

QUALITEL

MONITORAGGIO
DEL GRADIMENTO E
DELLA QUALITÀ
PERCEPITA
DELL'OFFERTA
RADIO RAI

1° semestre 2018



- ✓ Premessa metodologica e obiettivi
- ✓ Sintesi dei risultati dell'offerta radiofonica per generi: il gradimento
 - ✓ Cultura
 - ✓ Informazione e Sport
 - ✓ Intrattenimento e Varietà
 - ✓ Musica
 - ✓ News
 - ✓ Società
- ✓ Sintesi dei risultati dell'offerta radiofonica per generi: la qualità percepita
- ✓ Metodologia: il panel di rilevazione

Premessa metodologica e obiettivi

Premessa metodologica e obiettivi



- Rai ha realizzato, in collaborazione con GfK, la misurazione continuativa del gradimento e della qualità percepita dell'offerta radiofonica relativa al 1° semestre 2018, così come indicato dal vigente Contratto di Servizio 2018-2022.
- L'indagine è stata condotta nel periodo gennaio - giugno 2018 relativamente alla programmazione del 1° semestre.



Premessa metodologica e obiettivi

Rilevazione dell'offerta RADIO RAI – 1° semestre 2018

L'approccio utilizzato si basa su 3 *main pillars* al fine di garantire elevati livelli di affidabilità e qualità della rilevazione del dato.

1

Panel di rilevazione

Panel di 17.000 individui di età **14+** **rappresentativo dell'intera popolazione residente in Italia** per sesso, età, area geografica, ampiezza centro, titolo di studio e professione di cui:

- 12.000 panelisti che già aderiscono all'indagine Sinottica TSSP
- 5.000 panelisti reclutati ad hoc per l'indagine Qualitel

2

Metodologia (I)

Meter o app in dotazione dei panelisti. I dispositivi rilevano la traccia sonora a cui il panelista è esposto, tramite tecnologia **sound capturing** e **sound matching**. Ciò consente di intervistare direttamente - via Dialogatore - gli individui effettivamente esposti al programma in esame, senza dover chiedere ai panelisti di indicare i programmi ascoltati.

3

Metodologia (II)

Panel Dialogatore GfK (dispositivo simile a un tablet) con modalità di risposta autocompilata: questa tecnica consente di raccogliere valutazioni più sincere, annullando «l'effetto cortesia» che spesso intercorre tra intervistato e intervistatore nelle interviste personali.

Metodologia



Interviste su Panel Dialogatore GfK, questionario autocompilato

Target



Individui 14+ anni rappresentativi della popolazione residente in Italia per sesso, età, area geografica, ampiezza centro, titolo di studio e professione *(fonte: Istat)*

Campione



Base campionaria di 17.000 individui 14+ di cui:

- 12.000 panelisti che già aderiscono all'indagine Sinottica TSSP e che rappresentano un campione proporzionale della popolazione residente in Italia
- 5.000 panelisti reclutati ad hoc per l'indagine Qualitel

Periodo di rilevazione



Gennaio-Giugno 2018 sulla programmazione del 1° Semestre 2018

Totale interviste



33.574 interviste* su 3.855 individui esposti ai diversi programmi Radio Rai per almeno 5 minuti. Per Isoradio sono state realizzate 1.019 interviste.

* Sono state considerate le interviste per i programmi RAI con un numero di casi uguale o superiore a 40 e quelle realizzate per il canale Isoradio.

- **Base campionaria:** esposti* ai programmi Radio. Il meter o app in dotazione dei panelisti rilevano oggettivamente l'esposizione ai singoli programmi Radio tramite tecnologia *sound capturing e sound matching* (**).
- **Programmi indagati:** sono state rilevate informazioni su tutta la programmazione trasmessa dalle 6.00 alle 21.00 dalle tre emittenti Radio Rai e sul canale Isoradio.
- Gli **indici di Radio1, Radio2 e Radio3** derivano dalla valutazione media dei programmi rilevati. **L'indice di Isoradio** è calcolato sulla media del canale nel suo complesso
- **Generi Radio:** i programmi sono stati classificati in 6 generi Radiofonici principali (1. Cultura; 2. Informazione e sport; 3. Intrattenimento e varietà; 4. Musica; 5. News; 6. Società).
- **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 con un punteggio da 1 a 10;
 - Qualità percepita sulle singole componenti del programma con un punteggio da 1 a 10.

