

## Indice di sostenibilità

In continuità con quanto realizzato a partire dal 2018, anche nel 2021 Rai ha approfondito l'indagine di materialità nei confronti degli **Utenti**, rispetto ad alcuni temi che si ritengono fondamentali per la sostenibilità dell'azione complessiva di Rai; ciò con l'obiettivo di definire **un indicatore sintetico della sostenibilità** dell'azione aziendale da parte dell'**Utente conoscitore**, con un focus specifico sulla valutazione da parte delle **Nuove generazioni**.

In considerazione dell'importanza del tema, a partire dal 2020 questa rilevazione è stata inserita all'interno dell'indagine sulla *Corporate Reputation*, per far concorrere anche questo importante indicatore nella determinazione del relativo indice.

Il campione preso a riferimento per la **rilevazione 2021** è composto complessivamente da **3.001 individui**, residenti in Italia dai 14 anni in su; di questi, **856** si riferiscono alle **Nuove generazioni** (tra i 14 e i 34 anni).

Per ogni individuo del campione, per le 13 tematiche materiali, è stato rilevato:

- il **grado di conoscenza**, in merito all'operato di Rai con riferimento a ciascuna tematica;
- il **giudizio sull'operato** Rai relativamente alla specifica tematica (con punteggi su scala 1-10);
- il **livello di importanza percepita** sul fatto che Rai si occupi della tematica in questione (con punteggi su scala 1-10).

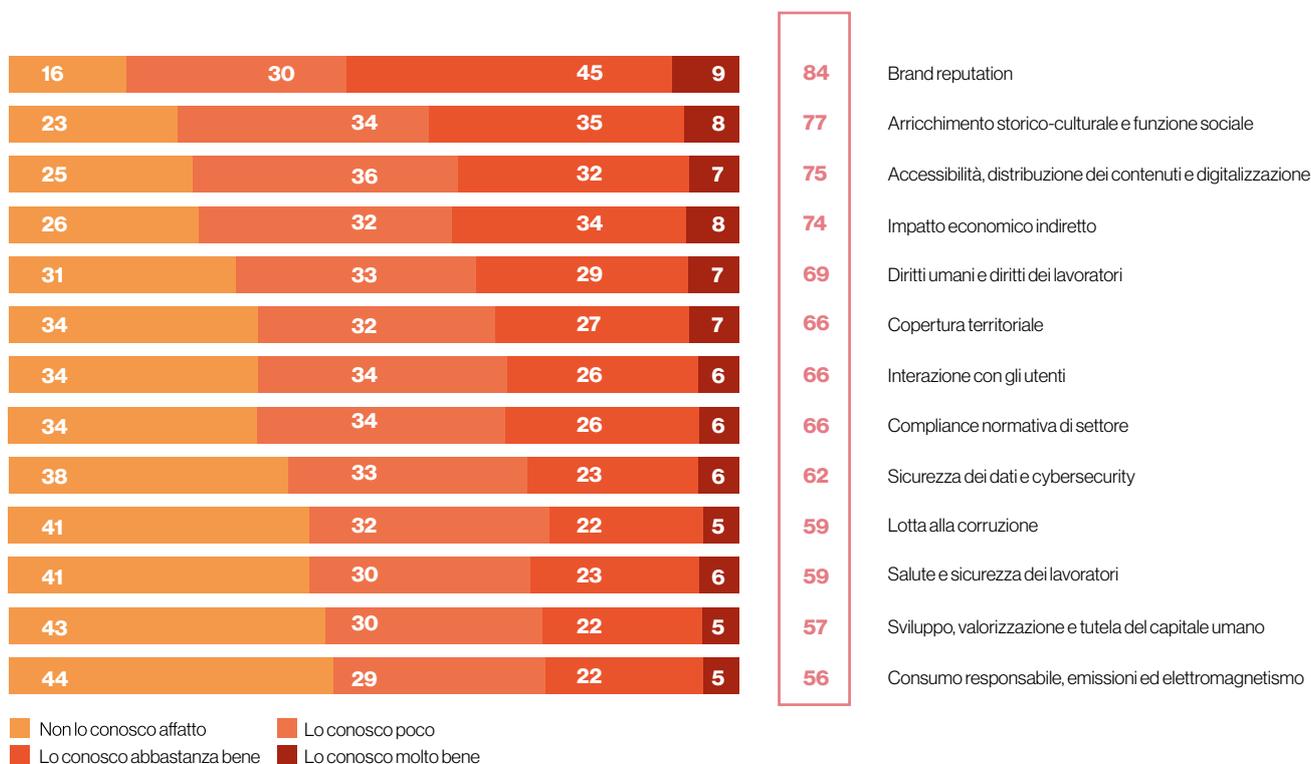
Di seguito vengono proposti gli esiti delle diverse fasi di indagine e viene esposta, sia la quantificazione dell'**indice sintetico di sostenibilità**, sia **un'analisi di regressione statistica** sulle stesse 13 tematiche che compongono l'indice, con evidenza degli ambiti previsti dal D. Lgs 254/2016.

