



Rai

QUALITEL RADIO

Monitoraggio del gradimento e
della qualità percepita
dell'offerta RAI

Anno 2021

GIP
IN-FORMATION RESEARCH

EMG
DIFFERENT

NOTOSONDAGGI

MG
RESEARCH

Premessa metodologica e obiettivi	3
Sintesi dei risultati	9
Indice di gradimento	10
News	14
Informazione e Sport	18
Società	22
Musica	26
Intrattenimento e varietà	30
Cultura	34
Indice di Qualità Percepita	38

Indice di correttezza della rappresentazione della figura femminile	43
Indice di contributo alla Coesione Sociale	47
Indice di Gradimento Non Ascoltatori	52
Appendice - Principali evidenze dalle rilevazioni qualitative	55
Metodologia	63

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 radiofonica relativa all'anno 2021, così come indicato dal vigente Contratto di Servizio 2018-2022 (cfr. art. 25 comma *n*).

✓ L'indagine è stata realizzata in modo continuativo nel periodo gennaio - dicembre 2021.



Rilevazione Qualitel dell'offerta RADIO 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)

App proprietaria dotata di *meter interno*, in dotazione ai panelisti. I dispositivi rilevano la traccia sonora a cui il panelista è esposto, tramite tecnologia **sound capturing** e **sound matching**. Ciò consente di identificare in modo puntuale i panelisti effettivamente esposti ai programmi e di somministrare loro il questionario Radio, senza dover chiedere di indicare i programmi ascoltati.

3

Metodologia (II)

Piattaforma CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) in grado di dialogare con l'app in uso ai panelisti e sottoporre i questionari di gradimento relativi ai programmi da loro ascoltati **il giorno successivo alla messa in onda**



Metodologia

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

Universo



Popolazione residente in Italia 14+

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 a fruitori dei programmi radiofonici Rai identificati tramite app con meter interno installata su device fissi e mobili dei panelisti

Periodo di rilevazione



Gennaio - Dicembre 2021, sulla programmazione radio del periodo

Totale interviste



Le interviste relative agli ascoltatori dei programmi Radio RAI sono state complessivamente **44.560** su **14.563 individui**, di cui 7.210 ad ascoltatori di ISORADIO.

- ✓ **Base campionaria:** esposti* ai programmi Radio trasmessi nel giorno precedente all'intervista. L'app/meter fornita ai panelisti rileva oggettivamente l'esposizione ai singoli programmi tramite tecnologia *sound capturing* e *sound matching* (*).
- ✓ **Programmi indagati:** sono state rilevate informazioni su tutta la programmazione trasmessa dalle 6.00 alle 21.00 da Radio1, Radio2 e Radio3. Per il canale Isoradio, caratterizzato da una programmazione di flusso tendenzialmente non inquadrabile in un palinsesto, le valutazioni riguardano l'emittente nel suo complesso.
- ✓ **Generi Radioi** programmi sono classificati nei 6 macro generi sotto indicati:



Cultura



Musica e Società



Intrattenimento e Varietà



Società



News



Informazione e sport

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

N.B. Sono stati considerati nel presente report solo i programmi con un numero di casi uguale o superiore a 40.

* I questionari di gradimento sono stati inviati esclusivamente ai panelisti che, da rilevazione *meter*, avevano ascoltato il programma per **almeno 5 minuti consecutivi**

- ✓ **Aree di indagine:** le informazioni specifiche rilevate per ciascun programma differiscono in funzione del genere di appartenenza.

Ogni questionario considera, complessivamente, i seguenti aspetti:

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

Inoltre, dall'analisi di alcuni item specifici tra quelli sottoposti in valutazione ai panelisti, vengono calcolati degli ulteriori indicatori compositi:

- l'indice di **contributo alla coesione sociale** del programma, che misura la valutazione del pubblico in merito alla capacità dei programmi RAI di favorire la creazione di coesione sociale
- l'indice di **correttezza della rappresentazione della figura femminile**, che misura la valutazione del pubblico in merito alla capacità della programmazione RAI di rappresentare le donne in maniera adeguata

Sintesi dei risultati

Indice di gradimento

L'indice di gradimento complessivo dell'offerta Radio Rai relativa all'anno 2021, misurato su scala 1-10, è pari a **7,9** ed esprime una valutazione molto positiva nei confronti dei programmi e dei canali rilevati, in leggera crescita rispetto all'anno 2020 (+0,1 punti) a testimonianza di una forza complessiva dell'offerta radiofonica anche durante l'emergenza Covid.

La valutazione attribuita alle **single emittenti Rai** conferma il trend positivo evidenziato a livello complessivo. I singoli canali radiofonici mostrano, infatti, **punteggi positivi**, con **Radio 2 (8,0)** che, registrando il livello di gradimento più elevato, conferma la sua leadership tra le emittenti Rai. A seguire **Radio 3** e **Radio 1 (entrambe a 7,8)**. Il gradimento del canale **Isoradio**, caratterizzato da una programmazione di flusso non riconducibile a generi, riguarda l'emittente nel suo complesso ed è pari a **7,9**, in crescita rispetto al precedente anno 2020 (+0,2 punti).

A livello di genere, si conferma il gradimento soprattutto per i programmi di **Intrattenimento e varietà (8,0)**, **Musica** e **News** a parimerito (**7,9**). Tutti gli altri generi riportano un punteggio di poco inferiore alla media dell'offerta radiofonica: **Cultura (7,8)**, **Società (7,8)** e **Informazione e sport (7,7)**.

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

- ✓ **Radio 2** propone valori molto positivi per i generi **Musica (8,2)**, **News (8,1)** e **Intrattenimento e Varietà (8,0)**
- ✓ **Radio 1 e Radio 3** presentano un generale allineamento con la media di rete per i generi.

Indici di gradimento Rai: confronto per canali

Nota: tra parentesi il DELTA sull'anno 2020

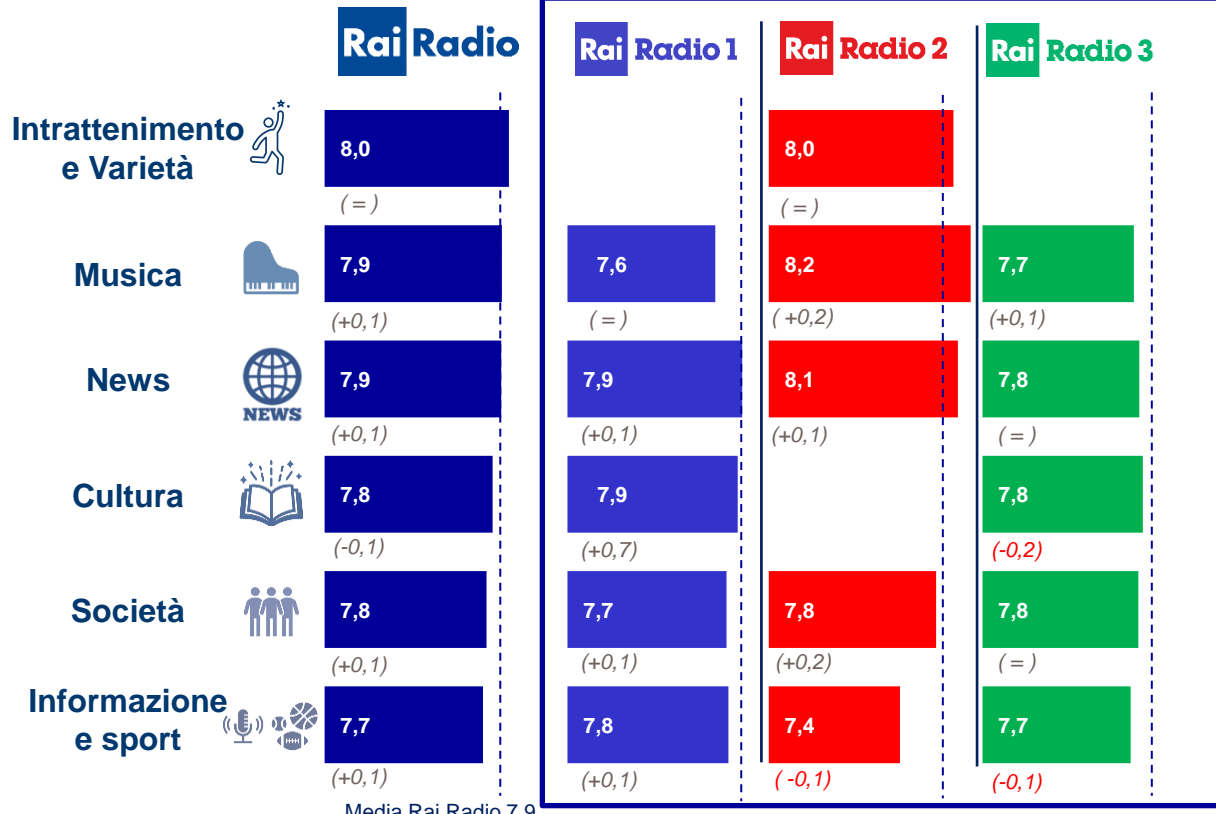
Rai Radio 7,9
(+0,1)

Rai Radio 1 7,8
(+0,1)

Rai Radio 2 8,0
(+0,1)

Rai Radio 3 7,8
(-0,1)

Rai Isoradio 7,9
(+0,2)

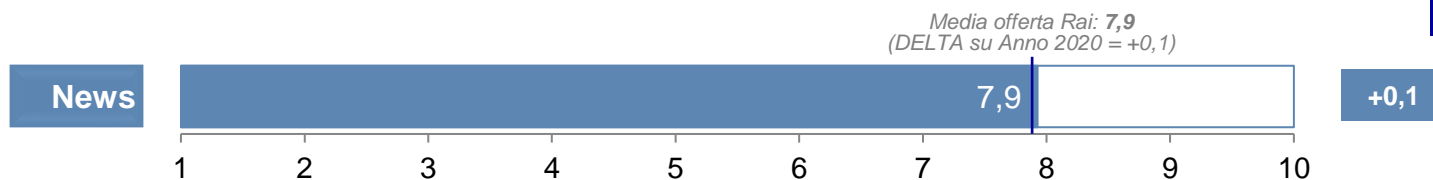


Indici di gradimento Rai



	Rai Radio			Rai Radio 1			Rai Radio 2			Rai Radio 3		
	1° sem	2° sem	var	1° sem	2° sem	var	1° sem	2° sem	var	1° sem	2° sem	var
MEDIA OFFERTA RADIOFONICA	7,9	7,9	↑	7,8	7,8	↑	8,0	8,0	↓	7,8	7,8	↓
NEWS	7,9	8,0	↑	7,9	7,9	↑	8,0	8,1	↑	7,8	7,8	↑
INFORMAZIONE E SPORT	7,7	7,7	↑	7,7	7,8	↑	7,2	7,7	↑	7,8	7,6	↓
SOCIETÀ	7,7	7,8	↑	7,7	7,8	↑	7,8	7,8	↑	7,6	7,9	↑
MUSICA	7,9	7,9	↑	7,4	7,8	↑	8,1	8,3	↑	7,8	7,7	↓
INTRATTENIMENTO E VARIETÀ	8,0	8,0	↓	-	-	-	8,0	8,0	↓	-	-	-
CULTURA	7,8	7,9	↑	7,6	8,1	↑	-	-	-	7,8	7,9	↑
Rai Isoradio	7,8	7,9	↑									

News



L'indice di gradimento dell'offerta Radio Rai relativa ai programmi di News, misurato su scala 1-10, è pari a **7,9**, punteggio in leggera crescita rispetto al risultato del 2020.

La valutazione attribuita alle **single emittenti** mostra **punteggi positivi**, con le news di **Rai Radio 2 (8,1)** che registrano i livelli di gradimento più alti rispetto alla media di genere e, a seguire, **Rai Radio 1 (7,9)** e **Rai Radio 3 (7,8)**.

Tra le edizioni principali dei Giornali Radio le più gradite sono il **GR2 delle 7:30**, il **GR1 delle 7:00**, il **GR Regione delle 12:10** e il **GR3 delle 18:45** (tutti con gradimento pari a **8,1**), il **GR Regione delle 19:20** e il **GR2 delle 19:30** (con gradimento pari a **8,0**).

