

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2011

18 Giugno 2011



Indagine realizzata per conto di **Rai**

# Indice

---

Metodologia	3
La fruizione Tv	16
Gli indicatori IQP e IVP: generi, reti, programmi	32
▪ Cultura, Scienza, Ambiente	46
▪ Telegiornali	49
▪ Attualità	52
▪ Quiz	55
▪ Approfondimento informativo	58
▪ Prosa, Danza, Classica, Cinema	61
▪ Fiction	64
▪ Intrattenimento leggero	67
▪ Varietà	70
▪ Satira/Comici	73
▪ Approfondimento sportivo	76
▪ Musica leggera	79
▪ Soap opera/Telenovelas	82
▪ Reality	85
▪ Appendice: il questionario	88

# Metodologia

---



Indagine realizzata per conto di



# Metodologia

---

---

**Oggetto dell'indagine:** misurazione della qualità percepita dei principali programmi televisivi trasmessi sui canali generalisti, selezionati da RAI nell'intera giornata, raggruppati in fasce orarie. Sono stati esclusi dalla rilevazione: eventi sportivi, film, fiction d'acquisto, eventi religiosi, in quanto non rientranti nella sfera della discrezionalità produttiva di Rai.

**Fasce orarie:** prima mattina (7.00-9.00), mattinata (9.00-12.00), meridiana (12.00-15.00), pomeridiana/preserale (15.00-20.30), prime time (20.30-22.30), seconda serata (22.30-2.00).

**Periodo di rilevazione:** 4 settimane consecutive nella stagione primaverile 2011 (1 maggio – 28 maggio 2011).

**Campioni:** pre-stratificati per quote di genere, età, area geografica e livello di istruzione in ciascuna fascia oraria.

**Tecnica d'intervista:** CAPI (Computer Aided Personal Interviewing).

**Questionario:** informatizzato di tipo semi-strutturato.

**Durata (media) dell'intervista:** un'ora circa.

**Numero di interviste:** 7.558

# Metodologia

---

---

Negli ultimi anni la qualità della programmazione ha assunto per la RAI sempre più un rilievo di carattere strategico, tanto che il Contratto di Servizio 2007-2009 stipulato tra l'Azienda e il Ministero delle Comunicazioni stabilisce che “la qualità dell’offerta radiotelevisiva costituisce un tratto distintivo della missione del servizio pubblico”.

L’art. 3 di tale Contratto introduce il concetto di misurazione della qualità intesa come “valore pubblico”, laddove stabilisce che la RAI è tenuta a sviluppare “una ricerca di monitoraggio e di analisi della qualità della programmazione intesa come valore pubblico, in grado di verificare la percezione degli utenti del servizio pubblico in merito ai singoli elementi dell’offerta”.

La metodologia di indagine si basa sulle seguenti considerazioni:

- la maggior parte del pubblico componente la platea televisiva nelle diverse fasce orarie è molto probabilmente presente in ascolto/visione anche nel prime time (duplicazione del pubblico).
- l’oggetto del giudizio del telespettatore non deve essere la singola puntata (emissione) di un programma, quanto il *brand* del programma stesso (valutabile quindi anche dai conoscitori del programma, anche se non fruitori).

# Metodologia

---

La “platea di fascia” è costituita da coloro che guardano la televisione nella fascia considerata per più di una volta alla settimana.

La numerosità campionaria di ciascuna delle singole fasce orarie è così articolata:

- 508 interviste per la fascia di prima mattina
- 1.490 interviste per la mattinata
- 1.483 interviste per la fascia meridiana
- 2.030 interviste per la fascia pomeridiana/preserale
- 2.047 interviste per la seconda serata.

Ogni individuo è stato intervistato in relazione alla fascia per cui è stato reclutato e, contemporaneamente, per la fascia di prime time, per la quale doveva essere superata la soglia minima di 3.000 interviste.

L'indagine ha interessato le seguenti aree:

- considerazioni generali sul rapporto con il mezzo e sulle abitudini di consumo
- comportamento di consumo e valutazione dei programmi (compresi quelli non fruiti).

# Metodologia

---

Per ogni programma è stata richiesta la valutazione dei seguenti aspetti: elementi strutturali, livello di gradimento (conseguenza delle aspettative) e obiettivi di valore pubblico.

## ***Il piano di campionamento***

Sono state effettuate in totale 7.558 interviste a domicilio, con tecnica CAPI (*computer aided personal interviewing*), a persone residenti in Italia al momento dell'esecuzione dell'indagine.

In particolare, per ciascuna fascia oraria, sono stati costruiti i campioni della relativa platea televisiva, definiti sulla base dei dati Auditel disponibili al momento dell'avvio dei lavori, pre-stratificati per quote di:

- genere (maschi, femmine);
- età (14-17, 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, 65 e oltre);
- area geografica (nord ovest, nord est, centro, sud, isole), con ulteriore sub-stratificazione proporzionale a livello di singola regione;
- livello di istruzione (nessun titolo, elementari, medie inferiori, medie superiori, laurea).

# Metodologia

---

Per ogni fascia oraria la popolazione oggetto dell'indagine è stata stratificata per 20 regioni e per 4 classi di ampiezza dei centri abitati (fino a 10.000 abitanti, da 10.001 a 30.000, da 30.001 a 100.000, oltre 100.000 abitanti).

Nel campione sono stati ricompresi tutti i grandi comuni italiani, cioè quelli con una popolazione superiore ai 100.000 abitanti (che rappresentano il 23,7% della popolazione complessiva).

I comuni campionati sono stati quindi 45, nell'ambito dei quali è stato effettuato un numero di interviste proporzionale alla relativa popolazione, per un complesso di 1.793 interviste.

Per quanto riguarda i comuni al di sotto dei 100.000 abitanti, è stato selezionato, con metodo casuale, un punto di campionamento ogni 380.000 abitanti circa.

# Metodologia

---

---

Per “punto di campionamento” si è inteso:

- un singolo comune nel caso delle municipalità di dimensione compresa tra i 10.001 e i 100.000 abitanti (comuni medio-piccoli e medio-grandi).
- un “grappolo di comuni” nel caso dei piccoli comuni, cioè quelli con meno di 10.000 abitanti. Ogni grappolo di comuni ha una dimensione media di 10.000 abitanti ed è stato costituito mediamente da 3,7 piccoli comuni contigui. L’intervista poteva essere condotta in un qualsiasi comune di ciascun grappolo.

Sono stati campionati pertanto:

- 34 comuni medio-grandi (totale comuni in Italia: 261; numero interviste: 1.657).
- 37 comuni medio-piccoli (totale comuni in Italia: 874; numero interviste: 1.790).
- 50 grappoli di comuni piccoli, che rappresentano circa 185 comuni-campione (totale comuni in Italia: 6.921; numero interviste: 2.318).

I campioni in arrivo sono stati costantemente controllati in modo che il loro profilo nelle singole fasce orarie si avvicinasse il più possibile ai dati Auditel utilizzati per la definizione delle quote.

# Metodologia

---

Tuttavia, per restituire una perfetta rappresentatività a tutte le fasce e soprattutto alla fascia di prime time, è stato attuato un processo di riponderazione degli individui campionati.

## *Il questionario*

Il questionario, di tipo semi-strutturato, è stato articolato in più sezioni:

- una sezione preliminare tipologica finalizzata principalmente alla verifica del rispetto delle quote campionarie e all'assegnazione dell'intervistato alle singole fasce orarie;
- una prima sezione, finalizzata ad indagare la relazione dell'intervistato con il mezzo televisivo e i diversi generi televisivi;
- una seconda sezione, atta a comprendere sinteticamente il comportamento e le ragioni di consumo rispetto alle diverse fasce orarie in funzione del fabbisogno televisivo espresso;

# Metodologia

---

- una terza sezione, volta a ottenere per i programmi conosciuti dall'intervistato (fruiti o non fruiti) le seguenti informazioni: un giudizio di sintesi sul programma, le ragioni di visione/non visione, la valutazione degli elementi strutturali (“è divertente”, “è originale”, “è violento”, ecc..), il giudizio sulla capacità del programma di rappresentare un valore pubblico, il confronto con programmi simili, la frequenza e l'intensità di visione e, solo per alcuni programmi concordati (come i tg o i programmi di approfondimento informativo), la valutazione degli elementi di pubblica utilità e pluralismo (“offre spazi a tutti”, “arricchisce culturalmente”, ecc..).

## ***Gli indicatori***

In conformità con quanto previsto dall'art. 3 del Contratto di Servizio 2007-2009, sono stati costruiti due macro indicatori:

❑ un **macroindicatore della qualità percepita** (IQP), che misura il gradimento dell'offerta e la qualità della stessa percepita dal pubblico, sintetizzando una serie di giudizi espressi sugli elementi strutturali di ciascun prodotto monitorato e sul grado di soddisfazione dei telespettatori rispetto alle attese;

❑ un **macroindicatore di valore pubblico** (IVP), che rappresenta una sintesi di indicatori elementari concernenti, per ciascun programma monitorato, diversi aspetti quali l'arricchimento culturale, il rispetto della sensibilità degli spettatori, l'innovazione, l'imparzialità, l'originalità, il pluralismo, la capacità di intrattenimento.

# Metodologia

---

A seguito di alcune prove sperimentali che hanno visto l'impiego di tecniche di analisi di raggruppamento e di analisi in componenti principali, si è definito di costruire i macro-indicatori di sintesi mediante l'ausilio di analisi regressive multivariate. Empiricamente l'utilizzo di tali tecniche ha consentito di rappresentare con maggiore immediatezza ed efficacia le differenze qualitative e di valore pubblico all'interno dei generi (intra-genere) e tra genere e genere (inter-genere).

Gli indicatori costruiti sono significativi per tutti i programmi testati da almeno 60 rispondenti.

Dal momento che l'obiettivo è stato l'analisi del "brand" del programma, nella costruzione degli indicatori sono state considerate tanto le risposte dei "fruitori" dei singoli programmi (cioè coloro che hanno visto il programma nel corso della primavera 2011), quanto le risposte dei "non fruitori" (cioè coloro che, pur conoscendo il programma, non l'hanno visto nel periodo di riferimento).

# Metodologia

---

La durata dell'intervista non consente che l'intervistato possa testare tutti i programmi conosciuti, ma solo alcuni a rotazione, massimo 3 per fascia, più eventuali 3 per il prime time.

La costruzione degli indicatori di qualità percepita e di valore pubblico nasce, come anticipato, da analisi di regressione multipla effettuata per singolo genere televisivo. Tali analisi hanno posto le dimensioni strutturali di programma come variabili indipendenti e le variabili di soddisfazione complessiva/valore pubblico, come variabili dipendenti. Ciò ha consentito di definire i pesi delle variabili suddette, rappresentandoli attraverso i coefficienti di regressione.

La sommatoria delle medie delle variabili sopraindicate, debitamente pesate, ha consentito di calcolare gli indicatori di ciascun programma.

# Metodologia

Tali indici sono stati successivamente indicizzati a 100 sulla base del criterio di equivalenze così definito:

$$\text{valore}(0-100) = [\text{valore}(1-10) - \min(1-10)] / [\max(1-10) - \min(1-10)] * 100$$

Scala 1-10	Scala 0-100
1	0
2	11
3	22
4	33
5	44
6	56
7	67
8	78
9	89
10	100

Da tale criterio discende la tabella a lato che evidenzia i seguenti livelli di giudizio:

**Sufficiente = 56; buono = 67; ottimo = 78**

L'indice di genere è conseguentemente definito come media dei programmi di genere pesata sul numero di volte in cui ciascun programma viene testato.

In particolare, le variazioni degli indici tra i diversi periodi vanno considerate come statisticamente significative se la differenza assoluta è  $\geq 3$ , per quanto riguarda i programmi, e se è  $\geq 2$  nel caso dei generi/delle reti.

L'articolazione dei generi monitorati tiene conto delle indicazioni del Contratto di Servizio 2007-2009, ma è anche finalizzata ad una lettura più specificamente editoriale delle evidenze dell'indagine.

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2011

## La fruizione della tv



18 Giugno 2011

# Le modalità di fruizione Tv: principali evidenze

L'analisi sulle modalità e le motivazioni di fruizione della televisione, espresse dalla platea televisiva, evidenzia la **capacità della programmazione Rai di soddisfare i molteplici bisogni ed aspettative del pubblico**, che variano nell'arco dell'intera giornata.

L'attuale rilevazione conferma come l'esigenza di informazione sia uno dei principali motivi per cui si guarda la televisione. Infatti, trasversalmente alle diverse fasce orarie e ai diversi bisogni legati al consumo di televisione, il pubblico ha sempre maggiore **bisogno di informazione**. Questo fenomeno diventa particolarmente rilevante nelle fasce di prima mattina (62,4%) e in quella meridiana (51,4%), in cui il dato cresce significativamente rispetto alla primavera 2010.

A conferma di ciò si evidenzia come il *telegiornale* risulti il genere preferito in assoluto, raccogliendo il 70,6% di giudizi favorevoli. Le dimensioni del fenomeno sono tanto più evidenti se si pensa che al secondo posto nella classifica delle preferenze del pubblico si trova la *fiction* con solo la metà delle citazioni (39,5%).

L'attenzione verso l'informazione non si deve però intendere soltanto come la richiesta di un maggiore spazio dedicato alle news, ma anche come bisogno di essere informati a 360°: infatti l'*approfondimento informativo* cresce di ben 4 punti percentuali rispetto alla primavera 2010.

La rilevazione evidenzia un calo di gradimento più o meno accentuato dei generi associati ad una fruizione più leggera, di svago: a risentirne sono soprattutto i *quiz* e le *soap opera*.

Subiscono una lieve flessione anche i programmi di *intrattenimento*, i *reality show*, il *variety* e gli spettacoli di *prosa/danza*.

Sono invece stabili la *cultura* e l'*approfondimento sportivo*.

# Le modalità di fruizione Tv: principali evidenze

## La fruizione della televisione durante la giornata

Nella fascia di prima mattina (fascia 7:00-9:00) è il bisogno di informazione il principale motivo di visione.

Durante la matina (fascia 9:00-12:00) la televisione è vissuta principalmente come momento di compagnia. Ciò si traduce soprattutto nella richiesta di programmi di *intrattenimento leggero*.

Nella fascia meridiana (12:00-15:00), oltre alla necessità di informarsi (*telegiornali*), cresce il bisogno di rilassarsi, di “staccare la spina”. Tra i programmi più richiesti vengono citati quelli di *intrattenimento* e le *soap opera*.

Il pomeriggio (15.00-20:30) è un momento di forte evasione: i *quiz* e i *programmi di attualità* sembrano in grado di soddisfare questo bisogno più di altri generi.

Le motivazioni che spingono alla visione della televisione in prima serata (20:30-22:30) sono molteplici. Oltre alla necessità di svago e di relax, cresce il bisogno di informarsi e/o di approfondire. Tra i generi più visti: i *telegiornali*, le *fiction* e l'*approfondimento informativo*.

