

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

Anno 2022

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 rispetto al servizio reso. La Direzione Marketing della Rai ha quindi 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** vengono misurati 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 Different e GPF, istituti esperti nella realizzazione di rilevazioni sull'appréciation e reputation per le più importanti Aziende nazionali. Le rilevazioni sono state realizzate attraverso il ricorso ad un panel stabile e continuativo, 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 chiamati ad esprimersi per ciascun media (Tv, Radio, Digital), e per ognuno dei singoli programmi/siti/app dei quali sono fruitori garantendo al contempo 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 a quanto trasmesso e di somministrare in modo automatico i questionari sugli specifici programmi TV e Radio senza dover chiedere di indicare quelli 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" misura 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.

Le valutazioni del pubblico, per ogni mezzo, sono sintetizzate sulla base di due indicatori misurati su scala 1-10:

- **Gradimento complessivo**, ovvero la valutazione complessiva espressa dal pubblico su ogni singolo programma Tv/Radio (Qualitel Tv, Qualitel Tv Minori e Qualitel Radio) e su ciascuno dei diversi Siti/App (Qualitel Digital);
- **Qualità percepita**, espressa tramite la valutazione da parte del pubblico di alcuni elementi caratteristici dell'offerta come, ad esempio, la conduzione, il ritmo, i contenuti per un programma tv/radio e aspetti quali 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/fruitor, lo conosce ed è in grado di esprimere un giudizio.

Tanto più è piccola la differenza tra l'indice di Gradimento degli spettatori/fruitori e quello dei non spettatori/fruitori, tanto maggiore sarà l'apprezzamento dell'intera platea, preconditione questa anche per un possibile incremento degli ascolti; 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 maturata negli anni di ideazione e realizzazione delle rilevazioni Qualitel, è emerso 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 focus group 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 per l'offerta Tv dedicata ai minori.

Qualitel TV - I risultati della rilevazione dell'anno 2022

L'indagine, basata su una **rilevazione continuativa**, è stata condotta nel periodo **gennaio-dicembre 2022** su un panel di **25.000 individui**, rappresentativi della popolazione residente in Italia dai 14 anni in su, e ha prodotto un totale di **383.385 questionari compilati** da parte di **23.992 individui** del panel che hanno visto i diversi programmi tv oggetto di monitoraggio.

La rilevazione 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.

L'esposizione ai programmi tv è stata rilevata oggettivamente attraverso app meter basate su tecnologie di *sound capturing e sound matching*, installate sui device personali dei panelisti o forniti in dotazione ai "non utenti internet"¹.

Il 2022 ha rappresentato per Rai un anno di transizione dal consolidato modello organizzativo per "reti" verso quello per "generi": lo switch-off tra i due modelli, avviato all'inizio dell'anno si è concluso nel mese di giugno con l'avvio operativo delle Direzioni di Genere.

Allo scopo di rilevare informazioni specifiche per le diverse tipologie di programmi, questi sono stati ricondotti a 15 generi che, diversamente dagli anni precedenti in cui erano posti in corrispondenza con i generi del palinsesto televisivo secondo la rilevazione svolta da Nielsen per Auditel, riprendono ora gli ambiti di competenza editoriale delle Direzioni di Genere/Testate che sono: 1. Approfondimento; 2. Cinema e Serie TV; 3. Contenuti Digitali; 4. Cultura ed Educational; 5. Documentari; 6. Fiction; 7. Intrattenimento Day Time; 8. Intrattenimento Prime Time; 9. Rai News; 10. Rai Parlamento; 11. Sport; 12. Tg1; 13. Tg2; 14. Tg3; 15. Tgr.

In considerazione dell'adozione di questa nuova impostazione il confronto con le precedenti rilevazioni può essere effettuato solo a titolo indicativo.

L'indice di gradimento complessivo dei fruitori dell'offerta Televisiva Rai, misurato su scala 1-10, è pari a un ottimo **7,9** (il 65% 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 generi rilevati e stabile sugli ottimi livelli del 2021.

Tutti i **generi** raggiungono buoni livelli di gradimento; in particolare la **Fiction (8,2** - con il 71% dei fruitori che esprime un giudizio da 8 a 10), la **Cultura ed Educational (8,1** - con giudizi 8-10 espressi dal 69,6% degli spettatori), e l'**Approfondimento (8,0**, con giudizi 8-10 espressi dal 68,6%), si confermano i generi con il punteggio più alto, seguiti dall'**Intrattenimento Prime Time** e **Cinema e**

¹ Le tecnologie *soundcapturing e soundmatching* assicurano una raccolta dati estremamente precisa (granularità di venti secondi). La rilevazione è totalmente obbiettiva 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 tempo reale per effettuare il *sound matching* con il programma visto/ascoltato.

Serie tv (entrambi a **7,9** con giudizi 8-10 espressi rispettivamente dal 64,1% e dal 63,7% degli spettatori).

Il gradimento del pubblico per la programmazione di **Intrattenimento Day Time**, **Documentari** e **Sport** (tutti a **7,8** con, rispettivamente, il 62,5%, 62,8% e 61,1% dei fruitori che esprimono un giudizio 8-10), pur essendo lievemente al di sotto della media dell'offerta Rai nel suo complesso rappresenta un ottimo risultato.