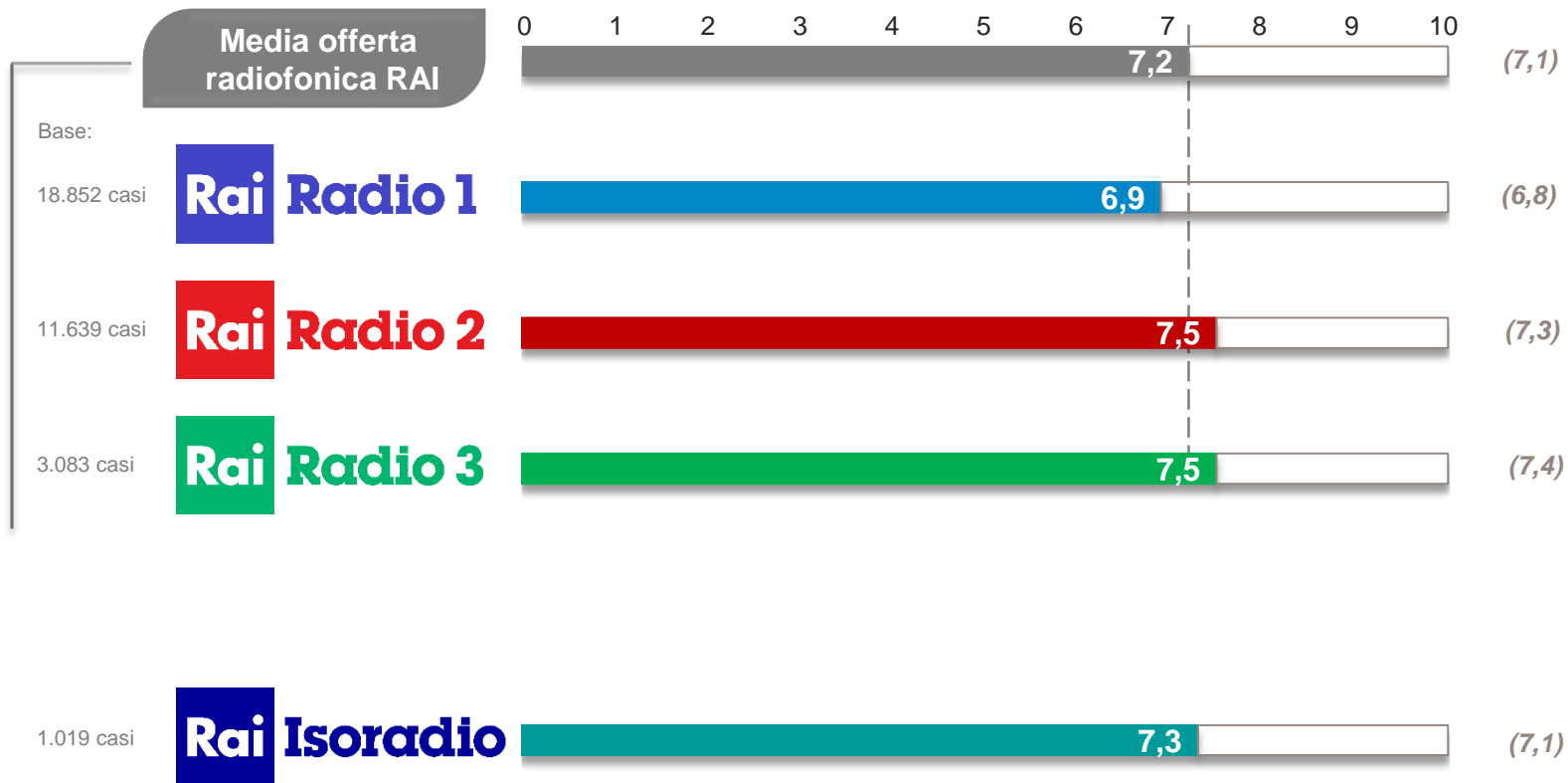
N.B. Sono stati considerati solo i programmi con un numero di casi uguale o superiore a 40.