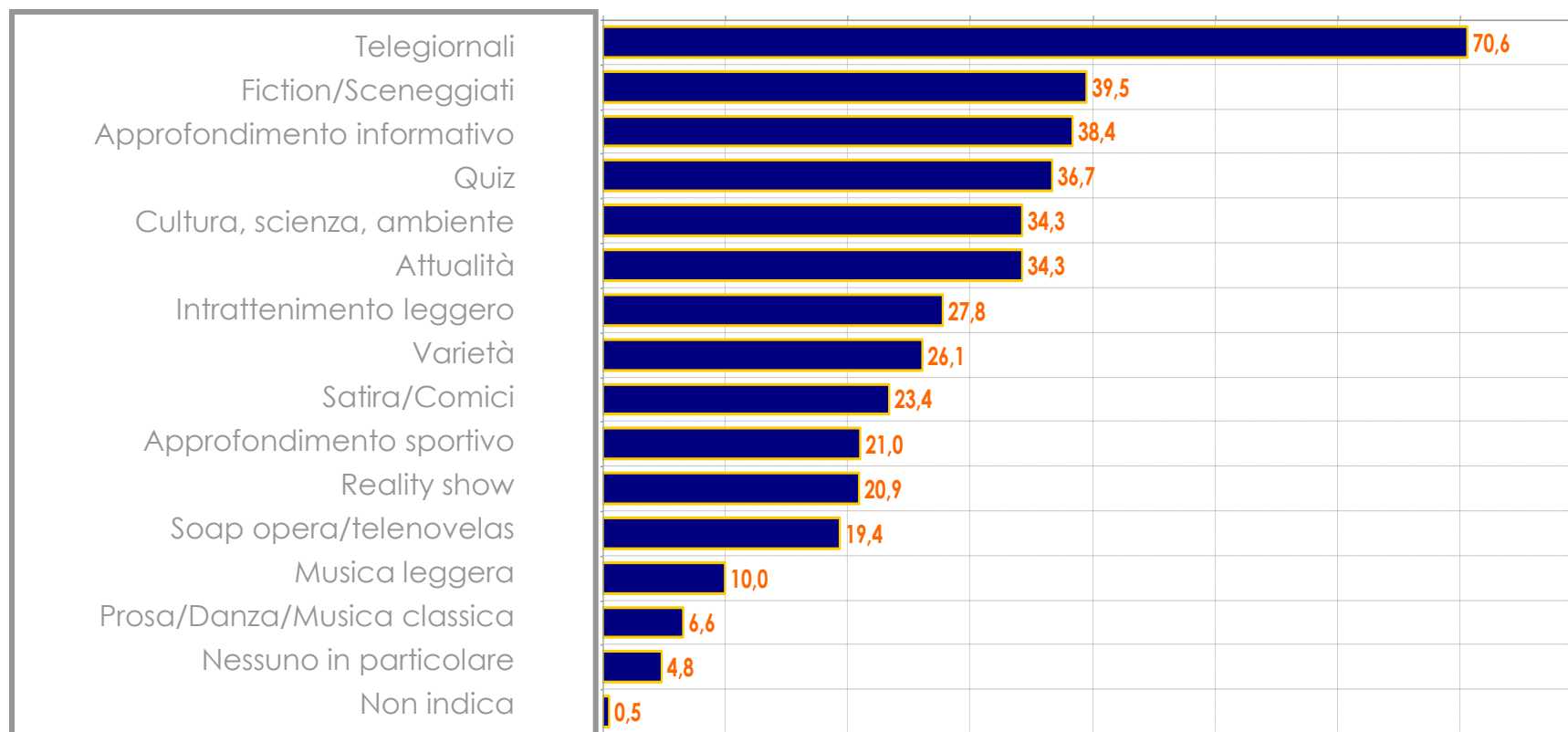
La seconda serata (22:30-2:00) conferma la propria funzione di svago e di approfondimento informativo di fine giornata. Si cercano infatti soprattutto i *programmi di informazione*, seguiti da programmi di *cultura*, *satira* e *sport*.

**Trasversalmente a tutte le fasce orarie, e in particolare in prima serata, il pubblico non ha più un atteggiamento di visione passiva, ma sceglie in maniera più consapevole il programma che vuole fruire. Questo fenomeno è anche conseguenza del mutamento dello scenario competitivo, caratterizzato da un' offerta di canali tematici sempre più ricca.**

# Relazione con il mezzo tv

## I generi televisivi preferiti

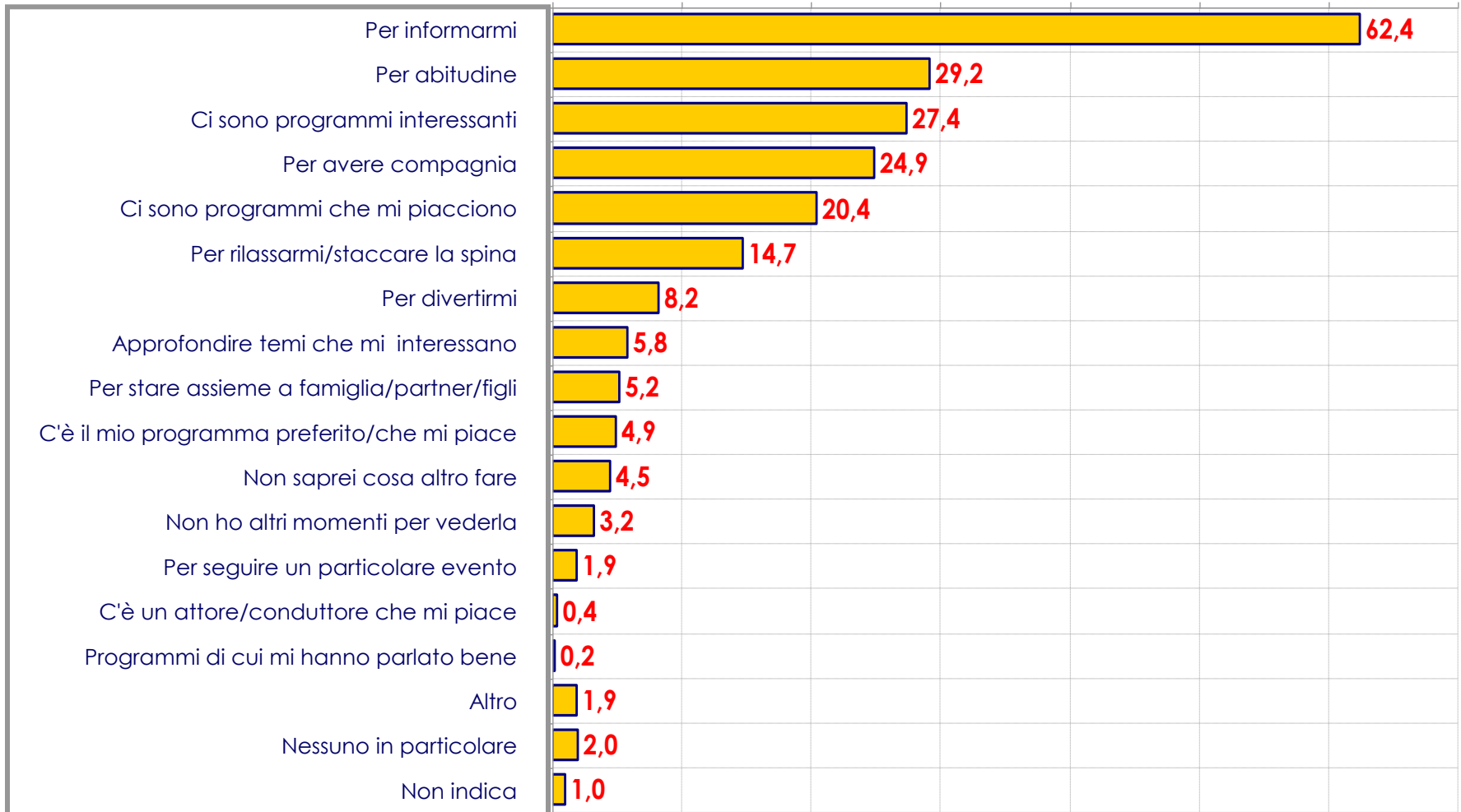
Valori %



# Comportamento di consumo tv

## Fascia 7.00-9.00: i motivi di visione

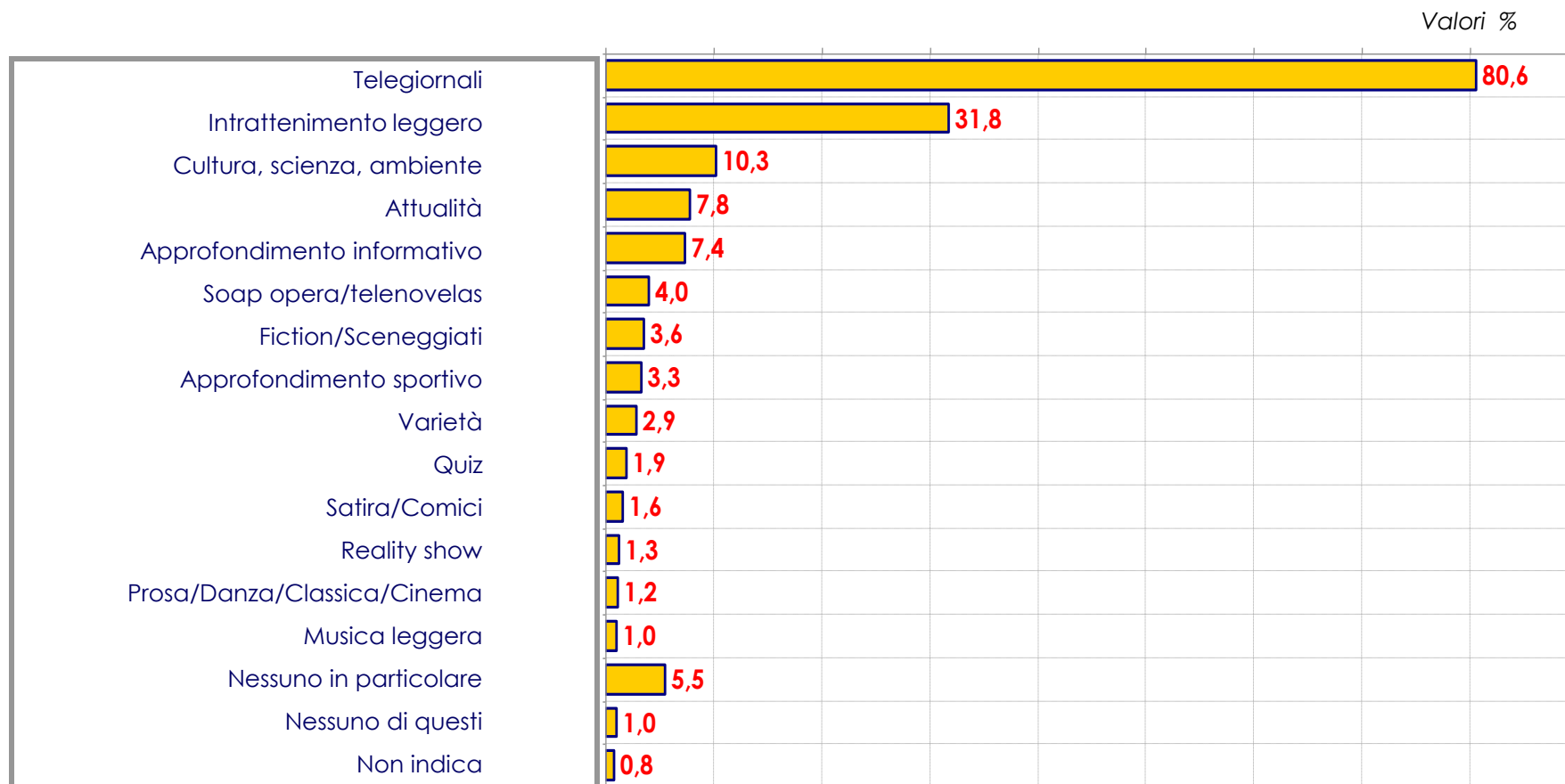
Valori %



Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")

# Comportamento di consumo tv

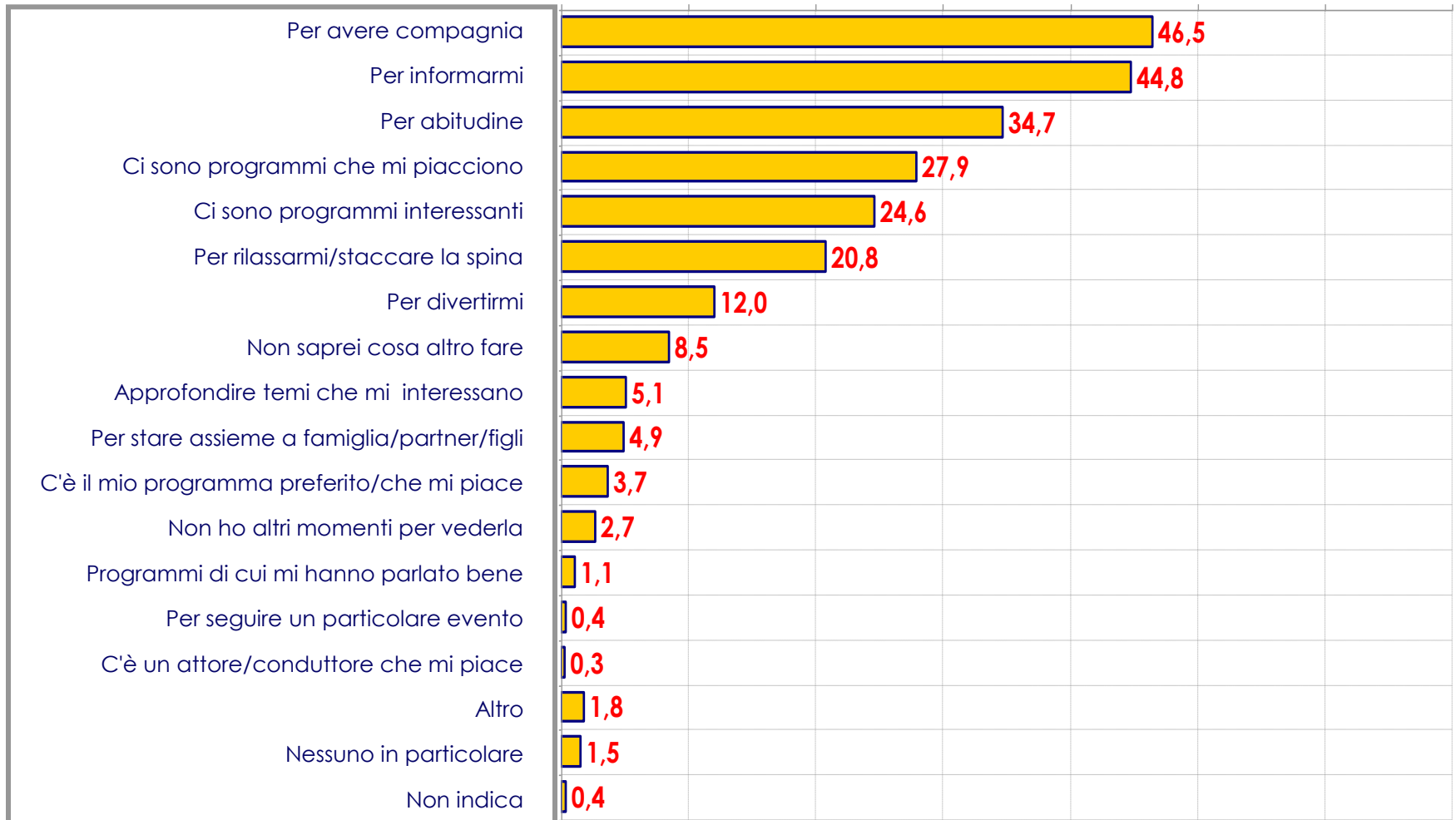
## Fascia 7.00-9.00: i programmi richiesti



