



Rai

# QUALITEL DIGITAL

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

Anno 2020

GPI  
INF-FINANC RESEARCH

EMG  
ACQUA  
CORPORATE

NOTOSONDAGGI

MG  
RESEARCH

Premessa metodologica e obiettivi	3
Sintesi dei risultati	8
Rai Play	15
Rai Play Radio	17
Rai.it	19
Rai News	21
Rai Sport	23
Rai Scuola	25
Rai Cultura	27
La presenza Rai sui Social Network	29
Non Esposti: Motivi di non utilizzo dell'offerta complessiva digitale Rai	32
Metodologia: la modalità di rilevazione	34

# Premessa metodologica e obiettivi

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

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

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

✓ L'indagine è stata condotta nel periodo aprile-dicembre 2020.



## Rilevazione dell'offerta DIGITAL RAI – Anno 2020

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

1

### Panel di rilevazione

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

2

### Metodologia (I)

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

3

### Metodologia (II)

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



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



Utenti dei canali digital (siti/app) di RAI



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



Aprile – Dicembre 2020 su base mensile



Nel corso del 2020 sono state realizzate **19.348 interviste** ad utenti dei siti/app RAI ottenute su **9.127 individui**

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

Ogni questionario considera, complessivamente, i seguenti aspetti:

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

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

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

# Sintesi dei risultati

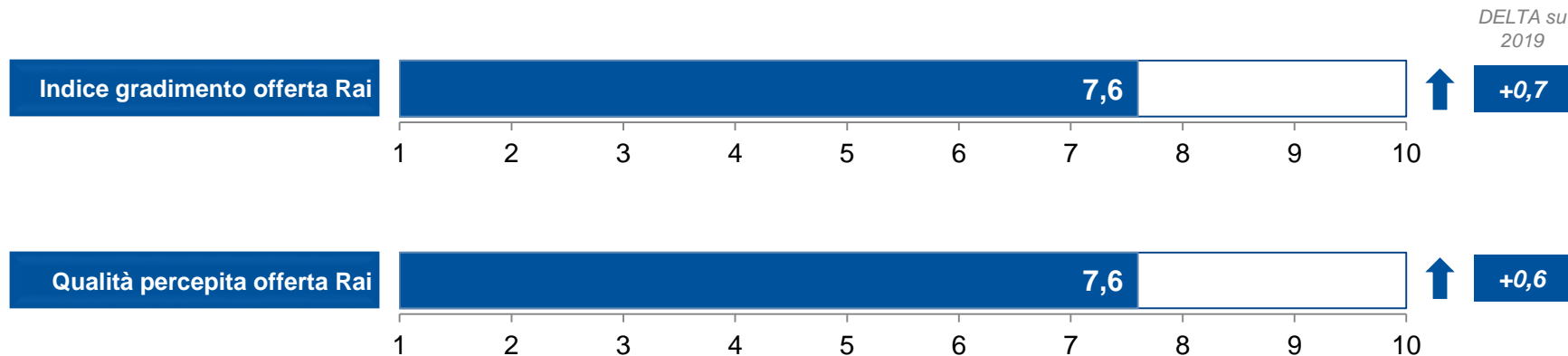


- ✓ Nel 2020 **crece in maniera significativa il gradimento dell'offerta digital RAI** rispetto al passato. In un anno che, a causa dell'emergenza Covid-19, rappresenta un vero e proprio spartiacque nella fruizione del mondo digital sia in termini di quantità che di modalità di utilizzo dei diversi canali/touchpoints, la Rai migliora sensibilmente la propria performance passando da un indice di gradimento di 6,9 registrato nel 2019 ad un **7,6** del 2020 (+0,7 punti).
- ✓ A determinare la crescita del gradimento complessivo dell'offerta Digital RAI sono stati soprattutto l'apprezzamento fatto registrare da **Rai Cultura (7,9)** e **Rai Scuola (7,9)**, che hanno svolto un servizio determinante in un periodo particolarmente difficile a causa della chiusura di scuole, musei, mostre, ecc., e il netto miglioramento delle performance di **Rai Sport (7,5; +1,1 punti)**, di **Rai News (7,5; +1,1)** e del portale **Rai.it (7,5; +0,8)**.
- ✓ Migliora anche il gradimento delle due piattaforme **RaiPlay (7,8; +0,4)**, il cui giudizio è rafforzato dal numero molto più elevato di rispondenti, e **RaiPlay Radio (7,6; +0,4)**.
- ✓ Anche gli indicatori di **qualità percepita**, che sintetizza il giudizio per i singoli elementi strutturali dei siti/app, e di **immagine percepita**, che indica la capacità di soddisfare i bisogni degli utenti, (entrambi a **7,6; +0,6** punti rispetto al 2019), confermano il trend di generalizzato miglioramento restituendo un dato in linea con il gradimento complessivo dell'offerta digital RAI.

