

Il monitoraggio del Gradimento e della Qualità percepita dell'offerta Rai Anno 2021

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 per ciascun media (Tv, Radio, Digital), e per ognuno dei singoli programmi/siti/app dei quali è fruitore e al contempo garantire una numerosità statisticamente significativa per ciascuna delle diverse aree di indagine.

Gli individui sono intervistati con metodologia telematica attraverso un'App proprietaria installata sui device dei panelisti e dotata di *meter* interno che, tramite tecnologia sound capturing e sound matching, consente di identificare in modo puntuale l'effettiva esposizione ai programmi e di somministrare in modo automatico i questionari 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.

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

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

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

Tanto più è piccola la differenza tra l'indice di Gradimento degli spettatori/fruttori e quello dei non spettatori/fruttori, tanto maggiore sarà l'apprezzamento dell'intera platea, preconditione questa anche per un possibile incremento degli ascolti; 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 2021

L'indagine, basata su una **rilevazione continuativa**, è stata condotta nel periodo **gennaio-dicembre 2021** su un panel di **25.000 individui**, rappresentativi della popolazione residente in Italia dai 14 anni in su, e ha prodotto un totale di **337.472 questionari compilati** da parte di **23.809 individui** del panel che hanno visto i diversi programmi tv oggetto di monitoraggio. L'esposizione ai singoli programmi tv è stata rilevata oggettivamente, attraverso strumenti tecnologici evoluti (app dotate di meter basati su tecnologie di *sound capturing e sound matching* installate sui device personali dei panelisti o forniti in dotazione ai "non utenti internet")¹.

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

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

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

L'indice di gradimento complessivo dei fruitori dell'offerta Televisiva Rai, misurato su scala 1-10, è pari a un ottimo **7,9** (il 63% dei fruitori ha espresso un giudizio da 8 a 10), e sintetizza le valutazioni espresse dal pubblico su ogni singolo programma.

Il punteggio esprime quindi una valutazione molto positiva nei confronti dei programmi e dei canali generalisti e semigeneralisti rilevati e stabile su livelli mediamente più alti rispetto all'anno 2020 (+0,1 punti).

Rai3 evidenzia il gradimento più elevato, con un punteggio pari a **8,0** (con un giudizio da 8 a 10 espresso dal 65,9% degli intervistati); a seguire, **Rai 1** e **Rai2** con un punteggio pari, rispettivamente, a **7,9** e **7,8** (con il 63,7% e il 58,5% degli spettatori che esprime un giudizio da 8 a 10).

Molto apprezzata l'offerta di **Rai4**, che registra sul proprio pubblico un punteggio pari a **7,9** (con il 59,2% che esprime un giudizio 8-10) relativamente alla parte di programmazione misurata, la più rilevante in termini di audience costituita prevalentemente da Film, Fiction e serialità di acquisto e con un numero limitato di programmi di intrattenimento.

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

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

Anche l'offerta di questi **canali tematici** monitorati attraverso il Qualitel risulta molto gradita con un punteggio medio di 7,8 per l'offerta di **Rai Cultura** nell'ambito della quale il gradimento più elevato è registrato da **Rai Storia (7,9)**, con il 62% degli spettatori che esprimono un giudizio 8-10), mentre **Rai 5** registra un risultato altrettanto positivo (**7,7**, con il 60% dei giudizi 8-10). Anche le analisi su **Rai News 24** e **Rai Sport**, hanno fatto emergere risultati positivi: entrambi i canali ottengono un gradimento pari a **7,7** (con giudizi 8-10 pari rispettivamente al 58% e al 56%).

Tutti i **generi trasmessi sui canali generalisti e su Rai4** raggiungono buoni livelli di gradimento; in particolare la **Fiction di produzione Rai (8,2** - con il 70,5% dei fruitori che esprime un giudizio da 8 a 10) e la **Cultura (8,1** - con giudizio 8-10 espresso dal 68,7% degli spettatori), si confermano i generi con il punteggio più alto, seguiti dagli **Eventi sportivi (8,0**, con giudizi 8-10 espressi dal 63,7% degli spettatori), dall'**Informazione**, dalla **Fiction e serialità d'acquisto** e dai **Film** (tutti a **7,9** con giudizi 8-10 espressi rispettivamente dal 63,4%, 59,4% e 61,2% degli spettatori).

Il gradimento del pubblico del genere **Intrattenimento (7,8**, con il 61% dei giudizi 8-10) è lievemente al di sotto della media dell'offerta Rai nel suo complesso. L'analisi per emittente evidenzia come sia apprezzato soprattutto l'Intrattenimento di **Rai3** (pari a **7,9**, in crescita di 0,2 punti rispetto al 2020). Seguono **Rai1**, con una valutazione pari a **7,8**, stabile rispetto al 2020 e **Rai2 (7,7**, anch'esso stabile rispetto all'anno precedente).