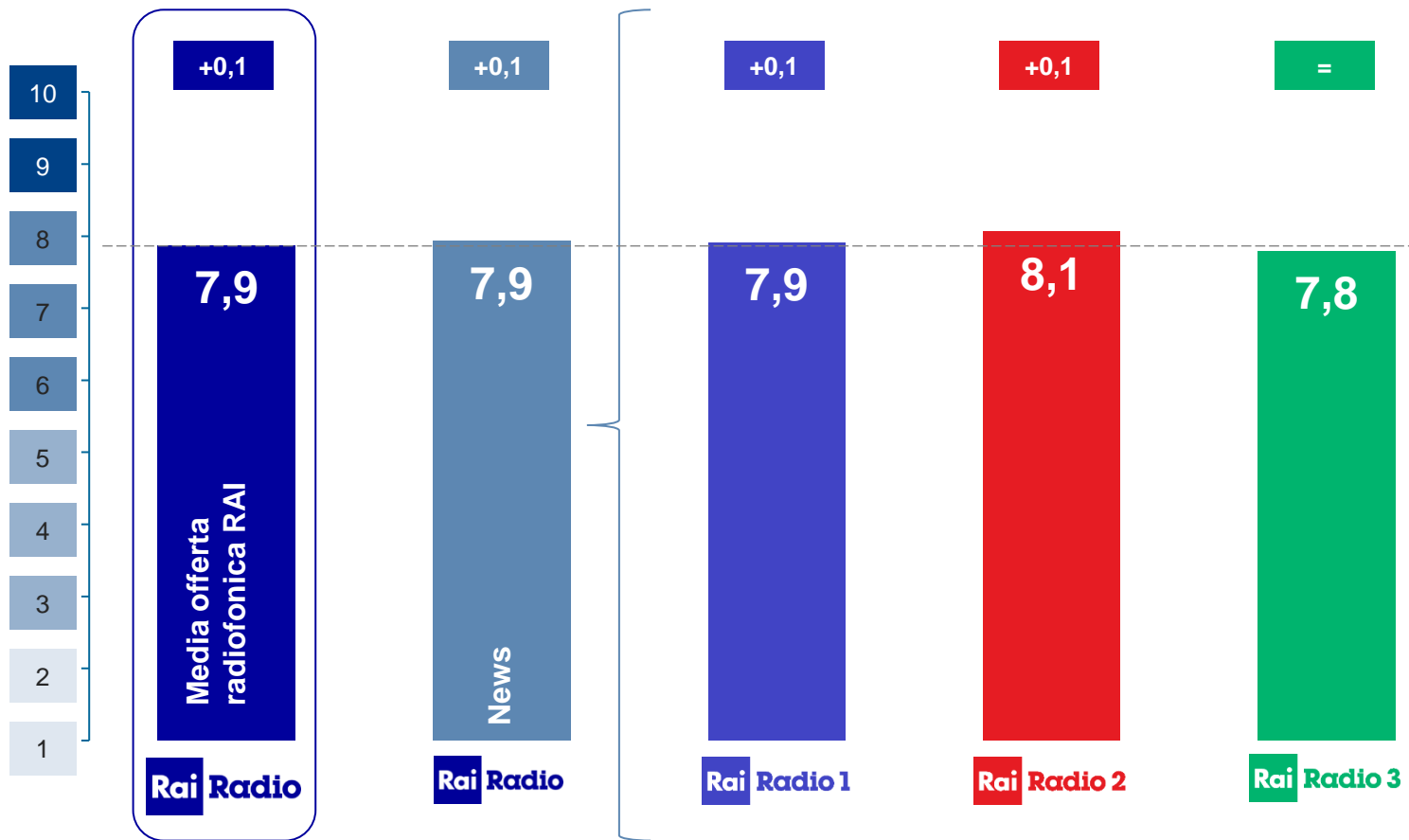


News Indici di gradimento



DELTA su Anno 2020

NEWS



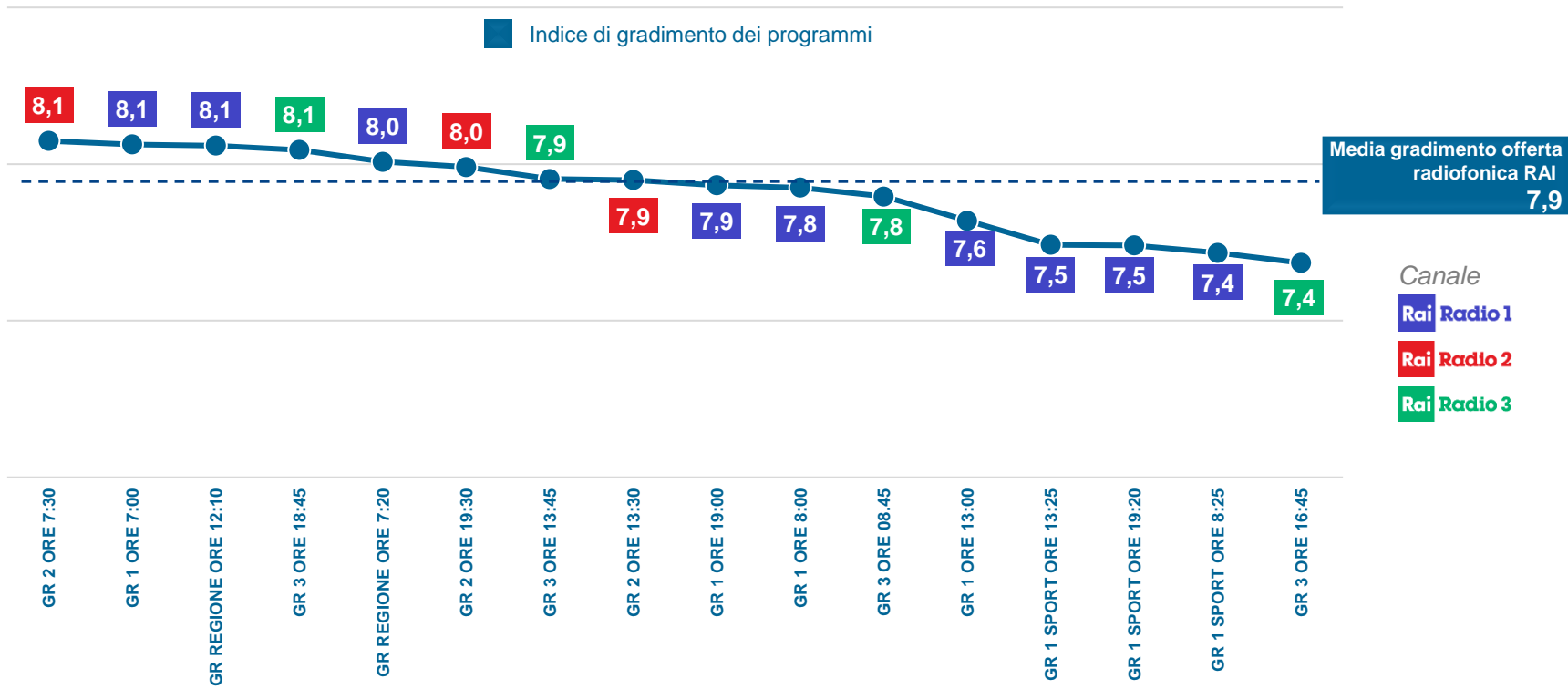
Anno 2021



News Indici di gradimento dei singoli programmi

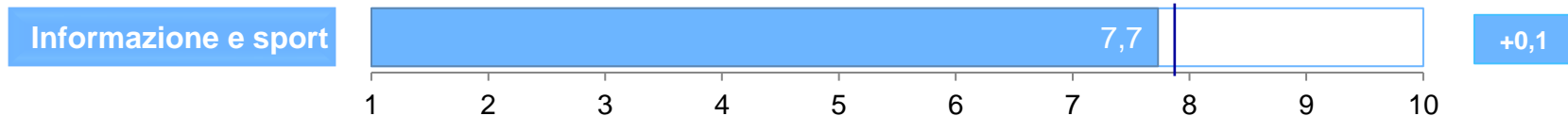


NEWS



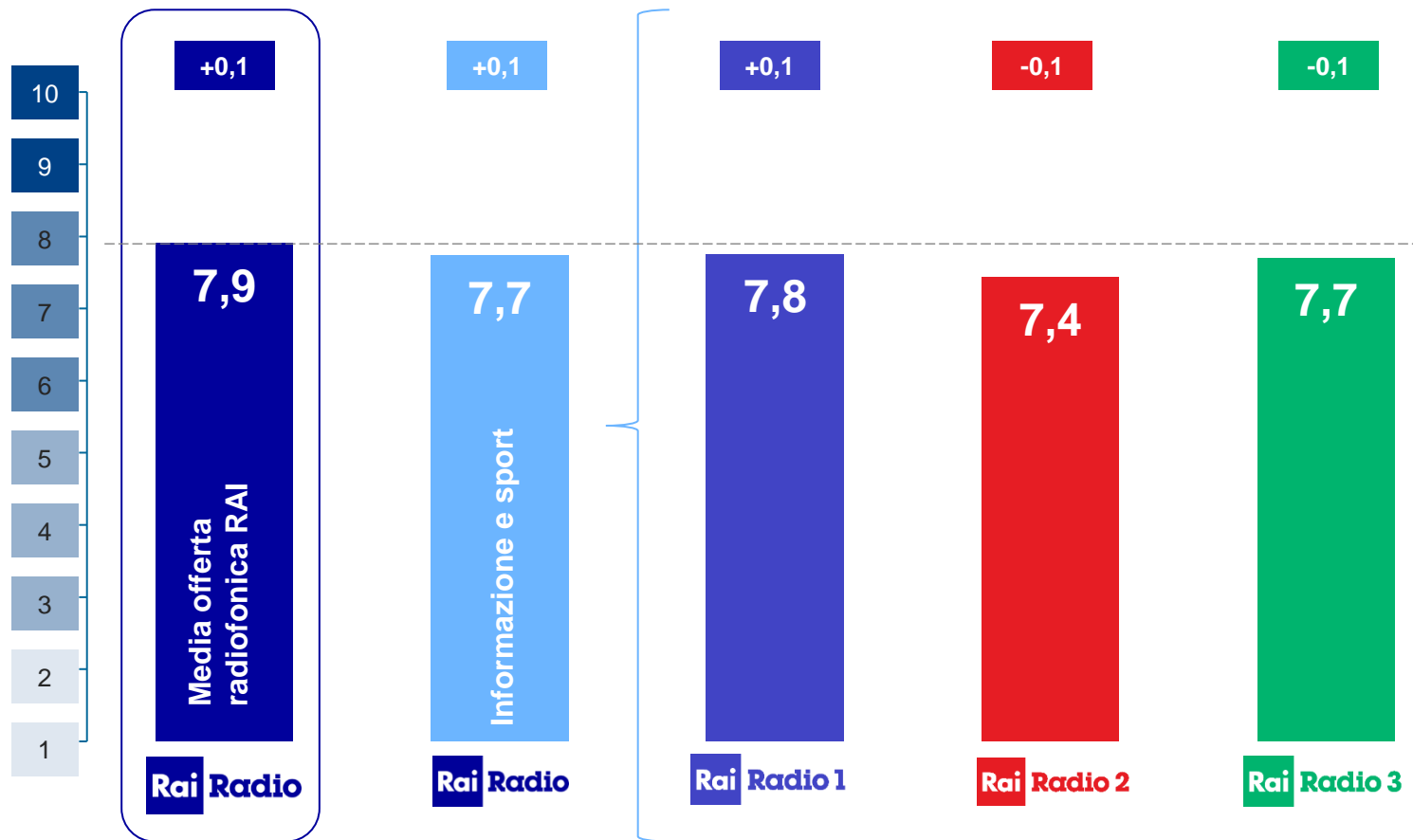
N.B. Sono stati considerati solo i programmi con un numero di casi uguale o superiore a 40.