L'**offerta informativa** Rai, contraddistinta dai **Telegiornali** (tutte le testate ottengono valori tra il **7,8** e il **7,9** con giudizi 8-10 contenuti in un range tra il 63,4% e 66,9%), da **RaiNews** (**7,7**, con il 64,2% dei fruitori dei notiziari e rubriche andati in onda sui canali generalisti che esprime un giudizio 8-10) e da **Rai Parlamento**, dedicata all'informazione dal Parlamento e più in generale dalle Istituzioni (**7,3** con il 55% dei giudizi 8-10), ottiene un risultato molto positivo nonostante le specificità del genere e degli argomenti che vengono generalmente trattati in questo tipo di programmi, ben diversi da quelli principalmente destinati all'intrattenimento e all'evasione.

L'offerta di original realizzata dalla Direzione **Contenuti Digitali** ottiene un gradimento decisamente positivo (**7,7** con il 64,1% dei fruitori che esprimono un giudizio 8-10), pur se valutato su un numero di titoli, andati in onda anche sulle reti generaliste, molto ristretto.

Entrando nel dettaglio della valutazione del gradimento dell'offerta per generi nell'ambito della programmazione dei canali generalisti e semigeneralisti:

- La **Fiction di produzione Rai** si conferma come il genere più gradito dell'offerta tv del Servizio Pubblico, con il punteggio più elevato e superiore di 0,3 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 titoli in palinsesto, registra un indice di gradimento in linea con la media di genere (**8,2**); così come Rai3 (**8,2**) seppur su un numero molto più contenuto di prodotti. **Rai2** ottiene un gradimento di **7,9** sull'unica fiction trasmessa nel 2022.
- L'offerta di programmi del genere **Cultura ed Educational**, che nel 2022 comprende anche titoli che negli anni precedenti seguivano una classificazione diversa (come, ad esempio, quelli di approfondimento informativo e intrattenimento), si conferma tra le più apprezzate, con una valutazione superiore a quella dell'offerta Rai nel suo complesso (+0,2). L'offerta si concentra principalmente su **Rai 1 e Rai 3**, che ottengono rispettivamente un punteggio pari a **8,2** e **8,1**. **Rai 2**, con una presenza in palinsesto inferiore, ottiene ugualmente un gradimento positivo pari a **7,9**.
- Per quanto riguarda l'**Approfondimento**, risulta particolarmente apprezzata la programmazione su **Rai3** che ottiene un gradimento medio di **8,1**, con la maggioranza di titoli del genere; segue l'offerta di **Rai1** a **7,9**, mentre la programmazione di **Rai2**, presenta valori leggermente inferiori (**7,7**) su un numero più limitato di programmi.
- Il gradimento del pubblico per l'**Intrattenimento Prime Time**, in linea con la media dell'offerta Rai nel suo complesso, evidenzia come sia apprezzato soprattutto l'Intrattenimento di **Rai3** (**8,0**), seppure su una base ridotta di titoli. Seguono **Rai1** e **Rai2** (entrambi a **7,9**), con Rai1 che presenta l'offerta più ampia di programmi di questo genere.

- Il **Cinema e Serie Tv**, con un'offerta concentrata prevalentemente su Rai2 e su Rai4, raggiunge una valutazione molto positiva su tutti i canali. **Rai4** e Rai2 ottengono rispettivamente un ottimo 8,0 e un 7,9. Valutazione elevata anche per **Rai1** e **Rai3** entrambi ad **8,0** ma con un numero di titoli inferiore. **In particolare**, la serialità d'acquisto di Rai 2 e Rai 4 ottiene un gradimento medio rispettivamente pari a 7,9 e 8,0; mentre la programmazione su Rai 1 e Rai 3 raggiunge per entrambi un punteggio pari a 7,8. Per quanto riguarda la valutazione media per la programmazione di film sulle singole emittenti, si evidenzia un gradimento medio superiore per Rai 1 e per Rai 3 (entrambi a 8,1) mentre Rai 2 e Rai 4 si attestano a 7,8.
- L'**Intrattenimento Day Time**, comprende programmi che negli anni precedenti erano classificati nell'ambito dell'informazione e dei programmi di divulgazione, come i contenitori del mattino e della fascia pomeridiana di Rai1, ed ha quindi un'offerta concentrata prevalentemente su questa rete sulla quale raggiunge un gradimento pari a **7,8**, in linea con la valutazione media del genere. Molto apprezzata l'offerta di **Rai3 (8,0)**, seppure su un numero estremamente ridotto di titoli; segue **Rai2 (7,5)** con una programmazione che comprende anche trasmissioni del palinsesto di Rai Radio 2.
- Il gradimento dei programmi curati dalla direzione **Documentari** mostra un indice medio pari a **7,8**, di poco inferiore alla media Rai (**-0,1**), una valutazione determinata su un'offerta comunque limitata a soli sei titoli trasmessi sulle tre reti generaliste.
- Il genere **Sport**, che comprende gli eventi e le rubriche sportive, è trasmesso prevalentemente da Rai1 e Rai2. L'offerta di **Rai1**, concentrata sugli eventi calcistici come nel 2022 i Campionati mondiali di Calcio e le rubriche dedicate al commento di questa manifestazione, ottiene un gradimento pari a **7,7**. L'offerta di **Rai2**, caratterizzata dalla programmazione delle rubriche e notiziari sportivi (che ottengono complessivamente un gradimento medio pari a 7,7) e da eventi non solo calcistici come i Mondiali di volley femminili e maschili e le Olimpiadi estive e, registra una valutazione molto positiva e in linea con la media di genere (**7,8**). **Rai3**, con un'offerta sportiva ristretta ad alcuni incontri dei mondiali di pallavolo e a meeting di atletica, raggiunge l'ottima valutazione di **8,0**. Si tratta di una valutazione molto positiva che premia la copertura offerta da Rai per le grandi competizioni internazionali che, anche grazie agli ottimi risultati raggiunti in alcuni casi dagli atleti italiani, hanno ulteriormente accresciuto l'interesse ed il coinvolgimento del pubblico.
- Il gradimento dell'offerta dei **notiziari** delle Testate giornalistiche è positivo e non si differenzia molto tra le tre reti con il **Tg2** e il **Tg3** che risultano complessivamente i più graditi con una valutazione pari per entrambi a **7,9**, **seguiti** da **Tg1** e **TGR** con **7,8**.
Anche le **rubriche** curate dalle Testate ottengono tutte ottime valutazioni medie, in particolare quelle del **Tg2** e **Tg3** sono le più apprezzate (**7,9**); seguono quelle della **Tgr (7,8)** e le rubriche e gli speciali del **Tg1** in occasione di eventi di rilievo (**7,7**).

