



Rai

# QUALITEL DIGITAL

Monitoraggio del gradimento  
e della qualità percepita  
dell'offerta digital di RAI

GPI  
INFORMATION RESEARCH

EMG  
DIGITAL RESEARCH

NOTOSONDAGGI

MG  
RESEARCH

Anno 2021

Premessa metodologica e obiettivi	3
Sintesi dei risultati	8
Rai Play	14
Rai Play Radio	16
Rai.it	18
Rai News	20
Rai Sport	22
Rai Scuola	24
Rai Cultura	26
La presenza Rai sui Social Network	28
Non esposti: motivi di non utilizzo	31
Appendice - Principali evidenze dalle rilevazioni qualitative	33
Metodologia: la modalità di rilevazione	38

# Premessa metodologica e obiettivi

✓ La Direzione Marketing Rai ha realizzato, in collaborazione con il consorzio composto dagli Istituti:

- MG Research
- Noto Sondaggi
- EMG Different
- GPF Inspiring Research,

la misurazione continuativa del gradimento e della qualità percepita dell'offerta digital di RAI, così come indicato dal vigente Contratto di Servizio 2018-2022.



✓ L'indagine è stata condotta nel periodo gennaio-dicembre 2021.

## Rilevazione dell'offerta DIGITAL RAI – Anno 2021

L'approccio metodologico utilizzato si basa su **tre elementi fondamentali** per garantire elevati livelli di affidabilità e qualità della rilevazione del dato.

1

### Panel di rilevazione

Panel di **25.000** individui di età **14+** **rappresentativo dell'intera popolazione residente in Italia**, correttamente distribuito per sesso, età, area geografica, ampiezza centro, titolo di studio e professione.

2

### Metodologia (I)

**Rilevazione tramite agent tracker** su device fissi e mobili dei siti/app utilizzate. Vista la possibilità che lo stesso dispositivo possa essere utilizzato da più persone e la riduzione progressiva dei dati che è possibile intercettare sui dispositivi mobili, l'effettiva esposizione al sito/app è comunque verificata tramite apposita domanda.

3

### Metodologia (II)

La rilevazione avviene su base mensile, tramite **piattaforma CAWI** (Computer Assisted Web Interviewing) in grado di **dialogare con l'app** in uso ai panelisti e sottoporre i questionari specifici relativi ai siti o alle app utilizzate.



**Metodologia**

Interviste autocompilate **via app / via web browser**

**Target**



Utenti dei canali digital (siti/app) di RAI

**Campione**



Dal panel del Consorzio (dedicato alla rilevazione RAI), composto da 25.000 unità rappresentative della popolazione italiana 14+ (segmentate per le principali variabili sociodemo), sono state realizzate interviste ad utenti dei siti/app Rai identificati tramite agent tracker su device fissi e mobili dei panelisti

**Periodo di rilevazione**



Gennaio – Dicembre 2021 su base mensile

**Totale interviste**



Nel corso del 2021 sono state realizzate **22.297 interviste** ad utenti dei siti/app RAI ottenute su **9.291 individui**

- ✓ **Base campionaria:** esposti ai siti/app Rai nel mese precedente l'intervista
- ✓ **Offerta indagata:** sono state rilevate informazioni su tutti i siti/app Rai (Rai.it, Rai Play, Rai Play Radio/Sound, Rai News, Rai Sport, Rai Scuola, Rai Cultura.
- ✓ **Aree di indagine:** le informazioni specifiche rilevate per ciascun sito/app differiscono in funzione della tipologia della categoria di appartenenza del sito (video, radio, news).

Ogni questionario considera, complessivamente, i seguenti aspetti:

- **gradimento** del sito/app in generale
- **qualità percepita** sulle singole componenti del programma

In relazione all'intera offerta, è stata inoltre indagato il gradimento dei profili/pagine Rai sui principali social network (Facebook, Twitter, Instagram)

Gli **indici sintetici** mostrati nel report derivano dalla **valutazione media** dei programmi visti dai panelisti, rilevata su una scala con punteggio da 1 a 10.

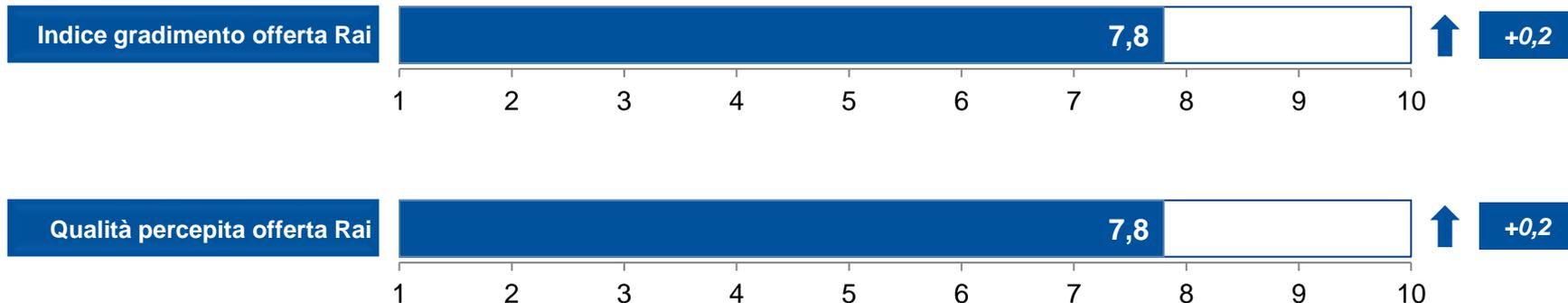
# Sintesi dei risultati

- ✓ Nel 2021 **continua il trend di crescita dell'offerta digital Rai** cominciato già nel 2020. Nel complesso, la Rai migliora di 0,2 punti l'indice di gradimento attestandosi per il 2021 al **7,8**.
- ✓ A determinare la crescita del gradimento complessivo dell'offerta Digital RAI sono stati soprattutto la crescita di apprezzamento registrata per **Rai News** (7,8; +0,3 punti), **Rai.it** (7,7; +0,3 punti) e **Rai Sport** (7,7; +0,2 punti).
- ✓ Migliora anche il gradimento delle due piattaforme **RaiPlay** (7,9; +0,1), il cui giudizio è rafforzato dal numero molto più elevato di rispondenti, e **RaiPlay Radio** (7,7; +0,1). **Debutto più che positivo per la nuova piattaforma Rai Play Sound** i cui primi dati, anche se numericamente non elevati, sono più che lusinghieri (7,8).
- ✓ Si confermano al top del gradimento delle piattaforme digital Rai, Rai Cultura (8,0), in crescita di un ulteriore 0,1 punti di gradimento e Rai Scuola (7,9), stabile rispetto allo scorso anno.
- ✓ Anche gli indicatori di **qualità percepita**, che sintetizza il giudizio per i singoli elementi strutturali dei siti/app, e di **immagine percepita**, che indica la capacità di soddisfare i bisogni degli utenti, risultano in crescita rispetto al 2020 in linea con il gradimento complessivo dell'offerta digital Rai. In particolare **la qualità percepita cresce di 0,2 punti** arrivando a 7,8 e **l'immagine percepita** si attesta a 7,7 con una **crescita di 0,1 punti** sullo scorso anno.
- ✓ Anche il **gradimento per i profili e le pagine social di RAI risulta in crescita**: Facebook sale al 7,9 (+0,1), Twitter a 8,0 (+0,2) e Instagram a 8,1 (+0,2)