# La valutazione dell'offerta digital RAI



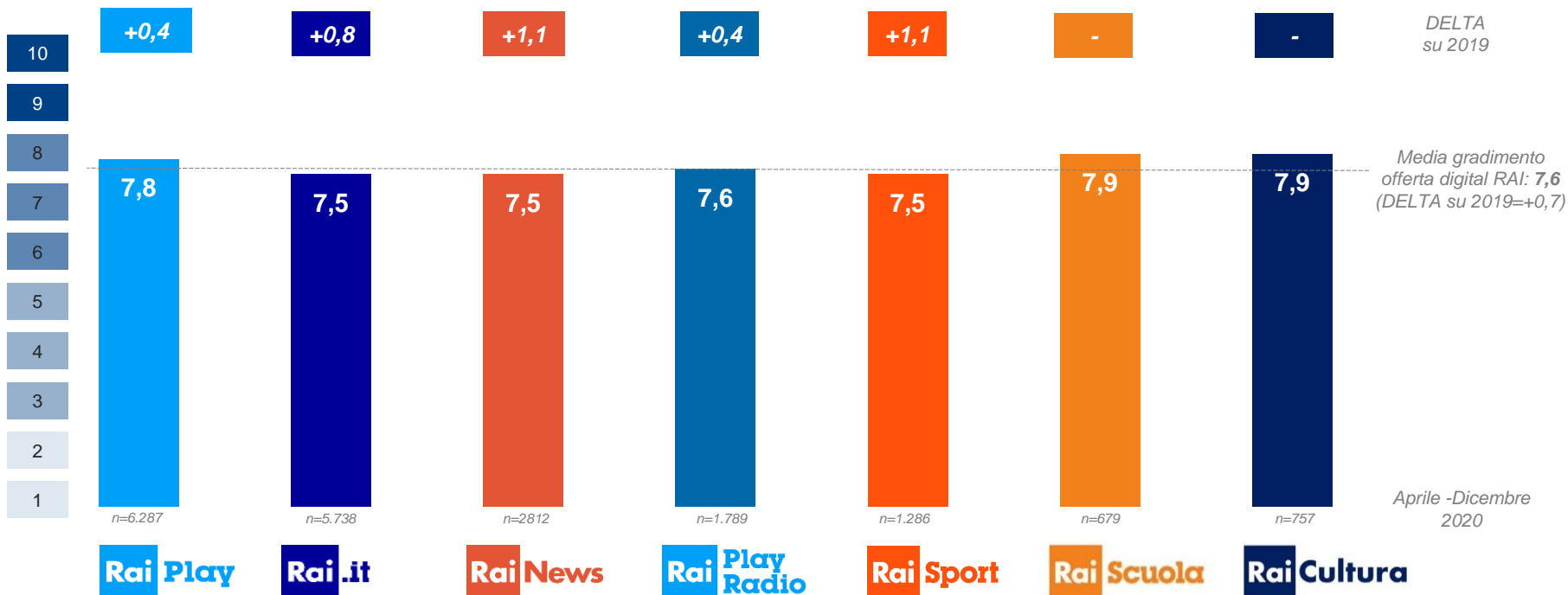
OFFERTA DIGITAL RAI



# Indici di gradimento offerta digital RAI



OFFERTA DIGITAL RAI



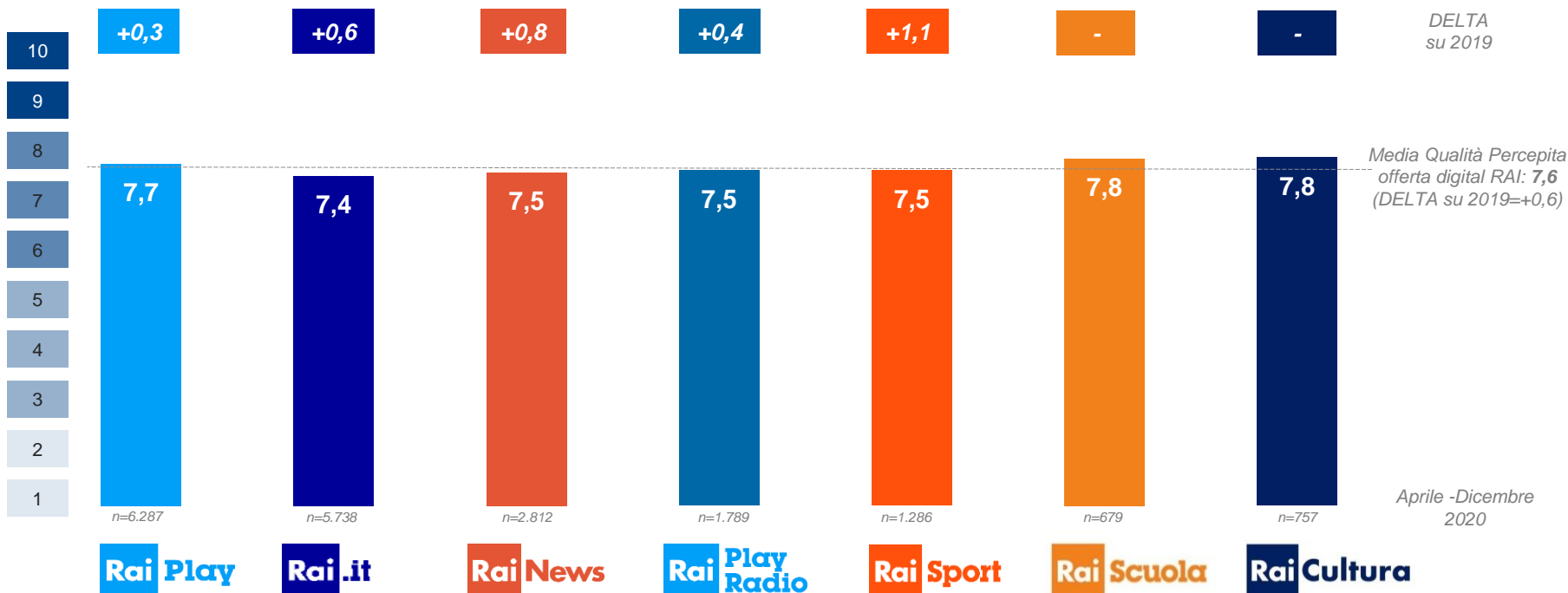
# Gli elementi che compongono l'Indice di Qualità Percepita