Il 2021, caratterizzato dall'emergenza COVID-19 come quello precedente, è stato contraddistinto da numerosi programmi informativi. In questo contesto, il particolare interesse e il buon risultato di gradimento ottenuto dai programmi di approfondimento informativo e dalle Rubriche dei Tg, risulta ancora più significativo.

Il genere **Informazione (7,9**, con giudizi 8-10 espressi dal 63,4% dei fruitori), composto dai programmi di **Approfondimento informativo (7,9**; con giudizi 8-10 espressi dal 64,6% dei fruitori; +0,2 punti rispetto al 2020) e dalle **Rubriche Tg (7,8**; con giudizi 8-10 espressi dal 61,2% dei fruitori; +0,2 punti), è in media con la valutazione dell'offerta complessiva Rai e in crescita rispetto all'anno precedente (+0,2 punti). Un risultato molto positivo considerati anche gli argomenti che vengono generalmente trattati in questo tipo di programmi, ben diversi da quelli principalmente destinati all'intrattenimento e all'evasione.

L'**Approfondimento informativo** in onda su **Rai3 (8,1)** e su **Rai1 (7,9**, in crescita di 0,5 punti rispetto al 2020) è il più gradito, mentre quello offerto da **Rai2 (7,6)** presenta valori leggermente inferiori. Nel caso delle **Rubriche Tg** sono quelle della **TGR** e del **TG3** a registrare il gradimento medio più alto entrambe con 7,9, mentre quelle del **TG1** e **TG2** registrano un giudizio medio rispettivamente pari a 7,8 e 7,6.

Il gradimento dei **Telegiornali (7,8**, con il 62,6% dei fruitori che esprime un giudizio 8-10) anche se leggermente inferiore all'offerta complessiva Rai (-0,1 punti), dato ricorrente nel tempo a causa delle specificità del genere, è positivo e non si differenzia molto tra le tre reti generaliste, per le quali tutte le diverse testate (Tg1, Tg2, Tg3 e TGR) confermano buoni punteggi. Il genere, rispetto all'anno 2020 appare in netto miglioramento di **+0,2 punti**, a conferma dell'interesse e del buon risultato di gradimento ottenuto dai notiziari trasmessi nel periodo di emergenza sanitaria.

La **Fiction di produzione Rai (8,2**, con ben il 70,5% dei giudizi 8-10) si conferma come il genere più gradito dell'offerta tv del Servizio Pubblico, con il punteggio più elevato e superiore di 0,3 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 fiction in palinsesto, registra un indice di gradimento superiore alla media di genere (8,3); seguono **Rai2** e **Rai3** (8,1), che mostrano un ottimo apprezzamento seppur su un numero limitato di titoli.

Il gradimento del genere **Fiction e serialità d'acquisto (7,9**, con il 59,4% dei giudizi 8-10) è in media con quello fatto registrare dall'offerta Rai nel suo complesso. L'offerta di questo genere si concentra su Rai2 e Rai4 che ottengono una valutazione pari, rispettivamente, a 7,8 e 8,0.

L'offerta di programmi del genere **Cultura (8,1**, con un ottimo 68,7% dei fruitori che esprime un giudizio 8-10) si conferma tra le più apprezzate, con una valutazione superiore a quella dell'offerta Rai nel suo complesso (+0,2 punti rispetto alla media Rai). L'offerta si concentra principalmente su **Rai1** e **Rai3**, entrambi a 8,1, in media con il gradimento del genere, mentre **Rai2** con una minore presenza in palinsesto del genere, ottiene un gradimento pari a 7,6.

Il racconto degli **Eventi Sportivi (8,0**, con il 63,7% dei giudizi 8-10) offerto da Rai nel periodo considerato ottiene un'ottima valutazione, superiore rispetto al totale offerta (+0,1 punti) e in crescita sul 2020 (+0,4 punti). Anche il gradimento dell'offerta di **Rubriche sportive (7,7** con il 56,1% dei giudizi 8-10), trasmesse quasi esclusivamente su **Rai2**, risulta in crescita rispetto al punteggio medio dell'anno precedente (+0,3 punti).