* Ad almeno 5 minuti del programma nelle due settimane precedenti la rilevazione

Sintesi dei risultati

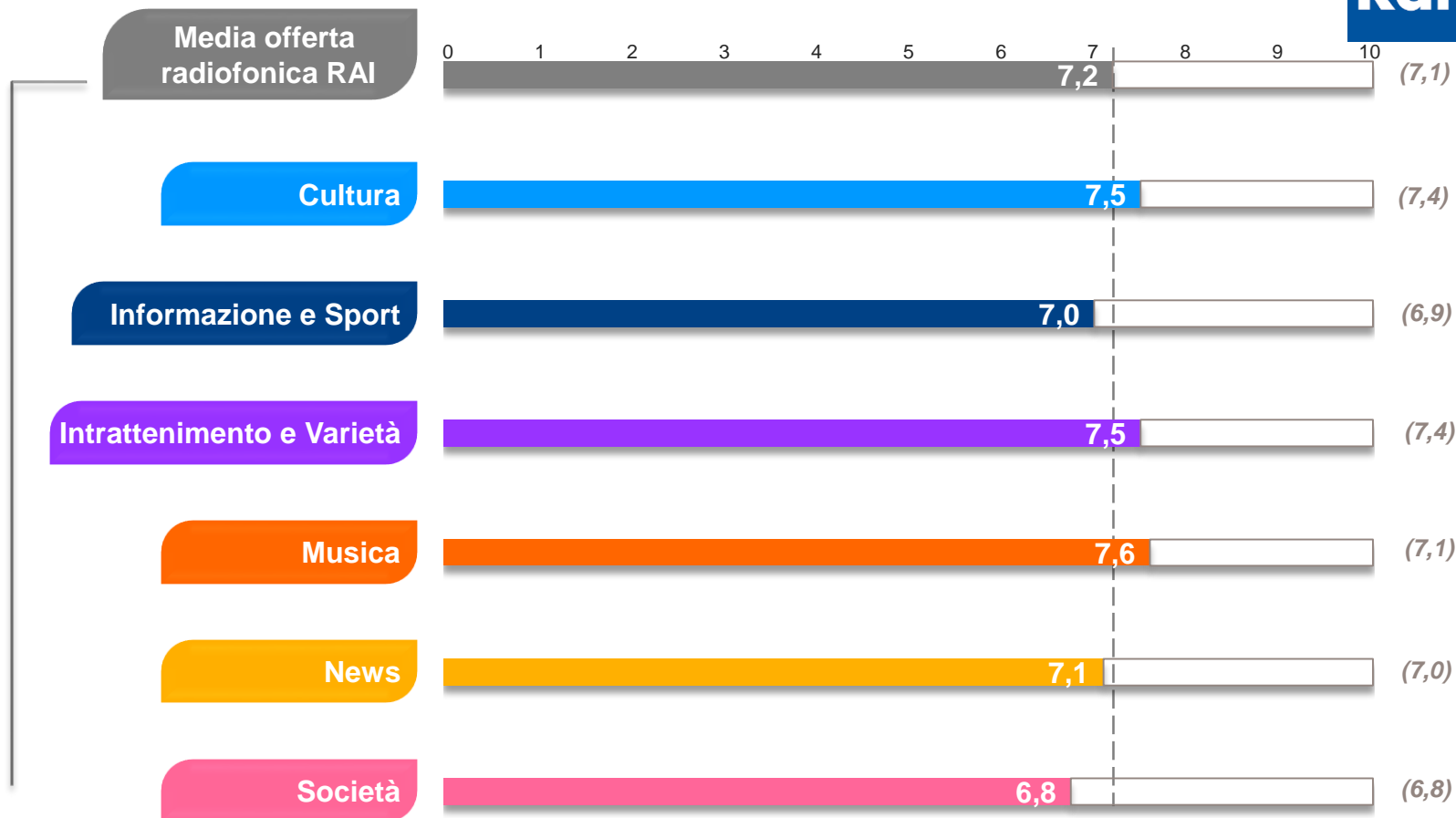
- L'**indice di gradimento dell'offerta Radio Rai** relativa al **1° Semestre 2018**, misurato su scala 1-10, è pari a **7,2**. Il punteggio esprime quindi un giudizio positivo nei confronti della programmazione radiofonica Rai nel suo complesso.
- La valutazione attribuita alle **single emittenti** conferma quanto emerge a livello di totale offerta. I singoli canali radiofonici mostrano infatti **punteggi positivi**, con **Radio 2 e Radio3** che registrano entrambi un gradimento complessivo pari a **7,5**, seguiti da **Radio1 (6,9)**.
Il canale **Isoradio** ottiene un gradimento di **7,3**, superiore di 0,1 punti rispetto alla media complessiva.
- Tutti i generi raggiungono ottimi livelli di gradimento. I più apprezzati sono **Musica (7,6)**, **Intrattenimento e Varietà (7,5)** e **Cultura (7,5)**. Seguono i generi **News (7,1)**, **Informazione e Sport (7,0)** e **Società (6,8)**
- L'offerta radiofonica per genere dei singoli canali ottiene un **apprezzamento** tendenzialmente differenziato a seconda dei generi in cui si articola.
Radio1: registra il maggior gradimento relativamente ai generi **News (7,1)** e **Informazione e Sport (6,9)**.
Radio2: i generi con il gradimento più alto sono **Musica (7,6)** e **Intrattenimento e Varietà (7,5)**.
Radio3: registra risultati più elevati per **Società (7,6)**, **Musica, Cultura e News** tutti a **7,5**.