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

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

N.B. Eccetto RAI Cultura

## Indici di Qualità Percepita offerta digital RAI



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



## GRADIMENTO



## QUALITA' PERCEPITA

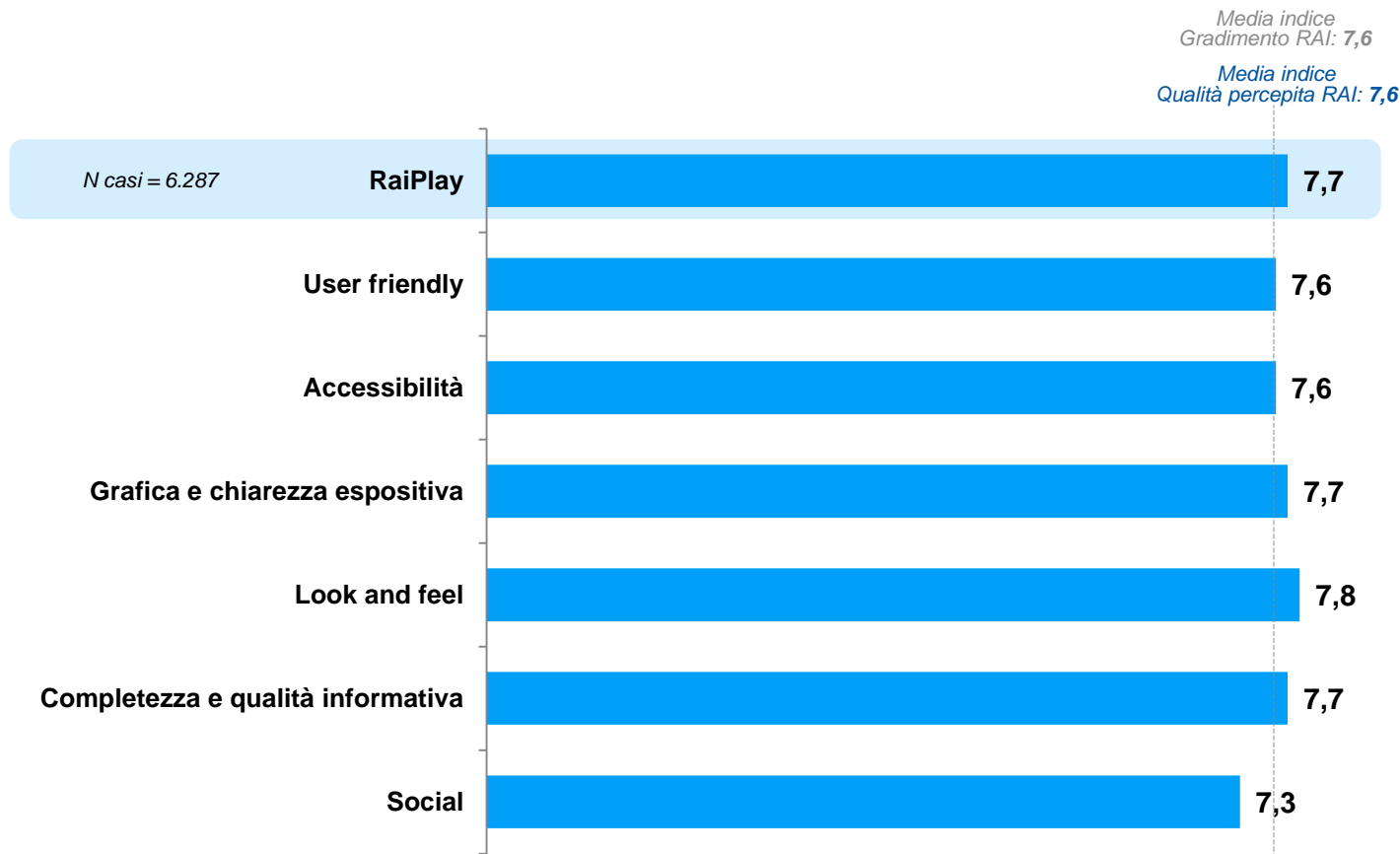
	1° sem	2° sem	var	1° sem	2° sem	var
MEDIA OFFERTA DIGITAL	7,5	7,7	↑	7,4	7,6	↑
<b>Rai Play</b>	7,7	7,8	↑	7,6	7,7	↑
<b>Rai .it</b>	7,2	7,6	↑	7,2	7,6	↑
<b>Rai News</b>	7,2	7,7	↑	7,2	7,7	↑
<b>Rai Play Radio</b>	7,6	7,5	↓	7,6	7,5	↓
<b>Rai Sport</b>	7,4	7,6	↑	7,4	7,6	↑
<b>Rai Scuola</b>	7,8	8,0	↑	7,6	7,9	↑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

Nota: le variazioni tra i due semestri sono calcolate tenendo conto dei valori delle medie comprensivi di tutti i decimali.