# La valutazione dell'offerta digital RAI



DELTA su  
2020



# Gli elementi che compongono l'Indice di Qualità Percepita



Leggerà ora una serie di affermazioni che possono essere attribuite a [IL SITO / L'APP] di [NOME].

		VIDEO	NEWS	SPORT	RADIO	RAI.IT
User Friendly	È facile da usare, è intuitivo	X	X	X	X	X
	È strutturato e organizzato bene	X	X	X	X	X
Accessibilità	È facile navigare tra le diverse sezioni proposte	X	X	X	X	X
	È facile ricercare ed accedere ai contenuti che propone	X	X	X	X	X
	È facile vedere parti o sezioni di programmi	X	X	X	X	X
Grafica e chiarezza espositiva	Permette facilmente di accedere alla guida programmi	X*			X	X
	La grafica complessiva / Il layout delle pagine è chiara e comprensibile	X	X	X	X	X
	La grafica complessiva / Il layout delle pagine è gradevole / attraente	X	X	X	X	X
Look & Feel	Ha immagini e audio di qualità	X	X	X	X	X
	È completo, ricco di informazioni e contenuti	X	X	X	X	X
Completezza e qualità informativa	Offre contenuti interessanti	X	X	X	X	X
	Offre contenuti di qualità	X	X	X	X	X
	È costantemente aggiornato nei contenuti	X	X	X	X	X
	Offre approfondimenti sui contenuti in diverse forme: testi, audio, video, link	X	X	X	X	X
Social	Trovo utile la presenza di una sezione relativa alle notizie internazionali		X			X
	Trovo utile la presenza di una sezione relativa alle notizie regionali/del territorio		X			X
	È facile condividere contenuti sui social network	X	X	X	X	

N.B. Eccetto RAI Cultura

# La valutazione dell'offerta digital RAI 2021 (vs 2020)



Property	GRADIMENTO			QUALITA' PERCEPITA	Δ	IMMAGINE PERCEPITA	Δ
	Giudizio medio	Δ	% voti 8-10				
Media Rai offerta digital	7,8	0,2	61,0	7,8	0,2	7,7	0,1
Rai Play	7,9	0,1	63,3	7,8	0,1	7,8	0,1
Rai Play Radio	7,7	0,1	59,0	7,6	0,0	7,6	0,0
Rai Play Sound	7,8	-	58,9	7,8	-	7,8	-
Rai .it	7,7	0,3	59,0	7,7	0,3	7,7	0,3
Rai News	7,8	0,3	61,1	7,8	0,3	7,8	0,3
Rai Sport	7,7	0,2	55,3	7,7	0,2	7,7	0,1
Rai Scuola	7,9	0,0	64,1	7,8	0,1	7,9	0,0
Rai Cultura	8,0	0,1	64,3	8,0	0,2	8,0	0,1

\*\* Dal mese di Dicembre 2021 Rai Play Radio è stato sostituito da Rai Play Sound  
 Nota: le variazioni tra i due semestri sono calcolate tenendo conto dei valori delle medie comprensivi di tutti i decimali.

# La valutazione dell'offerta digital RAI 2021– dettaglio per semestri



GRADIMENTO



QUALITÀ PERCEPITA



IMMAGINE PERCEPITA

	1° sem	2° sem	var	1° sem	2° sem	var	1° sem	2° sem	var
MEDIA OFFERTA DIGITAL	7,8	7,9	↑	7,7	7,8	↑	7,7	7,8	↑
<b>Rai Play</b>	7,9	7,9	↑	7,8	7,8	↑	7,7	7,8	↑
<b>Rai Play Radio</b> **	7,5	7,9	↑	7,4	7,8	↑	7,5	7,8	↑
<b>Rai Play Sound</b> **	**	7,8	-	**	7,8	-	**	7,8	-
<b>Rai .it</b>	7,7	7,8	↑	7,7	7,7	↑	7,6	7,7	↑
<b>Rai News</b>	7,8	7,9	↑	7,8	7,8	↑	7,8	7,8	↓
<b>Rai Sport</b>	7,7	7,8	↑	7,7	7,7	↑	7,6	7,7	↑
<b>Rai Scuola</b>	7,9	7,9	↓	7,8	7,9	↑	7,9	7,9	↑
<b>Rai Cultura</b>	8,1	7,9	↓	8,0	7,9	↓	8,1	7,9	↓

\*\* : Dal mese di Dicembre 2021 Rai Play Radio è stato sostituito da Rai Play Sound  
 Nota: le variazioni tra i due semestri sono calcolate tenendo conto dei valori delle medie comprensivi di tutti i decimali.

The Rai Play logo, featuring the word "Rai" in white, bold, sans-serif font, followed by the word "Play" in a blue, bold, sans-serif font, all set against a bright blue background.