La prima analisi ha riguardato il **grado di conoscenza** dell'operato Rai, attraverso una segmentazione del campione su quattro livelli di conoscenza: **molto, abbastanza, poco e affatto**. Gli esiti si sono distribuiti come segue.

## Il livello di conoscenza per le attività svolte da Rai nel 2021

(valori %)

**Conoscenza**  
(molto + abbastanza + poco)



Come sopra evidenziato, la percentuale del campione che dichiara di avere una conoscenza, anche limitata, dell'operato Rai varia, in funzione della tematica in esame, da un minimo del 56% a un massimo dell'84%, con un **valore medio pari al 67%**, in calo rispetto al 2020 (-3 punti %).

Se si circoscrive il perimetro dell'analisi sui **livelli di conoscenza più elevati (molto e abbastanza)** si osserva che con il 54% la **Brand reputation**<sup>2</sup> è l'ambito in cui l'operato dell'Azienda risulta più noto e intellegibile da parte dell'utente, a cui segue con il 43% l'**Arricchimento storico-culturale e funzione sociale**; tutti gli altri temi si distribuiscono nella forbice fra un minimo del 27% e un massimo del 42%.

Con specifico riferimento alle **Nuove generazioni**, le risposte fornite da questo sottocampione, come detto di età compresa tra i 14 e i 34 anni, esprimono un livello di conoscenza dell'operato Rai pari mediamente al 68%, valore superiore di un punto rispetto a quello rilevato per il campione complessivo sugli individui di età 14+.

<sup>2</sup> Come evidenziato nel Bilancio di Sostenibilità/DNF 2020, la tematica della **Brand reputation** è stata arricchita in modo significativo attraverso la proposizione di una batteria di 18 domande volte a misurare in modo puntuale il giudizio sulle diverse attività che incidono maggiormente sulla formazione della reputation di Rai; gli esiti sono stati sintetizzati, ai fini della individuazione dell'indice, in un valore medio.

Passando alla parte del **campione totale** che ha dichiarato di avere comunque una conoscenza (molto, abbastanza, poco) dell'operato Rai sulle 13 tematiche, l'indagine ha chiesto di esprimere, su scala da 1 a 10, un giudizio sulla condotta aziendale. Gli esiti sono rappresentati qui di seguito.

## Il giudizio per le attività svolte da Rai nel 2021

	giudizio medio	(7,2)
Accessibilità, distribuzione dei contenuti e digitalizzazione	7,4	(7,5)
Impatto economico indiretto	7,4	(7,4)
Arricchimento storico-culturale e funzione sociale	7,3	(7,3)
Diritti umani e diritti dei lavoratori	7,3	(7,3)
Brand reputation	7,3	(7,2)
Copertura territoriale	7,3	(7,2)
Salute e sicurezza dei lavoratori	7,3	(7,2)
Compliance normativa di settore	7,2	(7,2)
Consumo responsabile, emissioni ed elettromagnetismo	7,2	(7,2)
Sicurezza dei dati e cybersecurity	7,2	(7,2)
Lotta alla corruzione	7,2	(7,1)
Interazione con gli utenti	7,1	(7,1)
Sviluppo, valorizzazione e tutela del capitale umano	7,1	(7,0)