Informazione e sport

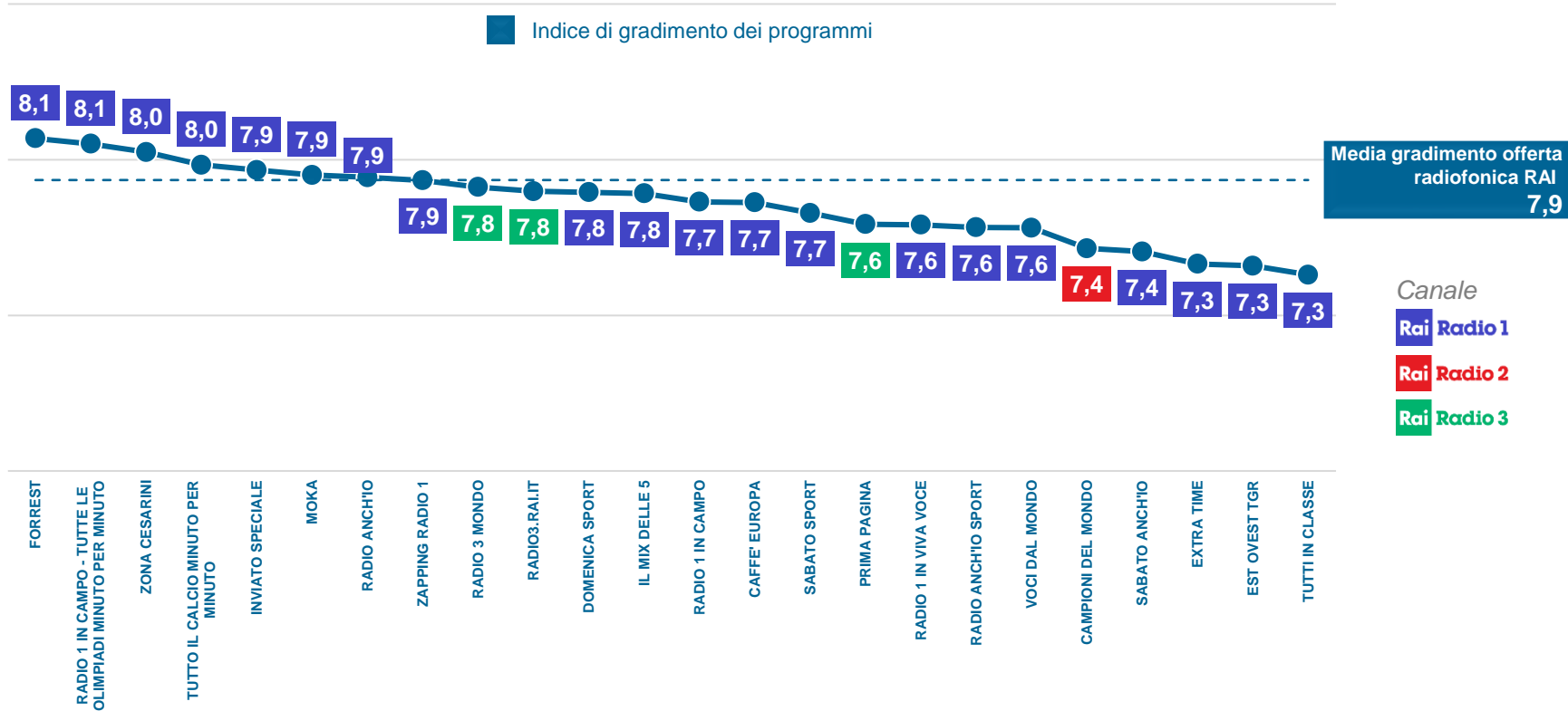


Il gradimento del genere **Informazione e Sport (7,7)** risulta leggermente inferiore a quello dell'offerta Rai nel suo complesso (-0,2 punti) ma leggermente in crescita (+0,1) rispetto al precedente anno 2020 per le ragioni evidenziate a livello generale.

La valutazione attribuita alle **single emittenti** conferma **punteggi positivi per Radio 3 (7,7)** che registra livelli di gradimento leggermente inferiori all'anno 2020 (-0,1), mentre **Radio 1 (7,8)** presenta un punteggio in crescita rispetto alla precedente rilevazione per un maggior peso della programmazione di informazione.

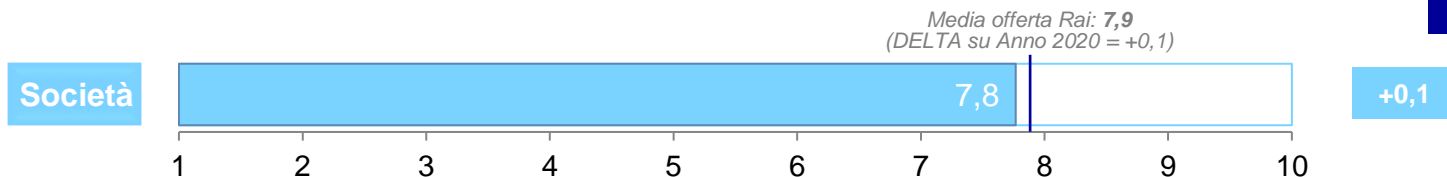


Anno 2021



N.B. Sono stati considerati solo i programmi con un numero di casi uguale o superiore a 40.

Società



Il gradimento del genere **Società**, relativamente all'anno 2021, è pari a **7,8**, punteggio in leggera crescita rispetto al precedente periodo del 2020 (+0,1 punti).

I singoli canali radiofonici mostrano punteggi positivi, con **Radio3 e Radio2 (7,8)** che ottengono un gradimento in linea con la media di genere, mentre **Radio1** raggiunge un indice di gradimento leggermente inferiore alla media di genere (**7,7**; -0,1 punti).

✓ Tra i programmi sopra la media dell'offerta radiofonica spiccano **Radio Due A Ruota Libera (8,3)**, **Italia sotto Inchiesta (8,2)**, **Tutta l'umanità ne parla (8,1)** e parimenti **Il momento migliore** e **Un giorno da pecora** a **8,0**.