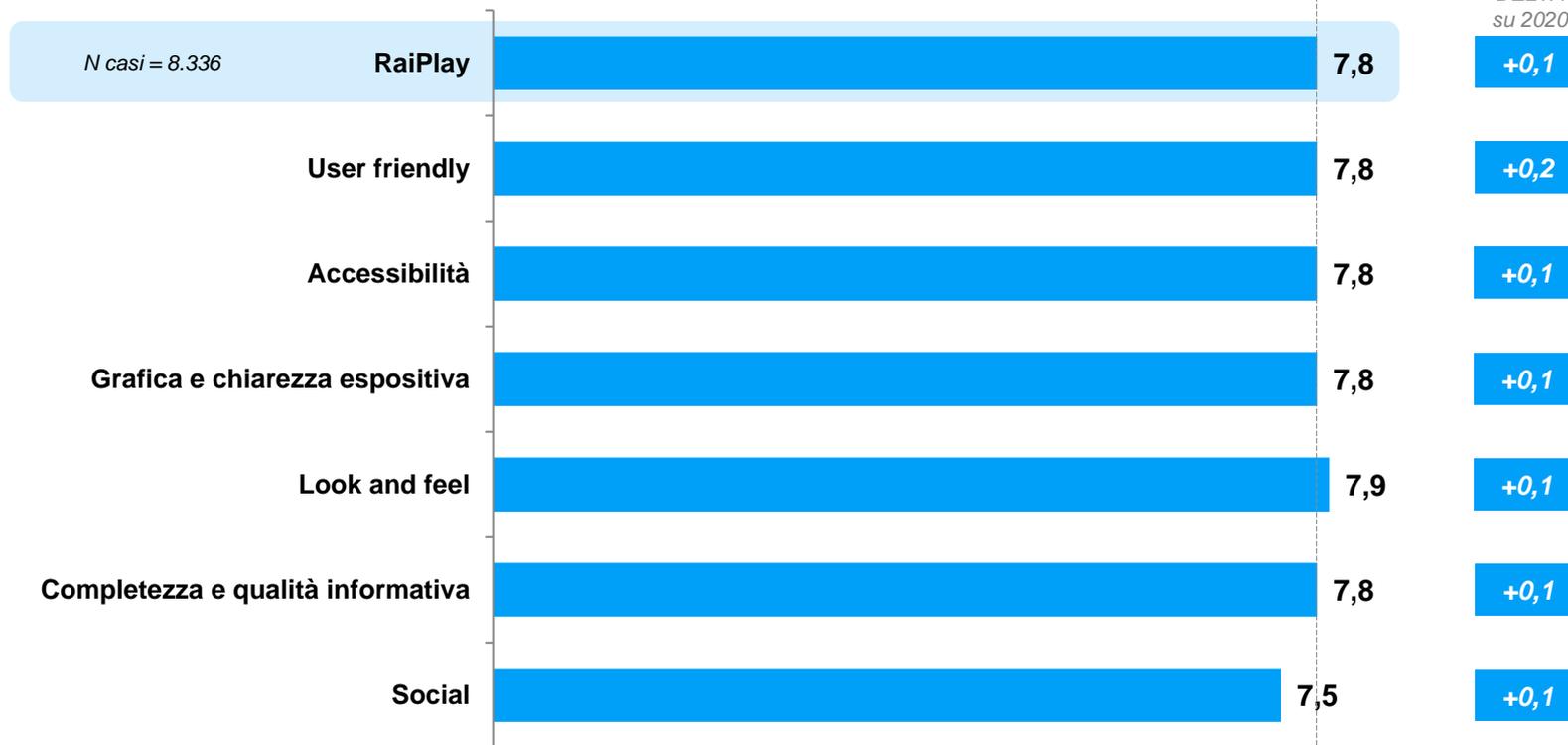
# Rai Play Le valutazioni sui macro-fattori di qualità percepita



Media indice 2021  
Gradimento RAI: 7,8

Media indice 2021  
Qualità percepita RAI: 7,8

DELTA  
su 2020



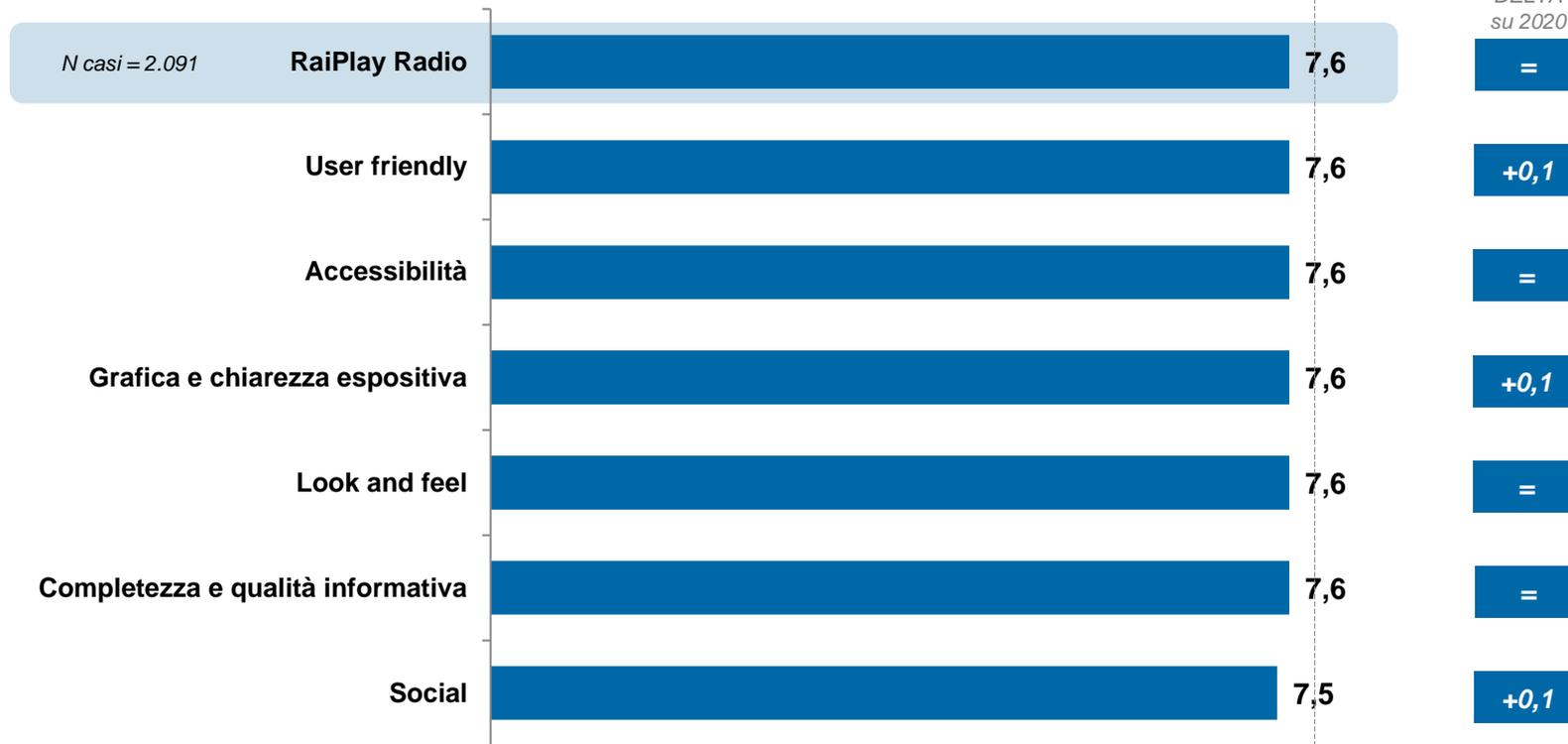
N casi = 8.336

The Rai Play Radio logo, featuring the word "Rai" in white, bold, sans-serif font, followed by "Play" and "Radio" in blue, bold, sans-serif font, all set against a blue background.