Indici di gradimento Radio Rai



Media Offerta radiofonica RAI

Indici di gradimento Radio Rai

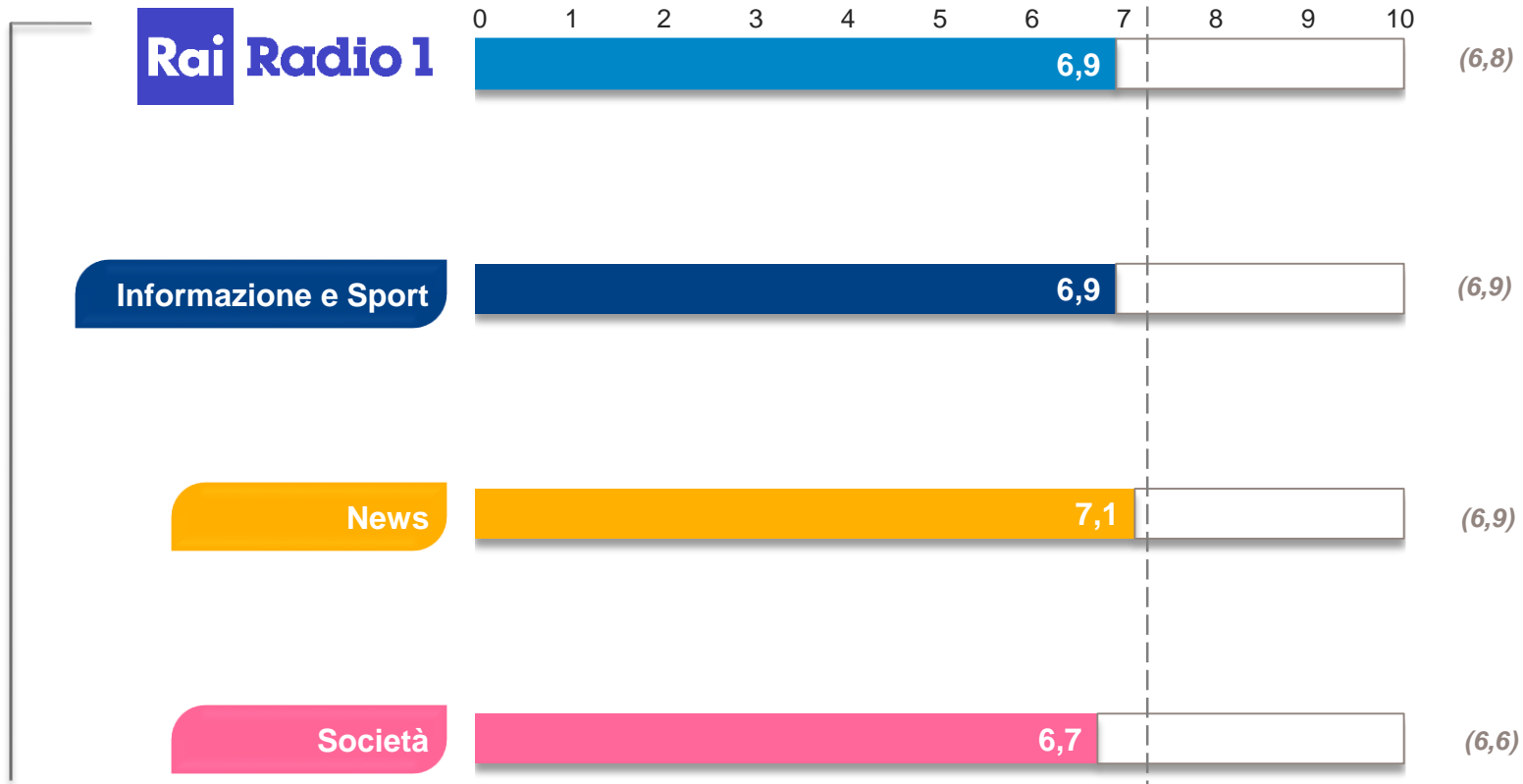


Media Offerta radiofonica RAI

Indici di gradimento Rai Radio1

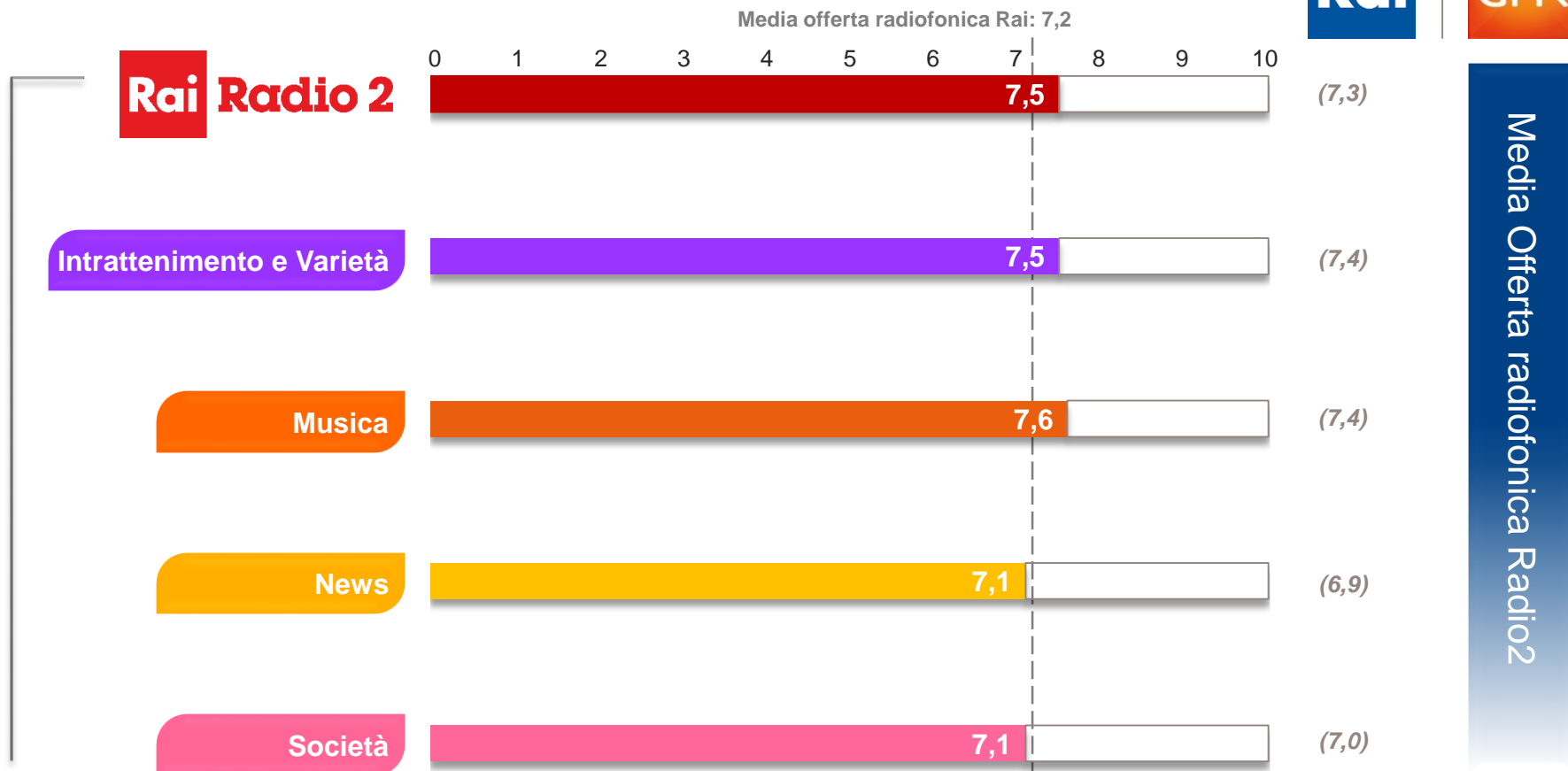