Complessivamente, quindi a livello dei singoli canali generalisti e semigeneralisti, **Rai3** evidenzia il gradimento più elevato, con un punteggio pari a **8,0** (con un giudizio da 8 a 10 espresso dal 67,5% degli intervistati); a seguire, **Rai1** e **Rai2** con un punteggio pari, rispettivamente, a **7,9** e **7,8** (con il 65,1% e il 62,5% degli spettatori che esprime un giudizio da 8 a 10).

Molto apprezzata anche l'offerta di **Rai4**, che registra sul proprio pubblico un punteggio pari a **8,0** (con il 63,1% di giudizi 8-10) relativamente alla parte di programmazione misurata, la più rilevante in termini di audience costituita esclusivamente da Film e Serie Tv di acquisto.

Nello sforzo di estendere continuamente il riscontro ottenuto dalla nostra offerta editoriale, a partire dal 2020 la rilevazione è stata integrata con il monitoraggio del gradimento e qualità percepita della programmazione tv dei canali curati da Rai Cultura (Rai 5, Rai Storia), nonché l'offerta dei canali RaiNews 24 e Rai Sport.

Anche l'offerta di questi **canali tematici** monitorati attraverso il Qualitel risulta molto gradita, con un punteggio medio di **7,7** per la programmazione di **Rai Cultura** nell'ambito della quale il gradimento più elevato è registrato da **Rai Storia (7,9)**, con il 63,7% degli spettatori che esprimono un giudizio 8-10), mentre **Rai 5** registra un risultato altrettanto positivo (**7,6**, con il 57,5% di 8-10). Anche le analisi su **RaiNews 24** e **Rai Sport**, hanno fatto emergere risultati positivi: entrambi i canali ottengono un gradimento medio pari a **7,8** (con percentuali di giudizi 8-10 pari rispettivamente al 61,4% e al 59,6% degli intervistati).

Passando alla **Qualità percepita**, il valore dell'indice che sintetizza le valutazioni sul gradimento dei singoli elementi strutturali dei programmi, come ad esempio la conduzione, il ritmo o la regia, è pari a **7,9** ed esprime un risultato positivo, allineato al gradimento complessivo dell'offerta Rai.

Tra l'offerta delle direzioni di genere andata in onda sui canali generalisti e semigeneralisti si confermano gli ottimi risultati per la qualità della **Fiction** e dei programmi di **Cultura ed Educational (8,1)**, seguono l'**Approfondimento**, i **Documentari** e l'**Intrattenimento Prime Time** (tutti a **8,0**), l'**Intrattenimento Day Time** e la programmazione di **Cinema e Serie Tv** (entrambi a **7,9**). Leggermente inferiori alla media, ma comunque con valutazioni positive, lo **Sport (7,8)**, tutta l'offerta delle testate informative (in un range tra il **7,9** e il **7,4**) e quella curata da **Contenuti digitali (7,7)**.

La **qualità percepita** determinata rispetto ai singoli **canali** mostra valori sopra la media complessiva Rai per **Rai3 (8,0)**, allineata alla media per **Rai1**, e **Rai4 (7,9)**; dove per Rai4 il dato è riferito alla parte di programmazione più rilevante in termini di audience), mentre per **Rai2 (7,8)** il valore dell'indice di qualità è leggermente inferiore alla media Rai.

Per i **canali tematici** rilevati, invece, il dato per la qualità percepita dell'offerta di Rai Cultura supera il giudizio di gradimento (7,8). In particolare, **Rai Storia** ottiene una valutazione molto positiva e pari a 8,0, mentre **Rai 5** registra un buon 7,7. **Rai News 24** e **Rai Sport** registrano invece valori in linea con quelli di gradimento (entrambi pari a 7,8).

Passando all'**analisi del gradimento rilevato sui non spettatori**, ovvero la parte di popolazione che pur non essendo stata spettatrice conosce un certo programma ed è in grado di esprimere un giudizio, il gradimento medio complessivo dell'offerta televisiva Rai risulta più basso, con un valore medio pari a **6,9**, rispetto a quello espresso dagli spettatori (7,9), ma sempre ampiamente sufficiente.

In questo quadro, va rimarcato positivamente il valore più alto della programmazione curata dalla direzione **Documentari** giudicata molto positivamente anche presso la parte di popolazione che non ne è spettatrice ed ha la differenza minore rispetto alle valutazioni degli spettatori (-0,5 punti). La **Fiction** (gradimento medio = **6,0**) e, in misura minore, lo **Sport (6,4)** e **l'Intrattenimento Prime Time (6,6)** sono invece quelli maggiormente polarizzanti, ovvero con la maggiore differenza di valutazione tra chi ne fruisce e chi no (rispettivamente -2,2, -1,4 e -1,3 punti). Seguono, **l'Approfondimento** e **l'Intrattenimento Day Time** con uno scarto di 1,1 punti tra la valutazione espressa dagli ascoltatori e quella dei non ascoltatori. La differenza di valutazioni per il resto dell'offerta delle altre direzioni di genere e testate oscilla in un range tra -0,6 e -1 punti.