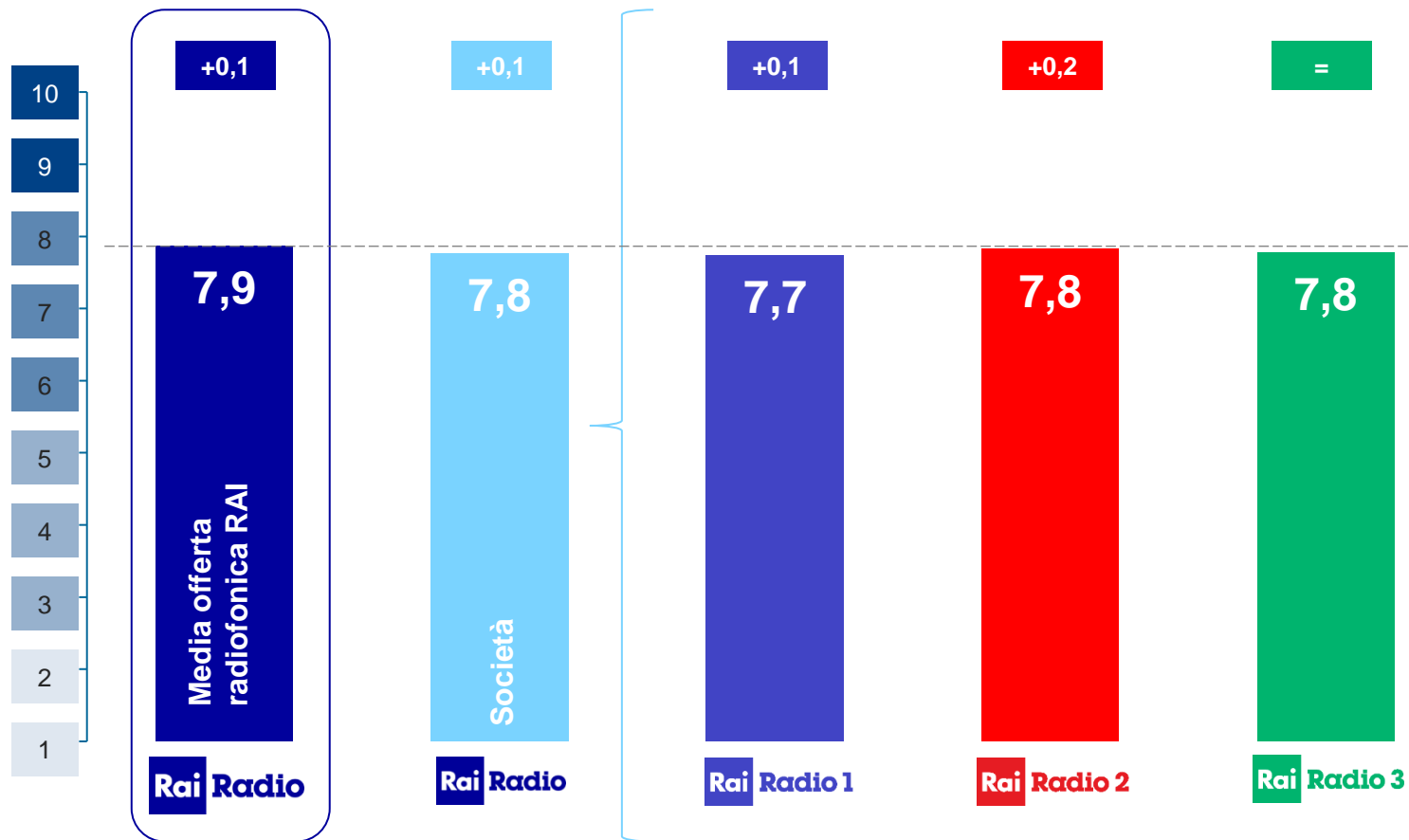


Società Indici di gradimento



DELTA su Anno 2020

SOCIETÀ



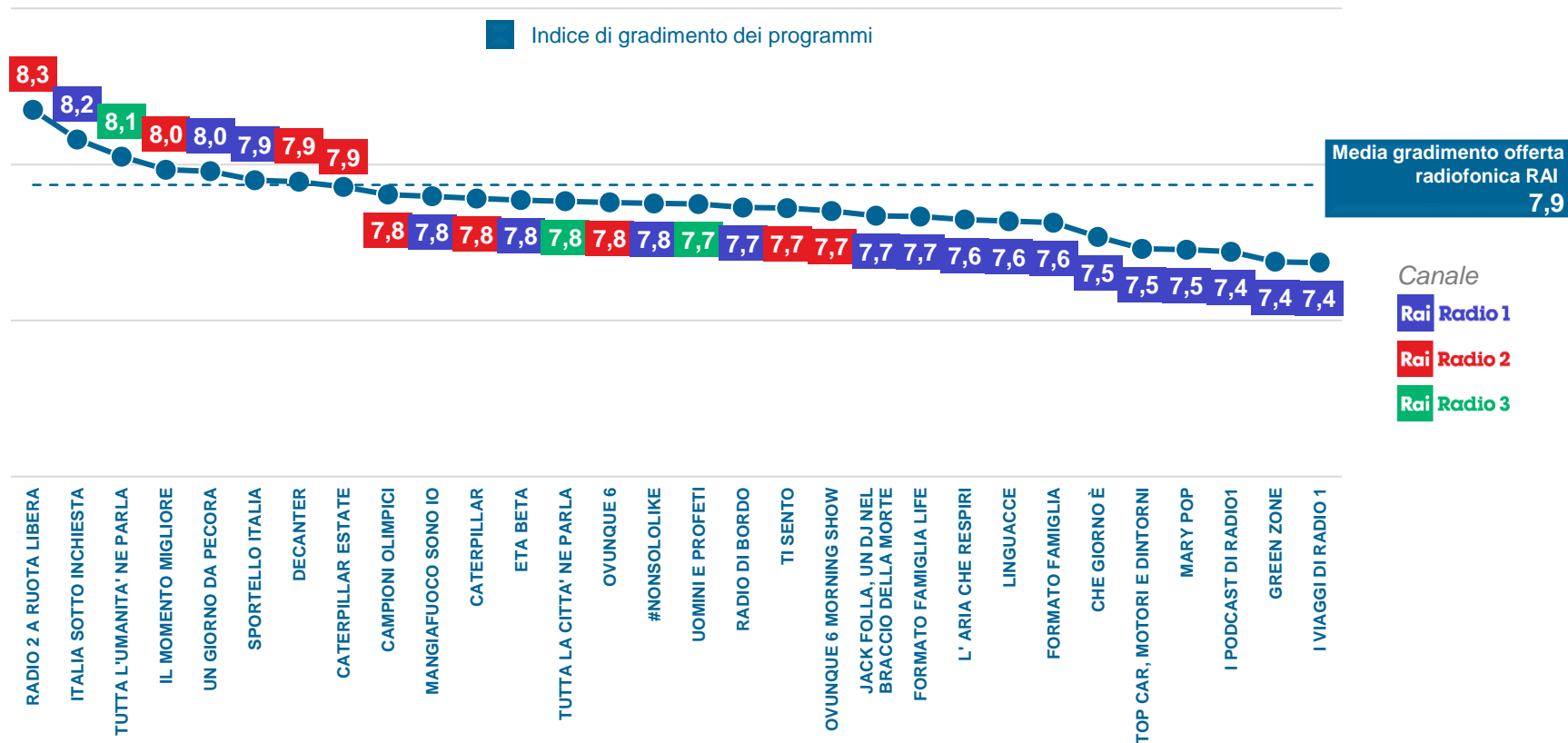
Anno 2021



Società Indici di gradimento dei singoli programmi

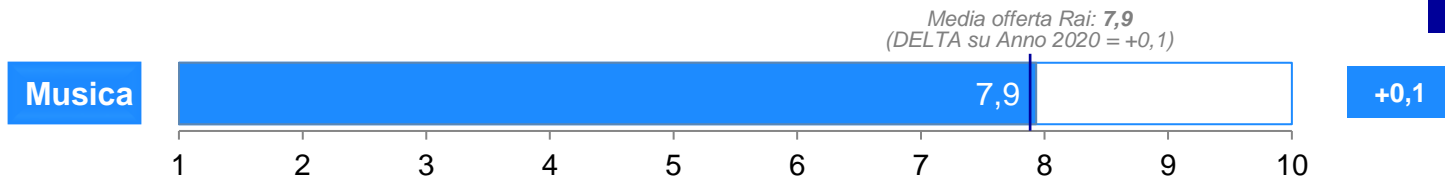


SOCIETÀ



N.B. Sono stati considerati solo i programmi con un numero di casi uguale o superiore a 40.

Musica



Il gradimento dei programmi del genere **Musica** è pari a **7,9**, in tendenziale crescita rispetto al precedente anno 2020 sia a totale Rai (+0,1) sia sui singoli canali e in linea rispetto al punteggio medio dell'offerta Rai.

Gli stessi canali radiofonici presentano **valutazioni positive**, con **Radio 2 (8,2)** che registra livelli di gradimento superiori alla media di genere, mentre **Radio 1 (7,6)** e **Radio 3 (7,7)** propongono valori lievemente inferiori.

- ✓ Tra i programmi sopra la media dell'offerta radiofonica: **Radio 2 Social Club (8,4)**, **Tutti Nudi (8,1)** e **Il concerto del mattino (8,0)**.

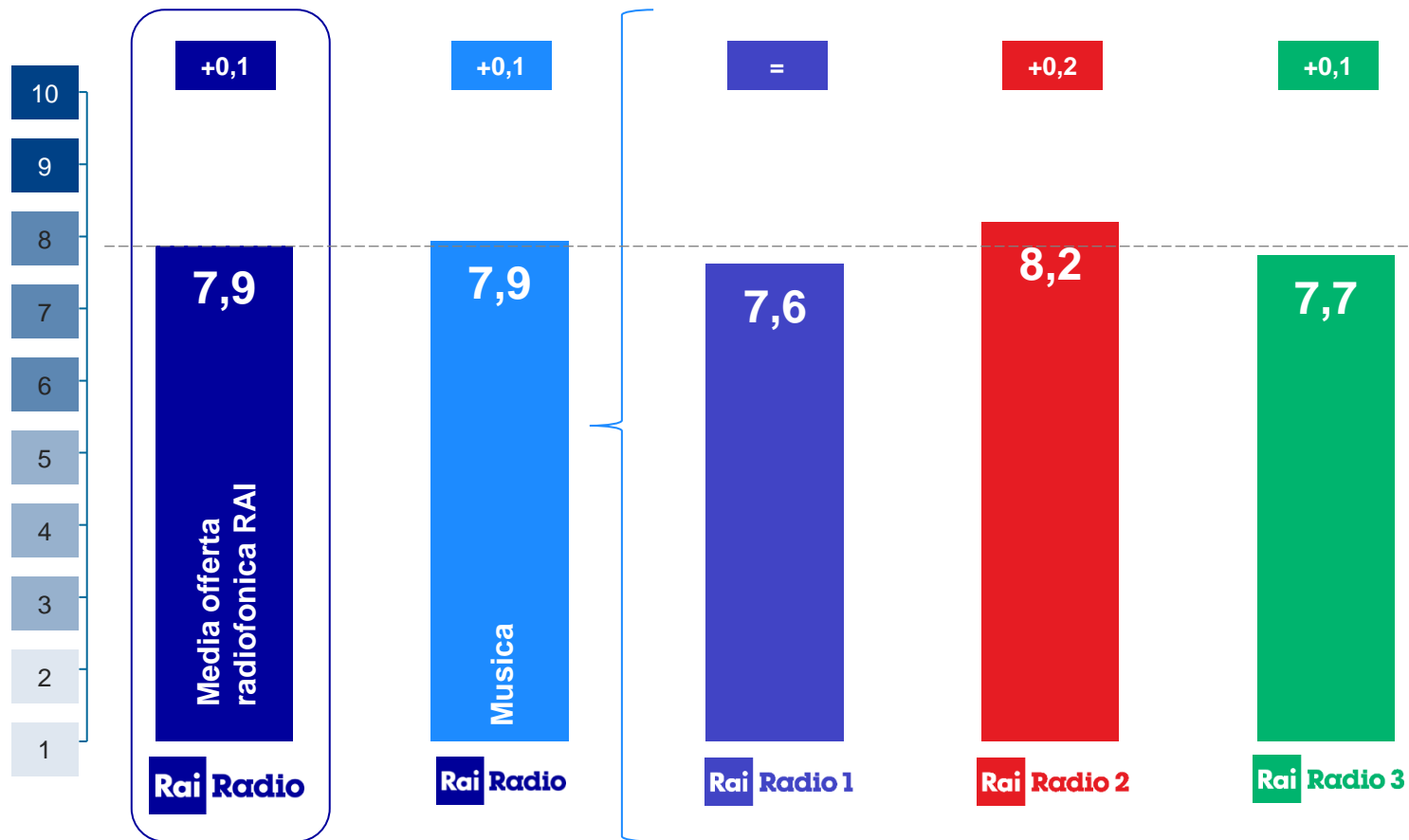


Musica Indici di gradimento



DELTA su Anno 2020

MUSICA



Anno 2021



Musica Indici di gradimento dei singoli programmi



MUSICA



N.B. Sono stati considerati solo i programmi con un numero di casi uguale o superiore a 40.

Intrattenimento e varietà



Media offerta Rai: 7,9
(DELTA su Anno 2020 = +0,1)

Intrattenimento e varietà



=

Il gradimento per l'**Intrattenimento e Varietà** è molto positivo (**8,0**), in linea con il precedente anno 2020 sia sul totale Rai che sui singoli canali del *bouquet* e leggermente superiore a quello fatto registrare dall'offerta Rai Radio nel suo complesso, con i programmi dell'offerta di Radio2 che rappresentano la totalità dei programmi del genere.

- ✓ Tra i programmi sopra la media dell'offerta radiofonica Rai spiccano: **Il ruggito del Coniglio (8,3)**, **Numeri Uni e Lillo e Greg 610 (8,1)**.