In entrambi i casi si tratta di una valutazione molto positiva che premia la copertura offerta da Rai per le grandi competizioni internazionali come le Olimpiadi e i Campionati Europei di calcio, rinviate dal 2020 per l'emergenza COVID-19, e gli ottimi risultati degli atleti italiani che hanno ulteriormente accresciuto l'interesse ed il coinvolgimento del pubblico televisivo per queste manifestazioni

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 i **generi** televisivi si confermano molto apprezzati la Fiction di produzione Rai e la Cultura (8,2), seguono l'Intrattenimento, l'Informazione, gli Eventi Sportivi e la Fiction e serialità d'acquisto (tutti a 7,9); leggermente inferiori alla media, ma comunque con valutazioni positive, i Telegiornali e i Film (entrambi a 7,8), e le Rubriche sportive (7,7).

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

Per i **canali tematici** oggetto di rilevazione, invece, la qualità percepita supera il gradimento; ciò accade in particolare per **Rai 5** (7,8) e **Rai Storia** (8,0). **Rai News** e **Rai Sport** registrano invece valori in linea (entrambi pari a 7,7).

Passando **all'analisi del gradimento rilevato sui non spettatori**, ovvero la parte di popolazione che pur non essendo stato spettatore 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 **Cultura** (7,2) e dei **Telegiornali** (7,1), che sono giudicati molto positivamente anche presso la parte di popolazione che non ne è spettatrice ed hanno la differenza minore rispetto alle valutazioni degli spettatori (rispettivamente -0,9 e -0,7 punti). La **Fiction di produzione** (gradimento medio = 6,2) e gli **Eventi sportivi** (5,8) sono invece quelli maggiormente polarizzanti, con la maggiore differenza di valutazione tra chi ne fruisce e chi no (rispettivamente -2,0 punti e -2,1); seguono, l'Intrattenimento (6,6; -1,2 punti), l'Informazione e i Film (entrambi a 6,9 -1,0 punti), le Rubriche sportive (6,7) e la Serialità d'acquisto (7,0), a -0,9 punti.

L'approfondimento di tipo qualitativo, realizzato sempre nell'ambito della rilevazione di qualità percepita attraverso la tecnica dei focus group, per renderla completa ed efficace, evidenzia in generale come l'offerta televisiva Rai sia apprezzata più dal pubblico adulto che dai giovani, alla ricerca di contenuti più leggeri. Trasversalmente emerge una richiesta di «volti nuovi», non necessariamente di giovane età, che si contrappongono a quelli storici, percepiti come poco capaci di rinnovarsi.

Entrando sinteticamente nel dettaglio dei generi dell'offerta televisiva, si evidenzia che:

- Viene riconosciuta da tutte le fasce di pubblico la qualità dell'informazione grazie all'affidabilità dei contenuti, alla professionalità dei conduttori/conduttrici e allo stile complessivamente sobrio: Rai, in un momento in cui emerge con forza un bisogno di certezze, conferma la propria funzione di servizio pubblico veicolando un'informazione ritenuta puntuale, affidabile e attendibile anche grazie al ricorso a fonti accertate e istituzionali.
- Tutti riconoscono la qualità e l'ampiezza dei temi trattati nei programmi culturali e divulgativi Rai, molto seguiti da un pubblico curioso, spinto dal bisogno di conoscenza e comprensione, che sa valutare l'importanza, per questo tipo di programmi, non solo della scelta di contenuti coinvolgenti ma anche della capacità del conduttore di rendere la narrazione accessibile a tutti. La parte di pubblico più giovane richiede però contenuti più adatti a ritmi e tempi di fruizione più rapidi e con un tipo di approccio più disimpegnato e meno "didattico".

- L'intera platea riconosce lo stile distintivo, garbato e composto dell'intrattenimento Rai, coerente con il suo ruolo di televisione pubblica dalla quale ci si aspetta maggiore controllo dei contenuti; d'altra parte, tuttavia, una richiesta trasversale è quella di produzioni caratterizzate da una maggiore leggerezza e disimpegno, soprattutto da parte dei giovani, che percepiscono i programmi Rai generalmente come poco adatti a loro nei linguaggi e nei format.
- Rai risulta apprezzata, soprattutto dal pubblico più maturo, per le sue fiction di produzione, che raccontano storie intense, sono costruite attorno a personaggi complessi, sfaccettati e interessanti e sono accurate nelle ricostruzioni di periodi storici. Anche in questo caso, però, il pubblico più giovane si sente poco rappresentato da una programmazione che, anche quando rivolta a loro o tratta tematiche che li riguardano, lo fa troppo spesso con l'ottica dell'adulto. In sintesi, le fiction Rai sembrano soddisfare il bisogno di serietà e spessore ma lasciano talvolta scoperto il bisogno di evasione e di imprevedibilità, che lo spettatore cerca così di soddisfare altrove.
- Le serie tv internazionali d'acquisto rappresentano un ambito in cui Rai si trova a confrontarsi con l'offerta di contenuti originali e in anteprima disponibili in streaming sulle piattaforme degli OTT e sulla tv sat pay. Sono prodotti con modalità di fruizione sempre più svincolate dalle logiche di palinsesto che, per fette ormai rilevanti della platea, rappresentano di fatto il punto di riferimento per questo genere. Le nuove serie di successo fruibili sulle piattaforme digitali usano infatti nuovi linguaggi e sono molto efficaci nel creare una tensione capace di trascinare lo spettatore in una realtà diversa, in cui tutto è avvincente, catalizzante e iperbolico: escono dagli schemi, spaziano tra realtà e fantasia, osano nuove dimensioni narrative.
- Riguardo allo Sport emerge un sentimento malinconicamente nostalgico per un mondo ormai perso di emozioni legate al campionato di calcio; in quest'ambito Rai mantiene forte la propria immagine di editore con un'offerta sportiva ricca e qualificata, soprattutto in occasione dei grandi eventi nazionali e internazionali, in grado di riempire il vuoto lasciato da Campionato e Coppe europee di calcio.