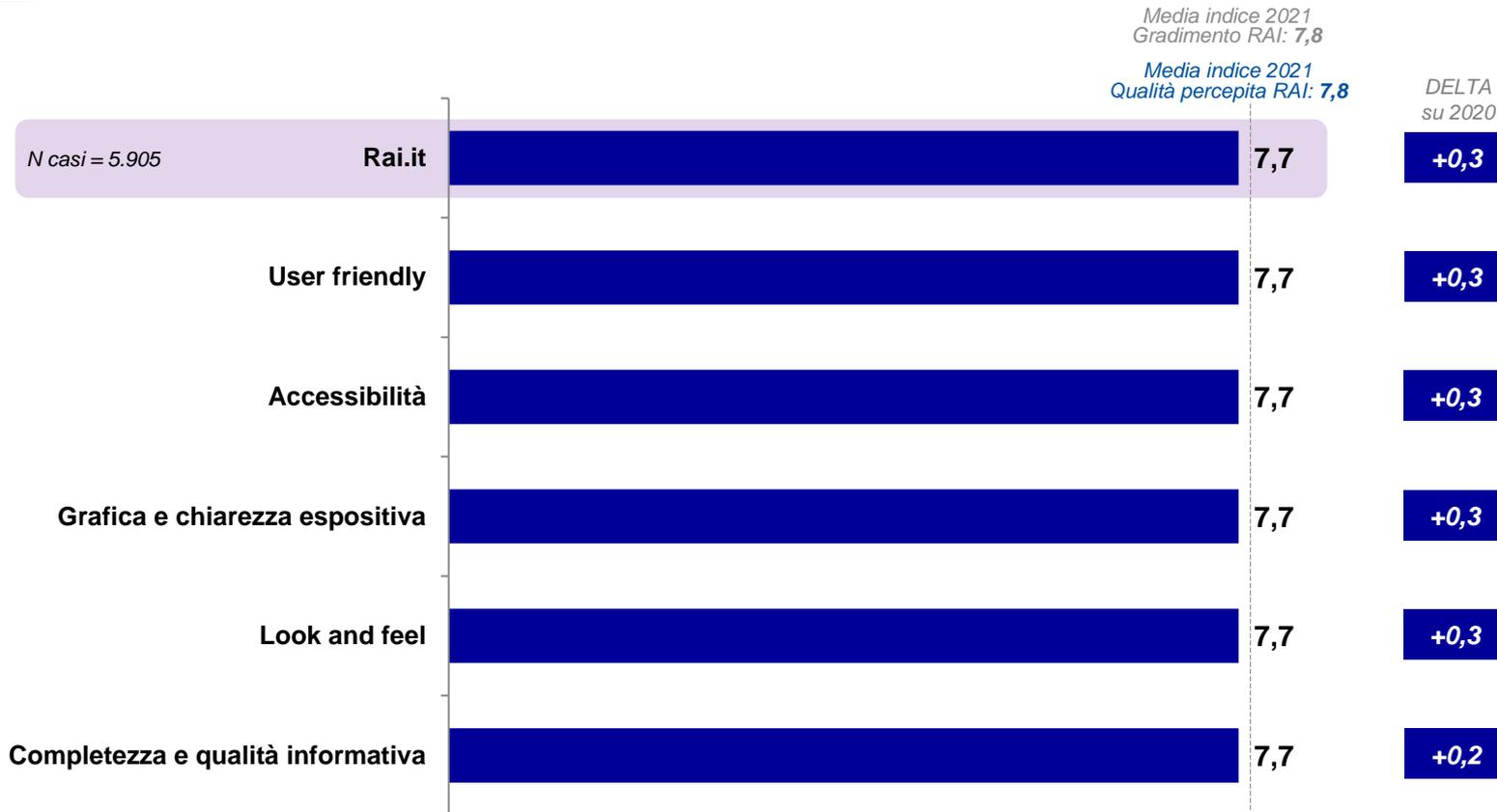
Media indice 2021  
Gradimento RAI: 7,8

Media indice 2021  
Qualità percepita RAI: 7,8

DELTA  
su 2020







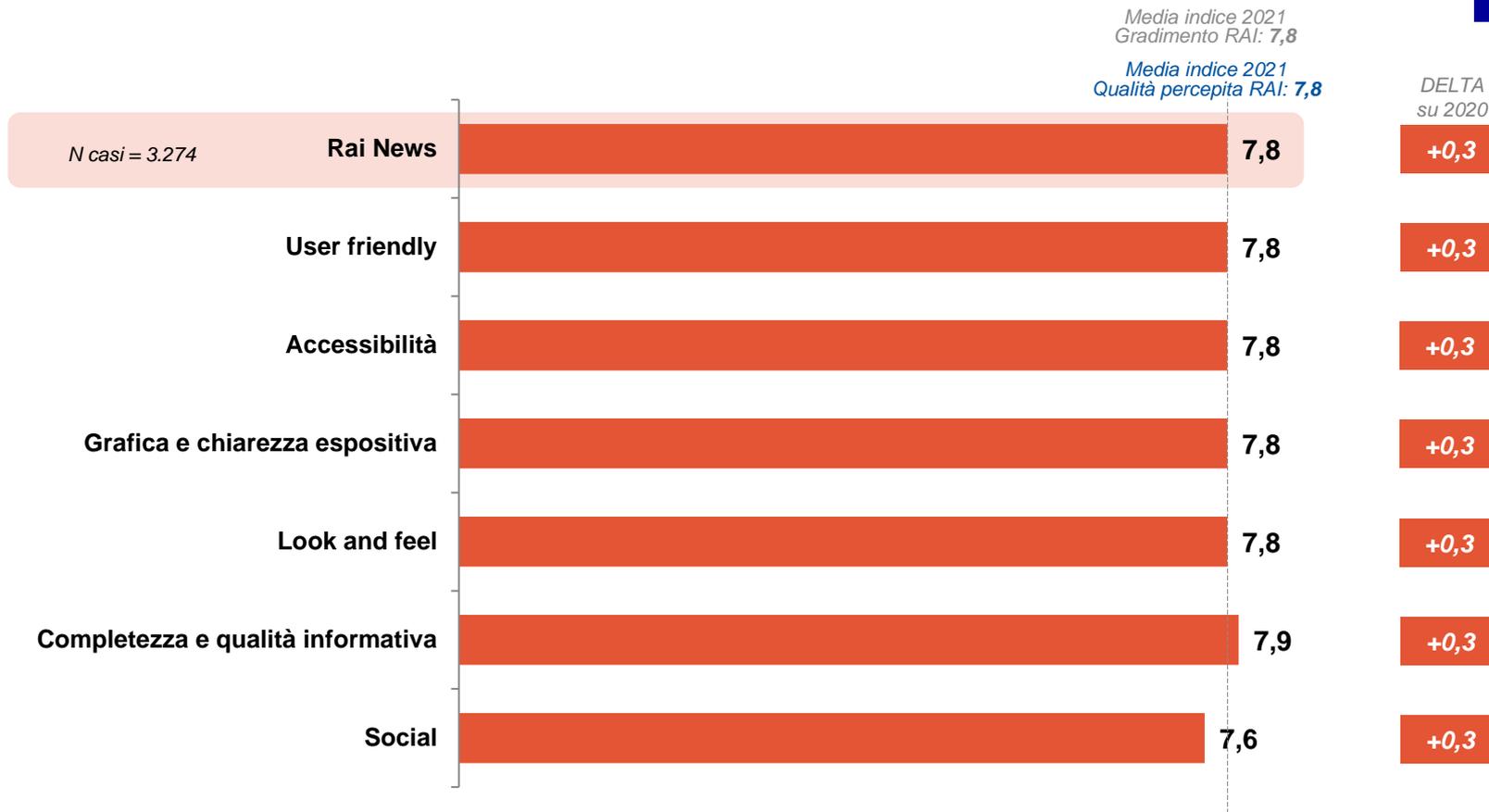
A horizontal banner with a solid orange-red background. The text "Rai News" is centered in the banner. "Rai" is in white, bold, sans-serif font, and "News" is in orange-red, bold, sans-serif font.