# Comportamento di consumo tv

## Fascia 9.00-12.00: i motivi di visione

Valori %

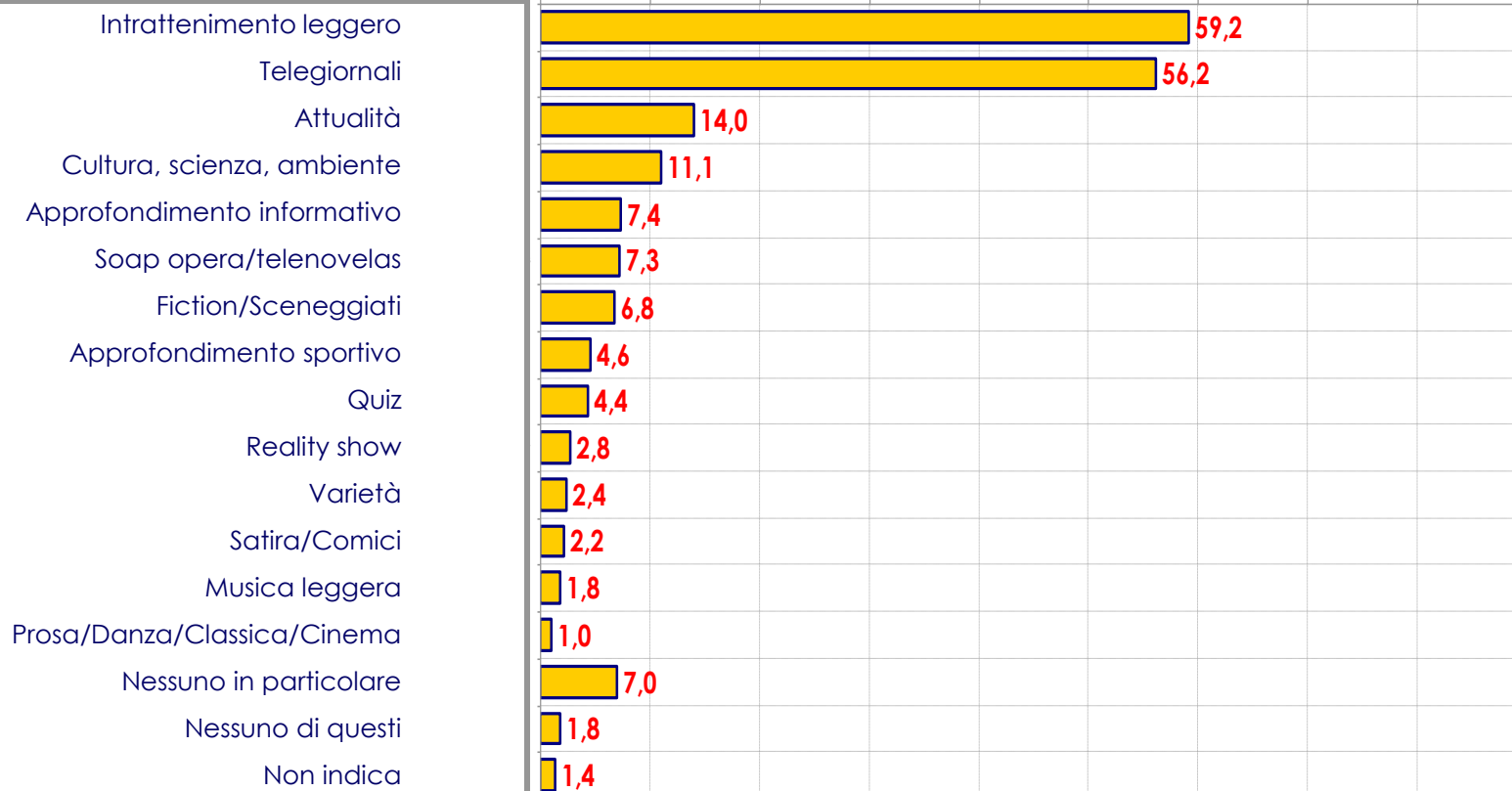


Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")

# Comportamento di consumo tv

## Fascia 9.00-12.00: i programmi richiesti

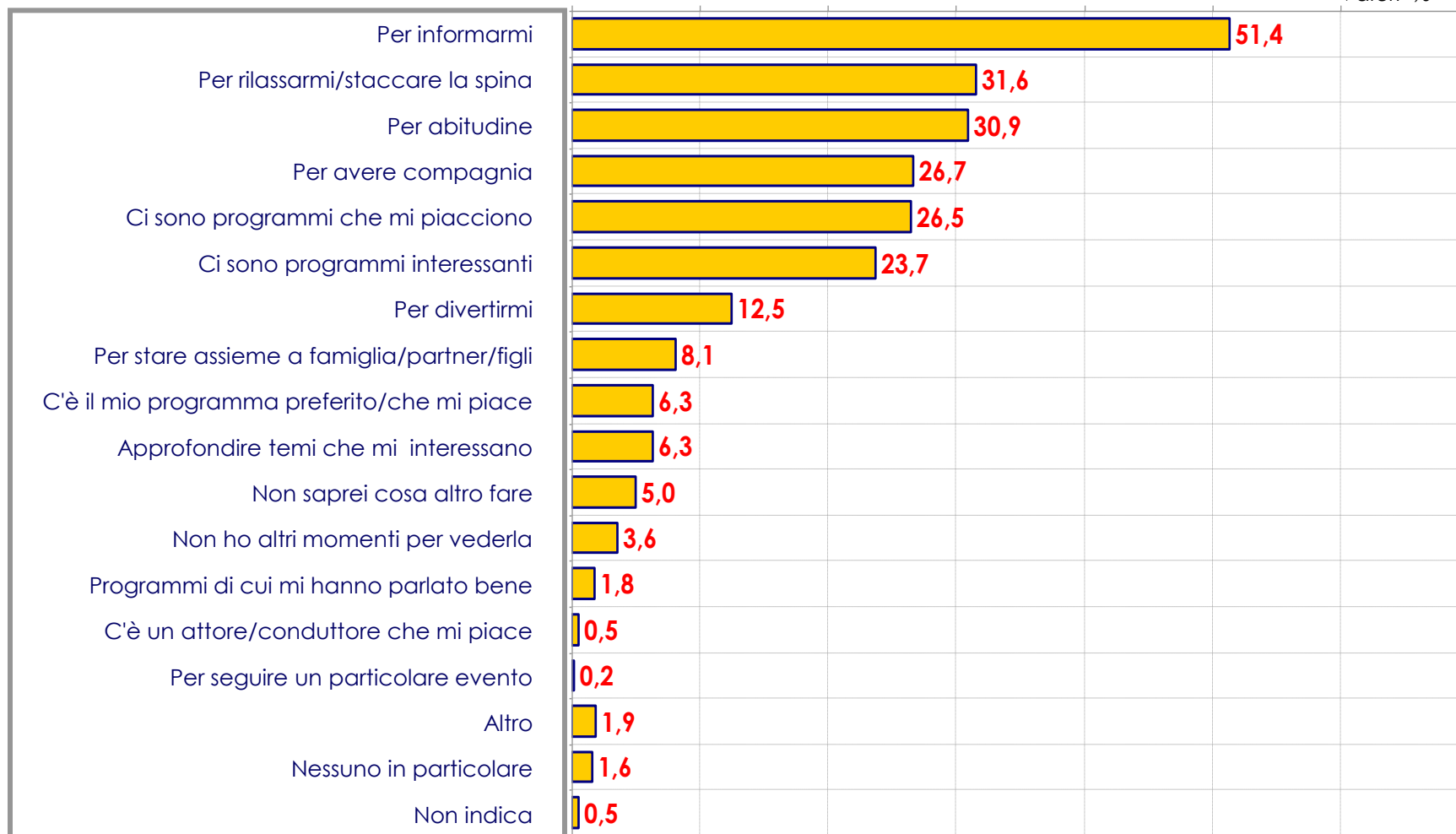
Valori %



# Comportamento di consumo tv

## Fascia 12.00-15.00: i motivi di visione

Valori %

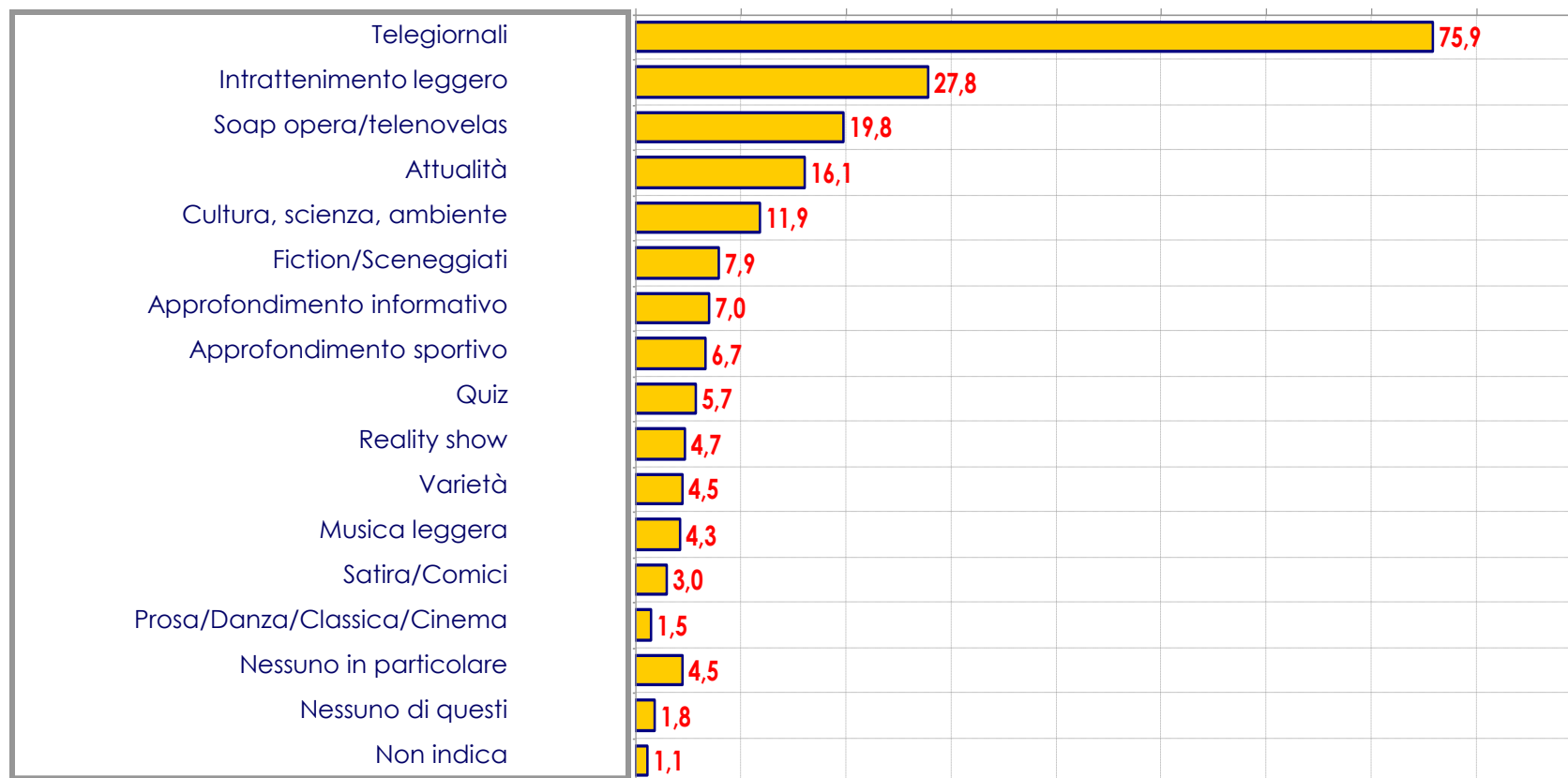


Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")

# Comportamento di consumo tv

## Fascia 12.00-15.00: i programmi richiesti

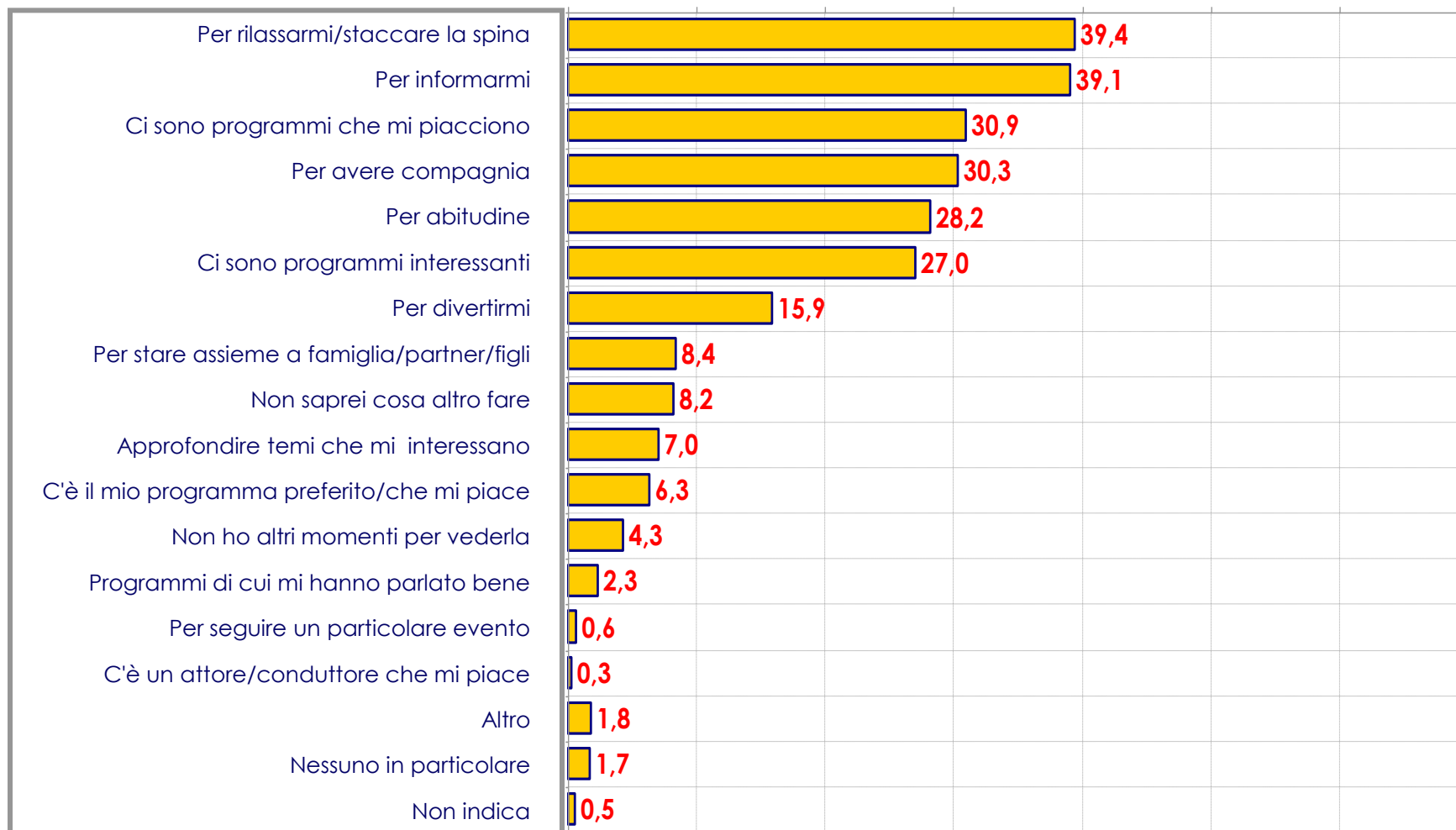
Valori %



# Comportamento di consumo tv

## Fascia 15.00-20.30: i motivi di visione

Valori %

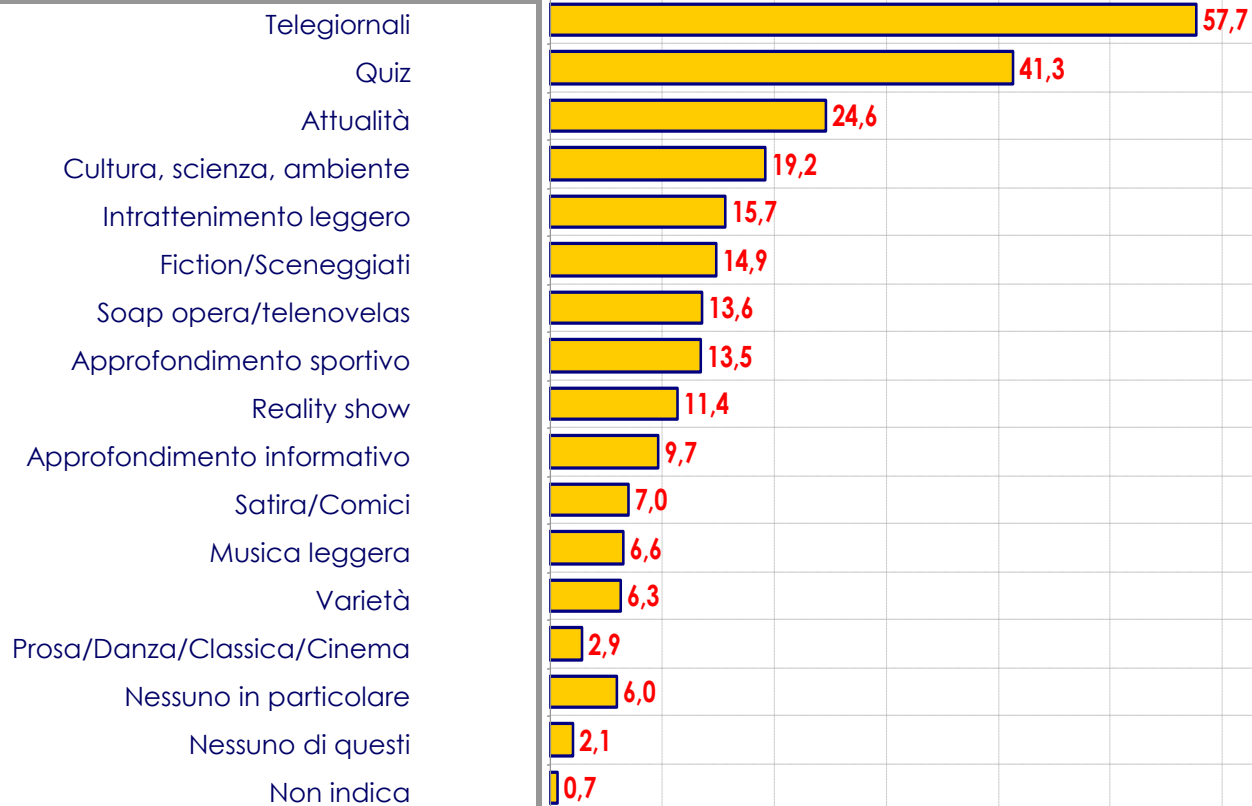


Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")