L'approfondimento di tipo qualitativo, realizzato sempre nell'ambito della rilevazione di gradimento e qualità percepita attraverso la tecnica dei focus group, per renderla completa ed efficace, evidenzia in generale come tutta la programmazione tv Rai sia tendenzialmente apprezzata più dal pubblico adulto che dai giovani. In particolare, in riferimento all'offerta curata dalle diverse Direzioni di Genere, emerge quanto segue.

L'intera platea riconosce **all'intrattenimento Rai, sia che si tratti di quello del day time che di quello di prima serata**, una matrice comune che risponde al bisogno del telespettatore di uno stile distintivo, garbato e composto, coerente con il ruolo di Servizio Pubblico dal quale ci si aspetta maggiore controllo dei contenuti.

L'Intrattenimento Day Time, prevalentemente all'insegna dell'informazione, accompagna soprattutto la mattinata dei telespettatori, in genere più adulti, con una modalità di fruizione più discontinua basata sui propri impegni e sull'interesse verso l'argomento trattato. Nel **pomeriggio** il telespettatore si pone invece in maniera più selettiva nella scelta dei programmi di questo genere con una maggiore attenzione su contenuti e conduzione. Nel **Prime Time**, la fruizione diventa, in linea di massima, più disimpegnata, con programmi che coinvolgono tutta la famiglia; la richiesta è quella di contenuti maggiormente all'insegna della leggerezza e del divertimento che permettano di alleggerire le tensioni della quotidianità.

Un punto di attenzione riguarda il pubblico più giovane che percepisce le produzioni Rai come poco adatte a loro nei linguaggi e nei format.

Tutti riconoscono la qualità e l'ampiezza dei temi trattati nei programmi di **divulgazione culturale Rai** che rappresentano un riferimento ormai consolidato. Tuttavia, da parte dei giovani emerge l'esigenza di contenuti adatti a ritmi e tempi di fruizione più rapidi e con un tipo di approccio maggiormente disimpegnato e meno "didattico".

Rai conferma la propria funzione di Servizio Pubblico fornendo **un'informazione** ritenuta puntuale e attendibile, anche grazie al ricorso a fonti accertate e istituzionali. La qualità dei **programmi di approfondimento**, dei **notiziari** e delle **rubriche** curate dalle testate, viene attribuita a Rai da tutte le fasce di pubblico grazie ad aspetti come: l'affidabilità dei contenuti, la professionalità dei conduttori e lo stile complessivamente sobrio; il grado di approfondimento ed una riconosciuta onestà intellettuale e rispetto del telespettatore. I **TG Rai**, soprattutto quelli serali, rappresentano un appuntamento immancabile. Apprezzata anche la quantità e frequenza di tutti gli spazi dedicati

all'informazione, con il **TG Regionale** considerato una finestra sempre aperta sul territorio e le realtà locali.

La **Fiction** rappresenta un appuntamento prevalentemente serale che soddisfa il bisogno casalingo di svago e relax. Trasversalmente alle fasce d'età, emerge la percezione di come, nel corso degli anni, ci sia stata una crescita della qualità delle fiction di produzione Rai, con una migliorata capacità di rispondere ai bisogni di un pubblico più selettivo ed esigente, senza però tradire i parametri di riferimento della mission aziendale. I contenuti appaiono infatti mirati a trasmettere dei messaggi in linea con la funzione pubblica dell'Azienda, spesso di carattere educativo, valoriale e comportamentale. Sempre misurate nel linguaggio, nella comunicazione e nelle immagini che si vuole lontane dalla violenza. Le storie narrate afferiscono più spesso alle relazioni umane, a eventi storici, personaggi importanti del passato, fatti realistici, calati nella realtà del nostro Paese, anche facendo ricorso all'ambientazione, con le location riprese in modo quasi documentaristico, capaci di contribuire alla promozione del territorio.

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 dei singoli programmi di soddisfare, tramite la visione, 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 7,8, in crescita di 0,1 punti rispetto al 2021, con un contributo maggiore dell'offerta realizzata dalle direzioni Cultura (il cui indice è pari a 8,0), Approfondimento (7,9), Documentari, Telegiornali e Fiction (tutti a 7,8), seguiti da Intrattenimento Prime Time e Day Time e da RaiNews (tutte a 7,7), Sport e Cinema e Serie Tv (entrambe a 7,6), Contenuti Digitali (7,4) e Rai Parlamento (7,2). 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, unite alla capacità di essere autorevoli e credibili.

In linea con i canali generalisti, anche i canali tematici ottengono riscontri molto positivi rispetto alla capacità di promuovere la coesione sociale con Rai Storia a 7,8, RaiNews 24 a 7,7, Rai Sport a 7,6 e Rai5 a 7,5. In nessun caso, nel complesso dell'offerta televisiva, si registrano programmi con valori dell'indice di contributo alla Coesione Sociale inferiori alla sufficienza.

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.

Nel complesso, la **programmazione televisiva Rai ottiene un giudizio pari a 8,0** (stabile rispetto al 2021): 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, in nessun caso, registrano

valutazioni inferiori al 6,8. I giudizi appena più contenuti rispetto al 7,0 appaiono estremamente limitati e si riferiscono prevalentemente ad alcuni programmi di Intrattenimento Prime Time e Day Time, e ad alcuni film e serie tv d'acquisto.