# Rai News

# Rai News Le valutazioni sui macro-fattori di qualità percepita



OFFERTA DIGITAL RAI

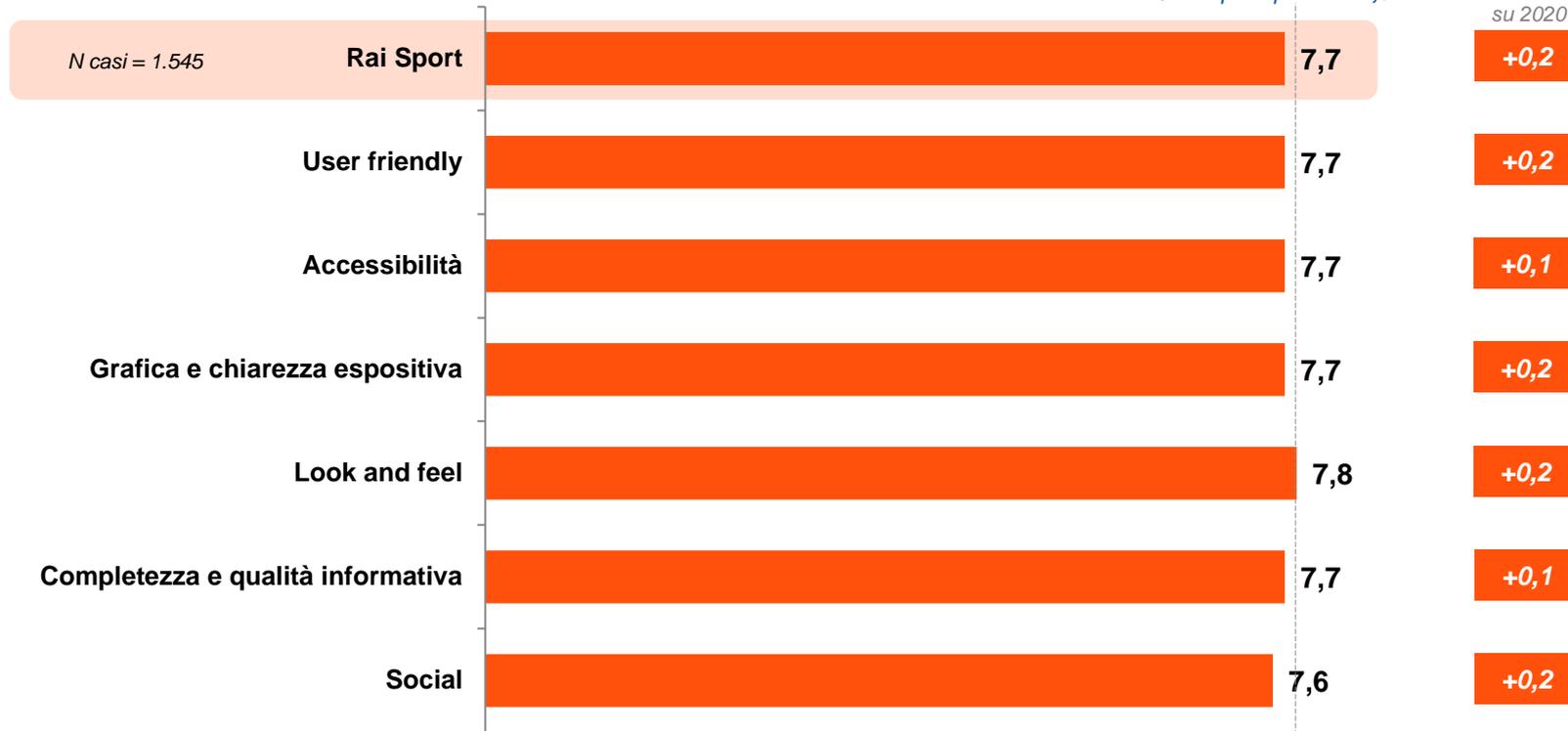


The Rai Sport logo, featuring the word "Rai" in white, bold, sans-serif font, followed by the word "Sport" in orange, bold, sans-serif font, all set against a solid orange background.