**Rai Play**

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

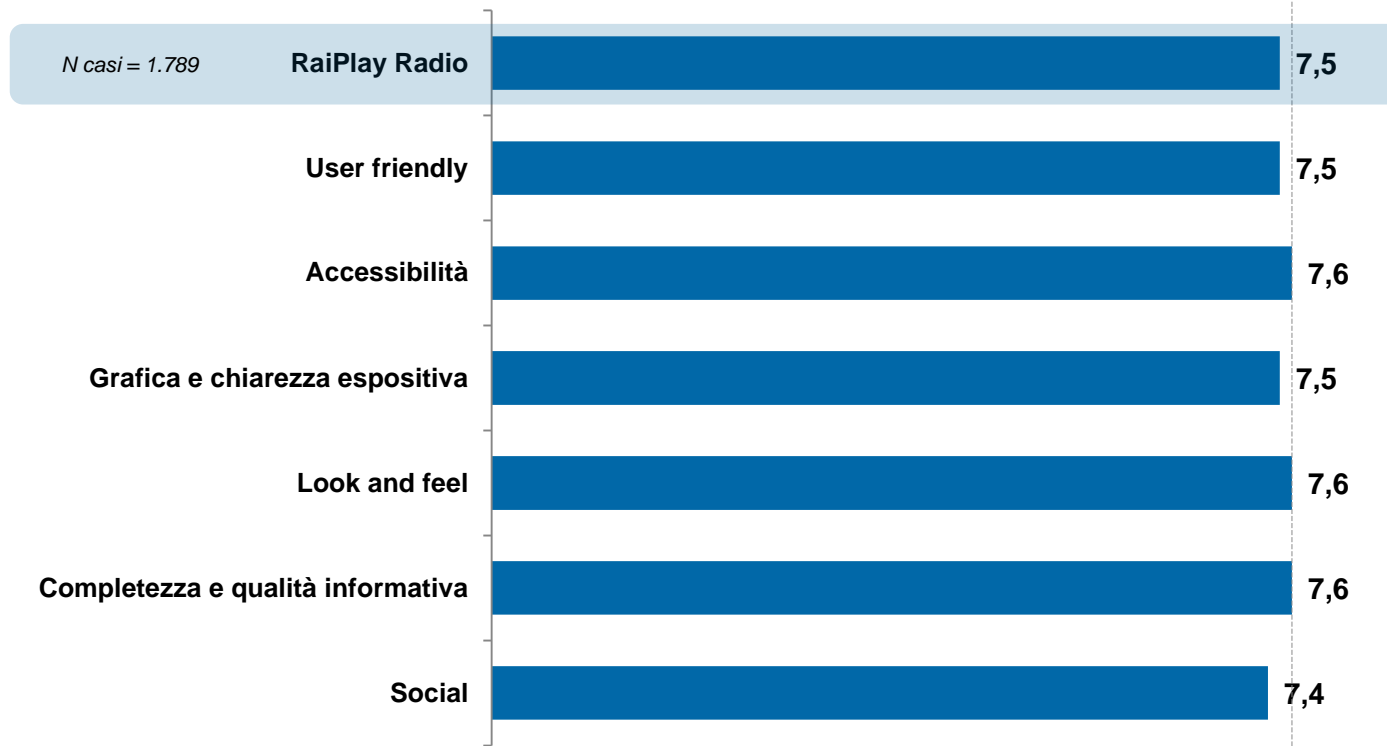




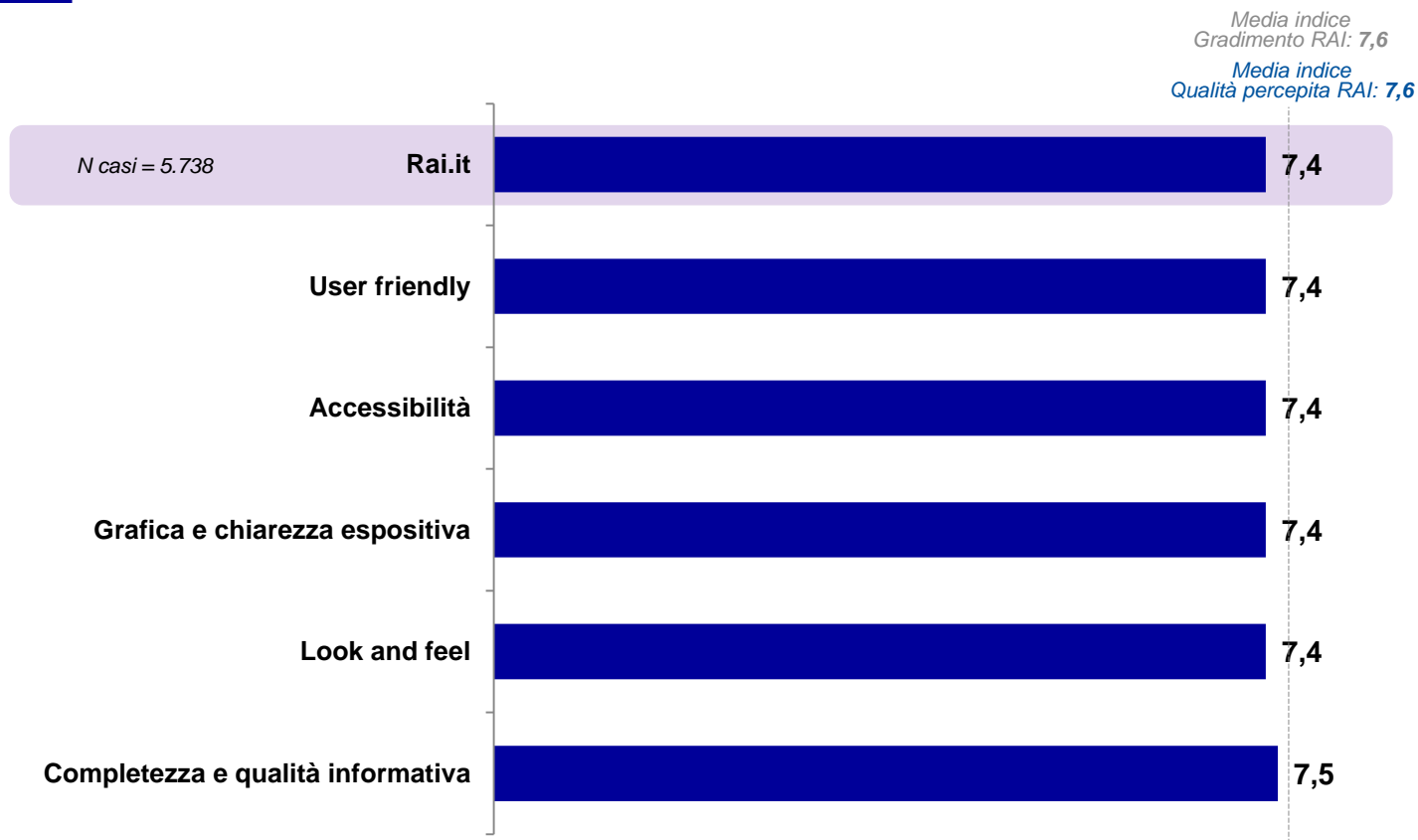


**Rai** Play  
Radio

Media indice  
Gradimento RAI: 7,6  
Media indice  
