

Il monitoraggio del Gradimento e della Qualità percepita dell'offerta Rai Anno 2020

Sintesi delle principali evidenze

La necessità per Rai di dotarsi di un sistema di analisi della qualità percepita della propria offerta editoriale nasce ancor prima che da una specifica disposizione del Contratto di Servizio (art. 25 comma 1 lett. n), dalla sua forte sensibilità di operatore di Servizio Pubblico, che impone una capacità di ascolto delle aspettative e del grado di soddisfazione degli utenti con riferimento al servizio reso.

Per questa esigenza la Direzione Marketing della Rai ha implementato un sistema continuativo di rilevazione estensiva che consente di valutare la percezione del pubblico sull'operato dell'Azienda e di supportare la definizione di un'offerta sempre più corrispondente alle sue attese.

Il gradimento e la qualità **dell'offerta, dei canali e dei generi televisivi e radiofonici**, viene misurata nel **Qualitel Tv e Radio**, attraverso valutazioni che si riferiscono in modo specifico ai singoli programmi; i valori così ottenuti sono mediati per ottenere indicazioni sintetiche a livello di generi e canali. Nel **Qualitel Digital**, invece, i valori sono riferiti al complesso dell'offerta di ciascun sito/app. L'intero sistema di rilevazione Qualitel fornisce una valutazione prettamente editoriale e contenutistica rispetto ai prodotti proposti, senza operare una connessione diretta rispetto all'Azienda Rai che li veicola.

A partire dal 2020 tali misurazioni sono state effettuate, in collaborazione con il consorzio composto da MG Research, Noto Sondaggi, EMG Acqua e GPF, istituti esperti nella realizzazione di rilevazioni sull'appreciation e reputation per le più importanti Aziende nazionali. Le rilevazioni sono state realizzate attraverso il ricorso ad un panel stabile e continuativo, più ampio rispetto al passato, con una dimensione di 25.000 individui, rappresentativi della popolazione residente in Italia dai 14 anni in su, a cui si aggiungono circa 4.500 bambini/ragazzi, di età compresa tra i 4 e 13 anni appartenenti alle famiglie del panel. L'elevata numerosità del panel consente di gestire in maniera ottimale il carico di "lavoro" dei singoli panelisti per ciascun media (Tv, Radio, Digital), e singolo programma/sito/app del quale è fruitore e al contempo garantire una numerosità statisticamente significativa per ciascuna delle diverse aree di indagine.

Gli individui sono intervistati con metodologia telematica attraverso un'App proprietaria installata sui device dei panelisti e dotata di *meter* interno che, tramite tecnologia sound capturing e sound matching, consente di identificare in modo puntuale l'effettiva esposizione ai programmi e di somministrare in modo automatico i questionari TV e Radio senza dover chiedere di indicare i programmi fruiti. Per i "non utenti internet" è prevista la fornitura di device dedicati.

Analogamente accade per l'identificazione degli utenti dei siti/app dell'offerta Digital Rai, per cui vengono impiegati degli "agent tracker" installati su device fissi e mobili dei panelisti.

Questa modalità di somministrazione dell'intervista consente inoltre di raccogliere valutazioni non mediate, annullando «l'effetto cortesia» che si può instaurare tra intervistato e intervistatore nelle interviste personali CAPI, metodologia precedentemente adottata nelle rilevazioni effettuate da Rai prima del 2017. Si tratta di una rilevazione in grado di restituire indicazioni di grande profondità, ad elevata frequenza e tempestività, creando le condizioni per supportare un costante miglioramento dell'offerta della media company di servizio pubblico.

La ricerca "Qualitel" è volta a misurare il gradimento e la qualità percepita dell'offerta Rai sulle diverse piattaforme distributive:

- ✓ tv
- ✓ radio
- ✓ digital

nonché l'apprezzamento dell'offerta televisiva dedicata ai minori.

Il gradimento da parte del pubblico, per ogni mezzo, è stato definito sulla base di due indicatori misurati su scala 1-10:

- **Gradimento complessivo**, ovvero la valutazione complessiva espressa dal pubblico su ogni singolo programma/sito/app;
- **Qualità percepita**, espressa tramite la valutazione di alcuni elementi caratteristici dell'offerta come, ad esempio, la conduzione, il ritmo, i contenuti per un programma tv/radio e la facilità di utilizzo, la completezza e ricchezza di informazioni per un sito web o un app.

Per misurare inoltre la soddisfazione del pubblico nel suo complesso e verificare quanto un programma/sito/app possa essere di interesse per l'intera platea, la rilevazione del gradimento è stata rivolta non solo a chi lo ha seguito/utilizzato, ed essendone quindi tendenzialmente un estimatore assegna giudizi mediamente più elevati, ma anche a chi, pur non essendone stato spettatore/fruttore, lo conosce ed è in grado di esprimere un giudizio.

Tanto più è piccola la differenza tra l'indice di Gradimento degli spettatori/fruttori e quello dei non spettatori/fruttori, tanto maggiore sarà l'apprezzamento dell'intera platea, preconditione questa anche per un possibile incremento degli ascolti e della reputation aziendale; viceversa, tanto maggiore sarà la differenza tra i due indici tanto più grande sarà l'effetto di attrarre e respingere al tempo stesso parti ben definite della platea, polarizzandola, con il risultato di allontanarne parti importanti.

La ricerca consente inoltre di effettuare profilazioni delle valutazioni espresse dal pubblico, grazie alla conoscenza di una grande quantità di informazioni sui componenti del panel utilizzato.

Ciò consente di avere articolazioni approfondite delle valutazioni, utili anche per finalità editoriali e di migliore costruzione della proposta pubblicitaria aziendale.

Poiché infine, sulla base dell'esperienza complessiva maturata negli anni di ideazione e realizzazione delle rilevazioni Qualitel, è apparso evidente che una metodologia solo quantitativa e basata su

giudizi sintetici puramente numerici non riesce a cogliere adeguatamente la valutazione dell'opinione pubblica sulla programmazione, è stata anche realizzata un'ampia ricerca qualitativa svolta attraverso una community on-line, al fine di raccogliere spunti e utili chiavi di lettura nell'interpretazione dei risultati della rilevazione quantitativa.