Si ricorda che 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 seguendo un duplice approccio, ovvero 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, che indaga 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 2022

Il monitoraggio ha riguardato tutta la programmazione trasmessa dalle 6.00 alle 21.00 dai canali Rai Radio 1, Rai Radio 2, Rai Radio 3 e Rai Isoradio.

L'indagine, basata su una **rilevazione continuativa**, è stata condotta da gennaio a dicembre, relativamente alla programmazione del periodo, su un panel di 25.000 individui rappresentativi della popolazione residente in Italia dai 14 anni in su, e ha prodotto un **totale di 44.660 questionari compilati da parte di 14.527 individui** del panel che hanno ascoltato i diversi programmi radio oggetto di monitoraggio.

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

Allo scopo di rilevare informazioni specifiche per le diverse tipologie di programmi in onda su Rai Radio 1, Rai Radio 2 e Rai Radio 3, 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 **Rai Isoradio**, caratterizzata da una programmazione di flusso tendenzialmente non inquadrabile in un palinsesto, la valutazione, basata su **7.035** questionari compilati, riguarda l'emittente nel suo complesso.

L'indice di gradimento complessivo dei fruitori dell'offerta Rai Radio, misurato su scala 1-10, è pari a **8,0** (il 67,2% 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 2021 (+0,1 punti).

I singoli canali mostrano **punteggi positivi** e in crescita rispetto al 2021, con **Rai Radio 2** che registra il gradimento più elevato, con un punteggio medio sulla propria programmazione pari a **8,1** (con un giudizio da 8 a 10 espresso dal 69,7% degli intervistati), e conferma la sua leadership tra le emittenti Rai. A seguire, **Rai Radio 1** e **Rai Radio 3 entrambi** con un punteggio pari a **7,9** (con, rispettivamente, il 64,3% e il 68,4% degli ascoltatori che esprime un giudizio 8-10).

Il gradimento del canale **Rai Isoradio** è pari a **7,9** (con il 70,1% degli ascoltatori che esprime un giudizio 8-10), sostanzialmente stabile rispetto al 2021.

² Le tecnologie *soundcapturing e soundmatching* assicurano una raccolta dati estremamente precisa (granularità di venti secondi). La rilevazione è totalmente obbiettiva 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 tempo reale per effettuare il *sound matching* con il programma visto/ascoltato.

Tutti i **generi** raggiungono buoni livelli di gradimento; in particolare **Intrattenimento e varietà (8,1)**, con il 69,1% dei fruitori che esprime un giudizio da 8 a 10), si conferma complessivamente tra i generi più graditi nell'ambito della programmazione di Rai Radio, insieme a **Cultura** e alle **News (8,1)** per entrambi con, rispettivamente, il 72,5% e il 66,7% dei voti 8-10 e in crescita di 0,3 e 0,2 punti rispetto al 2021), con l'informazione del Giornale Radio che si conferma un altro pilastro riconosciuto dell'offerta radiofonica Rai apprezzato su tutti e tre i canali. Gli altri generi riportano un punteggio di poco inferiore alla media dell'offerta radiofonica complessiva: **Musica, Informazione e Sport** e **Società**, tutti a **7,9** (con giudizio 8-10 espresso rispettivamente dal 67,9%, 64,8% e 65,7% degli ascoltatori).

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

- **Rai Radio 1** registra il maggior gradimento relativamente ai generi **News (8,0)**, **Società** e **Informazione e Sport** (entrambi a **7,9**, con il genere Società in crescita di 0,2 punti)
- **Rai Radio 2** presenta un gradimento maggiore per i generi **Musica e News** (entrambi a **8,2**, con il genere News in crescita di 0,1 punti), e **Intrattenimento e Varietà (8,1)**. In crescita di 0,4 punti rispetto al 2021 il genere **Informazione e Sport (7,8)**
- **Rai Radio 3** ottiene valori molto positivi per i generi **News (8,2; +0,4** punti rispetto al 2021), **Cultura** e **Società** (entrambi a **8,1; +0,3** punti).

Più in dettaglio per i diversi generi:

Il gradimento per l'**Intrattenimento e Varietà** è molto positivo e superiore a quello fatto registrare dall'offerta Rai Radio nel suo complesso (**8,1**; in crescita di 0,1 punti rispetto al 2021) con i programmi di Rai Radio 2 che rappresentano la totalità di questa tipologia di offerta.

Il gradimento del genere **News**, anch'esso superiore al complesso dell'offerta Rai, è in crescita rispetto all'anno 2021 (8,1, +0,2 punti). Tra le edizioni principali dei Giornali Radio le più gradite sono il **GR2 delle 19.30** che, seppure con un numero ridotto di ascoltatori, ottiene l'ottima valutazione di **8,4**; il **GR3 delle 13.45 (8,3)**, **GR1 delle 7:00**, il **GR Regione delle 12:10**, il **GR2 delle 7:30** e il **GR2 delle 13:30**, il **GR3 delle 8:45** e il **GR3 delle 16:45** (tutti a **8,2**).

Il gradimento del genere **Cultura** (presente quasi esclusivamente sulla programmazione di Rai Radio 3) è pari a **8,1**, un valore molto positivo, in netta crescita all'anno 2021 (+0,3 punti) superiore a quello fatto registrare dall'offerta radiofonica Rai nel suo complesso (+0,1 punti).

Il gradimento dei programmi del genere **Musica** risulta leggermente inferiore rispetto al punteggio medio dell'offerta Rai (**7,9**) e stabile rispetto al 2021. **L'offerta del genere sui singoli** canali presenta **valutazioni molto positive** per **Rai Radio 2 (8,2)** che registra livelli di gradimento superiori alla media di genere, mentre **Rai Radio 3 (7,7)** e **Rai Radio 1 (7,4** con un'offerta sensibilmente inferiore a quella degli altri canali) ottengono valutazioni inferiori.