Qualità percepita RAI: 7,6







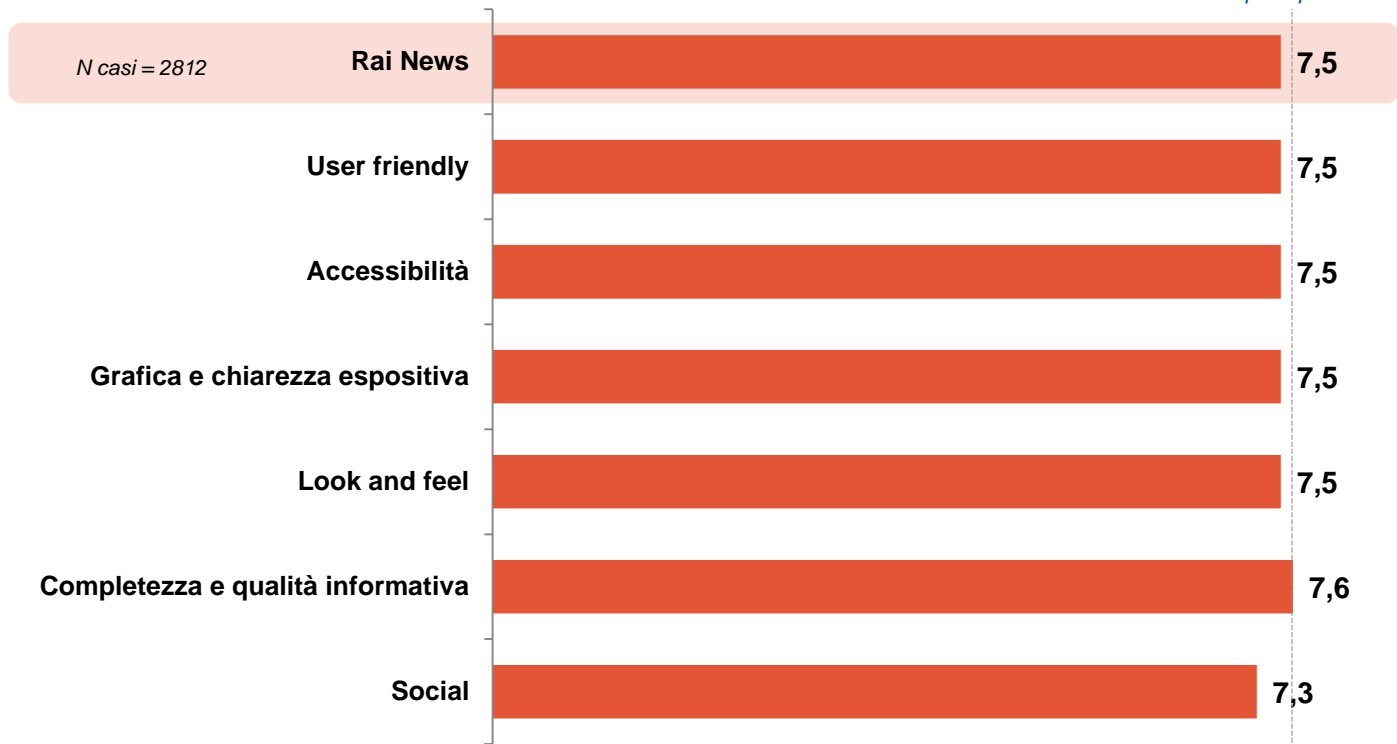


# Rai News

Anno 2020

Media indice  
Gradimento RAI: 7,6

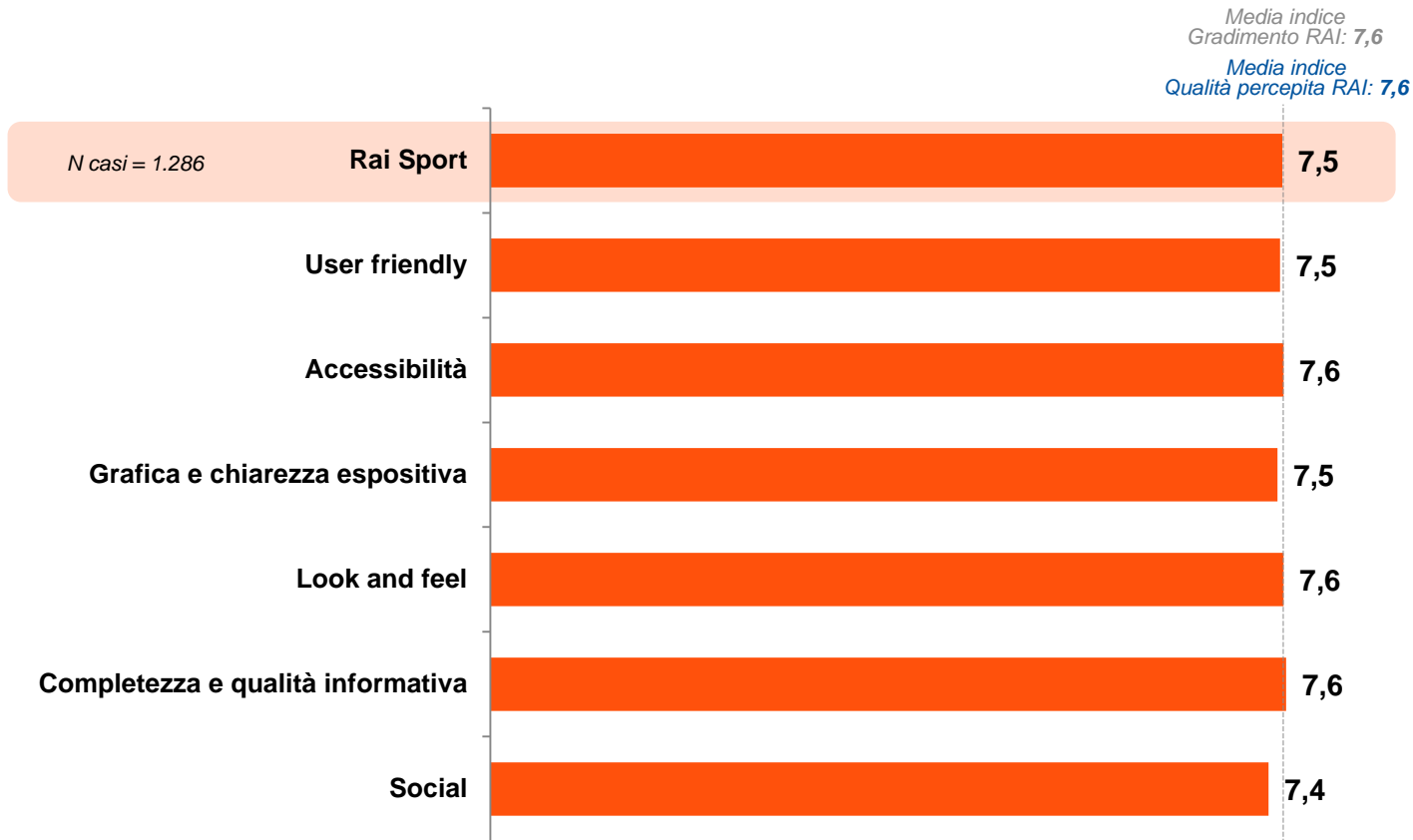
Media indice  
Qualità percepita RAI: 7,6