Di seguito le principali evidenze emerse dalle rilevazioni per Tv, Radio, Digital e offerta Tv dedicata ai minori, che riguardano un periodo eccezionale caratterizzato da una forte discontinuità dei consumi media indotta dall'emergenza sanitaria per il COVID-19.

Qualitel TV - I risultati della rilevazione dell'anno 2020

L'indagine, basata su una **rilevazione continuativa**, è stata condotta nel periodo **gennaio-dicembre 2020** su un panel di **25.000 individui**, rappresentativi della popolazione residente in Italia dai 14 anni in su, e ha prodotto un totale di **298.597 questionari compilati** su **23.431 individui** esposti ai diversi programmi tv oggetto di monitoraggio. L'esposizione ai singoli programmi tv è stata rilevata oggettivamente, attraverso strumenti tecnologici evoluti (app dotate di meter basati su tecnologie di *sound capturing e sound matching* installate sui device personali dei panelisti o forniti in dotazione ai "non utenti internet")¹.

Il monitoraggio ha riguardato tutta la programmazione delle tre reti Rai generaliste trasmessa dalle 06:00 alle 02:00 e la parte più rilevante, in termini di audience, della programmazione di Rai 4.

Nello sforzo di estendere continuamente il riscontro ottenuto dalla nostra offerta editoriale, è stata avviata in via sperimentale nel secondo semestre 2020 la rilevazione del gradimento e qualità percepita della programmazione tv dei canali curati da Rai Cultura (Rai 5, Rai Storia), nonché l'offerta di Rai News 24 (limitatamente al terzo trimestre) e Rai Sport (per il solo quarto trimestre).

Allo scopo di rilevare informazioni specifiche per le diverse tipologie di programmi, questi sono stati ricondotti a 10 generi tv principali, posti in corrispondenza con i generi del palinsesto televisivo secondo la rilevazione svolta da Nielsen per Auditel: 1. Intrattenimento; 2. Approfondimento informativo; 3. Rubriche TG; 4. News; 5. Fiction di produzione Rai; 6. Fiction e serialità d'acquisto; 7. Film; 8. Cultura; 9. Eventi sportivi; 10. Rubriche Sportive.

In considerazione dell'adozione, a partire dal 2017, di metodologie di intervista telematiche, il confronto con le rilevazioni condotte prima di tale data può essere effettuato solo a titolo indicativo.

L'indice di gradimento complessivo dell'offerta Televisiva Rai, misurato su scala 1-10, è pari a un ottimo **7,8** (il 60% dei fruitori ha espresso un giudizio da 8 a 10), e sintetizza le valutazioni espresse dal pubblico su ogni singolo programma.

Il punteggio esprime quindi una valutazione molto positiva nei confronti dei programmi e dei canali rilevati e stabile su livelli mediamente più alti rispetto all'anno 2019 (+0,1 punti).

Rai1 e Rai3 evidenziano il gradimento più elevato, con un punteggio pari a **7,8** (con un giudizio da 8 a 10 espresso rispettivamente dal 62% e 60% degli intervistati); a seguire, **Rai2** con un punteggio pari a **7,6** (il 56% degli spettatori esprime un giudizio da 8 a 10).

Molto apprezzata l'offerta di **Rai4**, che registra sul proprio pubblico un punteggio pari a **7,8** (con il 57% che esprime un giudizio 8-10) relativamente alla parte di programmazione misurata, la più rilevante in termini di audience composta prevalentemente da film e serialità di acquisto.

¹ *Le tecnologie soundcapturing e soundmatching assicurano una raccolta dati estremamente precisa (granularità di venti secondi). La rilevazione è totalmente obiettiva e passiva. È sufficiente che il panelista installi l'app sul suo smartphone o sul device fornito in dotazione. Le tracce audio raccolte sono inviate in modalità wireless e in tempo reale per effettuare il sound matching con il programma visto/ascoltato.*

Anche l'offerta dei canali tematici, misurata in via sperimentale a partire dal secondo semestre 2020, risulta molto gradita con un punteggio medio di 7,7 per l'offerta di **Rai Cultura** nell'ambito della quale il gradimento più elevato è registrato da **Rai Storia (7,7)**, mentre **Rai 5** registra un risultato altrettanto positivo (**7,6**). Anche l'offerta di **Rai News 24**, limitatamente al terzo trimestre, ottiene un gradimento molto buono e pari a **7,6**; così come **Rai Sport** che, sulla programmazione del quarto trimestre, ottiene una valutazione media pari a **7,5**.

Tutti i **generi** raggiungono buoni livelli di gradimento; in particolare la **Fiction di produzione Rai (8,2** - con il 70% dei fruitori che esprime un giudizio da 8 a 10) e la **Cultura (7,9** - con giudizio 8-10 espresso dal 65% degli spettatori), si confermano i generi con il punteggio più alto, seguiti dall'**Intrattenimento**, dalla **Fiction e serialità d'acquisto** e dai **Film** (tutti a **7,8** con giudizi 8-10 espressi rispettivamente dal 61%, 58% e 60% degli spettatori).

Il gradimento del pubblico del genere **Intrattenimento (7,8**, con il 61% dei giudizi 8-10) è in media con quello dell'offerta Rai nel suo complesso. L'analisi per emittente evidenzia come sia apprezzato soprattutto l'Intrattenimento di **Rai1** (pari a 7,8, stabile rispetto all'anno 2019). Leggermente sotto la media **Rai2** e **Rai3 (7,7)**, ma in crescita rispetto all'anno 2019 (rispettivamente +0,1 e +0,4 punti).

Il 2020, caratterizzato dall'emergenza COVID-19, è stato contraddistinto da numerosi programmi informativi. In questo quadro, il particolare interesse e il buon risultato di gradimento ottenuto dai programmi di approfondimento informativo e dalle Rubriche dei Tg, risulta ancora più avvalorato. Il genere **Informazione (7,7**, con giudizi 8-10 espressi dal 57% dei fruitori), composto dai programmi di **Approfondimento informativo (7,7**; con giudizi 8-10 espressi dal 58% dei fruitori; +0,1 punti rispetto al 2019) e dalle **Rubriche Tg (7,6**; con giudizi 8-10 espressi dal 56% dei fruitori; +0,1 punti), è leggermente inferiore al punteggio dell'offerta complessiva Rai (-0,1 punti), ma in crescita rispetto all'anno precedente (+0,1 punti). Un risultato molto positivo considerati anche gli argomenti che vengono generalmente trattati in questo tipo di programmi, ben diversi da quelli maggiormente destinati all'intrattenimento e all'evasione.