Media offerta radiofonica Rai: 7,2



Media Offerta radiofonica Radio 1

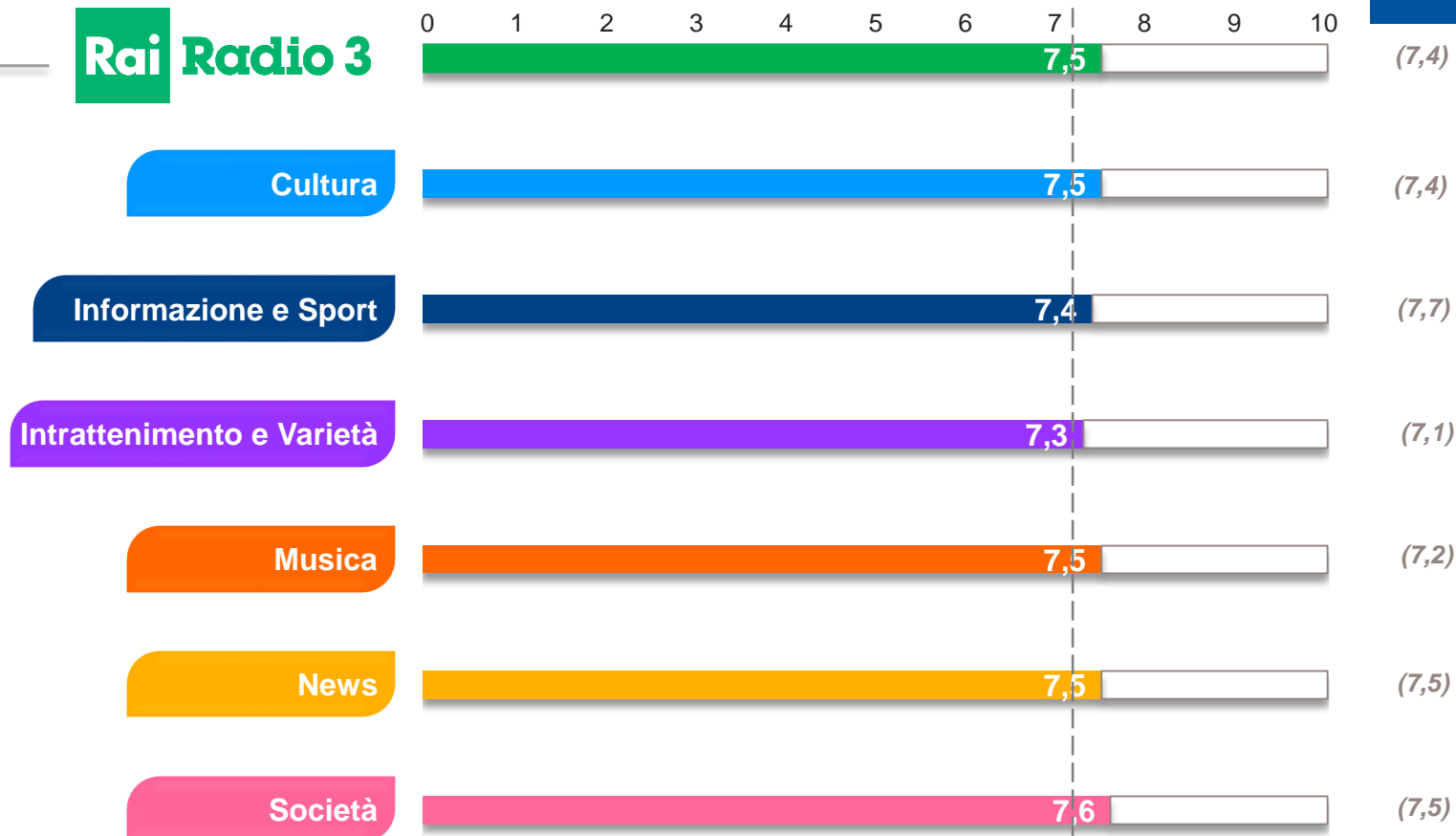
Indici di gradimento Rai Radio2



Indici di gradimento Rai Radio3



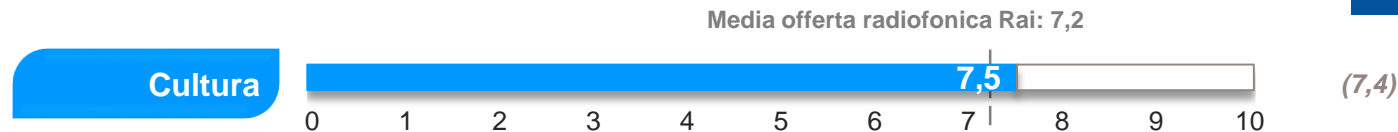
Media offerta radiofonica Rai: 7,2