# Comportamento di consumo tv

## Fascia 15.00-20.30: i programmi richiesti

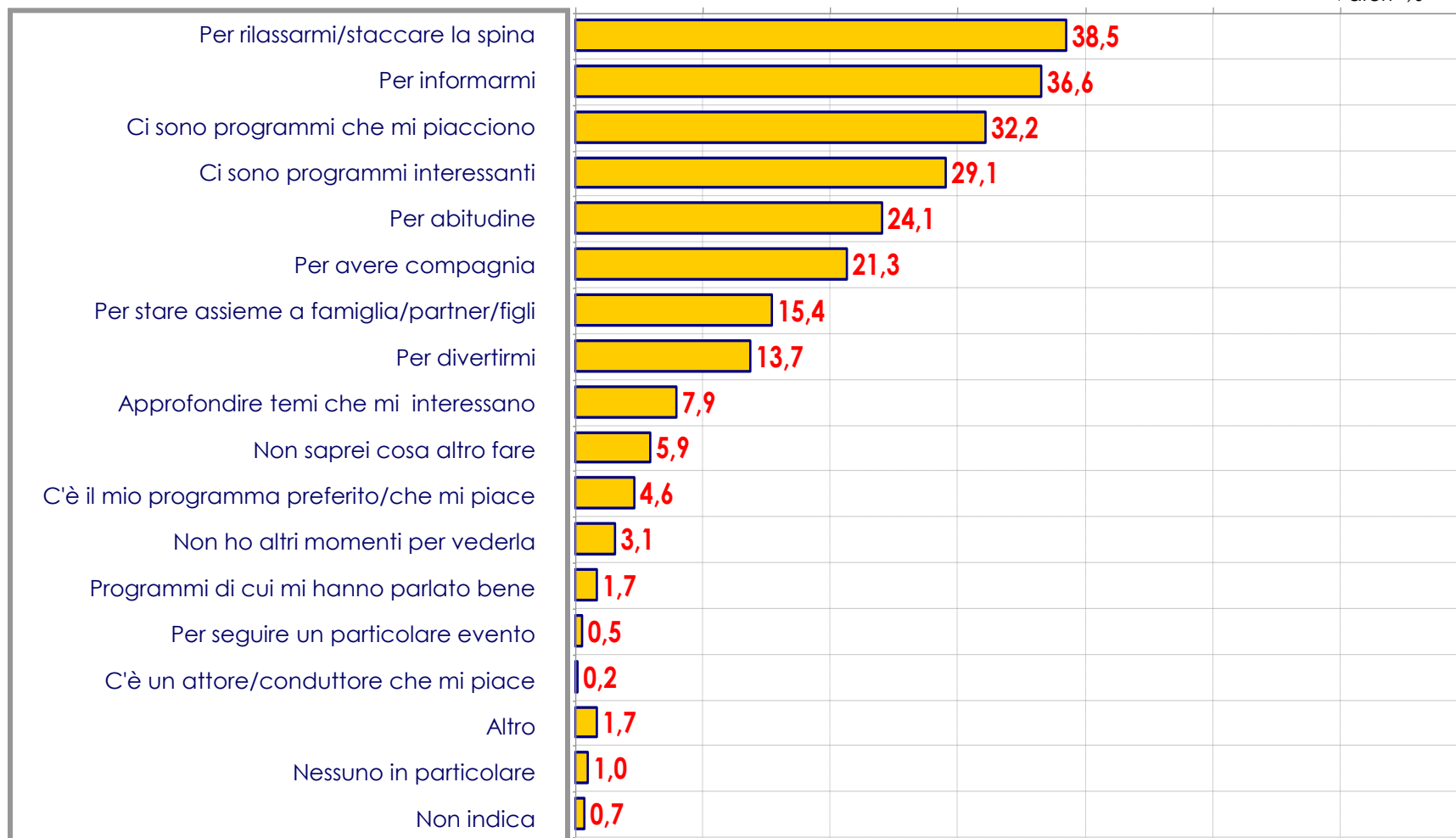
Valori %



# Comportamento di consumo tv

## Fascia 20.30-22.30: i motivi di visione

Valori %

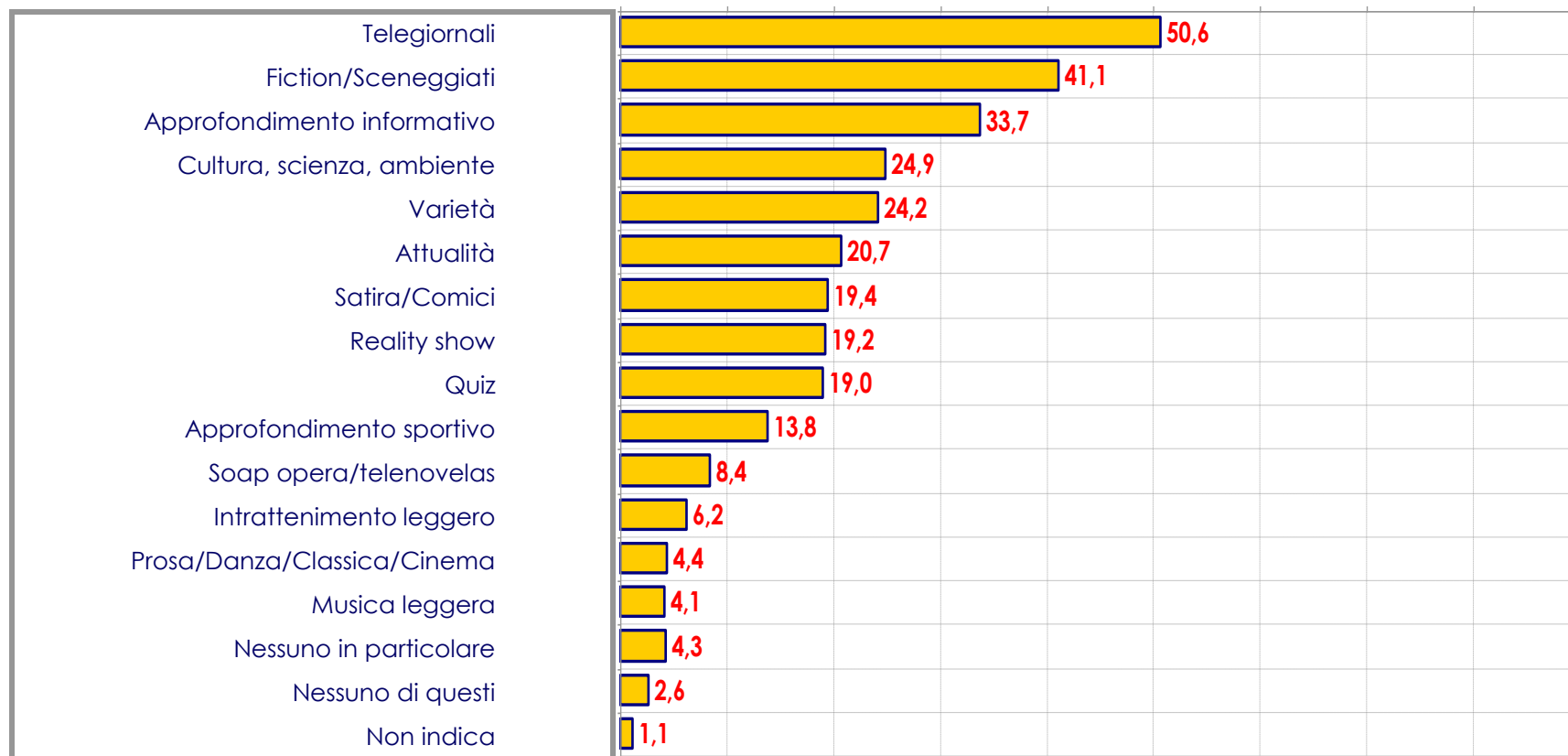


Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")

# Comportamento di consumo tv

## Fascia 20.30-22.30: i programmi richiesti

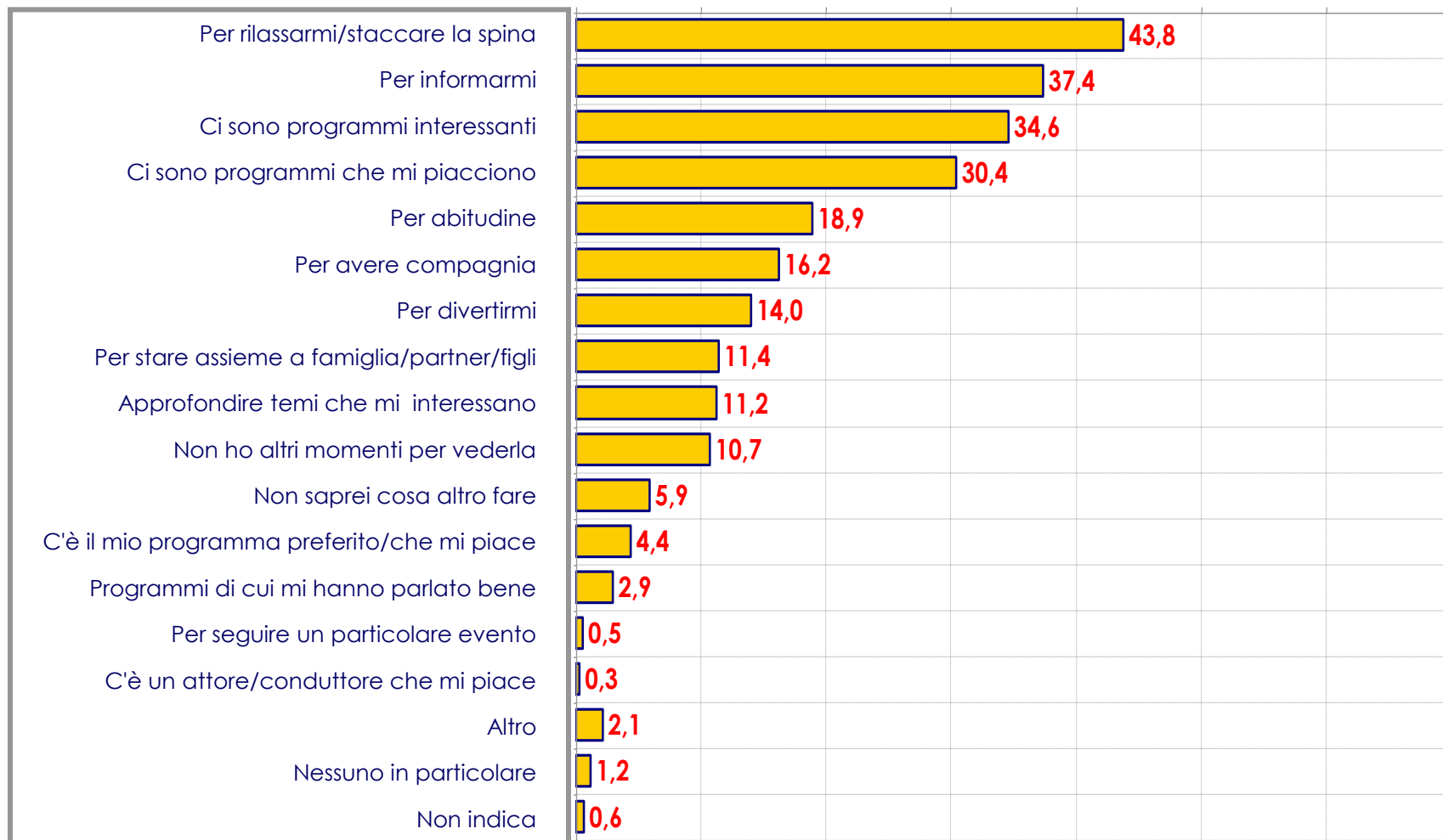
Valori %



# Comportamento di consumo tv

## Fascia 22.30-2.00: i motivi di visione

Valori %

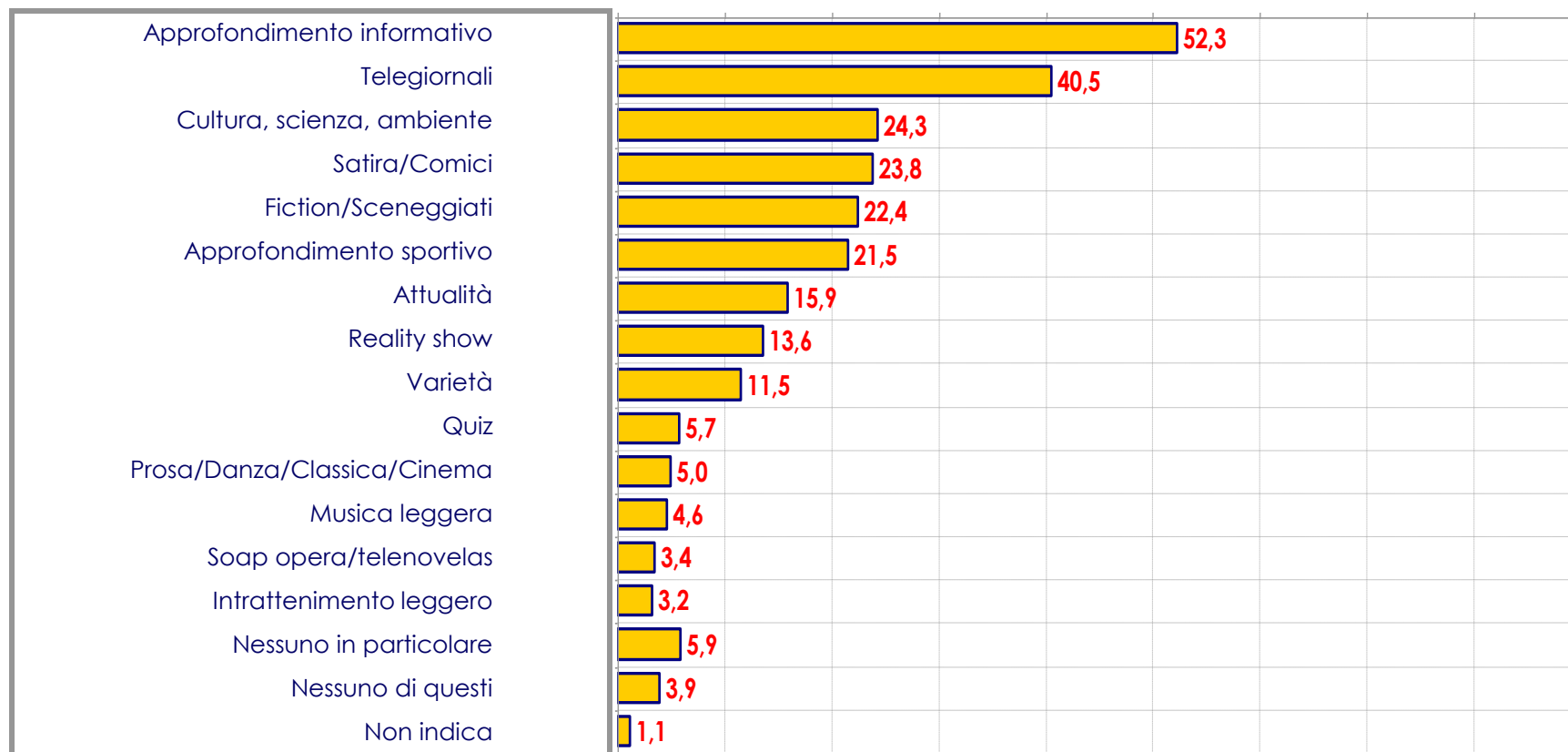


Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")

# Comportamento di consumo tv

## Fascia 22.30-2.00: i programmi richiesti

Valori %



# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI

## Stagione primaverile 2011

**Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: i generi, le reti, i programmi**

18 Giugno 2011



Indagine realizzata per conto di

**Rai**

# Indice di Qualità Percepita e Indice di Valore Pubblico

## IQP indice di qualità percepita

**L'indicatore RAI generale di Qualità Percepita registra un valore pari a 64.**

Il valore risulta stabile rispetto alle rilevazioni primaverile e autunnale del 2010 (64).