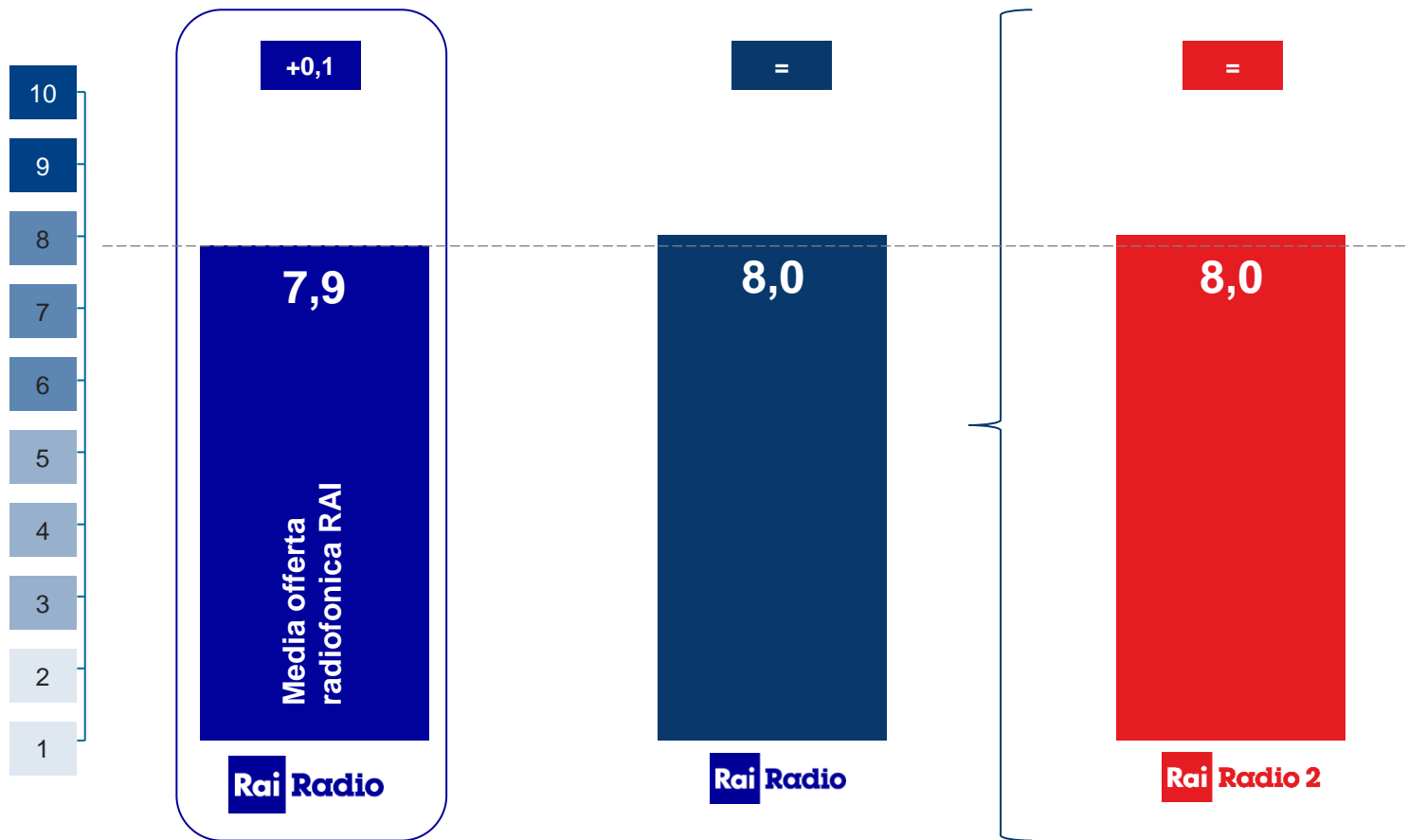
Intrattenimento e varietà

Indici di gradimento

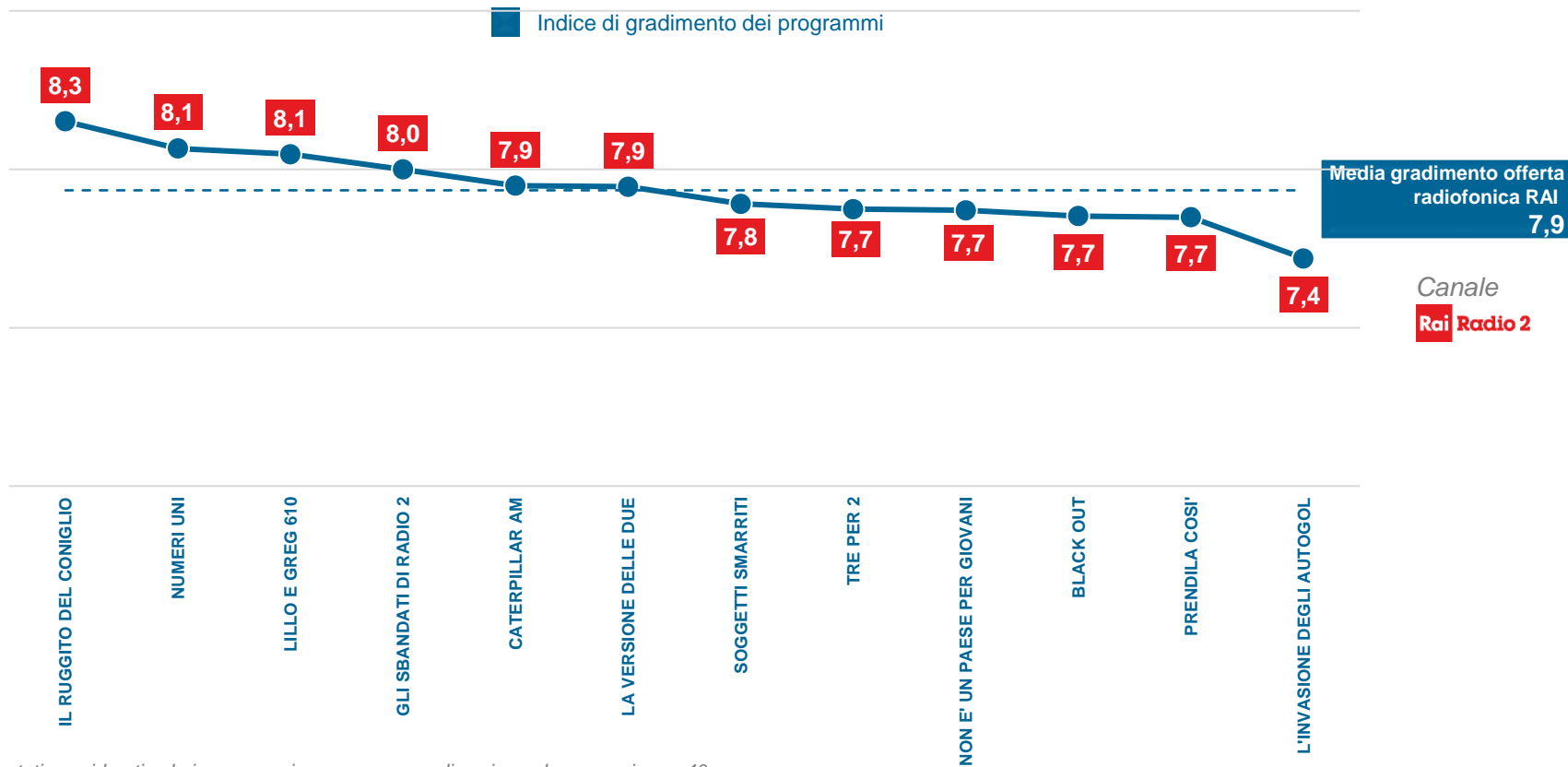


DELTA su
Anno 2020

INTRATTENIMENTO E VARIETÀ

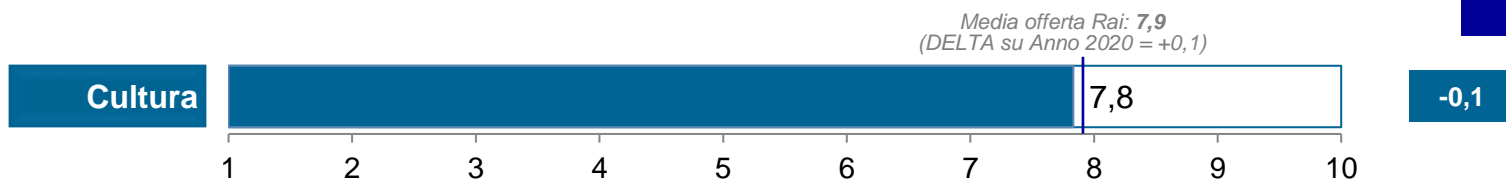


Anno 2021



N.B. Sono stati considerati solo i programmi con un numero di casi uguale o superiore a 40.

Cultura



Il gradimento del genere **Cultura** (presente principalmente sulla programmazione di Radio3), è pari a **7,8**, leggermente inferiore sia a quello fatto registrare dall'offerta radiofonica Rai nel suo complesso (-0,1 punti) sia rispetto all'anno 2020 (-0,1 punti).

- ✓ Sopra la media dell'offerta radiofonica si evidenziano: **Fahrenheit (8,2)**, **Le Meraviglie (8,1)**, **Radio 3 scienza e Pagina 3 (8,0)**, **In Prima fila, Piazza Verdi, 3 Soldi e Ad Alta voce (7,9)**.