L'**Approfondimento informativo** trasmesso da **Rai3 (8,0)** e da **Rai2 (7,6)** è il più gradito, mentre quello offerto da **Rai1 (7,4)** presenta valori leggermente inferiori.

Nel caso delle **Rubriche Tg** sono quelle della **TGR** e **TG3** a registrare il gradimento medio più alto con 7,7, mentre quelle del **TG1** e **TG2** registrano entrambe un giudizio medio pari a 7,6.

Il gradimento del genere **News (7,7**, con il 58% dei fruitori che esprime un giudizio 8-10) anche se leggermente inferiore all'offerta complessiva Rai (-0,1 punti), dato ricorrente nel tempo a causa delle specificità del genere, è positivo e non si differenzia molto tra le tre reti generaliste, per le quali tutti i Telegiornali delle diverse testate (Tg1, Tg2, Tg3 e TGR) confermano buoni punteggi. Il genere, rispetto all'anno 2019 appare in netto miglioramento di **+0,2 punti**, a conferma dell'interesse e del buon risultato di gradimento ottenuto dai notiziari trasmessi nel periodo di emergenza COVID-19.

In questo periodo Rai, con un'offerta informativa attenta, puntuale e affidabile, è stata presente e impegnata nell'accompagnare le persone in questo momento di crisi con news, aggiornamenti, e special dedicati, fornendo dati e informazioni mediche ma anche rassicurando e sostenendo gli spettatori mantenendo il proprio stile sobrio e veicolando solidità anche a fronte di temi delicati e spinosi.

La **Fiction di produzione Rai (8,2**, con ben il 70% dei giudizi 8-10) si conferma come il genere più gradito dell'offerta tv del Servizio Pubblico, con il punteggio più elevato e superiore di 0,4 punti all'offerta Rai nel suo complesso. L'analisi per canale evidenzia un buon apprezzamento per tutte le reti. In particolare, **Rai1** con una maggior presenza di fiction in palinsesto, registra un indice di gradimento che determina la media di genere (8,2); seguono **Rai2** e **Rai3** (8,1), che mostrano un ottimo apprezzamento seppur su un numero limitato di titoli.

Il gradimento del genere **Fiction e serialità d'acquisto (7,8**, con il 58,0% dei giudizi 8-10) è in media con quello fatto registrare dall'offerta Rai nel suo complesso. L'offerta di questo genere si concentra su Rai2 e Rai4 che ottengono entrambi valori in linea con la media.

L'offerta di programmi del genere **Cultura (7,9**, con un ottimo 65% dei fruitori che esprime un giudizio 8-10) si conferma tra le più apprezzate, con una valutazione leggermente superiore a quella dell'offerta Rai nel suo complesso (+0,1 punti rispetto alla media Rai). L'offerta si concentra principalmente su Rai1 e Rai3, con **Rai1** (8,1), superiore alla media complessiva del genere, mentre **Rai3** registra un gradimento medio lievemente più basso (7,8). Infine, **Rai2** con una minore presenza in palinsesto del genere, ottiene un gradimento pari a 7,8.

Il racconto degli **Eventi Sportivi (7,6**, con il 55% dei giudizi 8-10) offerto da Rai nel periodo considerato ottiene una buona valutazione, anche se leggermente inferiore rispetto al totale offerta (-0,2 punti). Anche il gradimento dell'offerta di **Rubriche sportive (7,3** con il 47% dei giudizi 8-10), trasmessa quasi esclusivamente su **Rai2**, risulta più basso rispetto al punteggio medio dell'anno precedente (-0,1 punti).

In entrambi i casi si tratta di una valutazione molto positiva se si tiene conto che l'emergenza COVID ha influito sullo svolgimento e la programmazione degli eventi sportivi per tutta la prima parte dell'anno.

Passando alla **Qualità percepita**, il valore dell'indice che sintetizza le valutazioni sul gradimento degli elementi strutturali dei programmi, come ad esempio la conduzione, il ritmo o la regia, è pari a **7,8** ed esprime un risultato positivo, allineato al gradimento complessivo dell'offerta Rai.

Tra i **generi** televisivi si confermano molto apprezzati la Fiction di produzione Rai (8,1), la Cultura (8,0) e l'Intrattenimento (7,9); leggermente inferiori alla media, ma comunque con valutazioni positive, i generi Informazione, Film, Fiction e serialità d'acquisto, tutti con gradimento (7,7), e i Telegiornali (7,6), mentre gli Eventi sportivi e le Rubriche sportive ottengono un valore pari a 7,4.

La qualità percepita determinata rispetto ai singoli **canali** mostra valori in media per Rai1, Rai3 e Rai4 (7,8; i valori di Rai4 si riferiscono alla parte di programmazione più rilevante in termini di

audience), mentre per Rai2 (7,6) il valore dell'indice è leggermente inferiore alla media della programmazione Rai monitorata.

Per i canali tematici, invece, la qualità percepita supera il gradimento; ciò accade in particolare per Rai 5 (7,8) e Rai Storia (7,9). Rai News e Rai Sport registrano invece valori in linea o poco superiori (rispettivamente 7,5 e 7,6).

Passando **all'analisi del gradimento rilevato sui non spettatori**, il gradimento medio complessivo dell'offerta televisiva Rai risulta più basso, con un valore medio pari a 6,3, rispetto a quello espresso dagli spettatori (7,8), ma sempre ampiamente sufficiente.

In questo quadro, va rimarcato positivamente il valore più alto dei Telegiornali (6,7) e della Cultura (6,8), che superano la sufficienza anche presso la parte di popolazione che non ne è spettatrice ed hanno la differenza minore rispetto alle valutazioni degli spettatori (rispettivamente -0,9 e -1,1 punti). La Fiction di produzione (gradimento medio = 5,4) e gli Eventi sportivi (4,9) sono invece quelli maggiormente polarizzanti, con la maggiore differenza di valutazione tra chi ne fruisce e chi no (rispettivamente -2,8 punti e -2,7); seguono, l'Intrattenimento (5,8; -2,0 punti), le Rubriche sportive (5,8; -1,6 punti), l'Informazione (6,2), la Serialità d'acquisto (6,3) e i Film (6,4), tutti a -1,4 punti.