Si segnalano le buone performance dei programmi di *cultura, scienza e ambiente* e di *attualità, dei telegiornali* e dei *quiz*. I risultati dell'indice IQP sono più che sufficienti per quasi tutti i generi, ad eccezione delle *soap opera* e dei *reality show*.

## IVP indice di valore pubblico

**L'indicatore RAI generale di Valore Pubblico registra un valore pari a 63.**

Il valore risulta stabile rispetto alle rilevazioni primaverile e autunnale del 2010 (63).

L'indice di Valore Pubblico conferma alcune delle evidenze emerse per l'indice IQP. In particolare i valori positivi del genere *cultura, scienza e ambiente* e i risultati poco performanti delle *soap opera* e dei *reality show*.

Pur coincidendo spesso i valori di Qualità Percepita e di Valore Pubblico, occorre evidenziare che il telespettatore su alcuni generi attribuisce un IVP inferiore all'IQP.

Se appare piuttosto scontato che l'IQP sia significativamente superiore all'IVP per alcuni generi considerati più "leggeri" (i quiz, le soap opera e i reality show), particolare attenzione va posta sui generi di "servizio". In questo caso l'IQP superiore all'IVP può indicare che nella percezione del pubblico il programma sia ben fatto, ma assolva al proprio ruolo di servizio in misura inferiore alle aspettative (notiziari, fiction, approfondimento sportivo e approfondimento informativo).

NOTA: Considerando che la sufficienza corrisponde all'indice 56, il buono all'indice 67 e che l'eccellenza parte dall'indice 78, si può evidenziare che **il giudizio complessivo su Rai è più che sufficiente**. Occorre a tal proposito tener presente che esso non è espresso soltanto dai telespettatori fedeli ai programmi rilevati, ma valuta anche l'opinione di coloro che hanno scelto di non seguire un programma, anche se ne hanno sentito parlare o lo conoscono.

# Indice di Qualità Percepita e di Valore Pubblico: i generi

I programmi di **Cultura, scienza e ambiente** registrano gli indici di qualità percepita e di valore pubblico più elevati. I valori sono stabili rispetto alla rilevazione primaverile 2010. Ottime le performance di *Geo&Geo (Rai3)* e *Alle Falde del Kilimangiaro (Rai3)*.

I **Telegiornali** sono in calo rispetto alla primavera 2010, sia in termini di Qualità Percepita che di Valore Pubblico. Sulle performance più basse dei due indici incidono soprattutto i risultati del *Tg2* e del *TgR*.

Da segnalare che il *Tg1* migliora sia il proprio indice di qualità che il proprio valore pubblico rispetto all'autunno 2010. Ma mentre l'IQP si riporta ai valori della scorsa primavera, l'IVP non riesce a recuperare interamente il gap.

Per quanto riguarda il *Tg3*, l'edizione serale migliora in termini di qualità, mentre quella meridiana subisce una flessione in termini di valore pubblico.

L' **Approfondimento informativo** è in lieve flessione rispetto alla primavera 2010.

Ciò è dovuto in parte ad alcune rubriche di testata come *Tg2 costume e società*, *Tg2 dossier storie* e *Tg3 linea notte* le quali, pur registrando indici superiori alla media di genere, subiscono un calo di gradimento da parte dei telespettatori.

I telespettatori esprimono inoltre un giudizio insufficiente per *Qui Radio Londra (Rai1)*.

*Report (Rai3)* e *Tg2 Medicina 33* si confermano i programmi più apprezzati. Buone anche le performance di: *Porta a Porta (Rai1)*, *Ballarò (Rai3)*, *Annozero (Rai2)*, *Speciale Tg1, Tv7 (Rai1)*, *Tgr Buongiorno Italia* e *Tgr Buongiorno regione*, prodotti che hanno registrato valori di qualità stabili o in crescita rispetto alla scorsa primavera.

Il genere **Attualità** ottiene valori dell'IQP stabili ed è in lieve flessione sull'IVP. Tra i programmi più graditi si segnalano *Occhio alla spesa (Rai1)* e *Che tempo che fa (Rai3)*.

I **Quiz** evidenziano valori di gradimento più che sufficienti. In particolare *l'Eredità (Rai1)*, registra valori superiori alla media di genere.

# Indice di Qualità Percepita e di Valore Pubblico: i generi

La **Fiction** registra un trend crescente nelle ultime stagioni rilevate. Tra i prodotti che hanno ricevuto un apprezzamento più che positivo segnaliamo i seguenti titoli trasmessi da Rai1: *Il Commissario Montalbano*, *Atelier Fontana* e *Ad un passo dal cielo*, i cui indici IQP e IVP ottengono valori superiori alla media.

L'**intrattenimento leggero** del *day time* registra valori in crescita rispetto alla primavera e all'autunno 2010. Giudizi particolarmente positivi vengono espressi per *La prova del cuoco* (Rai1) e *Mattina in famiglia* (Rai1).

I programmi di intrattenimento di *prime time* con taglio editoriale tipico del **Varietà** ottengono giudizi di qualità inferiori alle due precedenti stagioni. Questo risultato risente probabilmente della mancanza nei palinsesti primaverili 2011 di prodotti come *Ti lascio una canzone* (Rai1) e *I migliori anni* (Rai1), che erano risultati molto graditi al pubblico. Ma anche dello scarso gradimento di *Centocinquanta* (Rai1) e *Ciak si canta* (Rai1). Buone invece performance di *Ballando con le stelle* (Rai1).

L'**Approfondimento sportivo** registra valori poco più che sufficienti, con un IQP in lieve crescita e un IVP stabile. Trend molto positivo per *La Domenica sportiva* (Rai2), *Sabato Sprint* (Rai2) e *Tg Sport* (Rai2).

I programmi di **Prosa, danza, musica classica e cinema** sono in lieve aumento su entrambi gli indicatori. Segnaliamo in particolare gli ottimi giudizi espressi per *Napoli milionaria* (Rai1).

Le trasmissioni di **Satira** perdono punti nella valutazione della qualità, soprattutto a causa del minor gradimento di *Blob* (Rai3), mentre *Parla con me* (Rai3) mantiene le proprie valutazioni positive.

La **Musica leggera** segna una consistente flessione, imputabile allo scarso successo presso il pubblico di *Lasciami cantare* (Rai1) e *Gigi tu vuo' fa' l'americano* (Rai1). *Top of the Pops* (Rai2), nonostante la valutazione più che sufficiente, subisce un lieve calo.

Le **Soap opera** e i **Reality show** restano di sotto della sufficienza. Rispetto alla primavera 2010, diminuisce il gradimento dei due prodotti più rappresentativi: *Un posto al sole* (Rai3) e *L'isola dei famosi* (Rai2).

# QUALITA' PERCEPITA: le reti

## Raiuno

La **qualità percepita** conferma i valori delle due precedenti rilevazioni (64).

I programmi di *Cultura, scienza e ambiente (Linea verde, Passaggio a nord ovest)* registrano il valore di qualità più elevato, in crescita rispetto alla primavera e all'autunno 2010.

Tra le principali evidenze:

- ✓ i generi che identificano la rete, con un valore IQP al di sopra della media di canale sono *l'attualità, i telegiornali, i quiz, le fiction, l'intrattenimento di day time* e i programmi di *prosa/danza*
- ✓ nelle ultime tre rilevazioni anche la *fiction* si caratterizza per un trend costantemente in crescita.
- ✓ il *varietà* rispetto alla primavera 2010 flette leggermente, nonostante le buone performance di *Ballando con le stelle*;
- ✓ è stabile, anche se leggermente al di sotto della media di rete, *l'approfondimento informativo*.

## Raidue

Il **valore dell'indice IQP** si assesta sui risultati della primavera 2010 (61) ed è in calo rispetto alla rilevazione autunnale (63).

Anche in questo caso le migliori performance sono attribuite al genere *Cultura, scienza e ambiente (Voyager, La storia siamo noi, Sereno variabile)*.

Rispetto alla primavera 2010 si segnala il calo di qualità delle edizioni del *Tg2* e dei *reality show (Isola dei famosi* in calo rispetto alla precedente edizione). Risulta in crescita lo *sport*.

## Raitre

La **qualità percepita** conferma i valori della scorsa primavera (66), dopo una leggera flessione registrata in autunno (65).

Il genere più apprezzato è *Cultura, scienza e ambiente (Geo&Geo, Alle falde del Kilimangiaro)*, seppure in calo rispetto alla scorsa rilevazione primaverile.

I *telegiornali* e i programmi di *approfondimento informativo* ottengono giudizi di qualità superiori alla media di rete.

# VALORE PUBBLICO: le reti

---

## Raiuno

L'indice di valore pubblico del canale si abbassa leggermente rispetto alla primavera 2010 (63 vs. 64).

Tra i generi che influiscono sul calo si evidenziano i *telegiornali* e *l'intrattenimento*. Quest'ultimo registra una tendenziale flessione sull'IVP, poiché il pubblico sembra percepire un indebolimento dei valori di servizio pubblico di questi programmi.

Aumentano le performance di *fiction*, dei *quiz* e dei *programmi di prosa, musica classica, cinema*.

Stabili il *varietà* e *l'attualità*.

## Raidue

Le performance di valore pubblico sono stabili rispetto alla rilevazione primaverile precedente (60).

Si segnala il calo di giudizi positivi su *telegiornali* e *reality show*.

Stabili o in leggerissima flessione gli altri generi.

## Raitre

Il valore dell'IVP di si abbassa di un punto rispetto alla primavera 2010 (65 vs. 66).

Tra i generi che registrano maggior flessione: *cultura, scienza e ambiente, i telegiornali, le soap opera*.

In crescita i programmi di *prosa, danza, musica classica, cinema*.

Stabili *l'approfondimento informativo* e quello *sportivo*.

# Indicatore della qualità percepita (RETI RAI)

	INDICATORE DELLA QUALITA' PERCEPITA (IQP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	Totale RAI	Totale RAI	Totale RAI	Totale RAI
Cultura, scienza, ambiente	68	66	68	68
Telegiornali	66	65	67	65
Attualità	65	65	65	63
Quiz	65	63	66	60
Approfondimento informativo	64	64	65	64
Prosa/Danza/Classica/Cinema	64	59	62	64
Fiction/Sceneggiati	64	62	58	61
Intrattenimento leggero	63	61	62	60
Varietà	62	67	64	68
Satira/Comici	61	65	64	61
Approfondimento sportivo	61	61	58	61
Musica leggera	60	58	65	53
Soap opera/telenovelas	51	51	54	52
Reality show	40	-	42	-
<b>MEDIA</b>	<b>64</b>	<b>64</b>	<b>64</b>	<b>63</b>

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 2$

# Indicatore della qualità percepita (RAIUNO)

	INDICATORE DELLA QUALITA' PERCEPITA (IQP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	RAIUNO	RAIUNO	RAIUNO	RAIUNO
Cultura, scienza, ambiente	68	66	64	67
Attualità	66	65	65	63
Telegiornali	66	63	67	65
Quiz	65	63	66	60
Fiction/Sceneggiati	64	62	58	62
Intrattenimento leggero	64	61	63	60
Prosa/Danza/Classica/Cinema	64	56	62	60
Approfondimento informativo	62	62	62	62
Varietà	62	67	64	68
Approfondimento sportivo	62	61	-	-
Musica leggera	59	-	-	-
Satira/Comici	-	-	-	-
Soap opera/telenovelas	-	-	-	-
Reality show	-	-	-	-
<b>MEDIA</b>	<b>64</b>	<b>64</b>	<b>64</b>	<b>63</b>

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 2$

# Indicatore della qualità percepita (RAIDUE)

	INDICATORE DELLA QUALITA' PERCEPITA (IQP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	RAIDUE	RAIDUE	RAIDUE	RAIDUE
Cultura, scienza, ambiente	66	66	67	70
Approfondimento informativo	65	65	64	64
Telegiornali	64	64	67	66
Intrattenimento leggero	62	60	61	59
Musica leggera	62	58	65	53
Approfondimento sportivo	61	61	58	61
Attualità	58	61	59	64
Satira/Comici	58	-	-	55
Quiz	54	-	-	-
Reality show	40	-	42	-
Prosa/Danza/Classica/Cinema	-	62	-	64
Fiction/Sceneggiati	-	-	59	57
Varietà	-	-	-	-
Soap opera/telenovelas	-	-	-	-
<b>MEDIA</b>	<b>61</b>	<b>63</b>	<b>61</b>	<b>62</b>

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 2$

# Indicatore della qualità percepita (RAITRE)

	INDICATORE DELLA QUALITA' PERCEPITA (IQP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	RAITRE	RAITRE	RAITRE	RAITRE
Cultura, scienza, ambiente	68	67	72	69
Telegiornali	67	67	68	65
Approfondimento informativo	67	65	66	66
Attualità	65	65	65	65
Prosa/Danza/Classica/Cinema	64	61	62	66
Satira/Comici	62	65	64	63
Fiction/Sceneggiati	62	-	-	55
Approfondimento sportivo	61	62	58	57
Soap opera/telenovelas	51	51	54	52
Intrattenimento leggero	-	62	-	-
Musica leggera	-	-	-	-
Varietà	-	-	-	-
Quiz	-	-	-	-
Reality show	-	-	-	-
<b>MEDIA</b>	<b>66</b>	<b>65</b>	<b>66</b>	<b>65</b>

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 2$

# Indicatore del valore pubblico (RETI RAI)

	INDICATORE DEL VALORE PUBBLICO (IVP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	Totale RAI	Totale RAI	Totale RAI	Totale RAI
Cultura, scienza, ambiente	68	66	68	68
Attualità	65	66	66	64
Telegiornali	65	65	68	65
Approfondimento informativo	63	64	64	64
Prosa/Danza/Classica/Cinema	63	59	61	64
Varietà	62	66	62	67
Fiction/Sceneggiati	62	62	57	60
Intrattenimento leggero	62	61	62	59
Quiz	62	60	62	57
Satira/Comici	61	65	62	58
Musica leggera	60	54	62	51
Approfondimento sportivo	58	58	58	59
Soap opera/telenovelas	49	50	53	51
Reality show	38	-	40	-
<b>MEDIA</b>	<b>63</b>	<b>63</b>	<b>63</b>	<b>63</b>

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 2$

# Indicatore del valore pubblico (RAIUNO)

	INDICATORE DEL VALORE PUBBLICO (IVP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	RAIUNO	RAIUNO	RAIUNO	RAIUNO
Cultura, scienza, ambiente	67	66	65	66
Attualità	65	66	65	62
Telegiornali	64	63	67	65
Intrattenimento leggero	63	61	64	60
Quiz	63	60	62	57
Varietà	62	66	62	67
Fiction/Sceneggiati	62	62	57	62
Prosa/Danza/Classica/Cinema	62	57	61	60
Approfondimento informativo	61	62	62	62
Approfondimento sportivo	60	58	-	-
Musica leggera	60	-	-	-
Satira/Comici	-	-	-	-
Soap opera/telenovelas	-	-	-	-
Reality show	-	-	-	-
<b>MEDIA</b>	<b>63</b>	<b>63</b>	<b>64</b>	<b>62</b>

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 2$

# Indicatore del valore pubblico (RAIDUE)

	INDICATORE DEL VALORE PUBBLICO (IVP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	RAIDUE	RAIDUE	RAIDUE	RAIDUE
Cultura, scienza, ambiente	66	66	67	70
Approfondimento informativo	64	64	64	64
Telegiornali	63	64	67	65
Musica leggera	61	54	62	51
Intrattenimento leggero	60	60	61	57
Attualità	58	61	59	63
Approfondimento sportivo	58	58	58	59
Satira/Comici	58	-	-	50
Quiz	52	-	-	-
Reality show	38	-	40	-
Prosa/Danza/Classica/Cinema	-	61	-	62
Fiction/Sceneggiati	-	-	54	54
Varietà	-	-	-	-
Soap opera/telenovelas	-	-	-	-
<b>MEDIA</b>	<b>60</b>	<b>62</b>	<b>60</b>	<b>61</b>