Media indice 2021  
Gradimento RAI: 7,8

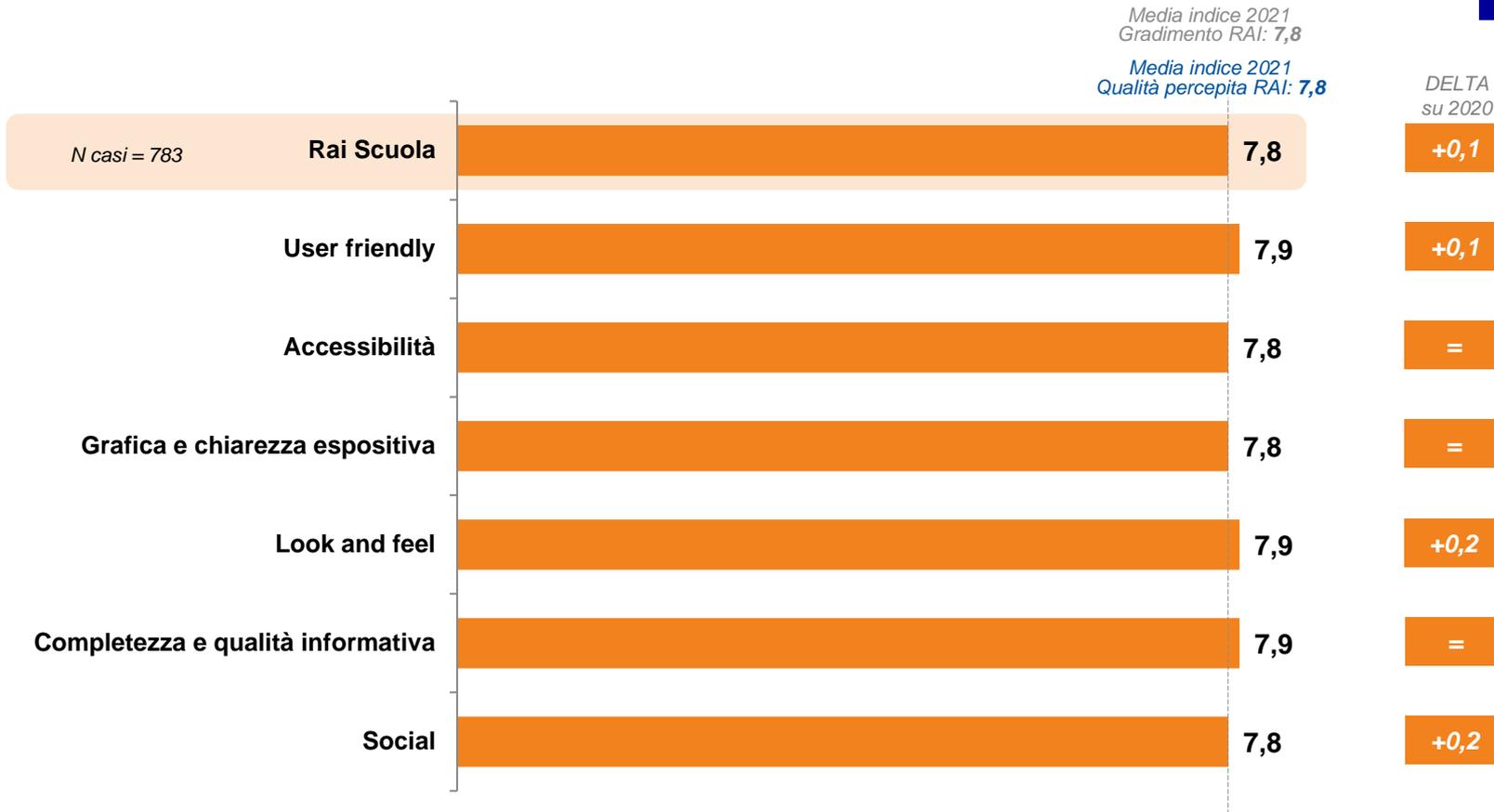
Media indice 2021  
Qualità percepita RAI: 7,8

DELTA  
su 2020



N casi = 1.545

# Rai Scuola



The Rai Cultura logo, featuring the word "Rai" in white, bold, sans-serif font inside a blue square, followed by the word "Cultura" in a dark blue, bold, sans-serif font.

# Rai Cultura Le valutazioni sui macro-fattori di qualità percepita



Media indice 2021  
Gradimento RAI: 7,8

Media indice 2021  
Qualità percepita RAI: 7,8

DELTA  
su 2020

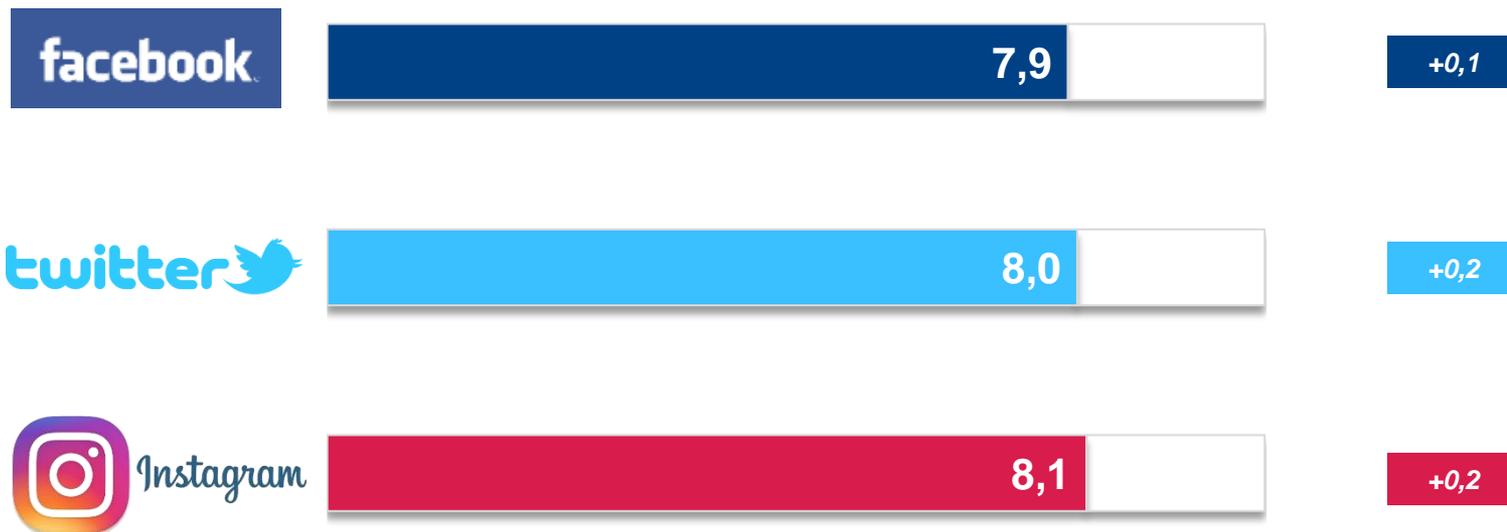


La presenza RAI sui social network

# Indici di gradimento dei profili/pagine Rai sui Social Network



DELTA su 2020



Base: visitatori profili/pagine social della Rai nel periodo di riferimento: Facebook: n=6.636 | Twitter: n= 2.279 | Instagram: n=3.629