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

Per l'insieme della programmazione televisiva Rai questo indice è positivo e pari ad un ottimo 7,7, in crescita di 0,1 punti rispetto al 2020, con un contributo maggiore dei generi Cultura (il cui indice è pari a 8,1), Informazione, Telegiornali e Fiction di produzione Rai (tutti a 7,8), seguiti da Eventi sportivi (7,7), Intrattenimento e Rubriche sportive (entrambi a 7,6), Fiction e serialità d'acquisto e

Film (entrambi a 7,5). I singoli canali televisivi hanno indici sintetici che oscillano intorno alla media, con Rai 3 che ottiene il punteggio più alto, pari a 7,9, mentre Rai 1, Rai 2 e Rai 4 seguono con valutazioni altrettanto positive, pari rispettivamente a 7,7, 7,6 e 7,5. 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, Rai News24 a 7,7, Rai 5 a 7,6 e Rai Sport a 7,5. In nessun caso, nel complesso dell'offerta televisiva, si registrano programmi con valutazioni 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.

I giudizi, espressi con un voto da 1 a 10, fanno emergere come la **rappresentazione delle donne sia ritenuta rispettosa** nella quasi totalità dei programmi che ottengono valori vicini all'8,0 e, in nessun caso, si registrano programmi con valutazioni inferiori al 7,0. I giudizi appena più contenuti appaiono estremamente limitati e si riferiscono prevalentemente ad alcuni programmi di intrattenimento, film e serie d'acquisto.

Nel complesso, la **programmazione televisiva Rai ottiene un giudizio pari a 8,0**, (+0,2 punti rispetto al 2020), con Rai3 che è considerato il canale maggiormente rispettoso (8,1), seguito da Rai1 (8,0), e Rai2 e Rai4 con valutazioni altrettanto positive e pari a 7,8.

In linea con i canali generalisti, anche i canali tematici ottengono ottime valutazioni medie vicine tra loro con Rai Storia a 7,9, Rai 5 e Rai News24 entrambi a 7,8, e Rai Sport a 7,7.

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 2021

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

L'indagine, basata su una **rilevazione continuativa**, è stata condotta nel periodo gennaio-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 **44.560 questionari compilati** da parte di **14.563 individui** del panel che hanno ascoltato i diversi programmi radio oggetto di monitoraggio.

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

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

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

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

L'indice di gradimento complessivo dei fruitori dell'offerta Radio Rai, misurato su scala 1-10, è pari a **7,9** (il 63,1% 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 2020 (+0,1 punti).

I singoli canali mostrano **punteggi positivi**, con **Rai Radio 2** che registra il gradimento più elevato, con un punteggio medio sulla propria programmazione pari a **8,0** (con un giudizio da 8 a 10 espresso dal 65,7% degli intervistati), e conferma la sua leadership tra le emittenti Rai. A seguire, **Rai Radio1** e **Rai Radio 3** con un punteggio pari a **7,8** (con, rispettivamente, il 61,6% e il 61,7% degli ascoltatori che esprime un giudizio 8-10).

Il gradimento del canale **Rai Isoradio**, caratterizzato da una programmazione di flusso tendenzialmente non inquadrabile in un palinsesto, riguarda invece l'emittente nel suo complesso

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

ed è pari a **7,9** (con il 65,2% degli ascoltatori che esprime un giudizio 8-10), sostanzialmente in crescita rispetto al precedente anno 2020 (+0,2 punti).