Media Offerta radiofonica Radio3

Cultura

Cultura: valutazione del gradimento



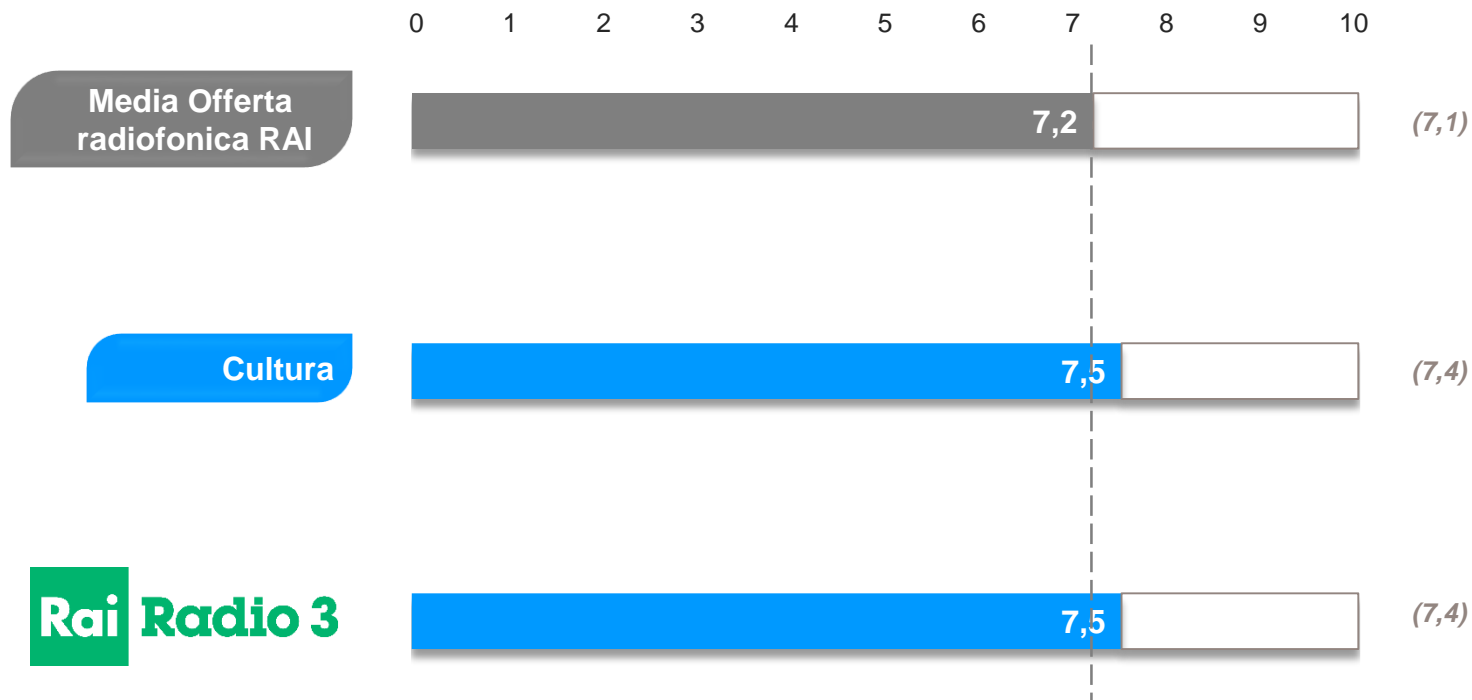
Cultura

INDICE DI GRADIMENTO

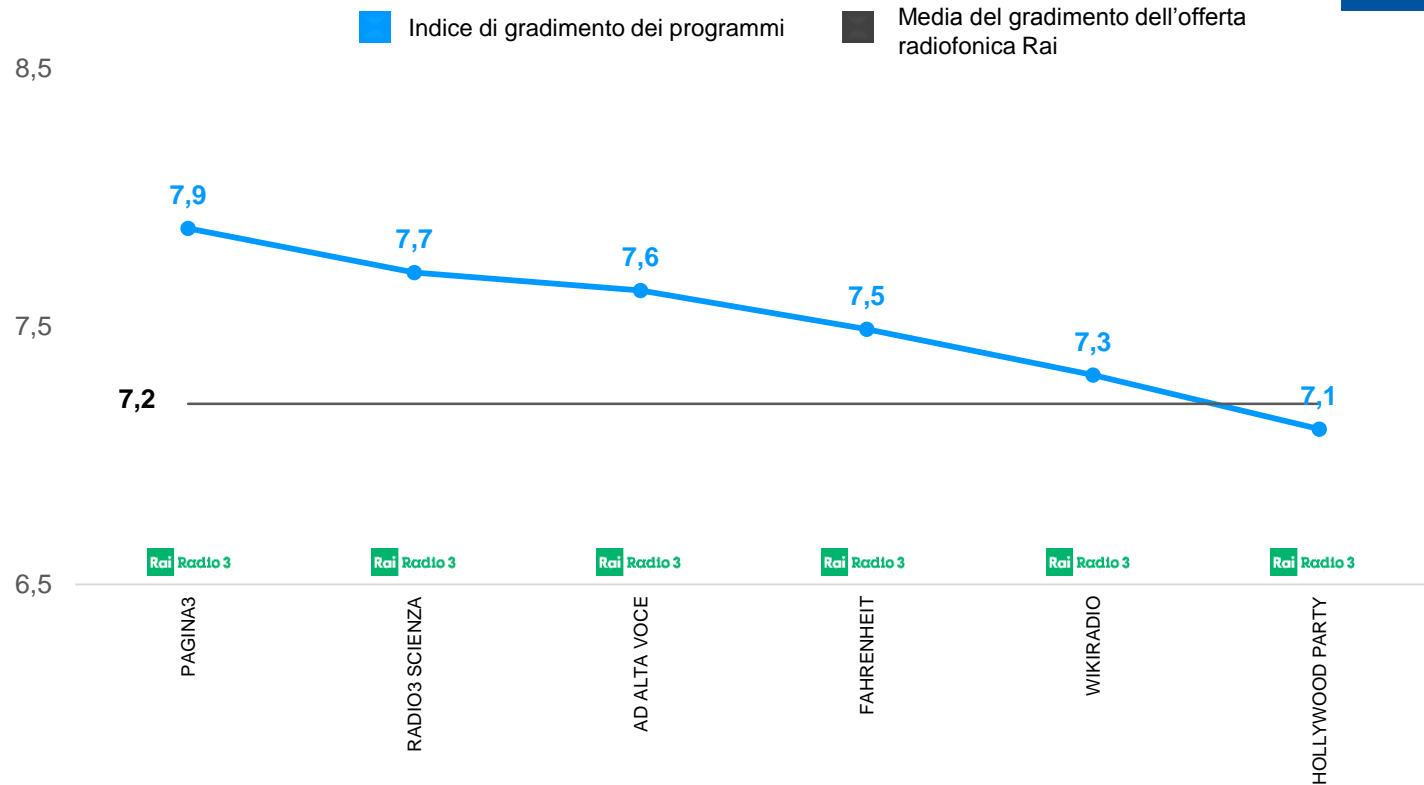
Il gradimento del genere **Cultura** (rilevato solo sulla programmazione di Radio3) è **superiore** a quello fatto registrare dall'offerta radiofonica Rai nel suo complesso (+0,3 punti) e in crescita rispetto all'anno 2017 (+0,1).

I programmi più apprezzati sono risultati: **Pagina3 (7,9)**, **Radio3 Scienza (7,7)** e **Ad Alta Voce (7,6)**.