# Indici di gradimento dei profili/pagine RAI sui social: dettaglio per semestri



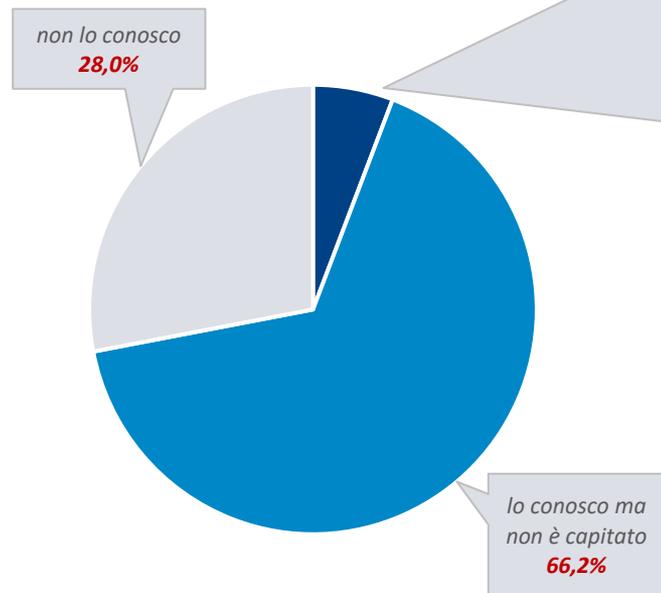
# Non Esposti: motivi di non utilizzo

# Motivi di non utilizzo dell'offerta complessiva digitale RAI



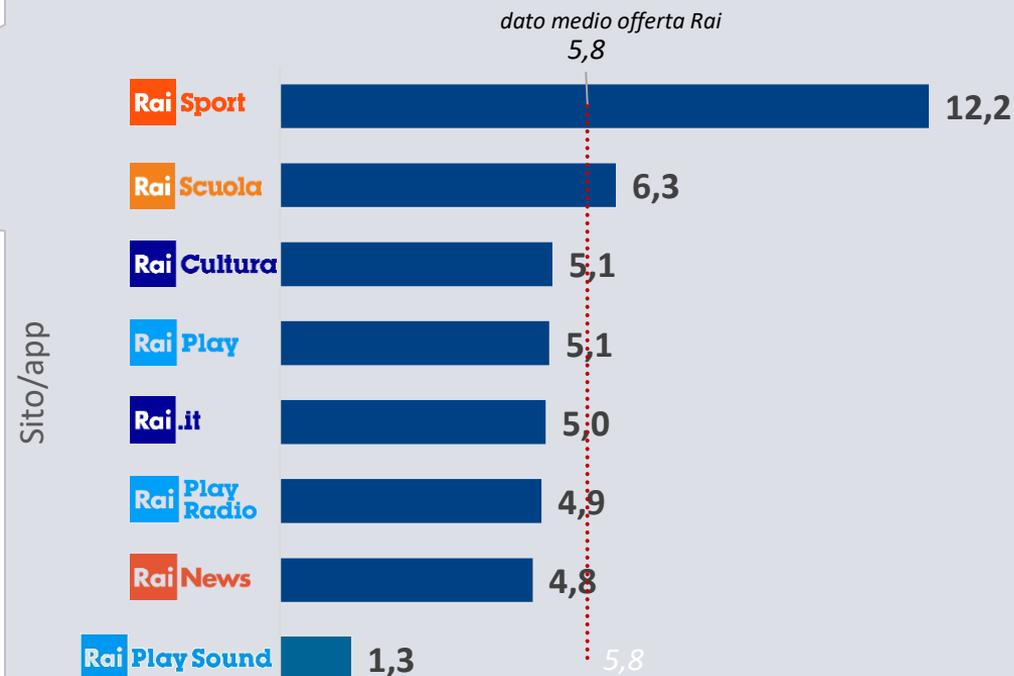
«PER QUALE MOTIVO NEGLI ULTIMI 3 MESI NON HA NAVIGATO/UTILIZZATO IL SITO/APP DI...?»

Non visitatori siti/app Rai negli ultimi 3 mesi  
(dato medio offerta Rai)



Lo conosco ma non mi piace

**5,8%**



Nota: Da Dicembre 2021 Rai Play Radio è stato sostituito da Rai Play Sound

## Appendice - Principali evidenze dalle rilevazioni qualitative



# Rai Play



E' una **piattaforma amata**:

- da tutti per la possibilità di **recuperare contenuti** → veicola un'immagine di Rai più funzionale e moderna ma anche **più attenta e vicina**, cui si somma la percezione di essere gratuita
- dai soggetti meno giovani perché semplice → con il tempo questi soggetti diventano **più esplorativi e scoprono nuove possibilità e contenuti**

Tuttavia, presenta **alcuni limiti** che la rendono meno interessante specie agli occhi dei più giovani:

- alcune **debolezze nell'offerta**, che stimolano all'utilizzo principalmente per recuperare contenuti persi
- anche se presenti, non si percepisce ancora la presenza di **contenuti esclusivi**
- sul piano della **tecnologia**, RaiPlay risulta ancora un po' basica e da aggiornare:
  - il login sarebbe da velocizzare
  - la APP "pesa meno" (il download dagli "store") delle APP dei competitor, e questo viene percepito come un indizio della sua "*basicità*"

# RaiPlay potrebbe anzitutto dare maggior valore ai suoi contenuti



## COMUNICAZIONE

E' ora di costruire una **narrazione intorno a RaiPlay**, raccontarne i contenuti e stimolarne l'esplorazione, in modo che la sua fruizione vada oltre al ruolo funzionale del recuperare / rivedere i programmi televisivi andati in onda.