Tutti i **generi** raggiungono buoni livelli di gradimento; in particolare **Intrattenimento e varietà (8,0)**, con il 65,2% dei fruitori che esprime un giudizio da 8 a 10), si conferma complessivamente come il più gradito nell'ambito della programmazione di Radio Rai, seguito da **News** e **Musica** entrambi a **7,9** (con giudizio 8-10 espresso rispettivamente dal 62,4% e dal 65,7% degli ascoltatori), con l'informazione del Giornale Radio che si conferma un altro pilastro riconosciuto dell'offerta radiofonica Rai e apprezzato su tutti e tre i canali.

Gli altri generi riportano un punteggio di poco inferiore alla media dell'offerta radiofonica complessiva: **Cultura** e **Società** (entrambi a 7,8, con giudizio 8-10 espresso rispettivamente dal 63,4% e dal 61,8% degli ascoltatori), **Informazione e sport** a **7,7** (con giudizio 8-10 espresso dal 61,3% 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, Cultura (7,9)**, e **Informazione e Sport (7,8)**
- **Rai Radio 2** presenta un gradimento maggiore per i generi **Musica (8,2)**, **News (8,1)**, e **Intrattenimento e Varietà (8,0)**
- **Rai Radio 3** propone valori molto positivi per i generi **News, Cultura** e **Società** (tutti a **7,8**).

Più in dettaglio:

Il gradimento per l'**Intrattenimento** e **Varietà** è molto positivo e superiore a quello fatto registrare dall'offerta Radio Rai nel suo complesso (**8,0**; stabile rispetto al 2020) con i programmi di Rai Radio 2 che rappresentano la totalità dei programmi del genere.

Il gradimento del genere **News** è in linea con il punteggio fatto registrare dall'offerta Rai nel suo complesso (**7,9**) e in lieve crescita rispetto all'anno 2020 (+0,1 punti). Tra le edizioni principali dei Giornali Radio le più gradite sono il **GR1 delle 7:00**, il **GR Regione delle 12:10** e il **GR2 delle 7:30** e il **GR3 delle 18:45** (tutti a **8,1**), il **GR Regione delle 7:20** e il **GR2 delle 19:30** (entrambi con gradimento pari a **8,0**).

Il gradimento del genere **Cultura** (presente principalmente sulla programmazione di Rai Radio 3) è pari a **7,8**, un valore leggermente inferiore rispetto all'anno 2020 e a quello fatto registrare dall'offerta radiofonica Rai nel suo complesso (-0,1 punti).

Il gradimento dei programmi del genere **Musica** risulta in linea rispetto al punteggio medio dell'offerta Rai (**7,9**), in lieve crescita rispetto al 2020. **L'offerta del genere sui singoli canali presenta valutazioni positive**, con **Rai Radio 2 (8,2)** che registra livelli di gradimento superiori alla media di genere, mentre **Rai Radio 1 (7,6)** e **Rai Radio 3 (7,7)** propongono valori lievemente inferiori.

Il genere **Società (7,8)**, seppur ampiamente positivo, registra un gradimento di poco inferiore al punteggio dell'offerta Rai nel suo complesso (-0,1 punti). L'analisi per canale evidenzia come **Rai Radio 3 e Rai Radio 2** (entrambi a **7,9**) risultino superiore alla media di genere (+0,1 punti), mentre **Rai Radio 1** raggiunge un indice di gradimento leggermente inferiore (**7,7**; -0,1 punti).

Il gradimento del genere **Informazione e Sport (7,7)** risulta leggermente inferiore a quello medio dell'offerta Rai (-0,2 punti) ma in crescita rispetto al 2020. La valutazione attribuita alle **single emittenti** conferma **punteggi positivi per Rai Radio 1 (7,8)** che registra livelli di gradimento leggermente superiori all'anno 2020 (+0,1), mentre **Rai Radio 2 e Rai Radio 3, ottengono valutazioni leggermente più basse** (rispettivamente **7,4 e 7,7**) e un punteggio in lieve calo rispetto alla rilevazione 2020 (-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 (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 **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 7,9) 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 (-1,2 punti), ma in ogni caso ancora decisamente sufficiente.

Al contrario di quanto accade per l'offerta tv, i non ascoltatori Radio Rai non esprimono valutazioni significativamente differenti tra i diversi generi, che restano tutti abbondantemente sopra la sufficienza. Il gradimento più alto è quello relativo ai generi **Cultura, Intrattenimento e varietà** (entrambi a 6,7), con una differenza rispetto alla valutazione espressa dagli ascoltatori rispettivamente di -1,2 e -1,3 punti. Seguono i generi **News e Musica** (entrambi a 6,6, -1,3 rispetto agli ascoltatori), **Società** (6,7, -1,1) e **Informazione e sport** (6,5, -1,2).