Il genere **Società (7,9; +0,1** punti rispetto al 2021), registra un gradimento ampiamente positivo, di

poco inferiore al punteggio dell'offerta Rai nel suo complesso (-0,1 punti). L'analisi per canale evidenzia come **Rai Radio 3 (8,1)** risulti superiore alla media di genere (+0,2 punti), mentre **Rai Radio 1** e **Rai Radio 2** raggiungono un indice di gradimento leggermente inferiore e in linea con la media di genere (**7,9**).

Il gradimento del genere **Informazione e Sport (7,9)** risulta leggermente inferiore a quello medio dell'offerta Rai (-0,1 punti) ma in crescita rispetto al 2021 (+0,2 punti). La valutazione attribuita alle **single emittenti** conferma **punteggi positivi per Rai Radio 1 (7,9)** che registra livelli di gradimento leggermente superiori all'anno 2021 (+0,1), mentre **Rai Radio 2** e **Rai Radio 3, ottengono valutazioni leggermente più basse** (entrambi **7,8**) ma con un punteggio in crescita rispetto alla rilevazione 2021 (rispettivamente +0,4 e +0,1 punti).

Passando all'esame della **Qualità percepita**, l'indice che sintetizza il gradimento espresso dal pubblico sui singoli elementi strutturali dei programmi (quali il conduttore/conduttrice, il ritmo, il tono del linguaggio, la selezione musicale, ecc.) è pari a **8,0** e risulta positivo su tutti i generi dell'offerta radiofonica Rai confermando l'ottimo risultato registrato per il gradimento: **Intrattenimento e Varietà, Cultura e News (8,1), Musica e Società (8,0)**, mentre il genere **Informazione e Sport (7,9)**, è leggermente inferiore alla media. L'indice per singole emittenti mostra **Rai Radio 2** al di sopra della media complessiva dell'offerta Rai (8,1; +0,1 punti), mentre **Rai Radio 1** e **Rai Radio 3** (entrambi a 8,0) ottengono una valutazione in linea con la media.

Il **gradimento medio complessivo dell'offerta radiofonica Rai rilevato sui non ascoltatori** registra un valore medio pari a **6,6**, più basso rispetto a quello espresso dagli ascoltatori (-1,4 punti), ma in ogni caso ancora ampiamente sufficiente.

Al contrario di quanto accade per l'offerta tv, i non ascoltatori Rai Radio non esprimono valutazioni significativamente differenti tra i diversi generi, che restano tutti abbondantemente sopra la sufficienza e senza evidenziare situazioni di polarizzazione più marcata tra i giudizi degli ascoltatori e quelli dei non ascoltatori. Il gradimento più alto è quello relativo ai generi **Società, Cultura, Intrattenimento e varietà** (tutti a 6,6), con una differenza rispetto alla valutazione espressa dagli ascoltatori rispettivamente di -1,3, -1,5 e -1,4 punti. Seguono i generi **News, Musica e Informazione e sport** (tutti a 6,5; -1,6, -1,4 e -1,4 punti rispetto agli ascoltatori).

Le **fasi qualitative di ricerca** effettuate ad integrazione della rilevazione hanno messo in evidenza come venga riconosciuta da tutti la capacità di Rai di offrire contenuti di qualità, di promuovere cultura ed offrire spunti di ragionamento.

I canali Rai radio, ognuno con le sue specifiche caratteristiche, risultano essere molto apprezzati dagli ascoltatori:

- **Rai Radio 1** è considerato un capostipite per le radio Rai, con una programmazione interessante, importante e di livello molto alto. E' una radio percepita come competente, professionale e autorevole ma anche originale ed elegante, in grado di mettere a proprio agio l'ascoltatore e di concorrere alla formazione di opinioni e idee attraverso la professionalità dei

conduttori. Rispetto ai competitor, Rai Radio 1 si differenzia per lo stile del linguaggio pacato e con un alto livello culturale informativo.

- **Rai Radio 2** viene giudicato un canale con uno stile che lo differenzia dagli altri. Molto apprezzati i conduttori, riconosciuti come capaci di coinvolgere e stimolare il pubblico in ascolto. Intrattenimento e informazione sembrano strettamente connessi nel percepito del pubblico: l'equilibrio tra comicità e serietà nel trattare tematiche importanti dona leggerezza e piacere nell'ascolto. I temi proposti e il modo in cui sono trattati stimolano gli ascoltatori a confrontarsi e scambiarsi idee permettendo di intervenire durante le trasmissioni e creando un coinvolgimento del pubblico. Rispetto alla concorrenza, Rai Radio 2 si differenzia per lo stile del linguaggio sempre garbato ed educato.
- **Rai Radio 3**, con un'ampia varietà di programmi trasmessi, dall'informazione, alla divulgazione scientifica, alla cultura, rappresenta una realtà molto distintiva nel panorama radiofonico; viene considerata dai suoi ascoltatori come una radio di nicchia, prestigiosa, poliedrica e impegnata con successo in tutti i settori di una programmazione radiofonica rivolta ad un pubblico selezionato e prevalentemente maturo.

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 di contributo alla coesione sociale è pari a **7,9**, in crescita di 0,1 punti rispetto al 2021.

Il genere **News** è quello con il valore più elevato di questo indice (8,1); seguono gli altri generi sempre con valori ampiamente positivi: **Cultura** (8,0), **Intrattenimento e Varietà** (7,9), **Musica e Società** (entrambi a 7,8), **Informazione e sport** (7,7).