L'approfondimento di tipo qualitativo, realizzato sempre nell'ambito della rilevazione di qualità percepita, per renderla completa ed efficace, evidenzia come punti di forza delle Fiction di produzione Rai le storie narrate, l'ampia tipologia di personaggi rappresentati e gli attori/attrici che li interpretano, un grande equilibrio complessivo di personaggi e narrazione. Un genere questo, come quello delle serialità di acquisto, in cui Rai si trova a confrontarsi con l'offerta di contenuti originali e in anteprima disponibili in streaming sulle piattaforme dei principali operatori OTT, prodotti che, per fette sempre più rilevanti della platea, rappresentano di fatto il benchmark per le serie tv: frizzanti, moderne, originali e dal piglio internazionale. Rispetto a questi competitor, emergono infatti alcuni limiti per quanto riguarda la capacità di attrarre e coinvolgere il pubblico. Per quanto riguarda le proprie produzioni Rai viene infatti spesso percepita come classica e ripetitiva, in qualche modo frenata nella creatività e meno vicina ai giovani e al loro linguaggio (spesso racconta con l'ottica del genitore), mentre nell'offerta delle serie di acquisto sconta il ritardo nella messa in onda rispetto allo sviluppo delle serie stesse.

In questo periodo difficile di emergenza, l'informazione Rai si è confermata come attenta, puntuale, affidabile, particolarmente presente e impegnata nell'accompagnare le persone con news, aggiornamenti e speciali dedicati, mantenendo il proprio stile sobrio e veicolando solidità. Rispetto a questa tipologia di offerta emergono tuttavia alcuni punti generali di possibile attenzione, come la conduzione e, in generale, gli elementi legati al ritmo delle trasmissioni.

Nell'area dell'intrattenimento si riconosce a Rai uno stile distintivo, sempre garbato e composto, coerente con il suo ruolo istituzionale di televisione pubblica, da cui ci si aspetta maggiore controllo dei contenuti. Vengono evidenziate tuttavia dal pubblico nei riguardi di questo genere richieste di produzioni caratterizzate da leggerezza, disimpegno, comicità con un tocco di «frivolezza» che sembra mancare un po' a Rai, anche se nessuno vorrebbe mai che Rai producesse programmi con connotazioni volgari e "trash", che ne penalizzerebbero radicalmente la percezione del brand.

La rilevazione Qualitel, oltre a produrre giudizi relativi al gradimento e alla qualità percepita dei programmi televisivi, misura anche il percepito del pubblico rispetto alla **capacità di promuovere Coesione Sociale**, capacità che viene valutata sinteticamente attraverso un “indice di contributo alla Coesione Sociale”. Tale indice riassume le valutazioni espresse su una scala 1-10, sulla capacità di soddisfare, tramite l’offerta televisiva, alcuni bisogni individuali (quali quelli di essere informati, aiutati a comprendere i fatti e ad ampliare le proprie conoscenze) e alcuni interessi di rilevanza collettiva (quali quello di essere un programma rispettoso nei confronti di tutti ed in particolare delle donne, adatto ad essere fruito da tutti, autorevole e credibile, ed in grado di offrire spunti di conversazione).

Per l’insieme della programmazione televisiva Rai questo indice è positivo e pari ad un ottimo 7,6, con un contributo maggiore dei generi Cultura (il cui indice è pari a 7,9) e Fiction di produzione Rai (7,7), seguiti da Informazione e Telegiornali (entrambi a 7,6), Intrattenimento (7,5), Fiction e serialità d’acquisto (7,3), Film e Rubriche sportive (entrambi a 7,2), Eventi sportivi (7,1). I singoli canali televisivi hanno indici sintetici che oscillano intorno alla media, con Rai 1 pari a 7,6, Rai 2 a 7,4, Rai 3 a 7,7, e Rai 4 a 7,3. In generale le caratteristiche di un programma che maggiormente incidono sul valore dell’indice sono l’essere rispettoso nei confronti di tutti e l’essere rispettoso nei confronti delle donne, caratteristiche unite, nel caso dei programmi culturali, alla capacità di informare ed ampliare la conoscenza e di essere autorevoli e credibili.

In linea con i canali generalisti, anche i canali tematici ottengono riscontri molto positivi con Rai Storia e Rai News24 a 7,6, e Rai 5 e Rai Sport con punteggi pari, rispettivamente a 7,5 e 7,4.

All’interno del Qualitel viene svolta infine una rilevazione continuativa del percepito del pubblico rispetto alla **corretta rappresentazione della figura femminile** all’interno di ciascun programma.

I giudizi, espressi con un voto da 1 a 10, fanno emergere come la **rappresentazione delle donne sia ritenuta rispettosa** nella quasi totalità dei programmi che ottengono valutazioni **superiori al 7,0** e in nessun caso, si registrano programmi con valutazioni inferiori alla sufficienza. I giudizi **appena più contenuti rispetto al 7,0** appaiono infatti estremamente limitati e si riferiscono prevalentemente agli eventi sportivi e alle rubriche sportive.

Nel complesso, la **programmazione televisiva Rai ottiene un giudizio pari a 7,8**, con Rai1 e Rai3 che sono considerati i canali maggiormente rispettosi (entrambi a 7,9) e Rai4 e Rai2 con valutazioni altrettanto positive e pari rispettivamente a 7,7 e 7,6.

In linea con i canali generalisti, anche i canali tematici ottengono ottime valutazioni con Rai Storia e Rai News24 a 7,8, e Rai 5 e Rai Sport a 7,6.

La capacità della programmazione televisiva Rai di promuovere coesione sociale e di rappresentare le donne in modo corretto e rispettoso, è indagata in modo più approfondito tramite le ricerche dedicate, alle quali si rimanda per tutti gli approfondimenti. Tali ricerche sono realizzate attraverso un’analisi dei contenuti della programmazione effettuata da ricercatori specializzati e una ricerca quali-quantitativa volta a rilevare il vissuto e le attese della popolazione rispetto ad entrambi i temi, indagando nello specifico il percepito rispetto all’atteggiamento dei *media* in generale e della Rai come media company di servizio pubblico in particolare.