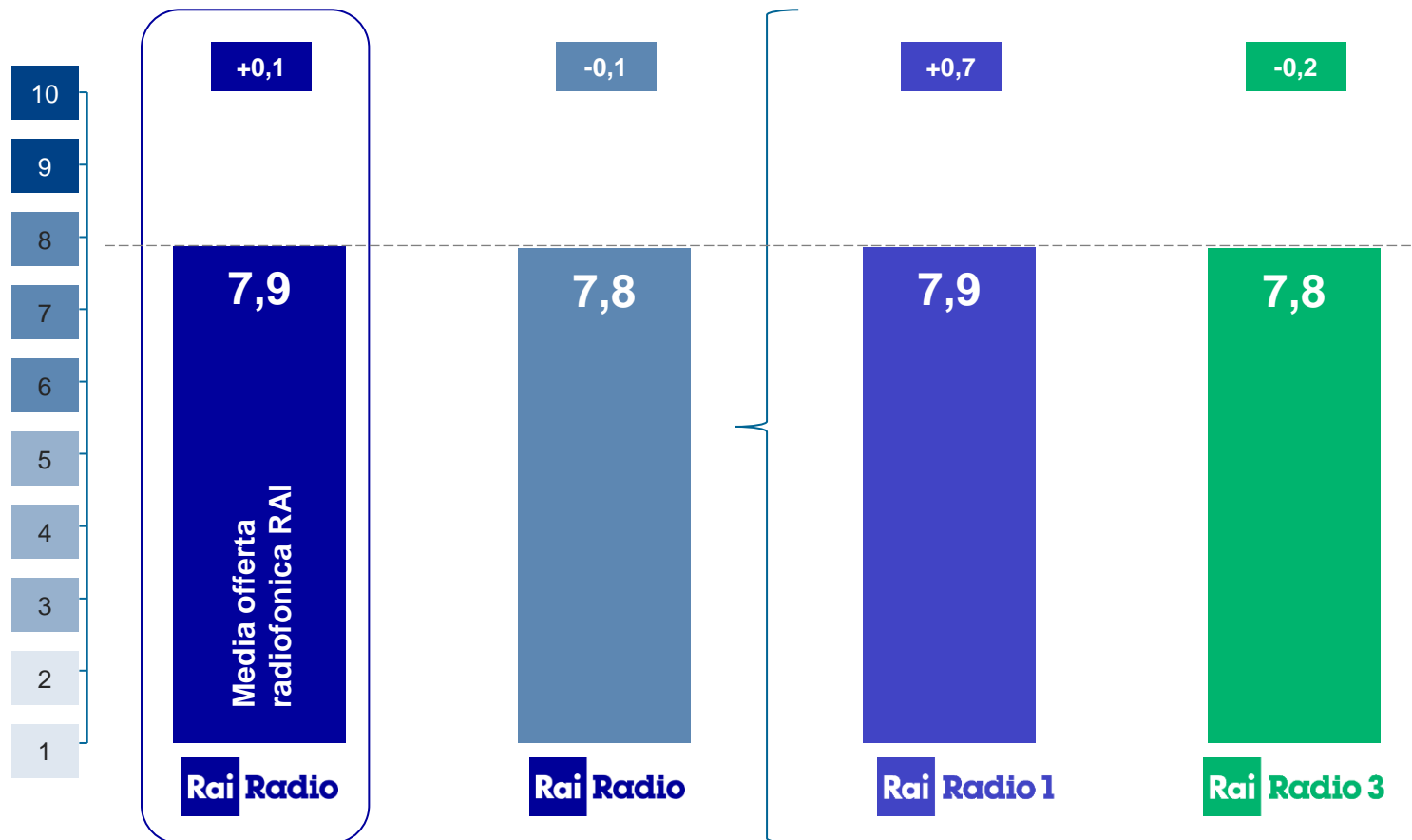


Cultura Indici di gradimento



DELTA su
Anno 2020

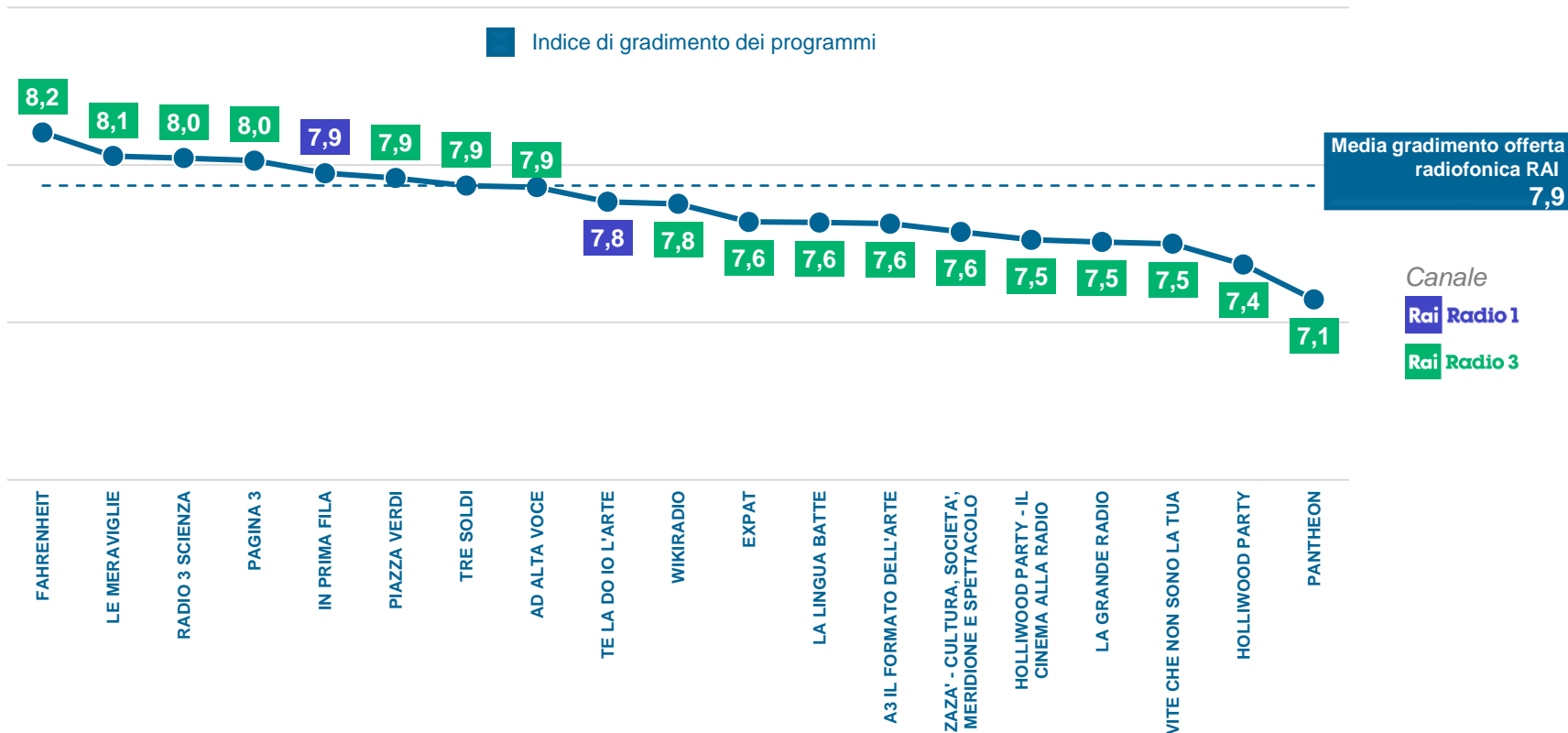
CULTURA



Anno 2021

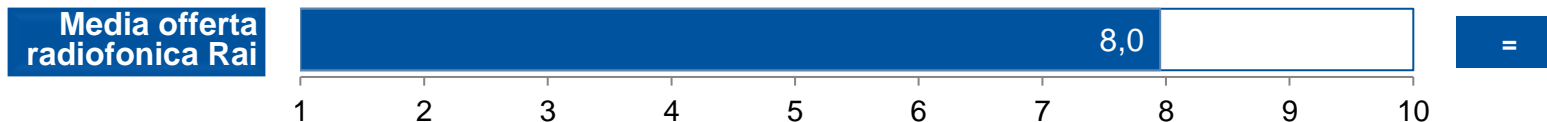


Cultura Indici di gradimento dei singoli programmi



N.B. Sono stati considerati solo i programmi con un numero di casi uguale o superiore a 40.

Indice di Qualità Percepita



L'indice della qualità percepita, 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** (stabile rispetto al 2020) 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 8,0)**, mentre i generi **Società e Informazione e Sport** (rispettivamente a **7,9** e **7,8**), sono leggermente inferiori alla media.

L'indice per singole emittenti mostra:

- per **Radio 2** valori sopra media (**8,1**) soprattutto grazie ai programmi di **Musica (8,2)**, **News** e **Intrattenimento e Varietà (8,1)**;
- per **Radio 3 e Radio 1** punteggi leggermente inferiori alla media dell'offerta RAI (**7,9**), con **Società e Cultura (8,0)** per **Radio 3** pari alla media del canale.

Gli elementi che compongono l'Indice di Qualità Percepita



Le chiediamo ora una valutazione su alcuni elementi caratteristici del programma [PROGRAMMA] andato in onda su [CANALE], dalle [ORA_INIZIO] alle [ORA_FINE].

Per ciascuno di questi, indichi quanto le è piaciuto o non le è piaciuto le ultime volte in cui ha ascoltato il programma.

Per rispondere dia un voto da 1 a 10, dove 1 significa per niente e 10 significa moltissimo.

		INFORMAZIONE E SPORT	NEWS	INTRATTENIMENTO E VARIETÀ	CULTURA	MUSICA	SOCIETÀ	ISORADIO
1	Lo stile, il tono del linguaggio (ironico, serio, scherzoso, irriverente, colto...etc.)	X	X	X*	X	X*	X	X
2	La selezione di musica/ brani trasmessi	X*		X	X*	X	X*	X
3	Il conduttore/ conduttrice/ giornalista/ radiocronista	X	X	X	X	X	X	X
4	Il ritmo	X	X	X	X	X	X	X
5	La selezione di temi /notizie/ argomenti	X*	X	X	X	X*	X	X
6	Interazione con il pubblico, ad esempio con telefonate, messaggi, post sui social...	X*		X*	X*	X*	X*	X
7	Gli ospiti/ opinionisti (invitati di volta in volta)	X*		X*	X*	X*	X*	X*
8	I cantanti, comici, ecc... / il protagonista artistico presente regolarmente nel programma			X*	X*	X*		X

Per il canale Isoradio, caratterizzato da una programmazione di flusso tendenzialmente non inquadrabile in un palinsesto, le valutazioni riguardano l'emittente nel suo complesso

N.B. Gli asterischi indicano la possibilità che una seguente caratteristica non sia applicabile / rilevante rispetto ad uno specifico programma

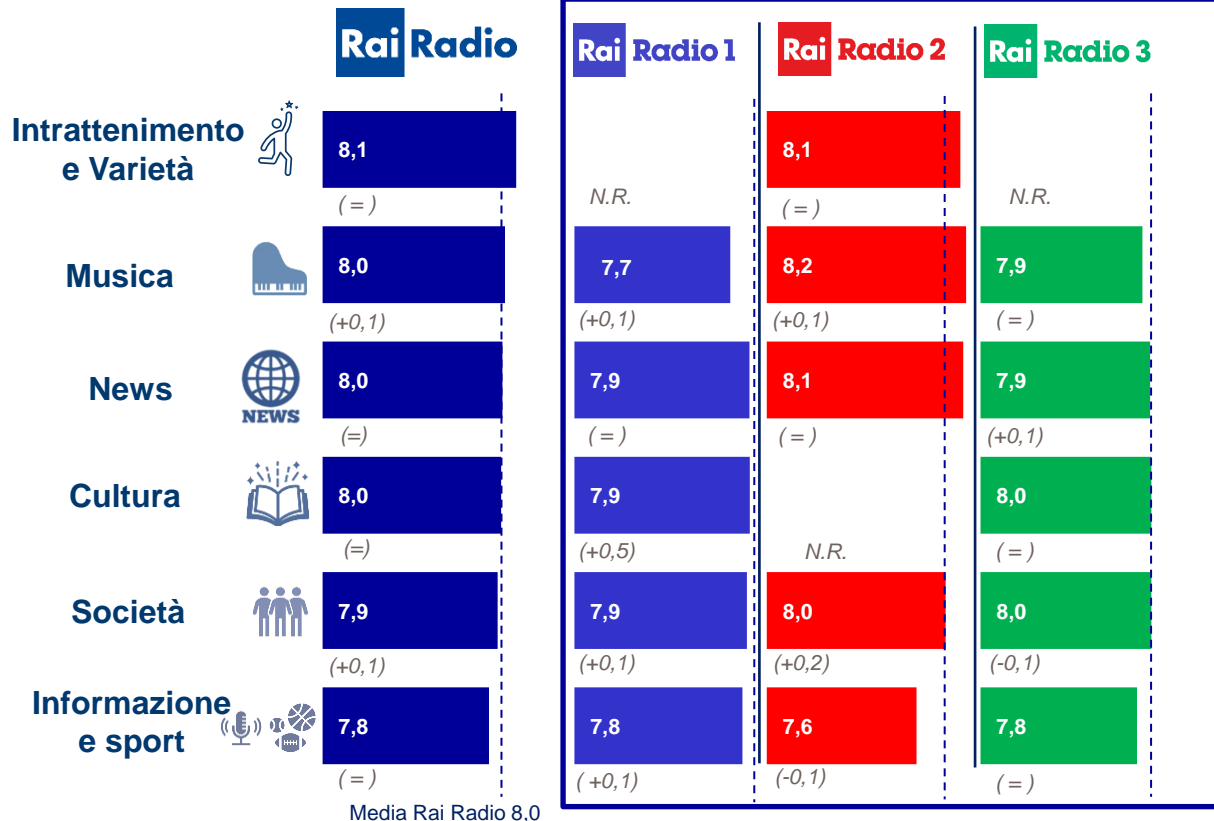
Rai Radio 8,0
(=)

Rai Radio 1 7,9
(+0,1)

Rai Radio 2 8,1
(=)

Rai Radio 3 7,9
(=)

Rai Isoradio 7,9
(+0,1)



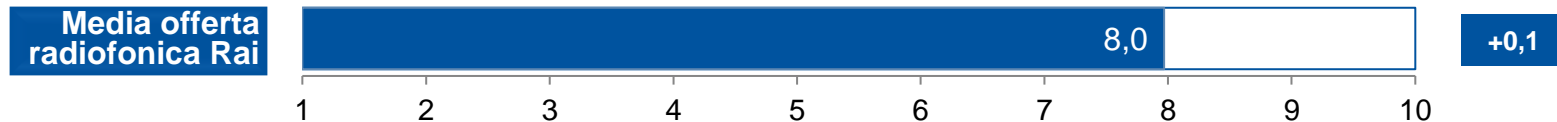
Indici di Qualità Percepita Radio Rai



	Rai Radio			Rai Radio 1			Rai Radio 2			Rai Radio 3		
	1° sem	2° sem	var	1° sem	2° sem	var	1° sem	2° sem	var	1° sem	2° sem	var
MEDIA OFFERTA RADIOFONICA	7,9	8,0	↑	7,8	7,9	↑	8,1	8,1	↓	7,9	7,9	↓
NEWS	7,9	8,0	↑	7,9	7,9	↑	8,1	8,1	↑	7,9	8,0	↑
INFORMAZIONE E SPORT	7,8	7,8	↑	7,8	7,9	↑	7,6	7,7	↑	7,9	7,7	↓
SOCIETÀ	7,9	8,0	↑	7,8	8,0	↑	7,9	8,0	↑	7,9	8,0	↑
MUSICA	8,0	8,0	↓	7,4	8,0	↑	8,1	8,3	↑	7,9	7,8	↓
INTRATTENIMENTO E VARIETÀ	8,2	8,1	↓	-	-	-	8,2	8,1	↓	-	-	-
CULTURA	7,9	8,1	↑	7,7	8,1	↑	-	-	-	7,9	8,1	↑
Rai Isoradio	7,8	8,0	↑									

Indice di correttezza della rappresentazione della figura femminile

Indice di correttezza della rappresentazione della figura femminile



L'indice di Rappresentazione della figura femminile (IFF), è ottenuto attraverso la domanda «quanto il programma è rispettoso nei confronti delle donne» ed è volto a misurare la capacità della programmazione Rai di rappresentare le donne in modo adeguato e rispettoso.

L'indice, pari a **8,0**, risulta positivo per tutti i generi dell'offerta Rai ed esprime un risultato leggermente superiore all'indice di gradimento nel suo complesso (+0,1 punti).

Tra i generi, **News (8,1)**, è quello con il valore più alto rispetto alla media del totale offerta Rai; seguono **Intrattenimento e Varietà (8,0)**, **Cultura, Informazione e Sport, Società e Musica (tutti a 7,9)**.

L'indice per singole emittenti mostra:

- per **Radio 2** punteggi in linea alla media dell'offerta RAI (**8,0**), con le **News (8,2)** e **Musica (8,1)** sopra la media del canale. Da segnalare **Informazione e Sport (7,4)** sotto la media del canale;
- per **Radio 1** punteggi in linea alla media dell'offerta RAI (**8,0**), con le **News (8,1)** sopra la media del canale;
- per **Radio 3** punteggi leggermente inferiori alla media dell'offerta RAI (**7,8**) con **News (7,9)**, **Informazione e Sport (7,9)** e **Cultura (7,9)** sopra la media del canale.

Indice di correttezza della rappresentazione della figura femminile



D.: Quanto il programma è rispettoso nei confronti delle donne?