Valore  
2020

I giudizi risultano molto positivi per tutte le tematiche rilevanti, con valori che si distribuiscono fra il **massimo di 7,4** e il **minimo di 7,1**. Il giudizio più elevato si registra per **Accessibilità, distribuzione dei contenuti e digitalizzazione** e **Impatto economico indiretto**, mentre il valore ugualmente positivo ma più contenuto, ha interessato l'**Interazione con gli utenti** e lo **Sviluppo, valorizzazione e tutela del capitale umano**.

Il **valore medio** di giudizio su come Rai svolge il proprio compito, rispetto alle tematiche considerate come rilevanti, si attesta a **7,3**, in miglioramento rispetto allo scorso anno **(+0,1 punti)**.

Buono anche il giudizio espresso dalle **Nuove generazioni** che, pur con valutazioni leggermente inferiori su tutte le tematiche, ritengono comunque adeguato l'operato di Rai (**voto medio 7,0**). Per questo target, i giudizi migliori riguardano, come per il campione complessivo, i temi dell'**Accessibilità, distribuzione dei contenuti e digitalizzazione** e dell'**Impatto economico indiretto**, con un valore che si attesta, per entrambi i temi, a **7,1**.

Tornando al **totale del campione**, per le attività svolte da Rai in ciascuno dei 13 ambiti, la rilevazione ha approfondito il **livello di importanza percepita**. Gli esiti dell'indagine sono rappresentati qui di seguito.

### Il livello di importanza percepita per le attività svolte da Rai nel 2021

	giudizio medio		
	8,0	(8,0)	
Accessibilità, distribuzione dei contenuti e digitalizzazione	8,2	(8,2)	8,9%
Diritti umani e diritti dei lavoratori	8,1	(8,2)	8,0%
Salute e sicurezza dei lavoratori	8,1	(8,2)	6,7%
Lotta alla corruzione	8,1	(8,1)	6,6%
Brand reputation	8,1	(8,0)	9,8%
Sicurezza dei dati e cybersecurity	8,1	(8,1)	6,9%
Copertura territoriale	8,0	(8,1)	7,6%
Impatto economico indiretto	8,0	(8,1)	8,7%
Consumo responsabile, emissioni ed elettromagnetismo	8,0	(8,1)	6,4%
Arricchimento storico-culturale e funzione sociale	8,0	(8,0)	9,1%
Compliance normativa di settore	8,0	(8,1)	7,5%
Interazione con gli utenti	7,8	(7,9)	7,4%
Sviluppo, valorizzazione e tutela del capitale umano	7,8	(7,9)	6,4%

Valore 2020    Peso dei singoli temi nella composizione del livello di importanza percepita<sup>3</sup>

Tutte le 13 tematiche sono state valutate dagli utenti con un livello di importanza pari o superiore a **7,8**; in particolare, l'analisi ha messo in luce come maggiormente rilevante, con il punteggio di **8,2**, **Accessibilità, distribuzione dei contenuti e digitalizzazione**, mentre, il valore minimo di **7,8** ha riguardato **Interazione con gli utenti e Sviluppo, valorizzazione e tutela del capitale umano**. Il **valore medio** di Importanza percepita si attesta a **8,0**.