Qualitel Radio - I risultati della rilevazione dell'anno 2020

Il monitoraggio ha riguardato tutta la programmazione trasmessa dalle 6.00 alle 21.00 dai canali Rai Radio1, Rai Radio2, Rai Radio3 e Rai Isoradio.

L'indagine, basata su una **rilevazione continuativa**, è stata condotta nel periodo aprile-dicembre, relativamente alla programmazione del periodo, su un panel di 25.000 individui rappresentativi della popolazione residente in Italia dai 14 anni in su.

Da tale panel sono stati considerati **12.234 individui** esposti, per almeno 5 minuti, ai singoli programmi oggetto di monitoraggio; il totale degli individui esposti ha generato **29.662 questionari validamente compilati**.

L'esposizione ai programmi Radio è stata rilevata oggettivamente attraverso strumenti tecnologici evoluti, ovvero app dotate di meter basati su tecnologie di *sound capturing e sound matching*, installate sui device personali dei panelisti o forniti in dotazione ai "non utenti internet"².

In considerazione dell'adozione, a partire dal 2017, di metodologie di intervista telematiche, il confronto con le rilevazioni condotte prima di tale data può essere effettuato solo a titolo indicativo.

Allo scopo di rilevare informazioni specifiche per le diverse tipologie di programmi in onda su Radio1, Radio2 e Radio3, questi sono stati ricondotti a 6 generi Radiofonici seguendo le classificazioni in uso presso Rai: 1. Cultura, 2. Informazione e sport, 3. Intrattenimento e varietà, 4. Musica, 5. News, 6. Società.

Per Isoradio, caratterizzata da una programmazione di flusso tendenzialmente non inquadrabile in un palinsesto, la valutazione, basata su 4.379 questionari compilati, riguarda l'emittente nel suo complesso.

L'indice di gradimento complessivo dell'offerta Radio Rai, misurato su scala 1-10, è pari a **7,8** (il 61% dei fruitori ha espresso un giudizio da 8 a 10) e sintetizza le valutazioni espresse dagli ascoltatori su ogni singolo programma.

Il punteggio esprime quindi una valutazione molto positiva nei confronti dei programmi e dei canali rilevati, in crescita rispetto all'anno 2019 (+0,6 punti), anche per la diversa esposizione alle trasmissioni radiofoniche, determinata dall'emergenza COVID e dal relativo lockdown, che ha comportato, anche negli ultimi mesi dell'anno, un ascolto più casalingo e più attento, quindi meno distratto e di sottofondo.

I singoli canali mostrano **punteggi positivi e in crescita**, con **Radio2** che registra il gradimento più elevato, con un punteggio medio sulla propria programmazione pari a **7,9** (con un giudizio da 8 a 10 espresso dal 63% degli intervistati), e conferma la sua leadership tra le emittenti Rai. A seguire,

² *Le tecnologie soundcapturing e soundmatching assicurano una raccolta dati estremamente precisa (granularità di venti secondi). La rilevazione è totalmente obiettiva e passiva. È sufficiente che il panelista installi l'app sul suo smartphone o sul device fornito in dotazione. Le tracce audio raccolte sono inviate in modalità wireless e in tempo reale per effettuare il sound matching con il programma visto/ascoltato.*

Radio3 con un punteggio pari a **7,8** (con il 64% che esprime un giudizio 8-10) e **Radio1** che registra sul proprio pubblico un punteggio pari a **7,7** (con il 59% degli ascoltatori che esprime un giudizio 8-10).

Il gradimento del canale **Isoradio** riguarda invece l'emittente nel suo complesso ed è pari a **7,7** (con il 61% degli ascoltatori che esprime un giudizio 8-10), sostanzialmente in crescita rispetto al precedente anno 2019 (+0,4 punti).

Tutti i **generi** raggiungono buoni livelli di gradimento; in particolare **Intrattenimento e varietà** e **Cultura** entrambi a **8,0** (rispettivamente con il 65% e il 66,5% dei fruitori che esprime un giudizio da 8 a 10), si confermano complessivamente come i più graditi nell'ambito della programmazione di RadioRai, seguiti da **News** e **Musica** entrambi a **7,8** (con giudizio 8-10 espresso rispettivamente dal 62% e dal 61% degli ascoltatori), con l'informazione del Giornale Radio che si conferma un altro pilastro riconosciuto dell'offerta radiofonica Rai e apprezzato su tutti e tre i canali.

Gli altri generi riportano un punteggio di poco inferiore alla media dell'offerta radiofonica complessiva: **Informazione e sport** e **Società** entrambi a **7,7** (con giudizio 8-10 espresso rispettivamente dal 59% e dal 58% degli ascoltatori).

E' da sottolineare inoltre come i programmi dei generi di **Cultura** e **Musica** abbiano avuto un sostanziale incremento di gradimento rispetto all'anno 2019 (+0,9 punti).

L'offerta radiofonica delle **single emittenti** ottiene un **apprezzamento** fortemente determinato dalla programmazione che ne contraddistingue l'offerta editoriale:

- **Radio1** registra il maggior gradimento relativamente al genere **News (7,8)**
- **Radio2** presenta un generale allineamento con la media di rete per i generi **Intrattenimento e Varietà (8,0)** e **Musica (8,0)**
- **Radio3** propone valori molto positivi per i generi **Intrattenimento e Varietà (8,3)** e **Cultura (8,0)**.

Più in dettaglio:

Il gradimento per l'**Intrattenimento e Varietà** è molto positivo e superiore a quello fatto registrare dall'offerta RadioRai nel suo complesso (**8,0**; +0,6 punti rispetto al 2019) con i programmi di Radio2 che rappresentano la quasi totalità dei programmi del genere.

Il gradimento del genere **News** è in linea con il punteggio fatto registrare dall'offerta Rai nel suo complesso (**7,8**) e in crescita rispetto all'anno 2019 (+0,5 punti). Tra le edizioni principali dei Giornali Radio le più gradite sono il **GR Regione delle 12:10** e il **GR2 delle 7:30** (entrambi a **8,1**), il **GR1 Sport 19:20**, **GR3 13:45**, **GR1 7:00** (tutti con gradimento pari a **8,0**).

