



La Rai di domani

Restyling and Renaming

Di Rebecca Rabozzi, redazione Brandforum.it

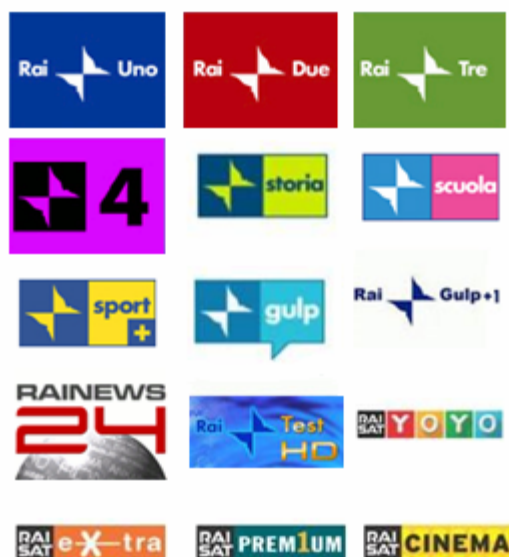
Nel 2009 è iniziato lo *switch over* del segnale televisivo analogico, che - regione dopo regione - terminerà le trasmissioni, con il definitivo passaggio (*switch off*) al digitale terrestre nel 2012.

Il 18 maggio Raidue e Rete 4 passeranno sul digitale terrestre in Lombardia (provincia di Mantova esclusa), nelle province di Parma, Piacenza e del Piemonte orientale.

In occasione di questo passaggio, la Radiotelevisione Italiana ha deciso di cambiare l'assetto dei canali specializzati del digitale terrestre (DTT) e di modernizzare il proprio logo, all'interno di un progetto di rinnovamento dell'intera *brand identity* dell'azienda.

1. Renaming

Attualmente l'offerta Rai si presenta in modo piuttosto variegato: tre canali nati sulla televisione analogica (RaiUno, RaiDue, RaiTre) e altri dodici canali trasmessi solo via satellite o DTT.



Dal 18 maggio, però, come si apprende dallo [spot promozionale](#) on air da fine aprile, i canali diventeranno 13 e subiranno un profondo cambiamento di immagine e posizionamento. A partire innanzitutto dal nome.

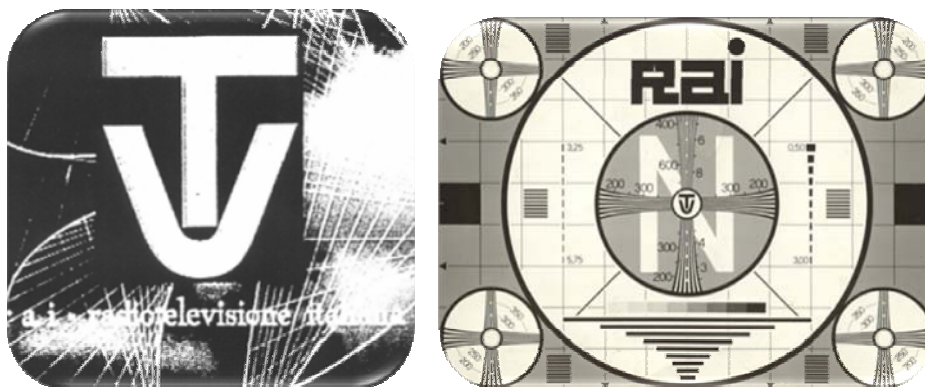
I tre canali "storici" manterranno la denominazione originale, che però sarà scritta sotto forma di cifra (**Rai1**, **Rai2**, **Rai3**), come già accade per il canale **Rai4** nato nel 2008.

Questa nuova codifica è stata pensata in previsione della nascita di nuovi canali sulla piattaforma digitale, per poter proseguire con la numerazione in modo semplice e intuitivo. Il primo canale a seguire questo nuovo *naming* sarà **Rai5** (sostituirà di fatto RaiSatExtra), che verrà lanciato dal prossimo autunno.

I canali satellitari verranno privati del suffisso "Sat" in un'ottica di semplificazione (es. **RaiYoYo**) e di alcuni verrà abbreviato il nome (es. **RaiNews**); RaiSatPremium e RaiSatCinema si fonderanno nel nuovo canale tematico **RaiMovie**. Resteranno, invece, invariati i canali tematici **RaiStoria**, **RaiGulp** (canale unico) e **RaiHD**. RaiSport+ diventerà **RaiSport1** e sarà affiancato da **RaiSport2**, secondo canale sportivo che verrà lanciato proprio il 18 maggio.

2. Evoluzione del logo Rai

Il logo Rai ha subito numerose modifiche nel tempo, modernizzandosi e adattandosi ai cambiamenti dell'universo televisivo.



Dalla prima trasmissione del 1954 agli Anni '80 - quando l'emittente deteneva il monopolio nazionale - il logo si presentava come una semplice scritta (Rai), posta in posizione variabile agli angoli dello schermo.

Alla fine degli Anni '80 il nome venne scritto a caratteri maiuscoli. La 'A' di "RAI" fu inizialmente formata da una 'V' (di TV) capovolta verticalmente e 'tagliata' da una bandiera italiana con i colori disposti orizzontalmente, come sulla bandiera ungherese¹. Qualche anno più tardi, l'errore venne corretto: nel nome comparve una "A" vera e propria, e la bandiera fu ridisegnata con i colori orientati in modo corretto.



L'esigenza di assegnare una vera e propria "identità" alle rete RAI nacque negli Anni '90 con l'arrivo delle emittenti private (soprattutto della diretta concorrente Fininvest, poi Mediaset).