Le **fasi qualitative di ricerca** effettuate a integrazione della rilevazione, hanno messo in evidenza come i canali radio Rai, ognuno con le sue specifiche caratteristiche, siano molto apprezzati dagli ascoltatori:

- **Rai Radio 1** è considerato, dal suo pubblico di riferimento, un canale ben strutturato, dotato di coerenza, credibilità e prestigio, e ben risponde ai bisogni di chi cerca un'informazione credibile, autorevole, rigorosa, precisa e puntuale. Viene apprezzato lo stile garbato e l'educazione che caratterizza i talk, in cui gli ospiti non si accavallano mai gli uni con gli altri. Pur restando fedele alla propria storia, Rai Radio 1 appare oggi in evoluzione verso un profilo più moderno grazie ad alcuni programmi che ne stemperano l'aurea di austerità.

- **Rai Radio 2** viene giudicato, in generale da chi lo conosce bene, come un canale che ha saputo evolversi nel tempo e che oggi, grazie ad un linguaggio anche ironico e giovanile, offre disimpegno e spensieratezza, con spazi di evasione che si alternano a momenti percepiti come dedicati all'attualità. Esso sembra dunque rispondere efficacemente al bisogno di energia e relax mantenendo un buon equilibrio tra le due dimensioni.
- **Rai Radio 3** rappresenta una realtà molto distintiva nel panorama radiofonico e appare in grado di soddisfare persone interessate ai temi culturali in senso ampio. È considerata una radio elegante, raffinata e soft, per un pubblico selezionato, che si distingue dall'intera offerta radiofonica e che consente di coltivare passioni musicali anche molto specifiche grazie, ad esempio, all'offerta di musica classica e jazz, generi non presenti sulle emittenti generaliste.

Quando si entra nel dettaglio dei generi emerge come l'offerta editoriale di Radio Rai, fortemente specifica sui diversi canali, sia più apprezzata dal pubblico adulto piuttosto che dai giovani:

- I programmi di intrattenimento, presenti esclusivamente nell'offerta di Rai Radio 2, sono apprezzati per la capacità di tenere compagnia in modo garbato e senza volgarità, anche se i giovani li percepiscono troppo impegnati e poco originali.
- L'informazione Rai, che caratterizza principalmente l'offerta di Rai Radio 1 e, in una certa misura quella di Rai Radio 3, è percepita come autorevole e credibile, con un linguaggio in grado di conciliare leggerezza e spessore, ma la modalità di offerta non soddisfa il pubblico più giovane che vorrebbe formati più brevi con tematiche da approfondire, eventualmente, anche attraverso internet.
- Dei programmi culturali, presenti esclusivamente su Rai Radio 3, si riconosce la qualità dell'offerta ritenuta generalmente "alta" ma, allo stesso tempo, la programmazione viene percepita spesso come "a senso unico" e priva di ritmo: ciò crea una distanza con il pubblico che è chiamato solo ad apprendere con una modalità avvertita come troppo elitaria e didattica.
- Lo sport, in onda esclusivamente su Rai Radio 1, è un genere trasversalmente apprezzato e si distingue per il linguaggio professionale e coinvolgente dei suoi cronisti e croniste. I giovani inoltre riconoscono e valutano positivamente il maggiore spazio dedicato ad altri sport oltre al calcio.

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 **7,8**.

Il genere **News** è quello con il valore più elevato di questo indice (7,9); seguono gli altri generi sempre comunque con valori ampiamente positivi: **Intrattenimento e varietà** e **Cultura** (entrambi a 7,8), **Musica** e **Società** (entrambi a 7,7), **Informazione e sport** (7,6).

A livello medio di canale, l'indice di contributo alla coesione sociale è più elevato per Rai Radio 2 e Rai Isoradio (entrambi a 7,8) seguiti da Rai Radio 1 e Rai Radio 3 (7,7). In modo simile a quanto osservato per i programmi tv, le caratteristiche dei programmi Radio Rai 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**.

Nel complesso, la **programmazione radiofonica Rai** ottiene un giudizio medio pari a 8,0, con Rai Radio 1 e Rai Radio 2 a 8,0 e Rai Radio 3 a 7,8.

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 2021

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

L'indagine, basata su una rilevazione 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 **22.297 questionari compilati su 9.291 individui fruitori** individuati in modo automatico e oggettivo attraverso strumenti tecnologici evoluti (agent tracker di siti e app installati su device fissi e mobili dei panelisti). Vista la possibilità che lo stesso dispositivo possa essere utilizzato da più persone in famiglia, l'uso effettivo del sito/app è comunque verificato tramite apposita domanda.