Il gradimento del genere **Cultura** (presente principalmente sulla programmazione di Radio3), è pari a **8,0**, superiore a quello fatto registrare dall'offerta radiofonica Rai nel suo complesso (+0,2 punti), e in netta crescita rispetto all'anno 2019 (+0,9 punti).

Il gradimento dei programmi del genere **Musica** risulta in linea rispetto al punteggio medio dell'offerta Rai (**7,8**), in significativa crescita rispetto al 2019 sia a totale Rai (+0,9) sia sui singoli canali. Gli stessi canali radiofonici presentano **valutazioni positive**, con **Radio2 (8,0)** che registra livelli di gradimento superiori alla media di genere, mentre **Radio1 (7,6)** e **Radio3 (7,7)** propongono valori lievemente inferiori.

Il genere **Società (7,7)**, seppur ampiamente positivo, registra un gradimento inferiore al punteggio dell'offerta Rai nel suo complesso (-0,1 punti). L'analisi per canale evidenzia come **Radio3 (7,8)** risulti superiore alla media di genere (+0,1 punti), **Radio2 (7,7)** è in linea con la media di genere, mentre **Radio1** raggiunge un indice di gradimento leggermente inferiore (**7,6**; -0,1 punti).

Il gradimento del genere **Informazione e Sport (7,7)** risulta leggermente inferiore a quello medio dell'offerta Rai (-0,1 punti). Anche questo punteggio è in crescita rispetto al 2019 per le ragioni evidenziate a livello generale. La valutazione attribuita alle **single emittenti** conferma **punteggi positivi per Radio3 (7,8)** che registra livelli di gradimento leggermente superiori all'anno 2019 (+0,1), mentre **Radio1 pur leggermente più basso (7,7)** presenta un punteggio in crescita rispetto alla precedente rilevazione per un maggior peso della programmazione di informazione.

Passando all'esame della **Qualità percepita**, l'indice che sintetizza il gradimento espresso dal pubblico sui singoli elementi strutturali dei programmi, quali il conduttore/condutrice, il ritmo, il tono del linguaggio, la selezione musicale, ecc., è pari a **7,9** e risulta positivo su tutti i generi dell'offerta radiofonica Rai riflettendo le valutazioni sintetiche dell'indice di gradimento: **Intrattenimento e Varietà (8,1)**, **Cultura, News e Musica (tutti a 7,9)**, mentre i generi **Informazione e Sport** e **Società** (entrambi a **7,8**), sono leggermente inferiori alla media. L'indice per singole emittenti mostra **Radio2** al di sopra della media complessiva dell'offerta Rai (8,1; +0,2 punti), **Radio3** (7,9) in linea con la media, mentre **Radio1** presenta un punteggio di poco inferiore (7,8; -0,1 punti).

Il **gradimento medio complessivo dell'offerta radiofonica Rai rilevato sui non ascoltatori** registra un valore medio pari a 6,7, più basso rispetto a quello espresso dagli ascoltatori (-1,1 punti), ma in questo caso ancora decisamente superiore al corrispondente valore fatto registrare dalla programmazione televisiva, che quindi si dimostra più polarizzante.

Al contrario di quanto accade per l'offerta tv, i non ascoltatori Radio Rai non esprimono valutazioni significativamente differenti tra i diversi generi, che restano tutti abbondantemente sopra la sufficienza. Il gradimento più alto è quello relativo ai generi **Cultura, Intrattenimento e varietà e News** (tutti a 6,8), con una differenza rispetto alla valutazione espressa dagli ascoltatori di -1,2 punti per **Cultura** e **Intrattenimento e varietà** e -1 punto per le **News**. Seguono i generi **Musica** (6,7, -1,1 rispetto agli ascoltatori), **Società** (6,7, -1,0) e **Informazione e sport** (6,6, -1,1).

La rilevazione Qualitel, oltre a produrre giudizi relativi al gradimento e alla qualità percepita dei programmi radiofonici, misura il percepito del pubblico rispetto alla capacità di promuovere **Coesione Sociale**, capacità che viene valutata sinteticamente attraverso un "indice di contributo alla Coesione Sociale". Tale indice riassume le valutazioni espresse su una scala 1-10, sulla capacità di

soddisfare, tramite l'offerta radiofonica, alcuni bisogni individuali (quali quelli di essere informati, aiutati a comprendere i fatti e ad ampliare le proprie conoscenze) e alcuni interessi di rilevanza collettiva (quali quello di essere un programma rispettoso nei confronti di tutti ed in particolare delle donne, adatto ad essere fruito da tutti, autorevole e credibile, ed in grado di offrire spunti di conversazione).

Per l'insieme della **programmazione radiofonica Rai** l'indice è pari a **7,7**.

News ed Intrattenimento e varietà (entrambi a 7,8) sono i generi con il valore più elevato dell'indice di contributo alla coesione sociale; seguono gli altri generi sempre comunque con valori ampiamente positivi: Cultura e Musica (entrambi a 7,7), Informazione e sport e Società (entrambi a 7,6). A livello medio di canale, l'indice di contributo alla coesione sociale è più elevato per Radio2 (7,8) seguita da Radio3 (7,7), Radio1 e Isoradio (entrambi a 7,6). In modo simile a quanto osservato per i programmi tv, le caratteristiche dei programmi RadioRai che più influiscono sul valore dell'indice sono quelle inerenti al rispetto nei confronti di tutti e nei confronti delle donne, caratteristiche unite, nel caso dei programmi informativi, alla capacità di informare ed ampliare la conoscenza e di essere autorevoli e credibili.

All'interno della rilevazione Qualitel viene svolta infine una **rilevazione continuativa del percepito del pubblico** rispetto alla corretta rappresentazione della figura femminile all'interno di ciascun programma.

I giudizi, espressi con un voto da 1 a 10, fanno emergere come la **rappresentazione delle donne sia ritenuta rispettosa** nella totalità dei programmi che ottengono valori pari o **superiori al 7**.

Nel complesso, la **programmazione radiofonica Rai** ottiene un giudizio medio pari a 7,9, con Radio2 a 8,0 e Radio1 a 7,9 e Radio3 a 7,8.