N casi = 2812

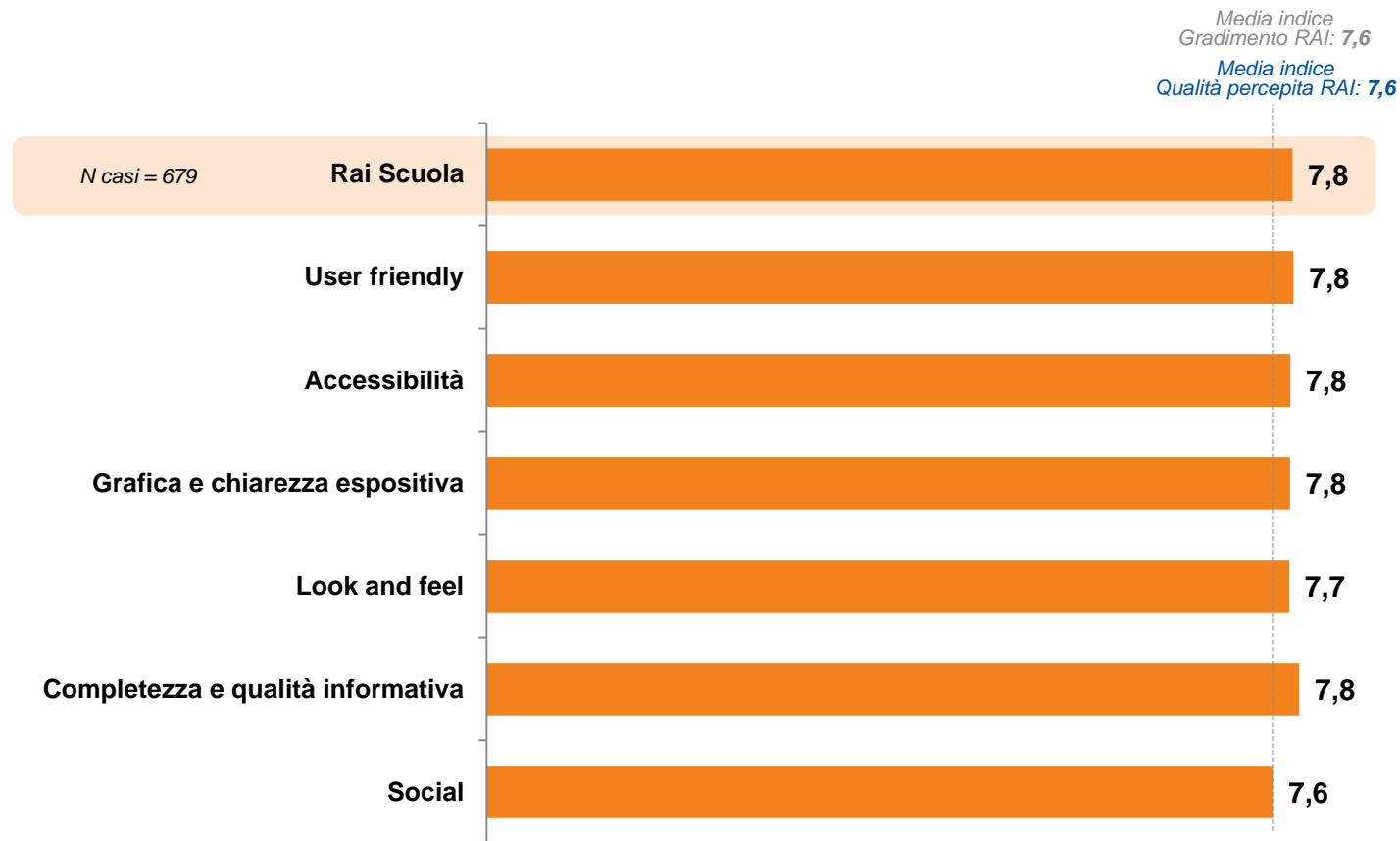


**Rai Sport**



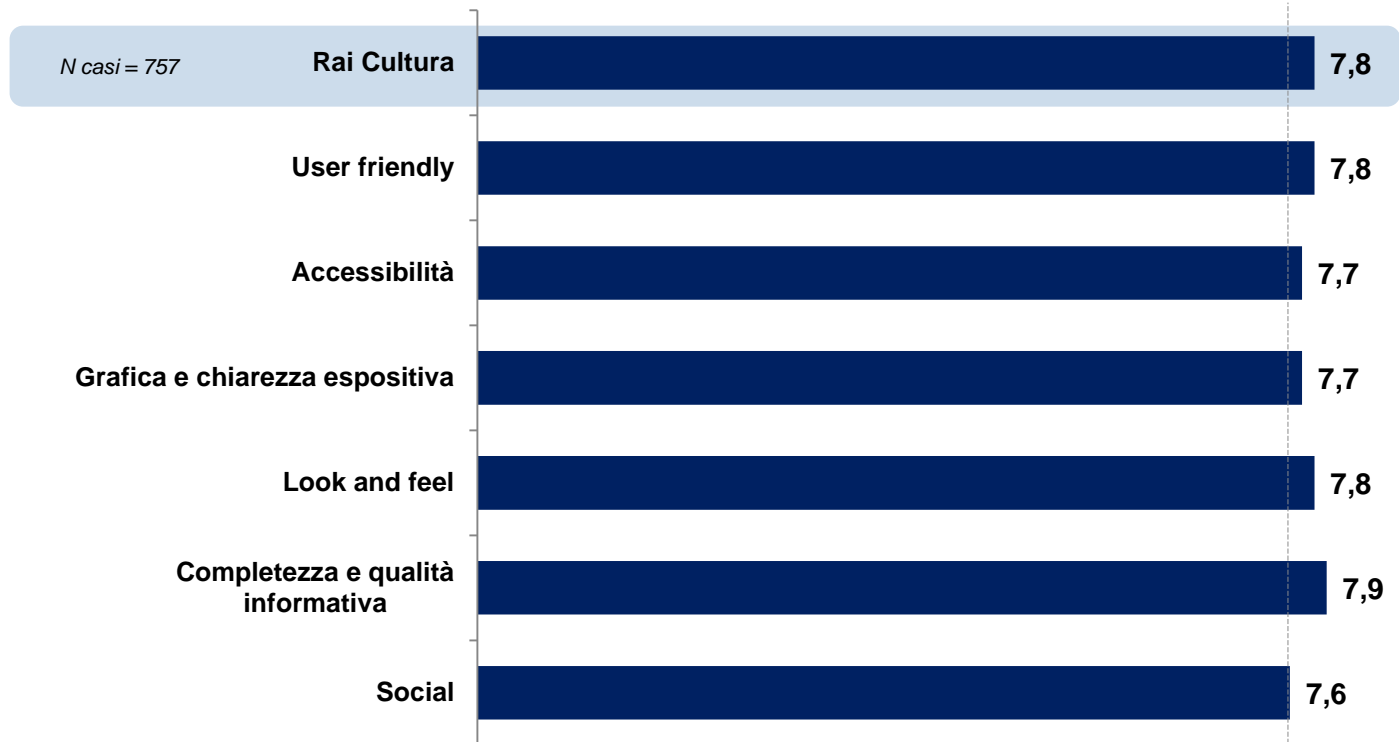


# Rai Scuola



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

Media indice  
Gradimento RAI: 7,6  
Media indice  
Qualità percepita RAI: 7,6

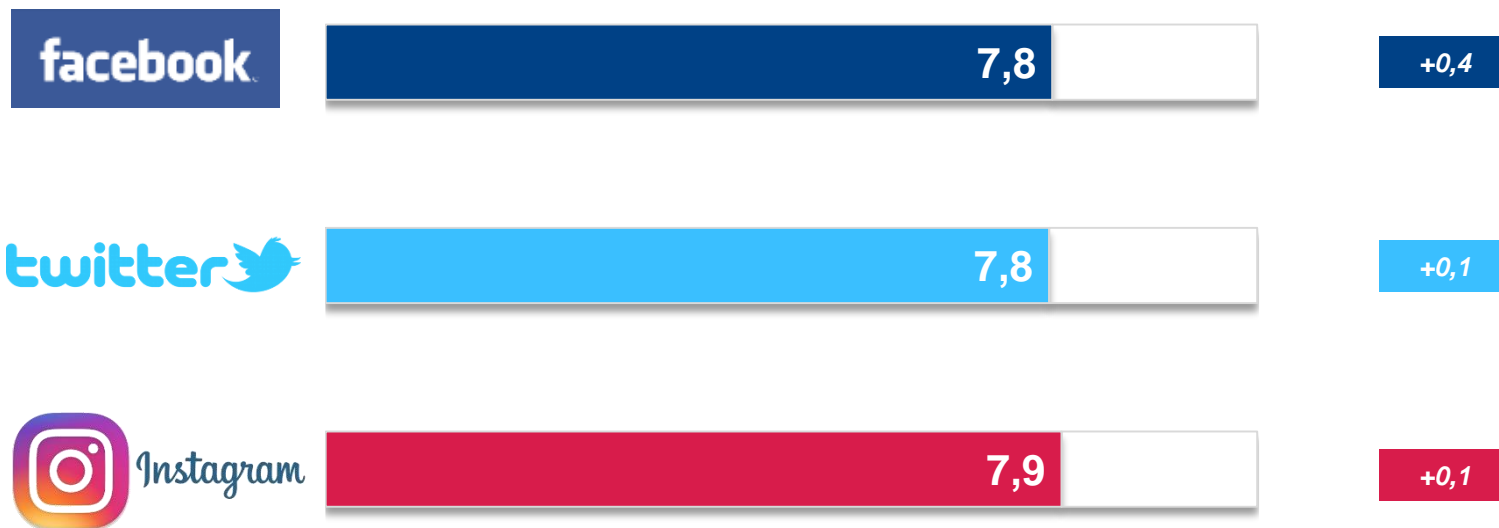


La presenza RAI sui social network

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

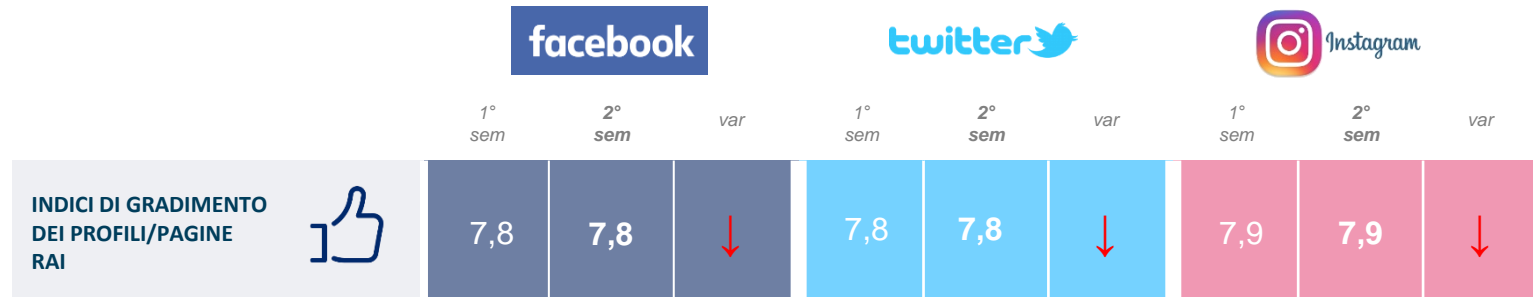


DELTA su 2019



Base: visitatori profili/pagine social della Rai nel periodo di riferimento: Facebook: n=5.462 | Twitter: n= 1.993 | Instagram: n=2,729

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