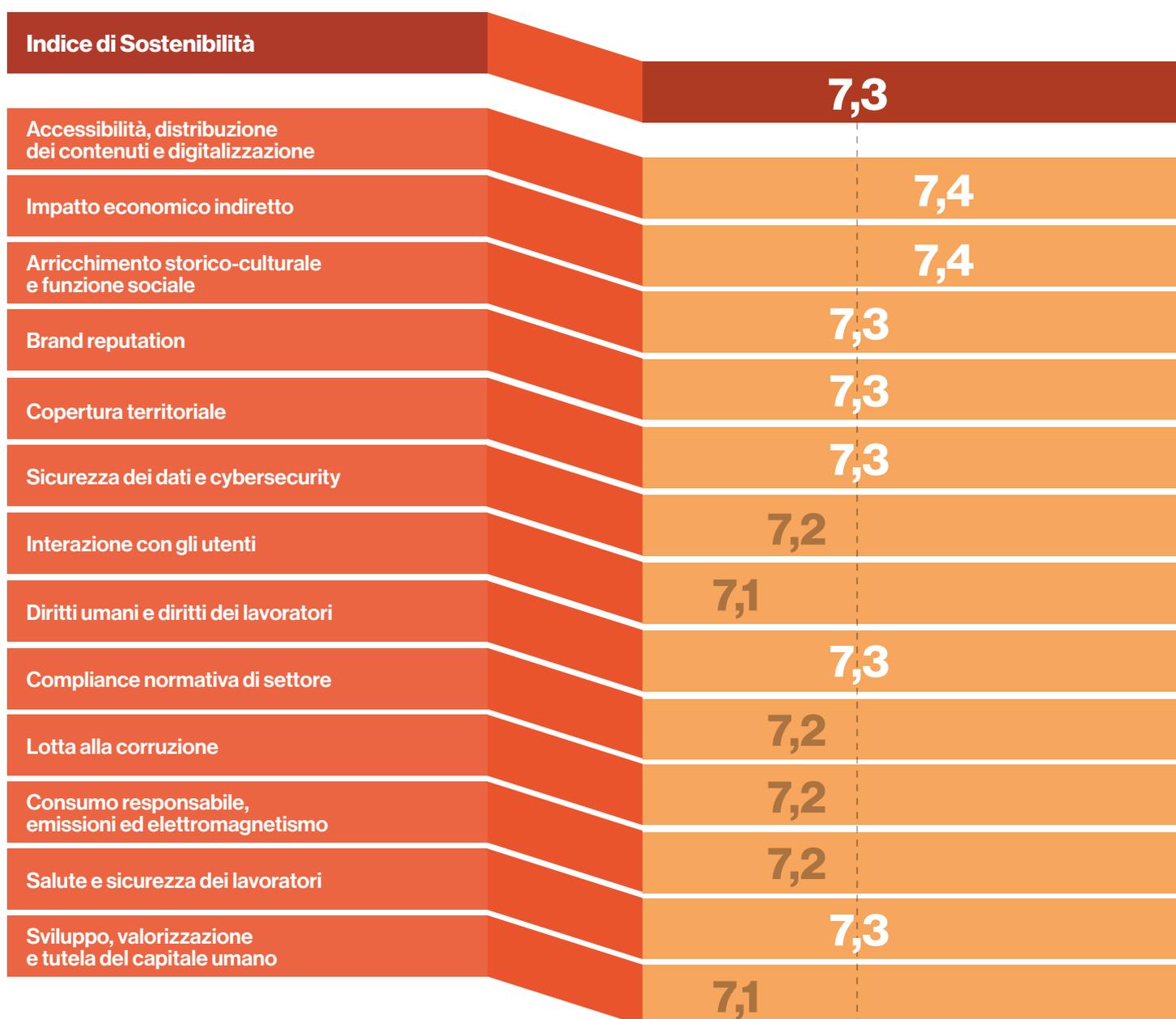
Anche il target delle **Nuove generazioni** conferma l'ordine di importanza relativa rilevato per le 13 tematiche in esame, assegnando punteggi di poco inferiori a quelli registrati per l'intera popolazione, con un **valore medio** che si attesta a **7,7**.

---

<sup>3</sup>Percentuali definite in base all'**importanza** di ciascuno dei 13 temi analizzati. Il peso di ogni item è stimato attraverso una tecnica statistica di "regressione" (PLS: *Partial Least Square – Path Modelling*) che ricorre, in questo caso, alla creazione di **5 variabili latenti** (correlate alle 5 macroaree in cui sono ripartiti i 13 temi analizzati), partendo dalle **variabili osservate** definite in base ai 13 giudizi. Con questa tecnica si arriva così a definire il peso rapportato a 100 di ciascun tema.