La capacità di Rai di promuovere coesione sociale e di rappresentare le donne in modo corretto e rispettoso nella propria offerta, è indagata in modo più approfondito tramite le ricerche dedicate, alle quali si rimanda per tutti gli approfondimenti. Tali ricerche sono realizzate attraverso un'analisi dei contenuti della programmazione televisiva effettuata da ricercatori specializzati e una ricerca quali-quantitativa volta a rilevare il vissuto e le attese della popolazione rispetto ad entrambi i temi, indagando nello specifico il percepito rispetto all'atteggiamento dei *media* in generale e della Rai come media company di servizio pubblico in particolare.

Qualitel Digital – I risultati della rilevazione dell'anno 2020

Il monitoraggio ha riguardato l'offerta Digital Rai (siti e app) composta da **RaiPlay, RaiPlay Radio, Rai.it, Rai Sport, Rai News** e, a partire dal 2020, in via sperimentale anche i siti di **Rai Cultura** e **Rai Scuola**.

L'indagine, basata su una rilevazione mensile, è stata condotta nel periodo aprile-dicembre 2020 su un campione di individui, utenti di almeno uno dei siti web e app Rai nel periodo, selezionati nell'ambito del panel più ampio di 25.000 individui di 14 anni in su, e dai quali sono stati ottenuti **19.348 questionari compilati** su **9.127 individui fruitori** individuati in modo automatico e oggettivo attraverso strumenti tecnologici evoluti (agent tracker di siti e app installati su device fissi e mobili dei panelisti). Vista la possibilità che lo stesso dispositivo possa essere utilizzato da più persone in famiglia, l'uso effettivo del sito/app è comunque verificato tramite apposita domanda.

L'**indice di gradimento** per l'offerta Digital Rai, che sintetizza il giudizio complessivo espresso dai fruitori dei singoli siti/app, per l'anno 2020, è pari ad un positivo **7,6** su una scala 1-10, e cresce in maniera significativa rispetto all'anno 2019 (+0,7 punti).

Le valutazioni migliori sono ottenute da **Rai Cultura** e **Rai Scuola (7,9;** rispettivamente con il 63% e il 64% dei rispondenti che esprime un giudizio 8-10), e **RaiPlay (7,8;** il 59,5% dei fruitori esprime un giudizio 8-10); per quest'ultima il giudizio è rafforzato dal numero molto più elevato di rispondenti. Seguono **RaiPlay Radio (7,6;** 56% dei giudizi 8-10), **Rai Sport, Rai.it e Rai News (7,5;** rispettivamente con il 51%, il 51,5% e il 54% dei giudizi 8-10).

Il gradimento di **RaiPlay** risulta positivo, superiore alla media dell'offerta digital Rai nel suo complesso (+0,2 punti). Particolarmente apprezzati: la grafica gradevole e la qualità delle immagini e dell'audio, la completezza delle informazioni e i contenuti aggiornati e interessanti. Tra le aree di miglioramento viene riscontrata la facilità di utilizzo e di navigazione tra le diverse sezioni.

A partire dal 2020 è stata inoltre introdotta la rilevazione del gradimento e della qualità percepita dei contenuti esclusivi di RaiPlay attraverso un questionario simile a quello impiegato per la rilevazione dei programmi tv somministrato ai panelisti che dichiarano di aver fruito di almeno uno di questi contenuti.

Il gradimento dei contenuti esclusivi di RaiPlay è pari ad un ottimo 7,9, un valore superiore all'offerta digital nel suo complesso, grazie soprattutto ai suoi contenuti di intrattenimento e culturali.

La valutazione per l'offerta digital di **Rai Cultura** è superiore alla media dell'offerta digital Rai nel suo complesso (+0,3 punti). La completezza delle informazioni e dei contenuti, la facilità di utilizzo e di ricerca, e la qualità delle immagini e dell'audio, sono elementi che possono essere considerati punti di forza. Tra le aree di miglioramento del sito viene riscontrata la facilità di navigazione tra le diverse sezioni, la chiarezza e comprensibilità della grafica, e la possibilità di condividere i contenuti sui social network.

Anche il gradimento di **Rai Scuola** risulta molto positivo e superiore alla media dell'offerta complessiva (+0,3 punti). I punti di forza sono la completezza dei contenuti e gli approfondimenti e la loro qualità. Margini di miglioramento del sito sono riscontrati nella facilità di navigazione tra le diverse sezioni, nella chiarezza e comprensibilità della grafica, nella qualità delle immagini e dell'audio e nella ricerca e accesso ai contenuti.

Il gradimento di **RaiPlay Radio** risulta uguale alla media dell'offerta complessiva. Particolarmente apprezzati la qualità delle immagini e dell'audio. Tra le aree di miglioramento viene riscontrata la facilità di utilizzo e di navigazione tra le diverse sezioni, la chiarezza e comprensibilità della grafica, e la completezza delle informazioni e dei contenuti.

Il gradimento del sito **Rai Sport** è leggermente inferiore alla media dell'offerta digital (-0,1 punti), con punti di forza rappresentati dalla qualità delle immagini e dell'audio, e dai contenuti interessanti. Margini di miglioramento sono individuati nella grafica, nella facilità di utilizzo e di navigazione tra le diverse sezioni e nella completezza delle informazioni e dei contenuti.

Anche il gradimento per **Rai News** è di poco inferiore alla media dell'offerta digital (-0,1 punti), con margini di miglioramento per quanto riguarda sia la facilità di utilizzo e di navigazione tra le diverse sezioni, sia la comprensibilità della grafica. Apprezzata invece la facilità di accesso ai contenuti, interessanti e di qualità.

Il gradimento del sito **Rai.it**, che viene prevalentemente utilizzato come "ponte" di accesso verso gli altri siti del gruppo che offrono contenuti multimediali e che contiene l'area dedicata alla Corporate, risulta leggermente inferiore rispetto alla media dell'offerta Rai (-0,1 punti). Molto apprezzata la qualità dei contenuti e gli approfondimenti; mentre la completezza delle informazioni e dei contenuti, la grafica, la facilità di navigazione tra le diverse sezioni all'interno del sito e la facilità di utilizzo presentano margini di miglioramento.