L'indice di gradimento per l'offerta Digital Rai, che sintetizza il giudizio complessivo espresso dai fruitori dei singoli siti/app, per l'anno 2021, è pari ad un ottimo **7,8** su una scala 1-10, in crescita rispetto all'anno 2020 (+0,2 punti).

Le valutazioni migliori sono ottenute da **Rai Cultura (8,0)**, con il 64,3% dei rispondenti che esprime un giudizio 8-10), **Rai Play e Rai Scuola (7,9)**; rispettivamente con il 63,3% e il 64,1% dei rispondenti che esprime un giudizio 8-10), dove per RaiPlay il giudizio è rafforzato dal numero molto più elevato di utenti, e **Rai News (7,8)**; 61,1% dei giudizi 8-10). **RaiPlay Radio**, sostituito da dicembre 2021 da RaiPlay Sound che ha continuato 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, ottiene una valutazione pari a **7,7** (con il 59% dei giudizi 8-10), così come **Rai Sport e Rai.it** (rispettivamente con il 55,3% e il 59% dei giudizi 8-10).

Il gradimento di **RaiPlay** risulta positivo, superiore alla media dell'offerta digital Rai nel suo complesso (+0,1 punti). Particolarmente apprezzati: la grafica gradevole e la qualità delle immagini e dell'audio, la completezza delle informazioni, i contenuti aggiornati e interessanti e la facilità di utilizzo. Tra le aree di miglioramento viene indicata la facilità di navigazione tra le diverse sezioni. 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 7,9, un valore superiore all'offerta digital nel suo complesso, grazie soprattutto ai suoi contenuti di intrattenimento, culturali, ai film e alle fiction esclusive.

La valutazione per l'offerta digital di **Rai Cultura** è superiore alla media dell'offerta digital Rai nel suo complesso (+0,2 punti). I contenuti interessanti, la facilità di utilizzo, e la qualità delle immagini e dell'audio, sono elementi che possono essere considerati punti di forza. Tra le aree di miglioramento del sito viene individuata la facilità di navigazione tra le diverse sezioni, la chiarezza e comprensibilità della grafica, e la possibilità di condividere i contenuti sui social network.

Anche il gradimento di **Rai Scuola** risulta molto positivo e in media con l'offerta complessiva. I punti di forza sono la completezza di contenuti e informazioni e la qualità delle immagini e dell'audio. Margini di miglioramento del sito sono presenti nella chiarezza e comprensibilità della grafica, e nella possibilità di condividere i contenuti sui social network.

Il gradimento di **RaiPlay Radio**, sostituito da dicembre 2021 dalla nuova **RaiPlay Sound**, che propone una modalità di fruizione maggiormente focalizzata sui singoli contenuti broadcast/podcast/originals al posto del precedente approccio incentrato sull'offerta dei canali radio, risulta di poco inferiore alla media dell'offerta complessiva (-0,1 punti). Particolarmente apprezzati la qualità delle immagini e dell'audio e la facilità di utilizzo, migliorata rispetto allo scorso anno. Tra le aree di miglioramento viene riscontrata la chiarezza e comprensibilità della grafica, e la completezza delle informazioni e dei contenuti.

Il gradimento per **Rai News** è in media con quello dell'offerta digital complessiva, con margini di miglioramento per quanto riguarda sia la facilità di navigazione tra le diverse sezioni, sia la comprensibilità della grafica. Apprezzate invece la completezza delle informazioni e dei contenuti, la qualità delle immagini e dell'audio, la facilità di utilizzo.

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

Anche il gradimento del sito **Rai.it**, che contiene l'area dedicata alla Corporate e che viene prevalentemente utilizzato come "ponte" di accesso verso gli altri siti del gruppo che offrono contenuti multimediali e, risulta leggermente inferiore rispetto alla media dell'offerta Rai (-0,1 punti).

L'indice della qualità percepita, che sintetizza il gradimento espresso dal pubblico sui singoli elementi strutturali dei siti/app, restituisce un livello di qualità pari al gradimento complessivo e molto positivo (**7,8**). Rai Cultura (8,0) mostra il punteggio più alto (+0,2 punti rispetto alla media), seguito da RaiPlay (7,8) dove, come già registrato per il gradimento, anche la valutazione della qualità percepita è rafforzata dal numero molto più elevato di fruitori, Rai News e Rai Scuola (entrambi a 7,8), Rai Sport e Rai.it (entrambi a 7,7, -0,1 punti) mostrano un punteggio leggermente al di sotto della media, così come RaiPlay Radio (7,6; -0,2 punti). Anche per quanto riguarda i contenuti esclusivi di RaiPlay, la qualità percepita è superiore al gradimento con un ottimo 7,9.