Nota: tra parentesi il DELTA sull'anno 2020

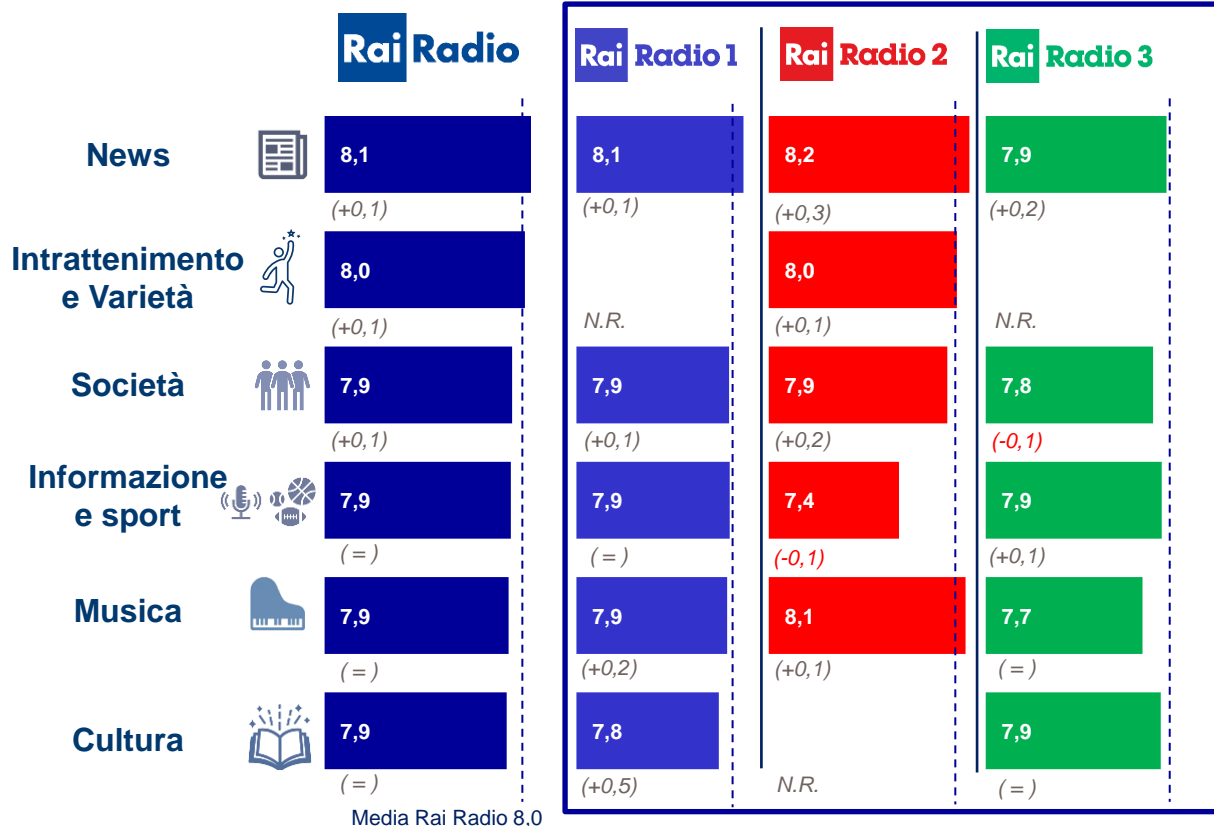
Rai Radio 8,0
(+0,1)

Rai Radio 1 8,0
(+0,1)

Rai Radio 2 8,0
(+0,1)

Rai Radio 3 7,8
(=)

Rai Isoradio 7,9
(+0,2)



Indice di correttezza della rappresentazione della figura femminile



	Rai Radio			Rai Radio 1			Rai Radio 2			Rai Radio 3		
	1° sem	2° sem	var	1° sem	2° sem	var	1° sem	2° sem	var	1° sem	2° sem	var
MEDIA OFFERTA RADIOFONICA	8,0	8,0	↑	8,0	8,0	↑	8,0	8,1	↑	7,8	7,8	↑
NEWS	8,1	8,1	↑	8,1	8,1	↑	8,1	8,2	↑	7,8	8,1	↑
INFORMAZIONE E SPORT	7,9	7,9	↑	7,9	8,0	↑	7,3	7,6	↑	8,0	7,8	↓
SOCIETÀ	7,9	8,0	↑	7,9	8,0	↑	7,9	8,0	↓	7,7	7,8	↑
MUSICA	7,9	7,9	↓	7,9	7,9	↓	8,1	8,2	↑	7,7	7,6	↓
INTRATTENIMENTO E VARIETÀ	8,1	8,0	↓	-	-	-	8,1	8,0	↓	-	-	-
CULTURA	7,8	8,0	↑	7,5	8,1	↑	-	-	-	7,8	8,0	↑
Rai Isoradio	7,8	8,0	↑									

Indice di contributo alla Coesione Sociale

Indice di contributo alla Coesione Sociale



L'indice di contributo alla Coesione Sociale (ICS), che sintetizza, attraverso una selezione di item, la capacità di RAI di creare vicinanza e senso di appartenenza, ottiene nel complesso un giudizio allineato agli altri indici e pari a **7,8**.

News (7,9) è il genere che ottiene valori superiori alla media; mentre **Musica e Società (7,7)** e **Informazione e Sport (7,6)**, riportano valori inferiori alla media dell'offerta radiofonica Rai.

L'indice per singole emittenti mostra:

- per **Radio 2** punteggi allineati alla media dell'offerta RAI (**7,8**), soprattutto grazie ai programmi di **News (8,1)** e **Musica (7,9)**;
- per **Radio 1 e Radio 3** punteggi leggermente inferiori alla media dell'offerta RAI (**7,7**) con tutti i programmi allineati con la media; da segnalare per **Radio 1 Musica (7,5)** sotto la media del canale.

Le caratteristiche che compongono l'Indice di contributo alla Coesione Sociale



Leggerà ora una serie di affermazioni che possono essere attribuite al programma [PROGRAMMA] andato in onda su [CANALE], dalle [ORA_INIZIO] alle [ORA_FINE].

Le chiediamo di valutare quanto siano presenti queste caratteristiche, con un voto da 1 a 10, dove 1 significa per niente e 10 moltissimo.

Quanto per Lei [PROGRAMMA] è un programma ...

	INFORMAZIONE E SPORT	NEWS	INTRATTENIMENTO E VARIETÀ	CULTURA	MUSICA	SOCIETÀ	ISORADIO
Bello da ascoltare in compagnia/ che mi dà spunti di conversazione	X	X	X	X	X	X	X
Che mi informa / amplia la mia conoscenza	X	X	X	X	X	X	X
Rispettoso nei confronti delle donne	X	X	X	X	X	X	X
A cui mi sento vicino / In cui mi identifico	X		X	X	X	X	X
Adatto a tutti / Rispettoso nei confronti di tutti	X	X	X	X	X	X	X
Autorevole credibile	X	X	X	X	X	X	X

Per il canale Isoradio, caratterizzato da una programmazione di flusso tendenzialmente non inquadrabile in un palinsesto, le valutazioni riguardano l'emittente nel suo complesso

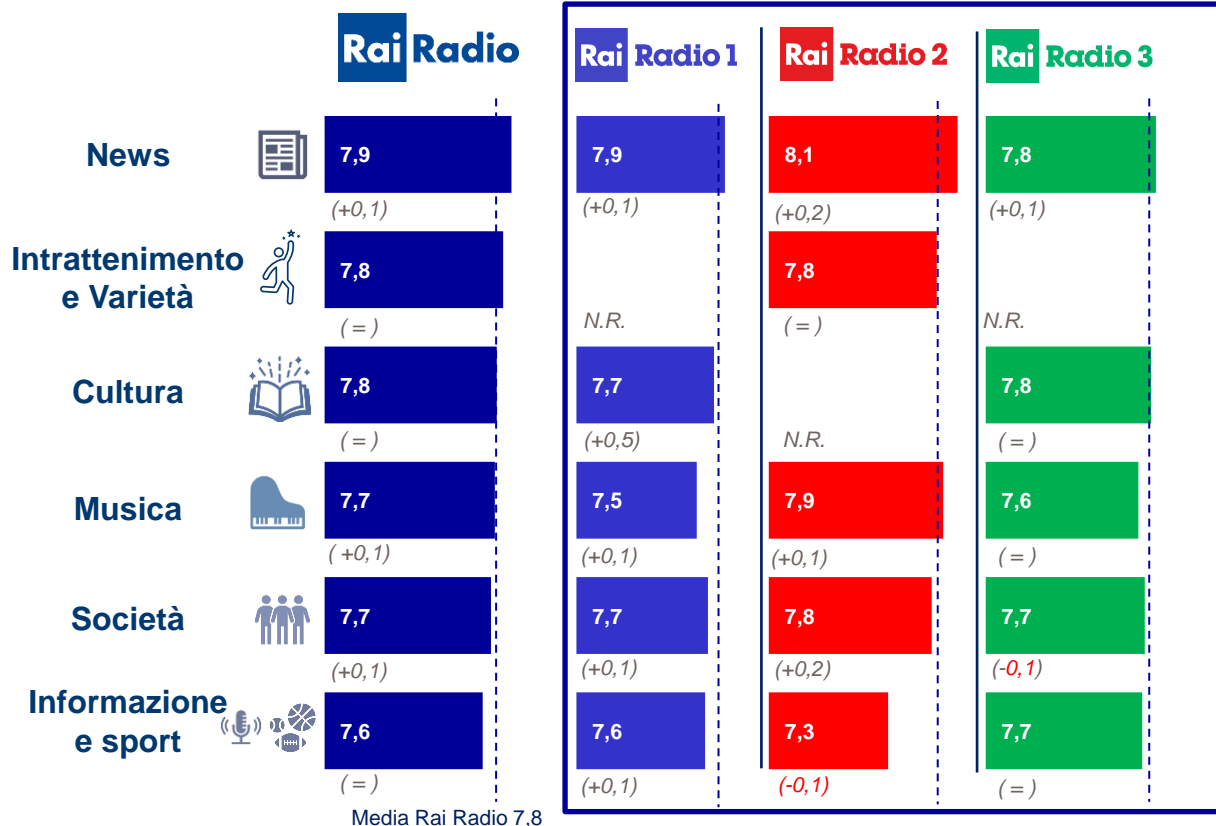
Rai Radio 7,8
(+0,1)

Rai Radio 1 7,7
(+0,1)

Rai Radio 2 7,8
(+0,1)

Rai Radio 3 7,7
(=)

Rai Isoradio 7,8
(+0,2)



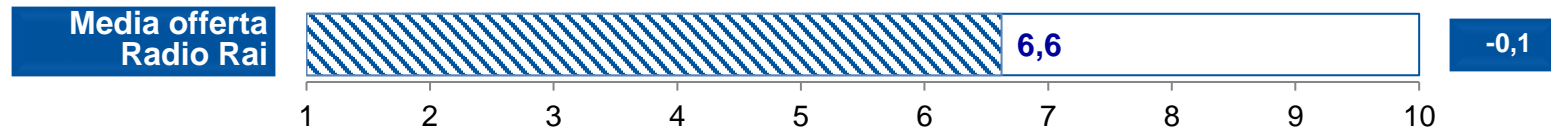
Indici di contributo alla Coesione Sociale Radio Rai



	Rai Radio			Rai Radio 1			Rai Radio 2			Rai Radio 3		
	1° sem	2° sem	var	1° sem	2° sem	var	1° sem	2° sem	var	1° sem	2° sem	var
MEDIA OFFERTA RADIOFONICA	7,7	7,8	↑	7,7	7,8	↑	7,8	7,9	↑	7,7	7,7	↑
NEWS	7,9	7,9	↑	7,9	7,9	↑	8,0	8,1	↑	7,7	7,9	↑
INFORMAZIONE E SPORT	7,6	7,7	↑	7,6	7,7	↑	7,1	7,5	↑	7,7	7,6	↓
SOCIETÀ	7,6	7,8	↑	7,6	7,7	↑	7,7	7,8	↑	7,6	7,7	↑
MUSICA	7,8	7,7	↓	7,3	7,7	↑	7,9	8,0	↑	7,7	7,6	↓
INTRATTENIMENTO E VARIETÀ	7,8	7,8	↓	-	-	-	7,8	7,8	↓	-	-	-
CULTURA	7,7	7,9	↑	7,5	8,0	↑	-	-	-	7,7	7,9	↑
Rai Isoradio	7,7	7,9	↑									

Indice di Gradimento Non Ascoltatori

Indici di Gradimento «Non Ascoltatori» Radio Rai



In aggiunta all'indice di gradimento calcolato sugli spettatori della programmazione Radiofonica RAI (tendenzialmente positivo perché esprime il parere di chi ha visto un determinato programma e ne è quindi tendenzialmente estimatore), è stato elaborato **un indice di gradimento dei non ascoltatori**, che tiene conto del giudizio di chi pur non essendo ascoltatore di un programma, lo conosce ed è in grado di esprimere un giudizio. La differenza tra i due indicatori **consente di misurare l'appeal potenziale di un determinato programma sulla platea radiofonica**.