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 2$

# Indicatore del valore pubblico (RAITRE)

	INDICATORE DEL VALORE PUBBLICO (IVP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	RAITRE	RAITRE	RAITRE	RAITRE
Cultura, scienza, ambiente	68	67	72	69
Telegiornali	66	67	69	64
Attualità	66	66	67	66
Approfondimento informativo	66	65	66	67
Prosa/Danza/Classica/Cinema	66	62	61	68
Satira/Comici	61	65	62	60
Fiction/Sceneggiati	60	-	-	52
Approfondimento sportivo	58	59	58	55
Soap opera/telenovelas	49	50	53	51
Intrattenimento leggero	-	62	-	-
Varietà	-	-	-	-
Quiz	-	-	-	-
Musica leggera	-	-	-	-
Reality show	-	-	-	-
<b>MEDIA</b>	<b>65</b>	<b>65</b>	<b>66</b>	<b>65</b>

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 2$

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2011

## Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: CULTURA, SCIENZA, AMBIENTE



18 Giugno 2011

# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITÀ PERCEPITA (QP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
A SUA IMMAGINE	67	66	64	65
ALLE FALDE DEL KILIMANGIARO	75	72	-	74
CANTIERI D'ITALIA (*)	62	-	-	-
CORREVA L'ANNO	68	57	-	-
COSMO (*)	63	-	-	-
EASY DRIVER (*)	61	62	63	69
FIGU ALBUM DI PERSONE (*)	48	-	-	-
FRATELLI D'ITALIA (*)	57	-	-	-
GATE C (*)	63	-	-	-
GEO&GEO	76	72	74	73
IL GRANDE VOLO (*)	57	-	-	-
ITALIA MIA - ESERCIZI DI MEMORIA (*)	63	-	-	-
LA GRANDE STORIA	70	-	-	-
LA STORIA SIAMO NOI (RAIDUE)	69	69	71	70
LA STORIA SIAMO NOI (RAITRE)	68	70	74	69
L'APPUNTAMENTO (*)	59	-	56	-
LINEA VERDE	72	68	67	68
LINEA VERDE ORIZZONTI	68	67	69	-
MAGAZZINI EINSTEIN (*)	55	-	-	-
MAGICA ITALIA	65	-	64	-
MINI RITRATTI (*)	59	-	-	-
PASSAGGIO A NORD OVEST	71	74	69	74
PASSEPARTOUT (*)	66	59	67	61
PER UN PUGNO DI LIBRI	71	68	73	72
PROTESTANTESIMO (*)	51	64	-	-
RACCONTI DI VITA (*)	56	60	62	62
RE-ART NEWS (*)	59	63	57	-
SERENO VARIABILE	68	63	65	66
SI' VIAGGIARE	64	65	-	-
SORGENTE DI VITA (*)	55	59	-	-
STORIE MALEDETTE	63	-	-	61
SULLA VIA DI DAMASCO (*)	66	65	63	-
TGR BELLITALIA	67	66	70	-
TGR LEONARDO	66	73	71	-
TV TALK (*)	59	62	66	68
ULISSE	74	-	75	77
UN GIORNO IN PRETURA	58	-	-	-
VOYAGER	70	68	69	71
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>68</b>	<b>66</b>	<b>68</b>	<b>68</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 3$

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (VP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
A SUA IMMAGINE	68	66	69	65
ALLE FALDE DEL KILIMANGIARO	74	72	-	73
CANTIERI D'ITALIA (*)	64	-	-	-
CORREVA L'ANNO	68	58	-	-
COSMO (*)	61	-	-	-
EASY DRIVER (*)	60	62	64	65
FIGU ALBUM DI PERSONE (*)	49	-	-	-
FRATELLI D'ITALIA (*)	54	-	-	-
GATE C (*)	60	-	-	-
GEO&GEO	76	73	75	73
IL GRANDE VOLO (*)	58	-	-	-
ITALIA MIA - ESERCIZI DI MEMORIA (*)	63	-	-	-
LA GRANDE STORIA	71	-	-	-
LA STORIA SIAMO NOI (RAIDUE)	69	70	68	71
LA STORIA SIAMO NOI (RAITRE)	71	72	74	70
L'APPUNTAMENTO (*)	54	-	52	-
LINEA VERDE	72	68	67	69
LINEA VERDE ORIZZONTI	67	67	69	-
MAGAZZINI EINSTEIN (*)	56	-	-	-
MAGICA ITALIA	65	-	64	-
MINI RITRATTI (*)	59	-	-	-
PASSAGGIO A NORD OVEST	71	74	69	72
PASSEPARTOUT (*)	66	61	66	57
PER UN PUGNO DI LIBRI	73	70	75	72
PROTESTANTESIMO (*)	41	64	-	-
RACCONTI DI VITA (*)	58	59	61	63
RE-ART NEWS (*)	58	60	56	-
SERENO VARIABILE	69	64	66	65
SI' VIAGGIARE	65	65	-	-
SORGENTE DI VITA (*)	54	59	-	-
STORIE MALEDETTE	61	-	-	-
SULLA VIA DI DAMASCO (*)	66	65	64	-
TGR BELLITALIA	67	67	70	-
TGR LEONARDO	67	72	71	-
TV TALK (*)	56	61	66	69
ULISSE	75	-	74	77
UN GIORNO IN PRETURA	57	-	-	61
VOYAGER	70	68	68	71
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>68</b>	<b>66</b>	<b>68</b>	<b>68</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2011

## Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: TELEGIORNALI



18 Giugno 2011

# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
TG1 (13.30)	67	65	68	65
TG1 (20.00)	65	59	65	66
TG2 (13.00)	64	64	67	67
TG2 (20.30)	64	64	66	65
TG3 (14.30)	67	66	67	64
TG3 (19.00)	68	66	66	64
TGR (14.00)	67	67	70	68
TGR (19.30)	66	67	69	65
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>66</b>	<b>65</b>	<b>67</b>	<b>65</b>

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
TG1 (13.30)	65	65	68	65
TG1 (20.00)	63	60	65	65
TG2 (13.00)	64	64	67	66
TG2 (20.30)	64	65	66	65
TG3 (14.30)	66	67	68	63
TG3 (19.00)	68	67	67	64
TGR (14.00)	65	68	70	67
TGR (19.30)	66	67	69	64
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>65</b>	<b>65</b>	<b>68</b>	<b>65</b>

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 3$

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2011

## Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: ATTUALITA'



Indagine realizzata per conto di 

18 Giugno 2011

# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITÀ PERCEPITA (IQP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
7 PIÙ (*)	62	-	-	-
AGORA'	66	60	-	-
AGORA' BRONTOLO (*)	67	61	-	-
APPRESCINDERE (*)	63	60	-	-
CHE TEMPO CHE FA	71	69	70	71
CHI L'HA VISTO	64	61	60	57
GLAM ESSERE & APPARIRE (*)	53	-	-	-
LA VITA IN DIRETTA	64	62	61	62
LE STORIE (*)	63	64	64	57
MAURIZIO COSTANZO TALK	58	-	-	-
MI MANDA RAITRE	63	-	65	63
OCCHIO ALLA SPESA	70	68	70	67
QUELLO CHE ... (*)	61	60	58	-
SE...A CASA DI PAOLA	58	52	-	-
SFIDE	67	-	-	-
TELECAMERE (*)	52	-	-	-
UNO MATTINA	68	66	67	63
VERDETTO FINALE	61	59	61	60
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>65</b>	<b>65</b>	<b>65</b>	<b>63</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 3$

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)			
	AUTUNNO 2010	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
7 PIÙ (*)	64	-	-	-
AGORA'	66	62	-	-
AGORA' BRONTOLO (*)	65	61	-	-
APPRESCINDERE (*)	64	59	-	-
BONTÀ LORO	-	62	56	-
CHE TEMPO CHE FA	70	69	69	70
CHI L'HA VISTO	67	65	64	60
GLAM ESSERE & APPARIRE (*)	48	-	-	-
LA VITA IN DIRETTA	63	62	61	61
LE STORIE (*)	64	65	63	54
MAURIZIO COSTANZO TALK	59	-	-	-
MI MANDA RAITRE	66	-	68	67
OCCHIO ALLA SPESA	70	70	71	68
QUELLO CHE ... (*)	61	61	59	-
SE...A CASA DI PAOLA	57	50	-	-
SFIDE	64	-	-	-
TELECAMERE (*)	51	-	-	-
UNO MATTINA	66	66	66	62
VERDETTO FINALE	61	60	61	59
VIENI VIA CON ME	-	68	-	-
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>65</b>	<b>66</b>	<b>66</b>	<b>64</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 3$

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2011

## Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: QUIZ



Indagine realizzata per conto di 

18 Giugno 2011

# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
AFFARI TUOI	61	-	-	57
FRATELLI DI TEST - L'EREDITA' 150 ANNI UNITA' D'ITALIA (*)	72	-	-	-
I LOVE ITALY (*)	54	-	-	-
L'EREDITA'	68	66	68	68
L'EREDITA' LA SFIDA...CAMPIONI	67	-	-	-
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>65</b>	<b>63</b>	<b>66</b>	<b>60</b>

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
AFFARI TUOI	56	-	-	54
FRATELLI DI TEST - L'EREDITA' 150 ANNI UNITA' D'ITALIA (*)	73	-	-	-
I LOVE ITALY (*)	52	-	-	-
L'EREDITA'	67	66	67	66
L'EREDITA' LA SFIDA...CAMPIONI	66	-	-	-
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>62</b>	<b>60</b>	<b>62</b>	<b>57</b>

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 3$

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2011

## Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: APPROFONDIMENTO INFORMATIVO



Indagine realizzata per conto di



18 Giugno 2011

# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITÀ PERCEPITA (IQP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
ANNOZERO	60	62	59	59
BALLARO'	64	63	63	63
CI TOCCA ANCHE VITTORIO SGARBI (*)	39	-	-	-
CRASH (*)	62	-	-	-
IN MEZZORA (*)	58	61	56	51
L'ULTIMA PAROLA (*)	57	55	49	-
PORTA A PORTA	61	60	61	60
PORTA A PORTA - SPECIALE PAPA GIOVANNI II	69	-	-	-
POTERE (*)	61	-	-	-
PRESA DIRETTA (*)	59	-	-	-
QUI RADIO LONDRA	43	-	-	-
RAI PARLAMENTO - SETTEGIORNI	57	56	58	49
REPORT	75	72	73	78
SPECIALE TG1	68	66	66	64
TG1 ECONOMIA (*)	62	65	-	-
TG1 STORIA (*)	68	-	-	-
TG2 - COSTUME E SOCIETA'	66	66	69	70
TG2 - MEDICINA 33	73	73	73	72
TG2 DOSSIER	67	66	66	63
TG2 DOSSIER STORIE	65	68	67	66
TG2 MIZAR (*)	58	57	50	-
TG2 MOTORI	65	62	63	-
TG2 PUNTO DI VISTA (*)	68	-	-	-
TG2 PUNTO IT	65	63	68	61
TG3 AGENDA DEL MONDO (*)	60	-	-	-
TG3 LINEA NOTTE	65	66	68	63
TG3 SABATO NOTTE (*)	60	-	-	-
TGR BUONGIORNO ITALIA	68	67	-	-
TGR BUONGIORNO REGIONE	69	67	68	66
TGR EST-OVEST (*)	67	64	72	-
TGR IL SETTIMANALE (*)	67	62	62	61
TGR MEDITERRANEO	70	66	71	-
TGR MONTAGNE (*)	68	67	70	-
TGR PRODOTTO ITALIA (*)	63	60	70	-
TGR REGIONE EUROPA (*)	63	65	64	-
TV7	68	67	65	67
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>64</b>	<b>64</b>	<b>65</b>	<b>64</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 3$

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
ANNOZERO	58	61	58	58
BALLARO'	64	62	62	62
CI TOCCA ANCHE VITTORIO SGARBI (*)	40	-	-	-
CRASH (*)	62	-	-	-
IN MEZZORA (*)	55	61	55	54
L'ULTIMA PAROLA (*)	54	52	51	-
PORTA A PORTA	60	60	60	60
PORTA A PORTA - SPECIALE PAPA GIOVANNI II	70	-	-	-
POTERE (*)	57	-	-	-
PRESA DIRETTA (*)	59	-	-	-
QUI RADIO LONDRA	42	-	-	-
RAI PARLAMENTO - SETTEGIORNI	57	58	60	51
REPORT	74	73	73	78
SPECIALE TG1	67	67	66	65
TG1 ECONOMIA (*)	65	65	-	-
TG1 STORIA (*)	68	-	-	-
TG2 - COSTUME E SOCIETA'	65	65	67	69
TG2 - MEDICINA 33	73	74	74	73
TG2 DOSSIER	65	66	66	63
TG2 DOSSIER STORIE	63	68	67	65
TG2 MIZAR (*)	60	59	48	-
TG2 MOTORI	63	61	60	-
TG2 PUNTO DI VISTA (*)	76	-	-	-
TG2 PUNTO IT	64	63	67	60
TG3 AGENDA DEL MONDO (*)	62	-	-	-
TG3 LINEA NOTTE	64	67	66	65
TG3 SABATO NOTTE (*)	59	-	-	-
TGR BUONGIORNO ITALIA	67	65	-	-
TGR BUONGIORNO REGIONE	69	65	69	67
TGR EST-OVEST (*)	64	64	70	-
TGR IL SETTIMANALE (*)	64	61	63	63
TGR MEDITERRANEO	69	67	71	-
TGR MONTAGNE (*)	67	67	72	-
TGR PRODOTTO ITALIA (*)	63	61	67	-
TGR REGIONE EUROPA (*)	61	63	65	-
TV7	67	65	64	66
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>63</b>	<b>64</b>	<b>64</b>	<b>64</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 3$

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2011

**Gli indicatori di Qualità e Valore  
Pubblico: PROSA, DANZA, CLASSICA,  
CINEMA**



Indagine realizzata per conto di 

18 Giugno 2011

# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
APPLAUSI (*)	59	54	63	60
CINEMATOGRAFO	61	58	61	-
LA MUSICA DI RAITRE (*)	56	62	-	68
NABUCCO (*)	67	-	-	-
NAPOLI MILIONARIA (*)	72	-	-	-
PRIMA DELLA PRIMA (*)	64	-	-	63
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>64</b>	<b>59</b>	<b>62</b>	<b>64</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 3$

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
APPLAUSI (*)	57	55	63	60
CINEMATOGRAFO	60	58	60	-
LA MUSICA DI RAITRE (*)	66	61	-	68
NABUCCO (*)	67	-	-	-
NAPOLI MILIONARIA (*)	70	-	-	-
PRIMA DELLA PRIMA (*)	65	-	-	67
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>63</b>	<b>59</b>	<b>61</b>	<b>64</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 3$

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2011

## Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: FICTION



Indagine realizzata per conto di 

18 Giugno 2011

# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
A UN PASSO DAL CIELO	65	-	-	-
AMORE CRIMINALE	63	-	-	-
ATELIER FONTANA LE SORELLE...	69	-	-	-
CACCIA AL RE - LA NARCOTICI (*)	59	-	-	-
COTTI E MANGIATI	64	-	-	-
CUGINO & CUGINO (*)	58	-	-	-
EDDA CIANO ED IL COMUNISTA (*)	67	-	-	-
FUORICLASSE (*)	62	-	-	-
IL COMMISSARIO MANARA 2	59	-	-	-
IL COMMISSARIO MONTALBANO	70	-	-	-
LA DONNA DELLA DOMENICA (*)	47	-	-	-
LA NUOVA SQUADRA	58	-	-	55
MEDICO IN FAMIGLIA	63	-	-	62
ROSSELLA (*)	66	-	-	-
STORIA DI LAURA (*)	56	-	-	-
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>64</b>	<b>62</b>	<b>58</b>	<b>61</b>

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
A UN PASSO DAL CIELO	65	-	-	-
AMORE CRIMINALE	60	-	-	-
ATELIER FONTANA LE SORELLE...	68	-	-	-
CACCIA AL RE - LA NARCOTICI (*)	58	-	-	-
COTTI E MANGIATI	62	-	-	-
CUGINO & CUGINO (*)	59	-	-	-
EDDA CIANO ED IL COMUNISTA (*)	65	-	-	-
FUORICLASSE (*)	59	-	-	-
IL COMMISSARIO MANARA 2	56	-	-	-
IL COMMISSARIO MONTALBANO	66	-	-	-
LA DONNA DELLA DOMENICA (*)	51	-	-	-
LA NUOVA SQUADRA	56	-	-	52
MEDICO IN FAMIGLIA	60	-	-	61
ROSSELLA (*)	62	-	-	-
STORIA DI LAURA (*)	56	-	-	-
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>62</b>	<b>62</b>	<b>57</b>	<b>60</b>