Per quanto riguarda **l'offerta digital vengono rilevati presso i non fruitori i motivi di non utilizzo** del sito/app nei 3 mesi precedenti la rilevazione. Per il complesso dell'offerta Rai rilevata, solo il 5,8% dichiara di non utilizzare il sito/app perché non gli piace. Rispetto a questo dato medio la percentuale maggiore si registra per RaiSport (12,2%); nello specifico, i motivi per cui il sito risulta

poco gradito sono legati ai contenuti ritenuti poco interessanti, seguiti dal fatto che sul web gli utenti cercano altri contenuti.

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 come **RaiPlay** venga considerata una piattaforma che veicola un'immagine di Rai più funzionale e moderna, ma anche più attenta e vicina e che, grazie alla sua facilità di utilizzo, può essere facilmente fruita anche dai soggetti meno giovani, che con il tempo diventano più esplorativi e scoprono nuove possibilità e contenuti. L'offerta del sito, nonostante sia estremamente ampia e di qualità, sembra tuttavia presentare ancora alcuni limiti, relativi principalmente alle serie Tv e ai film, percepiti come privi di un vero respiro internazionale e con storie poco coinvolgenti, che li rendono meno interessanti soprattutto agli occhi dei più giovani. Attraverso la comunicazione, RaiPlay dovrebbe dare maggiore valore ai suoi contenuti esclusivi che, sebbene molto apprezzati da chi li conosce, sembrano faticare ancora ad emergere rispetto alla funzione di recupero del trasmesso.

Per quanto riguarda i contenuti digitali audio, i primi riscontri avuti nel mese successivo al lancio di **RaiPlay Sound** appaiono positivi. La nuova piattaforma sembra aver portato un'importante innovazione rispetto a RaiPlay Radio, grazie ad una vastità di contenuti che spaziano dalle dirette radio agli audiolibri, alla possibilità di ascoltare podcast e di fruire di contenuti musicali e informativi. La grafica appare complessivamente ordinata e semplice ma si segnala comunque una strutturazione della piattaforma ancora di tipo "radio-centrico" e la necessità di operare delle riorganizzazioni che consentano di apprezzare fin dal primo impatto la ricchezza di contenuti in grado di rispondere a bisogni di fruizione molto differenziati, soprattutto in ambito informativo e culturale, a riprova della riconosciuta leadership Rai su queste tematiche.

Rai News è considerato un punto di riferimento nell'informazione e una fonte assolutamente autorevole e credibile, ancor più considerando la tempestività nel dare la notizia, che rappresenta una caratteristica vincente che Rai possiede in modo distintivo rispetto all'informazione degli altri broadcaster.

Qualitel Tv Minori - I risultati della rilevazione dell'anno 2021

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

I **30.998 questionari compilati** sono stati somministrati ad un campione di **2.693 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.

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

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

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

L'indice di gradimento complessivo 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 in crescita rispetto all'anno 2020 (**8,0**, + 0,1 punti), ottiene giudizi positivi su tutte le fasce d'età, con valori leggermente superiori in quella 8-10 anni (8,1; il 67% dei fruitori ha espresso un giudizio da 8 a 10), che è la fascia di età a cui il canale principalmente si rivolge, e tra i ragazzi di 11-13 anni (8,1; con il 68% 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 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 60% 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 62% e il 59% che ha espresso un giudizio da 8 a 10) e 7,8 in quella tra gli 11 e i 13 anni (con il 56% che ha espresso un giudizio da 8 a 10).

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

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

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

Per **Rai Yoyo**, l'indice rilevato sui genitori dei bambini di 4-7 anni risulta in linea con l'indicatore di adeguatezza calcolato sul complesso dei genitori dei bambini di 4-10 anni (8,0; con il 66% dei genitori che ha espresso un giudizio da 8 a 10), mentre per **Rai Gulp** l'offerta viene giudicata maggiormente adeguata dai genitori di bambini 8-10 anni (8,1; con il 68% che ha espresso un giudizio da 8 a 10) rispetto a quelli dei più piccoli (7,9; con il 63% 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** sulle fasce di età 4-7 e 8-10 anni, e 7,7 sul target 11-13 anni. Per Rai Gulp invece le valutazioni migliori, pari a **8,2**, si hanno sulle fasce d'età 8-10 e 11-13 anni, con i bambini 4-7 anni che esprimono comunque un'ottima valutazione pari a 8,0.

Il gradimento medio complessivo dell'offerta dei canali Rai dedicati ai minori, rilevato sui non spettatori ma conoscitori della programmazione, registra un valore pari a 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 (rispettivamente -0,7 e -0,6 punti), ma comunque sempre molto superiori alla sufficienza e quindi da ritenere decisamente positivi.