L'indice della qualità percepita, che sintetizza il gradimento espresso dal pubblico sui singoli elementi strutturali dei siti/app, restituisce un livello di qualità pari al gradimento complessivo e molto positivo (**7,6**). Rai Cultura e Rai Scuola (7,8) mostrano il punteggio più alto (+0,2 punti rispetto alla media), seguiti da RaiPlay (7,7) dove, come già registrato per il gradimento, anche la valutazione della qualità percepita è rafforzata dal numero molto più elevato di fruitori, RaiPlay Radio, Rai Sport e Rai News (tutti a 7,5; -0,1 punti) mostrano un punteggio leggermente al di sotto della media, così come Rai.it (7,4; -0,2 punti). Anche per quanto riguarda i contenuti esclusivi di RaiPlay, la qualità percepita è superiore al gradimento con un ottimo 8,0.

Per quanto riguarda **l'offerta digital vengono rilevati presso i non fruitori i motivi di non utilizzo** del sito/app nei 3 mesi precedenti la rilevazione. Per il complesso dell'offerta Rai rilevata, solo il 7,5% dichiara di non utilizzare il sito/app perché non gli piace. Rispetto a questo dato medio la percentuale maggiore si registra per RaiSport (17,3%); nello specifico, i motivi per cui il sito risulta

poco gradito sono legati ai contenuti ritenuti poco interessanti, seguiti dalla preferenza per altre offerte della stessa tipologia.

Qualitel Tv Minori - I risultati della rilevazione dell'anno 2020

L'indagine è stata condotta nel periodo aprile-dicembre 2020 relativamente alla programmazione andata in onda su **Rai Gulp** e **Rai YoYo** nell'anno 2020.

I **30.111 questionari compilati** sono stati somministrati ad un campione di **2.651 bambini/ragazzi di 4-13 anni**, presenti nelle famiglie del panel, che hanno dichiarato di essere stati fruitori nel mese di almeno uno dei programmi trasmesso su questi canali.

Per la compilazione dei questionari da parte dei ragazzi di 11-13 anni è stato richiesto il consenso ai genitori, mentre per i bambini 4-10 anni è stata prevista anche la presenza e l'intermediazione del genitore durante la compilazione³.

Ai genitori dei bambini 4-10 anni è stato inoltre chiesto un giudizio sull'adeguatezza del programma per i loro figli.

La fascia d'età 4-10 è stata suddivisa in due fasce rappresentative dei target a cui i due canali sono rivolti ovvero: Rai Yoyo (4-7 anni) e Rai Gulp (8-10 anni).

L'indice di gradimento complessivo, misurato su scala 1-10, risulta positivo per entrambi i canali Rai dedicati ai minori che ottengono ottime valutazioni di gradimento su entrambi i suddetti core target, con un'offerta ritenuta adeguata anche da parte dei genitori e sostanzialmente priva di criticità.

Rai Gulp, con un gradimento in crescita rispetto all'anno 2019 (**8,0**, + 0,1 punti), ottiene giudizi positivi su tutte le fasce d'età, con valori leggermente superiori in quella 8-10 anni (8,0; il 67% dei fruitori ha espresso un giudizio da 8 a 10), che è la fascia di età a cui il canale principalmente si rivolge, e tra i ragazzi di 11-13 anni (8,0; con il 66% che ha espresso un giudizio da 8 a 10).

La programmazione di Rai Gulp, che comprende una quota rilevante di cartoni animati e serie tv, è apprezzata principalmente per le sue storie divertenti, facili da seguire, che incuriosiscono e tengono compagnia.

Rai Yoyo ottiene un giudizio complessivo molto positivo da parte dell'intero campione degli ascoltatori di 4-13 anni e pari a **7,7** (con il 59% dei fruitori che ha espresso un giudizio da 8 a 10).

Il canale ottiene giudizi omogenei tra i diversi target con valori compresi tra 7,8 nella fascia 4-7 e 7,7 nella fascia 8-10 anni (con rispettivamente il 60% e il 59% che ha espresso un giudizio da 8 a 10) e 7,7 in quella tra gli 11 e i 13 anni (con il 56% che ha espresso un giudizio da 8 a 10).

I personaggi e i presentatori sono gli elementi più graditi dei programmi del canale che si contraddistinguono per la capacità di divertire e di tenere compagnia.

³ Tutte le interviste sono state svolte tramite autorizzazione esplicita del genitore e nel rispetto della normativa vigente a tutela dei minori.

Il livello di **adeguatezza della programmazione** dei due canali RAI è giudicato complessivamente positivo dai genitori dei bambini tra i 4 e i 10 anni. In particolare, sotto questo aspetto, Rai Gulp viene maggiormente apprezzato rispetto a Rai Yoyo.

Per **Rai Yoyo**, l'indice rilevato sui genitori dei bambini di 4-7 anni risulta in linea con l'indicatore di adeguatezza calcolato sul complesso dei genitori dei bambini di 4-10 anni (7,8; con il 62% dei genitori che ha espresso un giudizio da 8 a 10), mentre per **Rai Gulp** l'offerta viene giudicata maggiormente adeguata dai genitori di bambini 8-10 anni (8,0; con il 67% che ha espresso un giudizio da 8 a 10) rispetto a quelli dei più piccoli (7,9; con il 62% che ha espresso un giudizio da 8 a 10).

L'indice della qualità percepita, che sintetizza il gradimento espresso dal pubblico sui singoli elementi strutturali dei programmi (quali, ad esempio, la storia, i personaggi, i disegni animati), presenta indici positivi su entrambi i canali. Analogamente a quanto osservato per l'indice di gradimento, la qualità percepita per Rai Yoyo presenta un indice pari a 7,7 sulla fascia di età 4-7 anni, e 7,6 sul target 11-13 anni. Per Rai Gulp invece tutte le fasce d'età (4-7, 8-10 e 11-13 anni) esprimono valutazioni molto simili tra loro (rispettivamente 7,9, 8,1 e 8,0).

Il gradimento medio complessivo dell'offerta dei canali Rai dedicati ai minori, rilevato sui non spettatori ma conoscitori della programmazione, registra un valore pari a 6,8, per Rai Yoyo e 7,1 per Rai Gulp; valori inferiori rispetto a quelli espressi dagli spettatori (-0,9 punti per entrambi i canali), ma comunque sempre molto superiori alla sufficienza e quindi da ritenere decisamente positivi.