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI

## Stagione primaverile 2011

### Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: INTRATTENIMENTO LEGGERO



Indagine realizzata per conto di 

18 Giugno 2011

# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITÀ PERCEPITA (IQP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
DOMENICA IN ... L'ARENA	58	54	58	53
DOMENICA IN ...AMORI (*)	58	53	-	-
DOMENICA IN ...ONDA	58	56	-	-
I FATTI VOSTRI	63	61	61	55
LA PROVA DEL CUOCO	70	68	69	68
LE AMICHE DEL SABATO (*)	60	-	-	-
MATTINA IN FAMIGLIA	66	63	63	60
MEZZOGIORNO IN FAMIGLIA	62	59	60	59
POMERIGGIO SUL 2	63	62	-	-
QUELLI CHE IL CALCIO	59	57	58	62
XXI SECOLO-TESTIMONI E PROTAGONISTI CON GIGI D'ALESSIO (*)	53	-	-	-
XXI SECOLO-TESTIMONI E PROTAGONISTI CON MORANDI (*)	60	-	-	-
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>63</b>	<b>61</b>	<b>62</b>	<b>60</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
DOMENICA IN ... L'ARENA	57	54	57	53
DOMENICA IN ...AMORI (*)	57	54	-	-
DOMENICA IN ...ONDA	57	56	-	-
I FATTI VOSTRI	61	61	61	54
LA PROVA DEL CUOCO	70	68	70	68
LE AMICHE DEL SABATO (*)	59	-	-	-
MATTINA IN FAMIGLIA	66	63	64	60
MEZZOGIORNO IN FAMIGLIA	61	60	61	59
POMERIGGIO SUL 2	60	61	-	-
QUELLI CHE IL CALCIO	57	54	57	58
XXI SECOLO-TESTIMONI E PROTAGONISTI CON GIGI D'ALESSIO (*)	52	-	-	-
XXI SECOLO-TESTIMONI E PROTAGONISTI CON MORANDI (*)	58	-	-	-
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>62</b>	<b>61</b>	<b>62</b>	<b>59</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2011

## Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: VARIETA'



Indagine realizzata per conto di 

18 Giugno 2011

# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
<b>BALLANDO CON LE STELLE</b>	64	-	-	-
<b>CENTOCINQUANTA (BAUDO E VESPA)</b>	57	-	-	-
<b>CIAK SI CANTA</b>	59	-	59	-
<b>ME LO DICONO TUTTI (*)</b>	64	-	-	-
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>62</b>	<b>67</b>	<b>64</b>	<b>68</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
<b>BALLANDO CON LE STELLE</b>	64	-	-	-
<b>CENTOCINQUANTA (BAUDO E VESPA)</b>	58	-	-	-
<b>CIAK SI CANTA</b>	57	-	58	-
<b>ME LO DICONO TUTTI (*)</b>	65	-	-	-
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>62</b>	<b>66</b>	<b>62</b>	<b>67</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2011

## Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: SATIRA/COMICI



Indagine realizzata per conto di 

18 Giugno 2011

# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)			
	PRIMAVERA 2001	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
<b>BASE LUNA (*)</b>	52	-	-	-
<b>BLOB</b>	61	62	63	-
<b>CRAZY PARADE (*)</b>	67	-	-	-
<b>L'ALMANACCO DEL GENE GNOCCO (*)</b>	53	-	-	-
<b>PARLA CON ME</b>	66	69	65	65
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>61</b>	<b>65</b>	<b>64</b>	<b>61</b>

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 3$

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)			
	PRIMAVERA 2001	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
<b>BASE LUNA (*)</b>	51	-	-	-
<b>BLOB</b>	60	61	62	-
<b>CRAZY PARADE (*)</b>	65	-	-	-
<b>L'ALMANACCO DEL GENE GNOCCO (*)</b>	51	-	-	-
<b>PARLA CON ME</b>	64	68	64	62
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>61</b>	<b>65</b>	<b>62</b>	<b>58</b>

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2011

## Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: APPROFONDIMENTO SPORTIVO



18 Giugno 2011

# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
90° MINUTO	59	59	60	62
90° MINUTO B	59	60	58	-
90° MINUTO CHAMPIONS	61	60	-	62
DRIBBLING	59	59	58	58
LA DOMENICA SPORTIVA	61	63	57	62
MAGAZINE CHAMPIONS LEAGUE (*)	65	67	-	-
NUMERO 1 (*)	60	65	60	-
PROCESSO ALLA TAPPA (*)	66	-	-	-
REPARTO CORSE (*)	51	65	-	-
SABATO SPRINT	65	59	55	57
SPECIALE 90° MINUTO SERIE B	60	-	-	-
STADIO SPRINT	61	62	59	62
TG SPORT (RAI 1)	62	61	-	-
TG SPORT (RAI 2)	62	61	55	-
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>61</b>	<b>61</b>	<b>58</b>	<b>61</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
90° MINUTO	57	56	62	61
90° MINUTO CHAMPIONS	58	57	-	-
90° MINUTO SERIE B	56	58	58	-
DRIBBLING	55	56	59	56
LA DOMENICA SPORTIVA	58	60	57	60
MAGAZINE CHAMPIONS LEAGUE (*)	62	62	-	-
NUMERO 1 (*)	55	63	62	-
PROCESSO ALLA TAPPA (*)	62	-	-	-
REPARTO CORSE (*)	53	60	-	-
SABATO SPRINT	62	57	55	56
SPECIALE 90° MINUTO SERIE B	58	-	-	-
STADIO SPRINT	58	61	59	63
TG SPORT (RAI 1)	60	58	-	-
TG SPORT (RAI 2)	60	57	55	-
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>58</b>	<b>58</b>	<b>58</b>	<b>59</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2011

## Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: MUSICA LEGGERA



Indagine realizzata per conto di



18 Giugno 2011

# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
<b>61° FESTIVAL DI SANREMO</b>	60	-	-	-
<b>DUE (*)</b>	62	-	-	-
<b>GIGI, TU VUO' FA' L'AMERICANO</b>	58	-	-	-
<b>LASCIAMI CANTARE (*)</b>	57	-	-	-
<b>RITRATTI MUSICALI (*)</b>	59	62	-	-
<b>TOP OF THE POPS</b>	63	61	65	-
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>60</b>	<b>58</b>	<b>65</b>	<b>53</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 3$

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
<b>61° FESTIVAL DI SANREMO</b>	60	-	-	-
<b>DUE (*)</b>	61	-	-	-
<b>GIGI, TU VUO' FA' L'AMERICANO</b>	56	-	-	-
<b>LASCIAMI CANTARE (*)</b>	56	-	-	-
<b>RITRATTI MUSICALI (*)</b>	59	60	-	-
<b>TOP OF THE POPS</b>	61	57	62	-
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>60</b>	<b>54</b>	<b>62</b>	<b>51</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.558 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.163 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è  $\geq 3$

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2011

## Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: SOAP OPERA/TELENOVELAS



Indagine realizzata per conto di 

18 Giugno 2011

# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
<b>UN POSTO AL SOLE</b>	51	51	54	52
<b>MEDIA DI GENERE</b>	51	51	54	52

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
<b>UN POSTO AL SOLE</b>	49	50	53	51
<b>MEDIA DI GENERE</b>	49	50	53	51

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2011

## Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: REALITY SHOW



Indagine realizzata per conto di 

18 Giugno 2011

# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
ISOLA DEI FAMOSI	41	-	42	-
ISOLA DEI FAMOSI POMERIDIANO	40	-	42	-
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>40</b>	<b>-</b>	<b>42</b>	<b>-</b>

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)			
	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
ISOLA DEI FAMOSI	39	-	39	-
ISOLA DEI FAMOSI POMERIDIANO	37	-	40	-
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>38</b>	<b>-</b>	<b>40</b>	<b>-</b>

# Appendice Il Questionario



18 Giugno 2011



PRAGMA srl



**DINAMICHE**

Indagine realizzata per conto di 

A yellow rounded rectangular box containing the logos and text for PRAGMA srl and DINAMICHE, and a note about the survey being conducted for Rai.

# Il questionario

## CONDIZIONI DI ELEGGIBILITA'

A1. LEI O QUALCUNO DELLA SUA FAMIGLIA LAVORA IN ISTITUTI DI RICERCA DI MERCATO, AGENZIE DI PUBBLICITA' O SOCIETA' OPERANTI NEL SETTORE RADIOTELEVISIVO?

- Sì 1 → **Chiudere intervista**
- No 2

A2. LEI GUARDA ABITUALMENTE LA TELEVISIONE PER DUE O PIU' VOLTE ALLA SETTIMANA?

- No 1 → **Chiudere intervista**
- Sì 2

B1. IN PARTICOLARE, IN QUALE DI QUESTE FASCE ORARIE LE CAPITA DI VEDERE LA TELEVISIONE ALMENO PER DUE VOLTE ALLA SETTIMANA? (Intervistatore: leggere le risposte, possibili più risposte)

- 7.00-9.00 (prima mattina) 1
- 9.00-12.00 (mattinata) 2
- 12.00-15.00 (meridiana) 3
- 15.00-20.30 (pomeridiana/preserale) 4
- 22.30-2.00 (seconda serata) 5

(Compaiono a video solo le fasce orarie citate)

B2. E QUALE FASCIA ORARIA TRA QUELLE CHE MI HA CITATO SEGUE CON MAGGIORE FREQUENZA?

- 7.00-9.00 (prima mattina) 1
- 9.00-12.00 (mattinata) 2
- 12.00-15.00 (meridiana) 3
- 15.00-20.30 (pomeridiana/preserale) 4
- 22.30-2.00 (seconda serata) 5

*Nota: considerare come quota la fascia oraria vista con maggiore frequenza. In caso di quote di fascia già chiuse, considerare per l'intervista quella più utile per il rispetto delle quote campionarie pre-assegnate.*

## B3. REGISTRARE QUOTE

- 7.00-9.00 (prima mattina) 1
- 9.00-12.00 (mattinata) 2
- 12.00-15.00 (meridiana) 3
- 15.00-20.30 (pomeridiana/preserale) 4
- 22.30-2.00 (seconda serata) 5

## TIPOLOGIA

C. LE CAPITA DI VEDERE ABITUALMENTE, CIOE' ALMENO DUE VOLTE ALLA SETTIMANA, ANCHE LA FASCIA ORARIA TRA LE 20.30 E LE 22.30,?

- Sì 1
- No 2

D. GENERE

- Maschio 1
- Femmina 2

E1. ETA'

G. REGIONE

- Valle d'Aosta 1
- Piemonte 2
- Lombardia 3
- Veneto 4
- Trentino Alto Adige 5
- Friuli Venezia Giulia 6
- Liguria 7
- Emilia Romagna 8
- Toscana 9
- Umbria 10
- Marche 11
- Lazio 12
- Abruzzo 13
- Molise 14
- Campania 15
- Puglia 16
- Basilicata 17
- Calabria 18
- Sicilia 19
- Sardegna 20

H. AMPIEZZA CENTRI ABITATI

- Sino a 10.000 abitanti 1
- Da 10.001 a 30.000 abitanti 2
- Da 30.001 a 100.000 abitanti 3
- Oltre 100.000 abitanti 4

I. TITOLO DI STUDIO

- Nessuno 1
- Licenza Elementare 2
- Media inferiore 3
- Media superiore 4
- Laurea 5

L. PROFESSIONE

- Dirigenti 1
- Professionisti 2
- Imprenditori 3
- Insegnanti/impiegati 4
- Commercialisti, artigiani 5
- Operai specializzati e qualificati 6
- Operai comuni, manovali, braccianti 7
- Agricoltori 8
- Rappresentanti 9
- Casalinghe 10
- Pensionati 11
- Studenti 12
- Disocc./altre condizioni non prof. 13
- Altra condizione professionale 14

M. DOTAZIONI TECNOLOGICHE (multipla)

- Tv tradizionale analogico 1
- Tv satellitare (Sky/free/altro) 2
- Digitale terrestre (integrato/decoder) 3
- Computer (mobile/fisso) 4
- Accesso ad internet (fisso/chiavetta) 5

## INTERVISTA

### Sezione 1 – Relazione con il mezzo tv

1. CON CHE FREQUENZA LE CAPITA DI VEDERE LA TELEVISIONE, ALMENO PER UN'ORA AL GIORNO?

(Leggere le risposte)

- Tutti i giorni o quasi 1
- 4/5 volte la settimana 2
- 2/3 volte la settimana 3

(Solo a chi a dom. M ha indicato almeno due codici)

2. PREFERIBILMENTE LEI GUARDA LA TELEVISIONE TRAMITE.. (Compaiono a video gli item citati a dom.

M; se cod.4 o cod. 5 appare "computer"; possibili più risposte)

- Tv tradizionale analogico 1
- Tv satellitare (Sky/free/altro) 2
- Digitale terrestre (integrato/decoder) 3
- Computer (mobile/fisso) 4
- Altro (specificare) 5
- Non so 6

# Il questionario

(A tutti)

3. LE LEGGERO' ORA ALCUNE AFFERMAZIONI FATTE DA ALCUNI INTERVISTATI PRIMA DI LEI. PER CIASCUNA DI ESSE MI DOVREBBE DIRE IN CHE MISURA E' D'ACCORDO. DIA UN GIUDIZIO SU UNA SCALA DA 1 A 4 DOVE 1 SIGNIFICA PER NULLA D'ACCORDO E 4 MOLTO D'ACCORDO (Item a rotazione)

	Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Abbastanza d'accordo	Molto d'accordo	Non indica
La televisione è emozionante	1	2	3	4	5
La televisione è svago e relax	1	2	3	4	5
La televisione è divertimento e gioco	1	2	3	4	5
La televisione è indispensabile per sapere quel che accade nel mondo e intorno a me	1	2	3	4	5
La televisione ha una funzione divulgativa e educativa	1	2	3	4	5
La televisione è diventata oggi uno strumento per commercializzare prodotti e per stimolare l'acquisto	1	2	3	4	5
La tv è troppo spesso volgare e violenta	1	2	3	4	5
La televisione è uno strumento di compagnia	1	2	3	4	5
Alcuni programmi stimolano idee nuove	1	2	3	4	5
La televisione organizza la programmazione per aumentare l'audience	1	2	3	4	5
La televisione mi tutela come cittadino	1	2	3	4	5
La televisione mi dà informazioni utili, anche per organizzare i miei impegni (ad es. eventi, meteo, viabilità, ecc)	1	2	3	4	5

4. TRA QUESTI IN PARTICOLARE, QUALI SONO I SUOI GENERI TELEVISIVI PREFERITI? (Far vedere lo schermo; item ruotati)

- Telegiornali 1
- Programmi di informazione culturale/scientifica/ambientale, come, ad esempio, Voyager, Ulisse e Tutto Benessere 2
- Programmi di approfondimento informativo, come, ad esempio, Porta a porta, Anno Zero e TG3 Linea Notte 3
- Fiction/sceneggiati, come, ad esempio, Tutti pazzi per amore e Capri 4
- Soap opera/telenovelas, come, ad esempio, Un posto al sole 5
- Varietà, come, ad esempio, Ti lascio una canzone e Aria Fresca 6
- Programmi di attualità come, ad esempio, la Vita in diretta, Chi l'ha visto e Mi manda Raitre 7
- Programmi di musica leggera, come, ad esempio, Top of the pops 8
- Programmi di satira/comici, come, ad esempio, Glob e Parla con me 9
- Programmi di quiz, come, ad esempio, L'Eredità e I soliti ignoti 10
- Programmi di approfondimento sportivo, come, ad esempio, Domenica Sportiva e 90° Minuto 11
- Reality show, come, ad esempio, l'Isola dei famosi 12
- Programmi di prosa, danza, musica classica e cinema, come, ad esempio, Applausi e Cinematografo 13
- Programmi di intrattenimento leggero come Mattina in famiglia e i Fatti Vostri 14
- Nessuno in particolare 15
- Non indica 16

Sezione 2 – Comportamento di consumo tv

(A tutti)

5A/5B. LEI MI HA DETTO DI VEDERE ALMENO DUE VOLTE ALLA SETTIMANA I PROGRAMMI TRASMESSI TRA LE \_\_\_\_\_ (comparare a video l'item registrato a dom. B3. Da ripetere eventualmente per il *prime time*, cioè cod.1 a dom. C). IN QUESTA FASCIA ORARIA GENERALMENTE QUALI SONO I MOTIVI CHE LA SPINGONO A VEDERE LA TELEVISIONE? (Spontanea, rilanciare, possibile più risposte, ruotare gli item)