A livello medio di canale, l'indice di contributo alla coesione sociale è più elevato per Rai Radio 2 e Rai Radio 3 (entrambi a 7,9) seguiti da Rai Radio 1 e Rai Isoradio (7,8). In modo simile a quanto osservato per i programmi tv, le caratteristiche dei programmi Rai Radio che più influiscono sul valore dell'indice sono quelle inerenti al rispetto nei confronti di tutti e al rispetto nei confronti delle donne, caratteristiche che si uniscono, nel caso dei programmi informativi, alla capacità 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 tutti valutazioni **superiori al 7,4**.

Nel complesso, la **programmazione radiofonica Rai** ottiene un giudizio medio pari a 8,1 (+0,1 punti rispetto al 2021), con Rai Radio 1 e Rai Radio 2 a 8,1, Rai Radio 3 a 8,0 e Rai Isoradio a 7,9.

La capacità di Rai di promuovere coesione sociale e di rappresentare le donne in modo corretto e rispettoso attraverso la propria offerta radiofonica è indagata in modo più approfondito tramite una ricerca dedicata condotta sulla popolazione, alla quale si rimanda per tutti gli approfondimenti. Tale ricerca quali-quantitativa è volta a rilevare il vissuto e le attese rispetto ad entrambi i temi suddetti, indagando nello specifico il percepito della popolazione 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 2022

Il monitoraggio ha riguardato l'offerta Digital Rai (siti e app) composta da **RaiPlay, RaiPlay Sound, Rai News, Rai Cultura e Rai Scuola**.

L'indagine, basata su una rilevazione continuativa su base mensile, è stata condotta 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 **9.873 questionari compilati** da **4.487 individui fruitori** effettivi individuati in modo automatico e oggettivo attraverso (agent tracker di siti e app installati su device fissi e mobili dei panelisti stessi. Vista la possibilità che lo stesso dispositivo possa essere utilizzato da più persone in famiglia, l'uso effettivo del sito/app è comunemente 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 2022, è pari ad un ottimo **8,0** su una scala 1-10, in crescita rispetto all'anno 2021 (+0,2 punti).

Le valutazioni migliori sono ottenute da **Rai Cultura (8,1)**, con il 70,5% dei rispondenti che esprime un giudizio 8-10), **RaiPlay e Rai News** (entrambi a **8,0**; rispettivamente con il 64,7% e il 67,3% dei rispondenti che esprime un giudizio 8-10), dove per RaiPlay il giudizio è rafforzato dal numero molto più elevato di utenti. Seguono **Rai Scuola (7,9)**; 66,8% dei giudizi 8-10), e **RaiPlay Sound (7,8)**; 65,8% dei giudizi 8-10) che, a partire da dicembre 2021, ha sostituito RaiPlay Radio continuando ad offrire le dirette dei 12 canali radiofonici Rai e i contenuti podcast originali proponendo una modalità di fruizione fortemente innovata e maggiormente focalizzata sui singoli contenuti.

L'indice della qualità percepita, che sintetizza il gradimento espresso dal pubblico sui singoli elementi strutturali dei siti/app, restituisce un livello di qualità leggermente inferiore al gradimento complessivo ma molto positivo (7,8). **Rai Cultura (8,0)** mostra il punteggio più alto (+0,2 punti rispetto alla media), seguito da **Rai News e Rai Scuola** (entrambi a 7,9). Per **RaiPlay**, che registra un punteggio leggermente inferiore (7,8) la valutazione della qualità percepita, come quella del gradimento, è rafforzata dal numero molto più elevato di fruitori. Anche **RaiPlay Sound** mostra un punteggio leggermente al di sotto della media, (7,8; -0,2 punti), in linea con il gradimento complessivo. Anche per quanto riguarda i contenuti esclusivi di RaiPlay, considerati interessanti e di qualità, la qualità percepita è superiore al gradimento con un ottimo 7,9.

Il gradimento di **RaiPlay** risulta positivo e in linea con la media dell'offerta digital Rai nel suo complesso. Particolarmente apprezzati: i contenuti di qualità, interessanti e completi, la facilità di utilizzo, la grafica gradevole e comprensibile, il mix tra i diversi tipi di contenuti proposti. Tra le aree di miglioramento viene indicata, relativamente alla user experience, la facilità di riprodurre parti specifiche di un programma o contenuto.

Su RaiPlay viene rilevato anche il gradimento e la qualità percepita dei suoi contenuti esclusivi, 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 8,0, un valore in linea con l'offerta digital nel suo complesso, grazie soprattutto ai suoi contenuti culturali, di intrattenimento, a quelli informativi, ai film e alle fiction.

Il gradimento di **RaiPlay Sound**, che a dicembre 2021 ha sostituito RaiPlay Radio risulta di poco inferiore alla media dell'offerta complessiva (-0,2 punti). I punti di forza riconosciuti dai suoi fruitori sono la qualità dei contenuti, aggiornati e interessanti. Tra le aree di miglioramento viene riscontrata, relativamente alla user interface, la chiarezza e comprensibilità della grafica, mentre per quanto riguarda la user experience la facilità di utilizzo e di accesso ai contenuti e il mix tra le tipologie di prodotti proposti.

Il gradimento per **Rai News** è in media con quello dell'offerta digital complessiva. Molto apprezzate la completezza e qualità delle informazioni e dei contenuti, il modo in cui vengono trattate le notizie, la facilità di accesso ai contenuti. Margini di miglioramento si riscontrano per aspetti relativi alla user experience nella facilità di utilizzo e per la user interface nella comprensibilità della grafica e nell'estetica delle pagine.