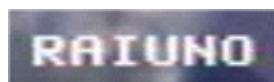
Furono quindi lanciati tre diversi logo colorati abbinati a forme geometriche tridimensionali: una sfera blu per RaiUno, un cubo rosso per RaiDue e un tetraedro verde per RaiTre.



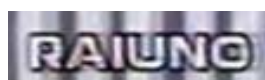
¹ Per maggiori informazioni, si consulti la storia Rai all'indirizzo www.davidevallero.it/tv/emittenti.htm



Questi logo, però, non furono inseriti in sovraimpressione. Il nome della rete (definitivamente fissato nell'angolo in basso a destra) fu inizialmente sovrainpresso con una normale titolatrice elettronica in caratteri maiuscoli; venne poi modificato in modo da riprodurre il *font* del nuovo logo Rai, ma solo in bianco e nero.



1993



1994

Nel 2000 ci fu il primo grande *restyling*, che trasformò il logo in una farfalla con le ali composte dal profilo di due volti. Il nuovo simbolo Rai, disegnato da Antonio Romano, contraddistingue da un decennio le tre reti - sia nei promo, sia in sovraimpressione durante i programmi televisivi.



Inizialmente fu realizzato bianco, per essere rappresentato sul fondo del colore corrispondente a quello della rete. Nel 2003, però, nel logo in sovraimpressione venne leggermente ridimensionato e fu aggiunta una leggera sfumatura blu, rossa o verde a seconda del canale in cui compariva. La farfalla diventa rossa per segnalare le trasmissioni consigliate a un pubblico di soli adulti.



2000



2003-2010

Da qualche anno, però, il logo-farfalla in sovraimpressione si sposta: durante gli spot pubblicitari, infatti, rimane nell'angolo in basso a destra dello schermo, mentre durante i programmi appare sempre a destra, ma nell'angolo in alto.





Questo spostamento probabilmente è servito (e serve) per far abituare i telespettatori alla nuova posizione: infatti, dal 18 maggio, il nuovo logo verrà posizionato proprio in alto a destra.

La posizione costituirà un ulteriore elemento di differenziazione dalle reti *competitor*, che hanno il logo sovrainpresso nell'angolo in basso a destra.

3. Restyling e nuova *brand identity*

A distanza di 10 anni dall'ultimo cambiamento, la Rai ha deciso di rivedere la propria identità per meglio caratterizzare la nuova offerta dei canali del DDT in un mercato sempre più «*segmentato e concorrenziale*».

Molte aziende, e così anche la Rai, si stanno rendendo conto dell'importanza di possedere un valido sistema di **identità visiva**², in grado di differenziarle dai concorrenti e renderle immediatamente riconoscibili dai propri clienti e/o utenti.

La nuova *brand identity* Rai è stata studiata seguendo tre linee guida: semplificazione, razionalizzazione e immediata riconoscibilità.

«*Un brand che evolve nel tempo ha bisogno di coerenza*³» e la attuale comunicazione visiva Rai, sviluppatasi in anni successivi, si presenta in modo fin troppo eterogeneo per essere ricondotto inequivocabilmente alla stessa azienda/emittente.



Per questo Rai ha pensato un nuovo logo basato su forme geometriche semplici, «*che non debba essere interpretato*», moderno e immediato, come quelli delle emittenti internazionali.

I nuovi logo che caratterizzeranno i nuovi canali Rai sul DDT avranno una struttura simile a quella dell'attuale Rai4, costruita su due elementi inscritti in un "doppio quadrato": a sinistra il marchio Rai, a destra il nome del canale.

Il quadrato è stato scelto perché simbolo di ordine, equilibrio, razionalità.



² L'identità è fondamentalmente comunicata (e quindi recepita) attraverso i sensi, in particolare la vista. Ecco perché, quando si parla di identità, questa viene spesso associata alla parola visiva. L'identità visiva è dunque il modo concreto in cui l'azienda organizza, progetta e sviluppa la sua personalità e la comunicazione conseguente" - Tratto da E.T. Brioschi, *Communicative Business*, Vita e Pensiero, Milano 2008, pag. 368.

³ Citazione tratta dal video-comunicato di Sipra, disponibile all'indirizzo www.sipra.it



Nel caso di reti con il nome diverso da un numero, il quadrato di destra scomparirà dando origine a una forma aperta. L'unica eccezione sarà rappresentata dai canali dedicati ai ragazzi, nel cui logo il quadrato "Rai" assumerà la forma di un 'fumetto'.

Da quanto si apprende nel comunicato di Sipra, la struttura orizzontale del nuovo logo è stata pensata appositamente per adattarsi al formato 16:9 introdotto con la piattaforma digitale.

In una fase iniziale, il nome Rai e la farfalla si alterneranno all'interno del quadrato di sinistra, per far abituare il pubblico al cambiamento. Il logo sarà sempre bianco, leggermente trasparente, disposto nell'angolo in alto a destra del teleschermo.



Per segnalare le fasce di pubblico consigliate, una striscia sotto al logo verrà colorata di rosso (programma per soli adulti) o di verde (programma per tutti).

Poiché *«l'utilizzo disinvolto di forme, colori, caratteri tipografici non riconducibili al parent brand Rai potrebbe causare una dispersione dei valori del brand stesso, rendendolo poco chiaro agli occhi del pubblico»*⁴, qualsiasi nuovo canale Rai dovesse nascere in futuro avrà un logo coerente con lo stile dei 13 canali della (nuova e allargata) "famiglia Rai".



⁴ Ibidem.