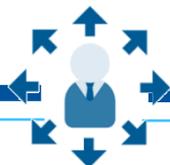
## CONTENUTI RAIPLAY AL CENTRO

Per superare l'immagine di RaiPlay come "*piattaforma per recuperare contenuti TV*" è necessario unire alla **comunicazione**, una riorganizzazione della **homepage** che metta in primo piano **i prodotti esclusivi della piattaforma** rispetto a quelli televisivi

# Rai Play Sound



- Il nuovo RaiPlay Sound sembra aver portato una **vera innovazione di contenuti e grafica** rispetto a RaiPlay Radio

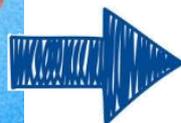
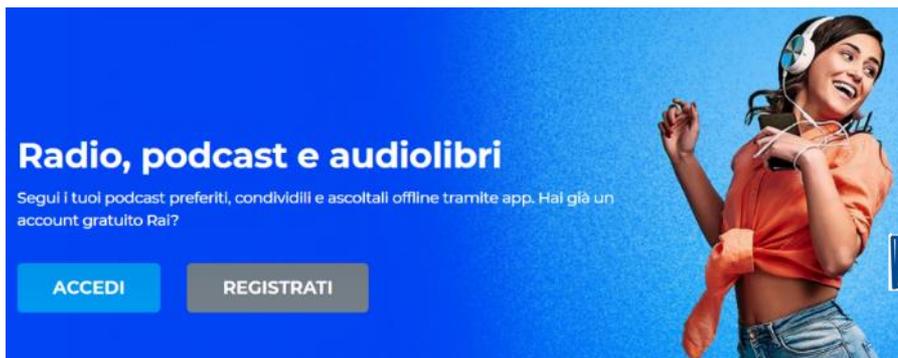


- Offre una **vastità di contenuti** che spaziano dalle dirette radiofoniche agli audiolibri, dalla possibilità di ascoltare podcast, dalla musica all'informazione...
- Propone **playlist personalizzate e podcast gratuiti**
- Con RaiPlay Sound, Rai conferma **la sua leadership** in materia di informazione e cultura

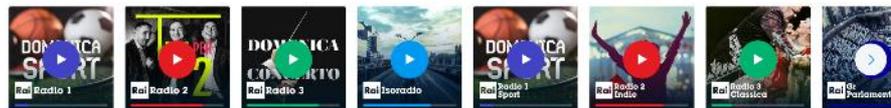


- I partecipanti sono soliti utilizzare l'APP per **ascoltare i canali radio, l'informazione, lo sport e spaziare tra interessi personali e approfondimenti**

Dal punto di vista grafico, il sito risulta ordinato e semplice, come vogliono le tendenze. La gerarchia dei contenuti risulta un po' radio-centrica, utile nel passaggio da RaiPlay Radio ma forse da ripensare per il futuro



Ascolta in diretta



17:07 - 20:00 Domenica Sport Rai Radio 1	16:00 - 18:00 Tre per 2 Rai Radio 2	16:55 - 17:45 Domenica in Concerto Rai Radio 3	00:00 - 00:00 Rai Isoradio	17:07 - 20:00 Domenica Sport Rai Radio 1 Sport	00:00 - 00:00 Radio 2 Indie Rai Radio 2 Indie	17:00 - 19:30 Opera Rai Radio 3 Classica	00:00 - 00:00 Rai GR Parlamento
--	---	--	-------------------------------	--	---	--	------------------------------------

Ultimi Giornali Radio



GR 3 ore 16:45 del 20/03/2022 GR 3	GR 1 ore 17:00 del 20/03/2022 GR 1	GR 1 ore 11:50 del 20/03/2022 GR 1	GR 3 ore 13:45 del 20/03/2022 GR 3	GR 2 ore 13:30 del 20/03/2022 GR 2	GR 2 ore 12:30 del 20/03/2022 GR 2	GR 2 ore 10:30 del 20/03/2022 GR 2	GR 1 ore 10:00 del 20/03/2022 GR 1
---------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------

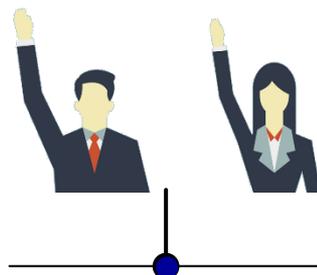
- Segnalare in apertura solo radio, podcast e audiolibri appare **un po' riduttivo rispetto alla reale offerta della piattaforma**. All'interno si possono trovare argomenti di ogni genere dalla musica all'informazione, agli approfondimenti, ecc...
- Per ogni tipo di contenuto esistono App che sono **top of mind perché specializzate** ma, nel complesso, **nessuna piattaforma offre risposta a istanze così differenziate come RaiPlay Sound**

# Metodologia: la modalità di rilevazione

La rappresentatività del panel è garantita attraverso una procedura di selezione e profilazione approfondita e dettagliata.

La profilazione del panel non viene fatta solo sulla base delle classiche variabili **sociodemografiche** (genere, età, area di residenza, titolo di studio, composizione del nucleo familiare, classe socio-economica, ecc.) e **comportamentali** (abitudini di acquisto, dotazioni tecnologiche possedute, dieta mediatica, abitudini di mobilità, ecc.) ma anche in relazione agli **stili di vita e ai patterns socio-culturali di appartenenza** al fine di fornire una profilazione più completa e profonda che tenga conto anche di valori, interessi, attività, opinioni degli individui.

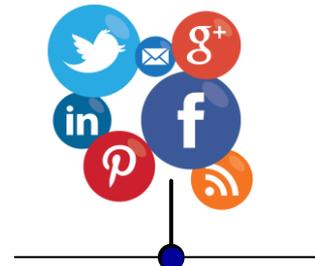
Il reclutamento e la selezione dei panelisti è di **tipo misto** e avviene **attraverso diversi canali e fonti**:



**AUTOCANDIDATURE**  
MEDIANTE L'INDICAZIONE DI  
DA PARTE DI MEMBRI DEL  
PANEL GIÀ ATTIVI O DA  
PARTE DI INTERVISTATORI  
DELLA RETE FIELD



**RECRUITING DIRETTO**  
TELEFONICO E/O  
FACE TO FACE



ATTIVITÀ DI **SOCIAL E WEB**  
**RECRUITING** ATTRAVERSO  
CAMPAGNE AD HOC

L'unione di queste diverse modalità garantisce la possibilità di esercitare un **forte controllo sul reclutamento** al fine di conservare la **coerenza e la rappresentatività del panel** anche attuando nuove acquisizioni in base alle eventuali necessità di copertura del campione base.

Le potenziali adesioni vengono visionate e valutate dal **Panel Manager e dal suo staff per validare e certificare singolarmente gli individui** che saranno giudicati eleggibili e **che entreranno a far parte del Panel dedicato RAI**.

I membri del panel RAI sono dotati di una specifica app attraverso cui vengono veicolati i questionari della rilevazione Qualitel.

Ogni panelista ha in dotazione anche un **agent tracker** installato sui dispositivi fissi e mobili in grado di registrare i siti e le app utilizzate. Alla luce della possibilità che uno stesso dispositivo venga utilizzato da più membri dello stesso nucleo familiare l'esposizione effettiva nel mese di rilevazione viene verificata attraverso apposita domanda di verifica.

Una volta individuati gli individui esposti ai diversi siti/app in monitoraggio, viene estratto un sub-campione a cui inviare l'invito a compilare il questionario relativo allo specifico sito/app.