Anche il gradimento di **Rai Scuola**, benché leggermente inferiore all'offerta complessiva (-0,1 punti), risulta molto positivo. I punti di forza riguardano l'offerta che propone contenuti interessanti e di qualità e la user experience grazie alla facilità di utilizzo. Margini di miglioramento del sito sono relativi alla user interface per quanto attiene alla chiarezza e comprensibilità della grafica.

La valutazione per l'offerta digital di **Rai Cultura** è superiore alla media dell'offerta digital Rai nel suo complesso (+0,1 punti). La user experience, caratterizzata dalla facilità di ricerca e accesso, oltre che dai contenuti interessanti e di qualità, è un punto di forza del sito. Tra le aree di miglioramento viene individuata la facilità di navigazione tra le diverse sezioni e, relativamente alla user interface, la chiarezza e comprensibilità della grafica, l'estetica delle pagine.

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 l'8,4% dichiara di non utilizzare il sito/app perché non gli piace, l'8% non è interessato ai contenuti offerti e il 7,3% preferisce siti/app simili.

L'approfondimento di tipo qualitativo, realizzato sempre nell'ambito della rilevazione di qualità percepita attraverso la tecnica dei focus group, ha permesso di mettere in evidenza anche per quanto riguarda l'offerta Digital, la qualità di Rai, riconosciuta dagli intervistati come caratteristica peculiare della media company. Con l'offerta digitale la Rai conferma il suo ruolo di Servizio Pubblico differenziandosi dalle altre piattaforme grazie a contenuti orientati alla cultura, alla scuola, alla storia, all'attualità e agli approfondimenti.

RaiPlay in particolare risulta apprezzato per la ricchezza del catalogo e per la presenza di contenuti di qualità, tra i quali i contenuti esclusivi della piattaforma, che sono molto apprezzati da chi li conosce ma che faticano però ancora a emergere nel percepito della maggioranza degli utenti.

RaiPlay Sound viene considerata una piattaforma completa ed esauriente che soddisfa le necessità degli utenti. Ha un'immagine tradizionalista e conservatrice, seria ed affidabile che si riflette nei suoi contenuti di qualità.

Rainews.it è uno dei pilastri dell'offerta RAI. La qualità e il valore di servizio pubblico riconosciute a Rainews.it sono riconducibili alla chiarezza, alla comprensibilità, alla capacità di arrivare a tutti, alla facilità di utilizzo e alla produzione di servizi informativi esauriente e sempre aggiornata.

Qualitel Tv Minori - I risultati della rilevazione dell'anno 2022

L'indagine è stata condotta nel periodo gennaio-dicembre 2021 relativamente alla programmazione andata in onda su **Rai Gulp** e **Rai YoYo** nell'anno 2022.

I **28.445 questionari compilati**³, sono stati somministrati ad un campione di **2.671 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 trasmessi su questi canali.

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 principalmente rivolti ovvero: Rai Yoyo (4-7 anni) e Rai Gulp (8-10 anni).

L'indice di gradimento complessivo dei fruitori dei canali Rai dedicati ai minori, misurato su scala 1-10, risulta positivo per entrambi i canali 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 stabile rispetto all'anno 2021 (**8,0**), ottiene giudizi positivi su tutte le fasce d'età, con valori leggermente superiori in quella 8-10 anni (8,1; con il 69,4% dei fruitori che 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 (8,1; con il 68,5% 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 i suoi personaggi, i disegni animati, le ambientazioni e 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 **7,9** (con il 59,7% dei fruitori che ha espresso un giudizio da 8 a 10). Il canale ottiene giudizi omogenei tra i diversi target con valori pari a 7,9 nella fascia 4-7 e 8-10 anni (con rispettivamente il 63,2% e il 59,6% che hanno espresso un giudizio da 8 a 10) e 7,7 in quella tra gli 11 e i 13 anni (con il 51,3% che ha espresso un giudizio da 8 a 10).

I personaggi, i presentatori e i disegni animati sono gli elementi più graditi dei programmi del canale che si contraddistinguono per la capacità di divertire, incuriosire, rilassare e tenere compagnia, oltre che per la facilità nel seguire i programmi offerti.

Il livello di **adeguatezza della programmazione** dei due canali RAI è giudicato complessivamente molto positivo dai genitori dei bambini tra i 4 e i 10 anni.

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

Per **Rai Yoyo**, la valutazione media dell'adeguatezza dei programmi offerti rilevata sui genitori dei bambini di 4-7 anni è pari ad **8,0** (con il 64% degli intervistati che ha espresso un giudizio da 8 a 10), mentre i genitori dei bambini di 8-10 anni riportano una valutazione ancora più alta (**8,1**; 67,6% di giudizi 8-10).

L'offerta di **Rai Gulp** viene giudicata maggiormente adeguata dai genitori di bambini 8-10 anni (**8,1**; con il 69,8% che ha espresso un giudizio da 8 a 10) rispetto a quelli dei più piccoli (**7,8**; con il 60,2% 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 **7,9** sulla fascia di età 4-7 anni; **7,8** sul target 8-10 anni; e **7,7** sul target 11-13 anni. Per **Rai Gulp** la valutazione migliore, pari a **8,2**, si ha sulla fascia d'età 11-13 anni; allo stesso modo i bambini di 4-7 e 8-10 anni esprimono valutazioni molto elevate pari, rispettivamente a **7,9** e **8,1**.

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 **7,2** sul *core target* 4-7 anni per Rai Yoyo e **7,4** sul *core target* 8-10 anni per Rai Gulp; valori inferiori rispetto a quelli espressi dagli spettatori sugli stessi target (-0,7 punti per entrambi i canali), ma comunque sempre molto superiori alla sufficienza e quindi da ritenere decisamente positivi.