Ponderando gli esiti relativi al giudizio sull'operato Rai, con i valori stabiliti dalla rilevazione dell'importanza percepita, espressa in termini percentuali, è stato elaborato l'**Indice sintetico di Sostenibilità**, riportato, con l'evidenza delle modalità di calcolo, nello schema che segue.

### Indice di Sostenibilità 2021 Importanza relativa delle attività e giudizi sull'operato Rai

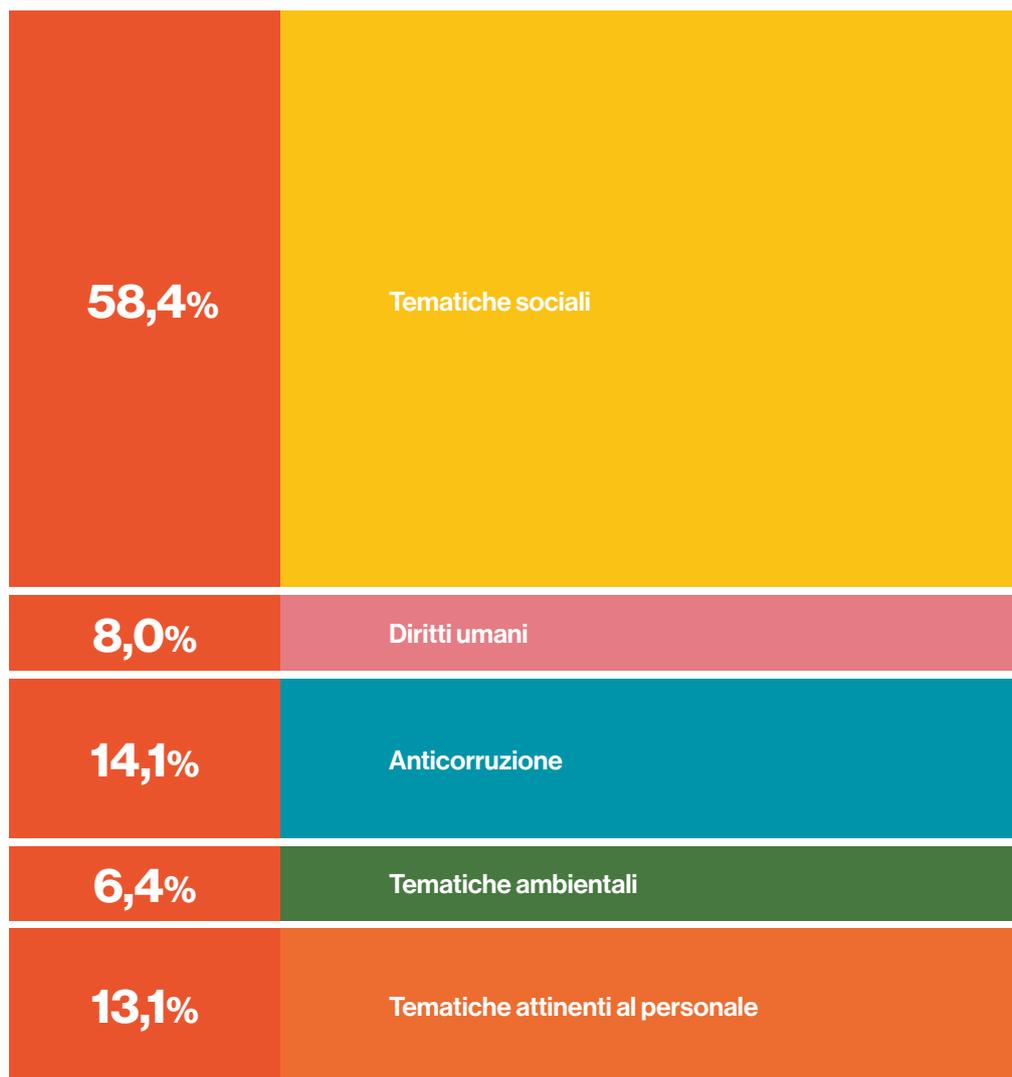


(7,2)