Tanto più è piccola la differenza tra l'indice di «Gradimento ascoltatori» e l'Indice di «Gradimento dei NON ascoltatori», 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.

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 (-1,2 punti).

Al contrario di quanto accade per l'offerta tv, i **non ascoltatori** Radiofonici 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**» e «**Intrattenimento e varietà**» (a 6,7), con una differenza rispetto alla valutazione espressa dagli ascoltatori di -1,3 punti per «**Intrattenimento e varietà**» e -1,2 punto per «**Cultura**». Seguono i generi «**News**» (6,6, -1,3 rispetto agli ascoltatori), «**Società**» (6,6, -1,1), «**Musica**» (6,6, -1,3) e «**Informazione e Sport**» (6,5, -1,2 rispetto agli ascoltatori).

Indici di gradimento **Non Ascoltatori** Rai Radio: Confronto Canali e Generi

Genere	Rai Radio			Rai Radio 1			Rai Radio 2			Rai Radio 3			Rai Isoradio		
	Gradimento NON spettatori	Variazione vs gradimento spettatori		Gradimento NON spettatori	Variazione vs gradimento spettatori		Gradimento NON spettatori	Variazione vs gradimento spettatori		Gradimento NON spettatori	Variazione vs gradimento spettatori		Gradimento NON spettatori	Variazione vs gradimento spettatori	
Media complessiva	6,6	-1,2		6,6	-1,2		6,7	-1,3		6,6	-1,1		6,4	-1,5	
NEWS	6,6	-1,3		6,6	-1,3		6,7	-1,4		6,6	-1,2				
INFORMAZIONE E SPORT	6,5	-1,2		6,5	-1,2		6,6	-0,8		6,6	-1,1				
SOCIETÀ	6,6	-1,1		6,6	-1,1		6,7	-1,1		6,6	-1,2				
MUSICA	6,6	-1,3		6,7	-0,9		6,6	-1,6		6,6	-1,1				
INTRATTENIMENTO E VARIETÀ	6,7	-1,3					6,7	-1,3							
CULTURA	6,7	-1,2		6,7	-1,2					6,7	-1,2				

Note:

- l'indice è calcolato come media dei singoli programmi rilevati considerando solo i programmi con almeno 40 interviste
- sono indicate le variazioni, in punti, rispetto ai non ascoltatori (ma conoscitori)
- i punteggi di Rai Isoradio non incidono sulla media Radio Rai

Anno 2021

Appendice - Principali evidenze dalle rilevazioni qualitative

Rai Radio 1 rappresenta l'emittente ammiraglia dei canali radio della Rai, che si sta evolvendo verso un profilo più moderno



Ben risponde ai bisogni di chi cerca un'informazione credibile, autorevole, rigorosa, precisa e puntuale

Viene apprezzato lo stile garbato (come sempre in Rai) e l'educazione che caratterizza i talk, in cui gli ospiti non si accavallano gli uni con gli altri, senza la sensazione di prevaricazione/prepotenza percepita per altre emittenti

Resta fedele alla propria storia ma appare in evoluzione, oggi più calda e contemporanea

Un canale percepito come serio ed impegnato in cui alcuni programmi come "Un giorno da pecora" con Geppy Cucciari hanno portato una ventata di freschezza e modernità che ne stempera l'aurea di austerità

Può vantare giornalisti di livello e ospiti autorevoli

Rappresenta il punto di riferimento tradizionale per il calcio, con «Tutto il calcio minuto per minuto» e il suo team di giornalisti che riescono a trascinare il pubblico

Un canale **molto strutturato**, dotato di coerenza interna, cui la visibilità dei suoi protagonisti (politici, virologi, giornalisti ...), presenti anche nei talk della tv, conferisce credibilità e prestigio → è una sinergia che crea valore!

Per chi ricerca la musica come parte integrante dell'ascolto della radio, non rappresenta un punto di riferimento per questo tipo di bisogno

Rai Radio 2 rappresenta una radio storica che ha saputo evolversi nel tempo e oggi risulta molto apprezzata



La svolta epocale impressa da Fiorello ne ha segnato il passaggio in una nuova dimensione, più moderna e interessante

Il linguaggio è ironico, giovanile, ben si distingue rispetto alla più seria Rai Radio 1

Il tratto principale è rappresentato da leggerezza e divertimento, dal Ruggito del Coniglio alla comicità surreale di Lillo&Greg ...

Ben risponde al bisogno di energia e relax: riesce a mantenere un buon equilibrio tra le due dimensioni, senza eccessi → mai stressante, mai noiosa

Il dibattito è caratterizzato da buona educazione e toni garbati, che non degenerano mai nell'asprezza

Un canale che offre **disimpegno e spensieratezza ma non superficialità**: spazi di evasione che accompagnano la giornata ma anche programmi percepiti come momenti di approfondimento sull'attualità con personaggi di spessore

Rai Radio 3 rappresenta una realtà molto distintiva nel panorama radiofonico



Ascoltatori appassionati e molto curiosi di tutto ciò che è cultura in tutte le sue forme

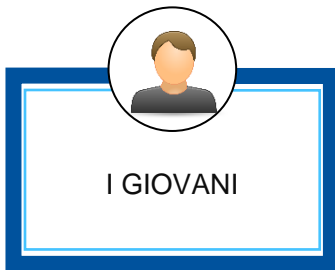
Per costruire il proprio mondo di ascolto, vengono utilizzati device, piattaforme, canali anche stranieri e tanti podcast: tutto ciò che può aiutare a coltivare le proprie passioni!

Una nicchia culturale: una radio elegante, raffinata, soft che si distingue dall'intera offerta radiofonica

Consente di coltivare le proprie passioni musicali grazie all'offerta di musica classica e jazz che non sono presenti sulle emittenti commerciali

Rai Radio 3 rappresenta una radio adulta che soddisfa persone che coltivano passioni e sono interessate ai temi culturali in senso ampio

La programmazione Radio Rai risulta poco attrattiva nei confronti del target più giovane, che richiede produzioni più vivaci e con molta musica



- I giovani cercano anzitutto **relax e disimpegno**, ascoltano musica, programmi leggeri e news
- L'ascolto è maggiormente casuale e più determinato dallo zapping
- Prediligono programmi più vivaci, frizzanti, divertenti in cui, tuttavia, deve **prevalere il contenuto musicale**



- Prediligono una programmazione **leggera ma di spessore, soprattutto priva di volgarità** come quella di Radio Rai
- Cercano musica ma anche il **commento esperto alle news, il conduttore brillante, i contenuti colti ma anche l'approccio divertente a temi seri**
- In genere hanno una **range di 2-3 emittenti predilette** per genere musicale, stili e contenuti, all'interno del quale cercano il canale da ascoltare

Durante i FG emerge che la programmazione Radio Rai non riesce a generare intorno a sé un interesse tale da creare "l'appuntamento" con gli ascoltatori, né questi utilizzano strumenti per ascoltare programmi persi



Rispetto all'INFORMAZIONE Radio Rai risulta vincente grazie alla sua grande heritage coniugata alla contaminazione dei linguaggi



AUTOREVOLEZZA

- Radio Rai rappresenta un **punto di riferimento** in modo trasversale ai partecipanti dei Focus group
- I GR, autorevoli e credibili come tutta l'informazione Rai, offrono il vantaggio di essere percepiti come **meno influenzati dalla politica** rispetto alla tv



INFOTEINMENT

- Radio Rai è stata capace di **aggiornare i linguaggi**, contaminando informazione e intrattenimento
- Risponde bene al bisogno di "buon parlato" il quale risiede nella capacità di **conciliare leggerezza e spessore**



PILLOLE

E' richiesta dai più giovani **un'informazione breve, in pillole, che scandisca la giornata** (piccoli spazi frequenti dedicati alle news/aggiornamenti): l'approfondimento della notizia, se desiderato, è accessibile tramite il digital.



In termini di offerta **CULTURALE** Radio Rai non teme confronti ma dovrebbe portare la cultura ad un livello più democratico



E' una cultura con la "**C**" **maiuscola** quella che si propone su Radio Rai ma l'**approccio istituzionale e top-down** non aiuta ad arricchire l'audience: i contenuti appaiono **difficili, pesanti, distanzianti**



- Rai Radio 3 infatti viene vissuto come un canale specializzato, dai **contenuti alti**, conosciuto per la presenza di musica classica, opera, concerti ... **ma poco frequentato: molto cool ma anche un po' snob, algido nella sua distanza**, escludendo soprattutto i giovani, che nella radio cercano essenzialmente musica e svago
- **Manca la parte contemporanea della cultura:** ma la contemporaneità di temi e contenuti è ciò che sta costruendo nuova cultura!



I programmi culturali Radio Rai **mancono di ritmo, dinamismo, dialogicità**: il linguaggio deve essere ibridato, contaminato, adeguarsi ad un mondo in cui tutto ormai si fonde



Lo SPORT su Radio Rai rappresenta un elemento storicamente distintivo



TRADIZIONE



ECCELLENZA



CALCIOCENTRISMO

Porta con sé **tutta la tradizione di Rai** nello sport, arricchita da qualche **nota nostalgica** tra gli older soprattutto

- Radio Rai Sport si distingue per **il trattamento professionale ed elegante, semplice e coinvolgente** che non trova competitor nel mondo radio se non (minimamente) in Radio Sportiva
- Fiore all'occhiello sono i suoi cronisti: seri, preparati e capaci di **trasferire le emozioni dell'evento** grazie alla maestria e la passione del racconto, che sopperisce alla mancanza di immagini, rappresentando un elemento **molto potente**

Una criticità che, tuttavia, **molti giovani vedono in fase di superamento:**

- lo **"spezzettamento" del campionato** impedisce di seguire tutte le partite contemporaneamente e questo ha fatto perdere interesse per i programmi radio
- Solo alcuni giovani apprezzano il maggiore **spazio dedicato da Radio Rai ad altri sport** come basket, pallavolo, tennis rispetto alla Tv

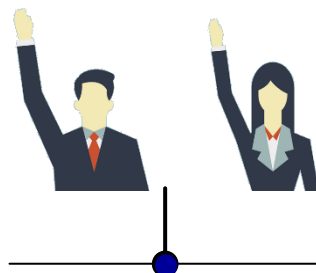
Metodologia

Il panel messo a disposizione della rilevazione Qualitel è un panel di **tipo misto** cioè non è un panel esclusivamente composto da utenti web. Per migliorare la rappresentatività complessiva del panel, infatti, vengono reclutati anche i cosiddetti “non-internauti” che hanno minore dimestichezza con gli strumenti digitali e che non accedono regolarmente alla rete (tipicamente le persone più anziane e/o meno scolarizzate).

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.

L'app è dotata di un **software di monitoraggio passivo** (meter) che permette di ricostruire in maniera precisa, oggettiva e granulare l'esposizione dei singoli panelisti ai diversi media (TV, Radio, Digital) senza doversi affidare al ricordo del panelista.

In particolare, il software integrato nell'app consente la **rilevazione** passiva, mediante **tecnologia di soundcapturing e soundmatching**, dei **programmi TV visti** dal panelista con un livello di dettaglio e precisione elevata (granularità di venti secondi) e con un elevato livello di accuratezza (98%).

Una volta individuati gli individui esposti ai diversi programmi in monitoraggio, viene estratto un sub-campione rappresentativo a cui inviare l'invito a compilare il questionario relativo allo specifico programma tramite app e/o web browser.

Per assicurare la qualità dei dati raccolti e gestire in maniera ottimale il carico di «lavoro» di ogni singolo panelista, tutti i membri del panel rispondono ai questionari per un periodo massimo di 2 settimane e successivamente, secondo uno specifico piano di rotazione, vengono messi a «riposo» per le due settimane successive a quelle in cui hanno partecipato.