Nota: le variazioni tra i due semestri sono calcolate tenendo conto dei valori delle medie complessive di tutti i decimali.

# Non Esposti: motivi di non utilizzo

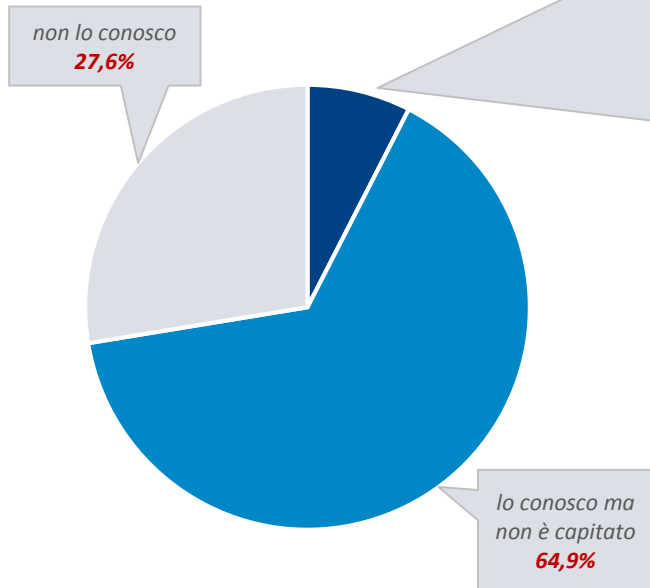


# Motivi di non utilizzo dell'offerta complessiva digitale RAI

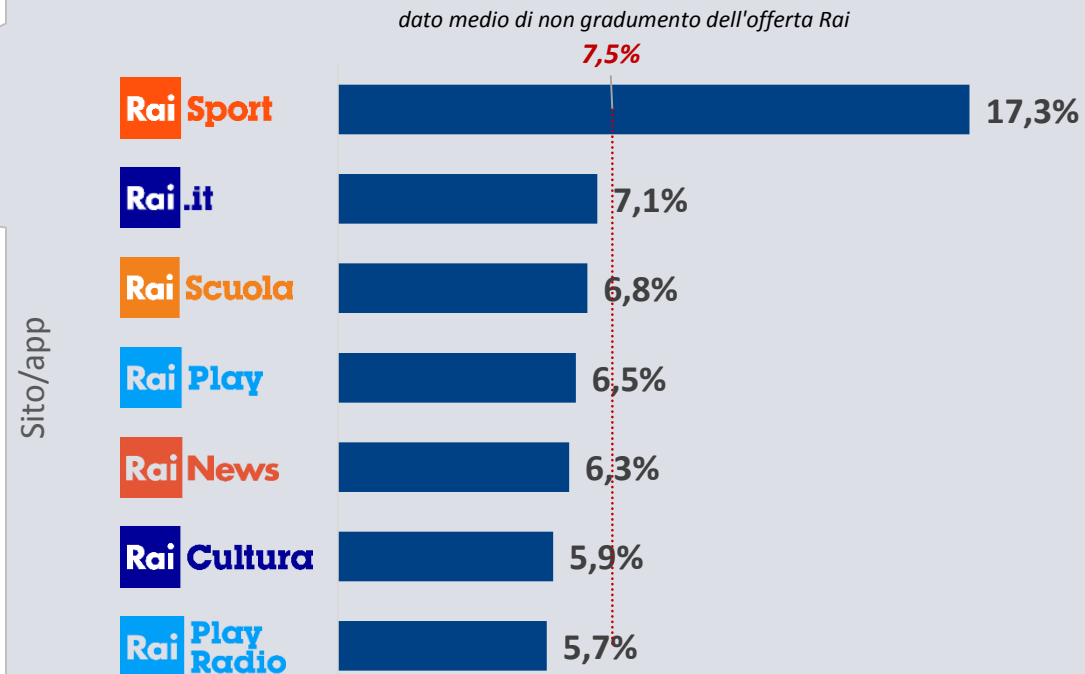


«PER QUALE MOTIVO NEGLI ULTIMI 3 MESI NON HA NAVIGATO/UTILIZZATO IL SITO/APP DI...?»

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



Lo conosco ma non mi piace **7,5%**

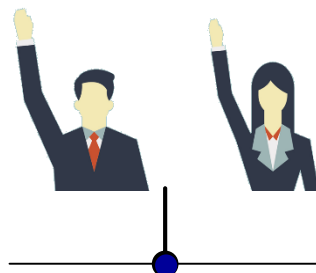


# Metodologia: la modalità di rilevazione

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

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

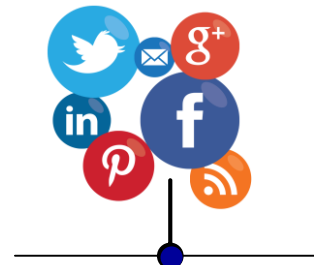
Il reclutamento e la selezione dei panelisti è di **tipo misto** e avviene **attraverso diversi canali e fonti**:



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



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



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

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

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

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

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

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