(7,5)	<b>8,9%</b>
(7,4)	<b>8,7%</b>
(7,3)	<b>9,1%</b>
(7,3)	<b>9,8%</b>
(7,2)	<b>7,6%</b>
(7,2)	<b>6,9%</b>
(7,1)	<b>7,4%</b>
(7,3)	<b>8,0%</b>
(7,2)	<b>7,5%</b>
(7,1)	<b>6,6%</b>
(7,2)	<b>6,4%</b>
(7,2)	<b>6,7%</b>
(7,0)	<b>6,4%</b>

Valore  
2020

Peso dei singoli temi  
nella composizione dell'indice  
complessivo



Somma dei pesi

L'analisi evidenzia un valore medio dell'**Indice di Sostenibilità** pari a **7,3 (+0,1 punti** rispetto al 2020), con un range contenuto che va dal punteggio minimo di **7,1** assegnato a **Sviluppo, valorizzazione e tutela del capitale umano e Interazione con gli utenti**, al valore massimo di **7,4** per **Accessibilità, distribuzione dei contenuti e digitalizzazione e Impatto economico indiretto**.

Il medesimo indice, calcolato con riferimento alle **Nuove generazioni**, evidenzia un valore pari a **7,0**, di poco inferiore a quello registrato sul campione totale, con un range di valutazione che va dal minimo di **6,9** al massimo di **7,1**, che ricalca per molte delle aree di attività anche quanto messo in luce dal totale del campione.

Approfondendo ulteriormente l'analisi che ha condotto alla determinazione dell'Indice di Sostenibilità, attraverso l'applicazione di tecniche statistiche di regressione, è possibile identificare le attività che effettivamente influiscono in misura maggiore sul valore di questo indice, attribuendo alle stesse **un punteggio di importanza reale** che si affianca alla valutazione direttamente espressa dal campione della popolazione in termini di **importanza dichiarata**.

