virtù dei precedenti accordi, grazie ai quali l'abbonamento TIMvision propone all'interno del proprio catalogo prodotti a marchio RAI: una programmazione di oltre 200 film, più di 500 ore di fiction e programmi TV e l'offerta televisiva degli ultimi 7 giorni delle principali reti free to air.

"Siamo molto orgogliosi di questo importante accordo con RAI" - dichiara **Flavio Cattaneo** Amministratore Delegato di TIM. "Grazie a partnership come questa, siamo in grado di offrire al grande pubblico e in esclusiva ai nostri clienti la visione di film italiani di successo. L'iniziativa conferma la nostra strategia, volta ad accelerare il "quadruple play". Con RAI stiamo inoltre lavorando per dar vita ad ulteriori progetti congiunti al fine di realizzare opere audiovisive film e fiction".

"Questo accordo - dichiara **Antonio Campo Dall'Orto**, Direttore Generale RAI - segna un passo ulteriore nella strategia RAI a sostegno al sistema cinematografico italiano e di produzione di valore per il nostro pubblico, al quale potremo proporre un'importante serie di film di recentissima uscita nelle sale: contenuti e tempi di fruizione che ieri erano premium ora sono per tutti gli abbonati RAI. Un risultato - continua Campo Dall'Orto - ottenuto anche attraverso l'ulteriore concretizzarsi di una strategia comune con TIM, nell'ottica di una media company di servizio pubblico che non si considera competitor ma "volano" dell'industria produttiva italiana. Crediamo infatti che più soggetti attivi ci sono, più la catena del valore è preservata e il pubblico garantito rispetto alla qualità dei contenuti. Il tutto grazie ad un rinnovato gioco di squadra, con una collaborazione tra capo gruppo, Rai Cinema e Rai Com che permette all'azienda di agire in totale comunità d'intenti consentendoci di ottenere risultati importanti come quello di oggi".

2015: Sky 15,1%; Rai 13,7%; Mediaset 13,3%; Gruppo Espresso 3,3%; Google 3,2% - INFOGRAFICA »

[TUTTI GLI ARTICOLI »](#)

## Documenti

Più della metà delle piccole imprese americane per il 2017 prevede di aumentare i budget pubblicitari destinati ai social. Facebook il canale più scelto (INFOGRAFICA) »

Le fake news hanno un pubblico 10 volte più piccolo rispetto alle real news. Lo studio della Columbia Journalism Review: il 30% delle 'bufale' corre su Facebook »

Lodovica Comello prima tra i cantanti del Festival di Sanremo per numero di seguaci sui social. Ma Fiorella Mannoia è quarta. Le classifiche di Reputation Manager (INFOGRAFICHE) »

Gli editori investiranno soprattutto su Facebook nel 2017. E si aspettano ricavi da abbonamenti online e video adv. Le previsioni della Reuters (INFOGRAFICHE) »

Nel 2016 è cresciuto in tutto il mondo l'utilizzo delle app di news (+7%), scelte da 1 utente su 3 per informarsi (INFOGRAFICHE) »

In 5 anni la tv ha perso il 25% dei ricavi pubblicitari. Dati Mediobanca: per Mediaset, Sky, Rai, Discovery e La7 ricavi in crescita (+1,4%) dopo anni di sofferenza (INFOGRAFICA) »

E' Google il marchio con il valore più alto al mondo. La classifica Global 500 di Brand Finance: dopo 5 anni scavalcata Apple. Balzo di Facebook che entra nella top10 »

L'algoritmo della responsabilità per contrastare le bugie della post-verità. Dialogo tra l'Arcivescovo di Milano, Daria Bignardi e Carlo Verdelli. Scola: nell'epoca di Zuckerberg per arrivare alla realtà serve un lavoro (VIDEO) »

[TUTTI I DOCUMENTI »](#)

## Manager

Enrico Mascetti, ceo della filiale italiana di BMW Bank »

Shantanu Narayen, presidente del Consiglio di Amministrazione di Adobe »

Filippo Casolari, vice direttore generale di Cassa Lombarda »

Klaus-Peter Roehler, vicepresidente di Ania »

Boris Fort, direttore generale di Pizzoli »

François Locoh-Donou, presidente e ceo di F5 Networks »

Luca Cielo, direttore generale del consorzio Collis Veneto Wine Group »

Umberto Solimeno, direttore commerciale e marketing di Zoomarine »

[TUTTI LE SCHEDE »](#)

## Agenda

Tredicesima edizione del Festival eStoria - Italia mia. Cosa significa essere italiani? »

Tempo di Libri - Nuova Fiera dell'editoria italiana »

EY Strategic Growth Forum - Accelerating growth in a connected Mediterranean region »

L'emittenza locale nella radio digitale: per uno sviluppo della nuova tecnologia che sia la naturale evoluzione della radiofonia analogica »

Il Foglio quotidiano - Il futuro della televisione nell'epoca della post-verità »

I Professional Days di led Milano »

Startup Grind Milano - Wannabe A Guru. Storie di Vita Vissuta sui Social »

Fuori orario: Brand content strategy - Chiara Maci ospite allo all'Istituto europeo di design »