- Per divertirmi 1
- Ci sono programmi interessanti 2
- Ci sono programmi che mi piacciono 3
- C'è il mio programma preferito/che mi piace (eventuale citazione) 4
- Per seguire un particolare evento (eventuale citazione) 5
- Per rilassarmi/staccare la spina/svagarmi 6
- Per informarmi 7
- Per stare assieme al partner/alla famiglia/i figli 8
- Non saprei cosa altro fare 9
- Per avere compagnia 10
- Per abitudine 11
- Per approfondire alcuni temi che mi interessano 12
- Ci sono programmi di cui hanno parlato bene/mi hanno incuriosito 13
- C'è un attore/conduuttore che mi piace (eventuale citazione) 14
- Non ho altri momenti per vederla 15
- Altro 16
- Nessuno in particolare 17
- Non indica 18

6A/6B. CHE TIPO DI PROGRAMMI CERCA GENERALMENTE IN QUESTA FASCIA ORARIA TRA I SEGUENTI? (Far vedere lo schermo; item ruotati)

- Telegiornali 1
- Programmi di informazione culturale/scientifica/ambientale, come, ad esempio, Voyager, Ulisse e Tutto Benessere 2
- Programmi di approfondimento informativo, come, ad esempio, Porta a porta, Anno Zero e TG3 Linea Notte 3
- Fiction/sceneggiati, come, ad esempio, Tutti pazzi per amore e Capri 4
- Soap opera/telenovelas, come, ad esempio, Un posto al sole 5
- Varietà, come, ad esempio, Ti lascio una canzone e Aria Fresca 6
- Programmi di attualità come, ad esempio, la Vita in diretta, Chi l'ha visto e Mi manda Raitre 7
- Programmi di musica leggera, come, ad esempio, Top of the pops 8
- Programmi di satira/comici, come, ad esempio, Glob e Parla con me 9
- Programmi di quiz, come, ad esempio, L'Eredità e I soliti ignoti 10
- Programmi di approfondimento sportivo, come, ad esempio, Domenica Sportiva e 90° Minuto 11
- Reality show, come, ad esempio, l'Isola dei famosi 12
- Programmi di prosa, danza, musica classica e cinema, come, ad esempio, Applausi e Cinematografo 13
- Programmi di intrattenimento leggero come Mattina in famiglia e i Fatti Vostri 14
- Nessuno in particolare 15
- Nessuno di questi 16
- Non indica 17

# Il questionario

## Sezione 3 – Programmi fruiti e non fruiti

7A/7B. LE ELENCHERO' ORA ALCUNI PROGRAMMI, MANDATI IN ONDA NELL'ULTIMO MESE, RELATIVI ALLA FASCIA ORARIA \_\_\_\_\_ (compaiono a video la fascia indicata a dom. B3), IN CUI LEI MI HA DETTO DI SEGUIRE ABITUALMENTE LA TELEVISIONE. PER CIASCUNO DI ESSI MI DOVREBBE DIRE SE LO CONOSCE ANCHE SOLO PER SENTITO NOMINARE E SE, SEMPRE NELL'ULTIMO MESE, LE E' CAPITATO DI SEGUIRLO ANCHE SOLO PER POCHI MINUTI. **(Compaiono a rotazione i programmi da testare come da database)**

	Lo conosce		(Se sì) Lo ha visto..	
	Sì	No	Sì	No
PROGRAMMA P	1	2	1	2
PROGRAMMA Q	1	2	1	2
PROGRAMMA R	1	2	1	2
..... (altri programmi da testare)	1	2	1	2

**Nota: se l'intervistato non conosce alcun programma, passare a dom. 22 se spettatore di prime time o a dom. 37 se non spettatore; se non ha visto nessuno dei programmi elencati, ma ne conosce almeno uno, passare a dom. 14; se ha visto almeno un programma, proseguire con dom. 8**

(Per i primi due programmi visti)

8. LEI MI HA DETTO DI AVERE VISTO NELL'ULTIMO MESE \_\_\_\_\_ (compaiono a video a rotazione i programmi seguiti). MI PUO' ESPRIMERE IL SUO GIUDIZIO SUL PROGRAMMA IN GENERALE, UTILIZZANDO UNA SCALA DI TIPO SCOLASTICO CON UN VOTO DA 1 A 10, DOVE 1 E' IL VOTO MINIMO E 10 IL VOTO MASSIMO?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

\*NON INDICA 11

9. QUALI SONO LE RAGIONI CHE L'HANNO SPINTA A SEGUIRE \_\_\_\_\_ (compaiono a video i programmi a rotazione)?

**(Spontanea, approfondire)**

- E' Bello/Mi piace 1
- Mi piace il genere/il tipo di programma 2
- E' coinvolgente/emozionante 3
- E' obiettivo/imparziale 4
- E' facile da comprendere 5
- E' curato/fatto Bene 6
- Fa compagnia 7
- Per curiosità /attira la mia attenzione 8
- E' divertente/allegro/simpatico 9
- E' originale/diverso dagli altri 10
- E' utile/si imparano cose nuove 11
- Propone belle immagini 12
- E' un programma moderno/dinamico 13
- Ha un ritmo veloce/coinciso 14
- Non è violento/volgare/diseducativo 15
- E' adatto a tutti/adatto anche ai bambini 16
- Mi piace la trama, la storia/è avvincente 17
- Per paragonarlo/confrontarlo con altri simili 18
- Mi piacciono i temi/gli argomenti trattati/sono interessanti 19
- Mi piace la varietà dei temi/argomenti 20
- Mi piace il modo in cui sono trattati i temi/gli argomenti 21
- Mi piace il presentatore/il conduttore 22
- Mi piacciono gli ospiti/ospiti interessanti 23
- Mi piacciono gli attori/la recitazione 24
- Mi piacciono i comici 25
- Mi piacciono i cantanti 26
- Per abitudine 27
- Per passatempo/svago/per non annoiarmi 28
- Per rilassarmi/distendermi 29
- E' visto/seguito da un familiare 30
- Per la fascia oraria/una comoda fascia oraria 31
- Perché vedo la trasmissione che lo precede 32
- Lo guardano gli amici/lo guardano tutti 33
- Per caso/senza motivi particolari 34

- Altro 35
- Non Indica 36

10. LE LEGGERO' ALCUNI ASPETTI RELATIVI AL PROGRAMMA \_\_\_\_\_ (compaiono a video a rotazione i programmi seguiti), CHE LEI MI HA DETTO DI AVER VISTO. PER CIASCUNO DI ESSI MI DOVREBBE DIRE IN CHE MISURA E' D'ACCORDO SULLE AFFERMAZIONI CHE ORA LE LEGGERO' SEMPRE UTILIZZANDO UNA SCALA DI TIPO SCOLASTICO DA 1 A 10, DOVE 1 CORRISPONDE A UN TOTALE DISACCORDO E 10 AL MASSIMO ACCORDO. **(Item a rotazione)**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' divertente (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' emozionante, coinvolgente (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' educativo, insegna delle cose	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' distensivo, rilassante	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' originale	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' curato, fatto bene	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Non è adatto a tutti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' ben condotto (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' volgare (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Genera ansia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' violento (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Non è utile	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

\*NON INDICA 11

(\*) Questi item non devono comparire per alcuni programmi (vedi database)

(Per i primi due programmi visti; solo per i programmi per cui sono previste domande di approfondimento - vd. database)

11. COME LEI SAPRA' LE TRASMISSIONI DI PUBBLICA UTILITA' DOVREBBERO AVERE CARATTERISTICHE PRECISE CHE RIGUARDANO LA RELAZIONE TRA PROGRAMMI E SPETTATORI. LE ELENCHERO' ALCUNE TRA QUESTE CARATTERISTICHE E PER CIASCUNA DI ESSE MI DOVREBBE INDICARE IN CHE MISURA SECONDO LEI IL PROGRAMMA \_\_\_\_\_ (compaiono a video a rotazione i programmi visti) LE POSSIEDE CON UN VOTO DA 1 A 10, DOVE 1 INDICA LA TOTALE ASSENZA DELLA CARATTERISTICA E 10 IL PIENO POSSESSO DEL REQUISITO. **(Item a rotazione)**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Offre spazi a tutti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' equilibrato e rispettoso delle idee e delle convinzioni politiche, sociali e religiose di tutti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Può essere compreso da tutti gli spettatori	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Arricchisce culturalmente	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Offre informazioni ampie ed accurate	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

\*NON INDICA 11

(Per i primi due programmi visti)

12. IN GENERALE CON CHE FREQUENZA LE CAPITA DI GUARDARE \_\_\_\_\_ (compaiono a video a rotazione i programmi visti)?

- Tutte le puntate/spesso 1
- Qualche volta 2
- Raramente 3

(Per i primi due programmi visti)

13. IN PARTICOLARE LEI TENDE A VEDERE QUESTO PROGRAMMA \_\_\_\_\_ (compaiono a video a rotazione i programmi visti)

- Per intero o quasi 1
- Solo la parte centrale 2
- Solo l'inizio 3
- Solo la parte finale 4
- Non indica 5

# Il questionario

(Solo a chi conosce ma non ha visto i programmi cioè cod. 2 a dom. 7B, per il primo programma non visto indicato)

14. LEI MI HA DETTO DI NON AVER VISTO \_\_\_\_\_ (compare a video il programma a rotazione). PUO' INDICARMI I MOTIVI? (Spontanea, approfondire)

- Non mi piace il programma 1
- Non mi piace il genere/il tipo di programma/non mi interessa 2
- Non mi coinvolge/non emoziona/noioso 3
- E' fizioso/poco obiettivo/non veritiero 4
- E' impegnativo/difficile da seguire 5
- E' poco curato/fatto male 6
- Non mi diverte/poco allegro 7
- Poco originale/triplettivo 8
- E' un programma vecchio/da rinnovare 9
- Ha un ritmo lento 10
- E' troppo veloce/poco approfondito 11
- E' violento/volgare/diseducativo 12
- E' troppo superficiale/troppi gossip 13
- Non va bene per tutti/inadatto ai bambini 14
- Non mi piace la trama, la storia 15
- Mi fa venire l'ansia 16
- Non mi piacciono i temi/gli argomenti trattati/non mi interessano 17
- Poca varietà dei temi/argomenti 18
- Non mi piace il modo in cui sono trattati i temi/gli argomenti 19
- Troppe voci che urlano /sovrapposte 20
- Non mi piace il presentatore/il conduttore 21
- Non mi piacciono gli ospiti/ospiti interessanti 22
- Non mi piacciono gli attori/la recitazione 23
- Non mi piacciono i comici 24
- Non mi piacciono i cantanti 25
- Non mi e' comodo l'orario 26
- Viene trasmesso troppo tardi 27
- Preferisco altri programmi simili 28
- Vedo un'altra trasmissione 29
- Troppa pubblicità 30
- Per impegni/manca di tempo 31
- Problemi di ricezione/antenna 32
- Non lo guardano gli amici/guarda nessuno 33
- Nessun Motivo In Particolare 34
- Altro 35
- Non Indica 36

(Solo a chi conosce ma non ha visto i programmi cioè cod. 2 a dom. 7B, per il primo programma non visto indicato)

15. MI PUO' ESPRIMERE IL SUO GIUDIZIO SUL PROGRAMMA \_\_\_\_\_ (compare a video il programma a rotazione) IN GENERALE, UTILIZZANDO UNA SCALA DI TIPO SCOLASTICO CON UN VOTO DA 1 A 10, DOVE 1 E' IL VOTO MINIMO E 10 IL VOTO MASSIMO?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

\*NON INDICA 11

(Solo a chi conosce ma non ha visto i programmi cioè cod. 2 a dom. 7B, per il primo programma non visto indicato)

16. LE LEGGERO' ALCUNI ASPETTI RELATIVI AL PROGRAMMA \_\_\_\_\_ (compare a video il programma a rotazione), CHE LEI MI HA DETTO DI NON AVER VISTO. PER CIASCUNO DI ESSI MI DOVREBBE DIRE IN CHE MISURA E' D'ACCORDO SULLE AFFERMAZIONI CHE ORA LE LEGGERO' SEMPRE UTILIZZANDO UNA SCALA DI TIPO SCOLASTICO DA 1 A 10, DOVE 1 CORRISPONDE A UN TOTALE DISACCORDO E 10 AL MASSIMO ACCORDO. (Item a rotazione)

E' divertente (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' emozionante, coinvolgente (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' educativo, insegna delle cose	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' distensivo, rilassante	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' originale	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' curato, fatto bene	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Non è adatto a tutti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' ben condotto (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' volgare (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Genera ansia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' violento (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Non è utile	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

\*NON INDICA 11

(\*) Questi item non devono comparire per alcuni programmi (vedi database)

(Solo a chi conosce ma non ha visto i programmi cioè cod. 2 a dom. 7B, per il primo programma non visto indicato; solo per i programmi per cui sono previste domande di approfondimento - vd. database)

17. COME LEI SAPRA' LE TRASMISSIONI DI PUBBLICA UTILITA' DOVREBBERO AVERE CARATTERISTICHE PRECISE CHE RIGUARDANO LA RELAZIONE TRA PROGRAMMI E SPETTATORI. LE ELENCHERO' ALCUNE TRA QUESTE CARATTERISTICHE E PER CIASCUNA DI ESSE MI DOVREBBE INDICARE IN CHE MISURA SECONDO LEI IL PROGRAMMA \_\_\_\_\_ (compare a video il programma a rotazione) LE POSSIEDE CON UN VOTO DA 1 A 10, DOVE 1 INDICA LA TOTALE ASSENZA DELLA CARATTERISTICA E 10 IL PIENO POSSESSO DEL REQUISITO. (Item a rotazione)

Offre spazi a tutti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' equilibrato e rispettoso delle idee e delle convinzioni politiche, sociali e religiose di tutti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Può essere compreso da tutti gli spettatori	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Arricchisce culturalmente	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Offre informazioni ampie ed accurate	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

\*NON INDICA 11

(A tutti coloro che conoscono il programma, cioè cod. 1 a dom. 7A, per i primi due programmi fruiti e per il primo non fruito)

18. SEMPRE UTILIZZANDO UNA SCALA DI TIPO SCOLASTICO DA 1 A 10, DOVE 1 CORRISPONDE AL VOTO MINIMO E 10 AL VOTO MASSIMO, IN CHE MISURA LEI RITIENE CHE IL PROGRAMMA \_\_\_\_\_ (appare programma) POSSA RAPPRESENTARE UN VALORE PER IL PUBBLICO?

- (Compaiono voti da 1 a 10)
- Non indica 11

(A tutti coloro che conoscono il programma, cioè cod. 1 a dom. 7A, per i primi due programmi fruiti e per il primo non fruito)

19. SEMPRE CON UN VOTO DA 1 A 10, QUANTO E' D'ACCORDO CHE QUESTO PROGRAMMA SIA TRASMESSO DALLA RAI, TELEVISIONE PUBBLICA?

- (Compaiono voti da 1 a 10)
- Non indica 11

# Il questionario

(A tutti coloro che conoscono il programma, cioè cod. 1 a dom. 7A, per i primi due programmi fruiti e per il primo non fruito)

20. RISPETTO A PROGRAMMI SIMILI A QUESTO, LEI IN GENERALE RITIENE CHE \_\_\_\_\_ (appare programma) SIA...

- Migliore 1
- Peggiora 2
- Dello stessa qualità 3
- Non indica 4

(A tutti coloro che conoscono il programma, cioè cod. 1 a dom. 7A, per i primi due programmi fruiti e per il primo non fruito)

21. HA QUALCHE SUGGERIMENTO PER IL MIGLIORAMENTO QUALITATIVO DEL PROGRAMMA?  
(compaiono a video le risposte precodificate in allegato a seconda del genere di appartenenza del programma indicato nel database)

Vedi Allegato

**Nota: le domande 7-21 si ripetono per il prime time: saranno le dom. 22-36**



PRAGMA srl



**DINAMICHE**

Dinamiche/Emg: Via Derna, 26 – 20132 Milano  
Tel. +39.02.26.80.93.82  
Fax. +39.02.28.47.43.1

Pragma: Via Nizza 152 - 00198 Roma  
Tel. +39.06.844.88.1  
Fax. +39.06.844.88.298