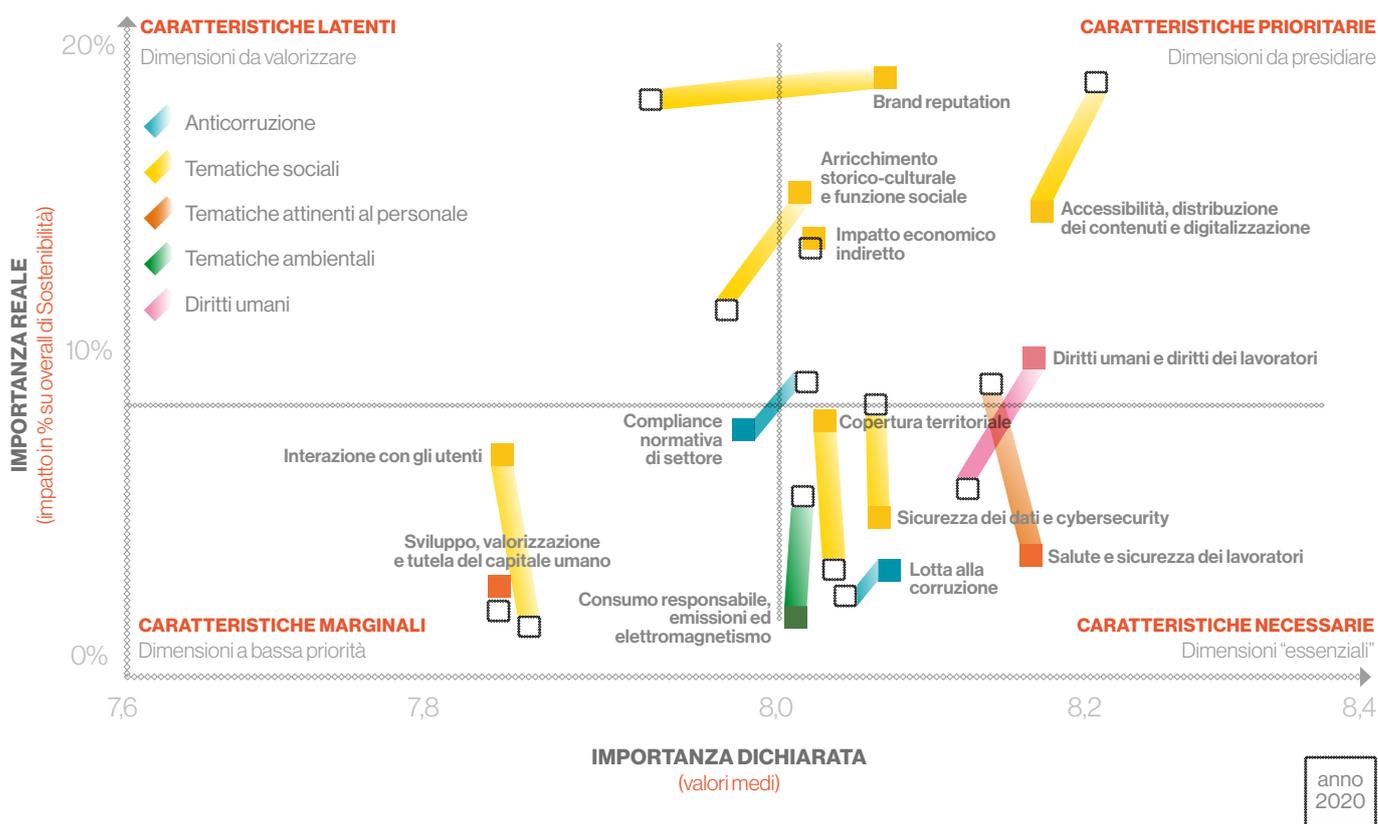
Più in dettaglio, per ciascuna delle tematiche indagate viene determinato il peso in percentuale sul giudizio complessivo sull'operato Rai, nell'ambito della Sostenibilità.

Un'analisi di secondo livello sui risultati dell'incrocio tra i valori di importanza reale (nel grafico che segue sull'asse delle ordinate) e di importanza dichiarata (asse delle ascisse), consente di mettere in luce quali siano le attività svolte da Rai considerate effettivamente prioritarie e, pertanto, con elevata importanza, sia dichiarata, sia reale, rispetto a quelle reputate meno rilevanti.

I risultati di questo approfondimento sul totale campione, effettuato anche con evidenza degli ambiti previsti dal D. Lgs 254/2016, sono riportati nella rappresentazione che segue.



## Importanza reale verso importanza dichiarata per le attività svolte da Rai nel 2021



Tra le attività a elevata "importanza reale", nella rappresentazione emerge come risultino prioritarie o da valorizzare per Rai, la maggior parte di quelle ricomprese nell'ambito delle **Tematiche sociali** e, fra queste, **Brand reputation**, **Accessibilità, distribuzione dei contenuti e digitalizzazione**, **Arricchimento storico-culturale e funzione sociale** e **Impatto economico indiretto**.

Le **Tematiche ambientali**, ovvero le attività che Rai svolge in tema di consumo responsabile ed emissioni generate dalle proprie attività, vengono ritenute senz'altro necessarie ma, allo stesso tempo, sono date per scontate, come evidenziato dalla minore importanza reale.

L'area delle **Tematiche attinenti al personale**, in particolare l'attività di **Sviluppo, valorizzazione e tutela del capitale umano** è considerata dagli intervistati più marginale, rispetto al complesso degli altri temi che appaiono di più ampio respiro e di maggior interesse per la collettività, così come anche **l'Interazione con gli utenti** per quanto attiene l'area delle **Tematiche sociali**.

Lo stesso approfondimento condotto sulle **Nuove generazioni** consente di evidenziare diverse analogie, ma anche alcune differenze: la **necessità di promuovere la lotta alla corruzione e di realizzare un consumo responsabile** sono, per le nuove generazioni, **caratteristiche imprescindibili per Rai**.