Cultura: indici di gradimento

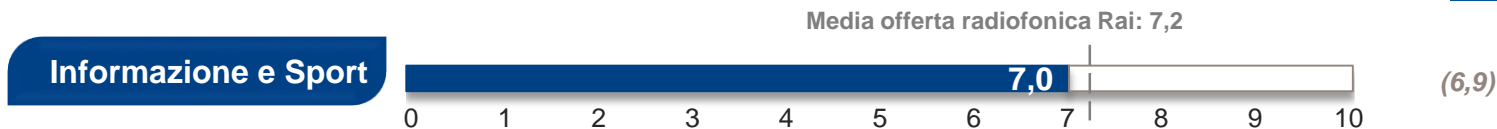


Cultura: indici di gradimento dei singoli programmi



Informazione e Sport

Informazione e Sport: valutazione del gradimento



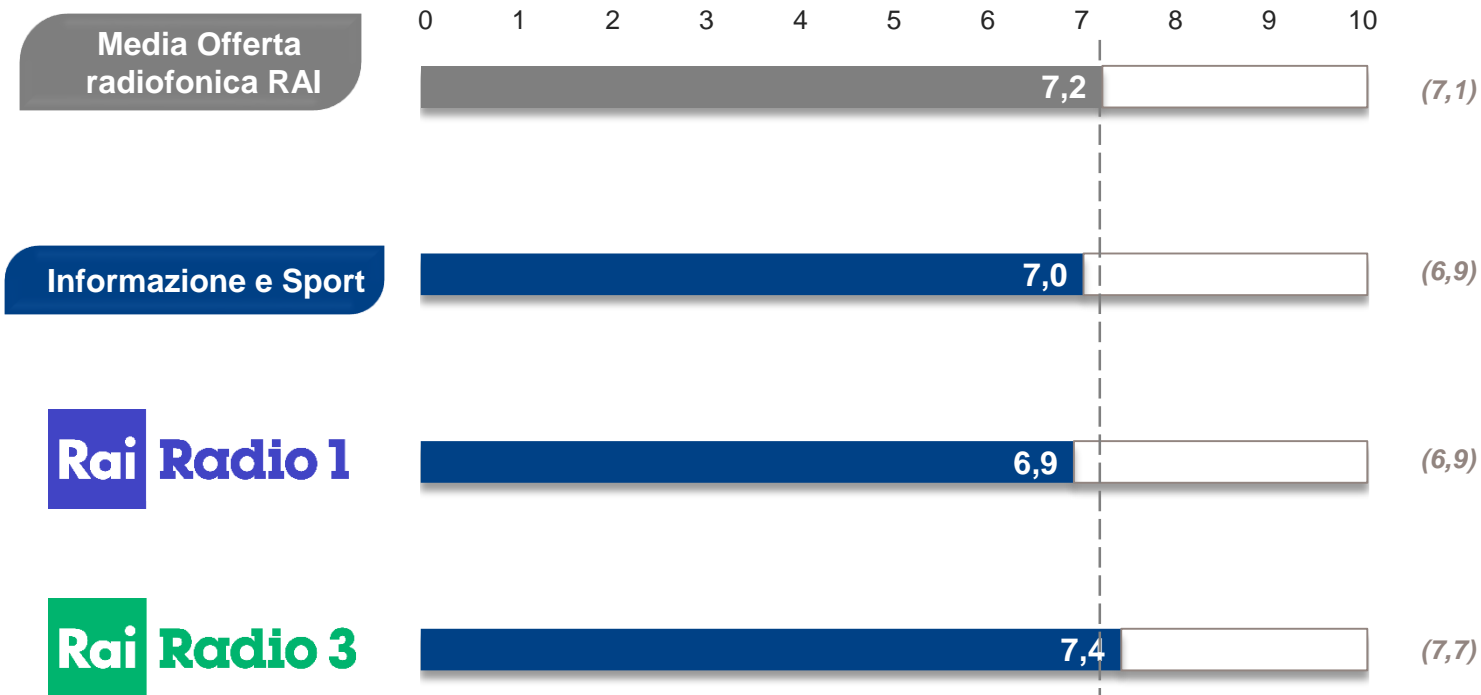
INDICE DI GRADIMENTO

Il gradimento del genere **Informazione e Sport** risulta **leggermente inferiore** a quello fatto registrare dall'offerta Rai nel suo complesso (-0,2 punti) ma in crescita rispetto al totale anno 2017 (+0,1). L'analisi del genere per emittente evidenzia come soprattutto l'offerta di **Radio3** risulti particolarmente apprezzata (+0,4 rispetto al totale genere).

I programmi più graditi sono risultati per **Radio3: Prima Pagina (7,4)** e **Radio3 Mondo (7,2)**; per **Radio1: Gli Speciali del Mondiale di Calcio (7,3)**, **Tutto il Calcio Serie A (7,2)**, e **Radio Anch'io (7,2)**.

Informazione e Sport

Informazione e Sport: indici di gradimento

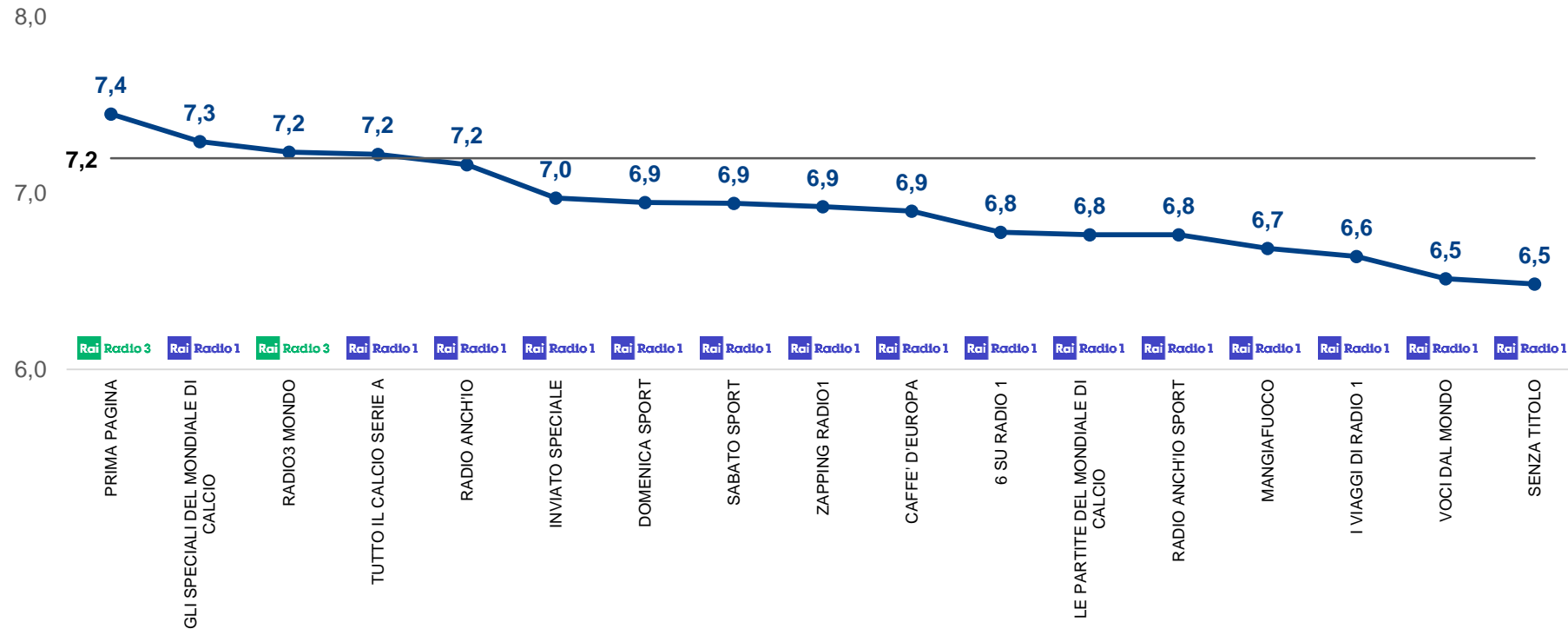


Informazione e Sport

Informazione e Sport: indici di gradimento dei singoli programmi



■ Indice di gradimento dei programmi ■ Media del gradimento dell'offerta radiofonica Rai



Informazione e Sport

Intrattenimento e Varietà

Intrattenimento e Varietà: valutazione del gradimento



Intrattenimento e Varietà



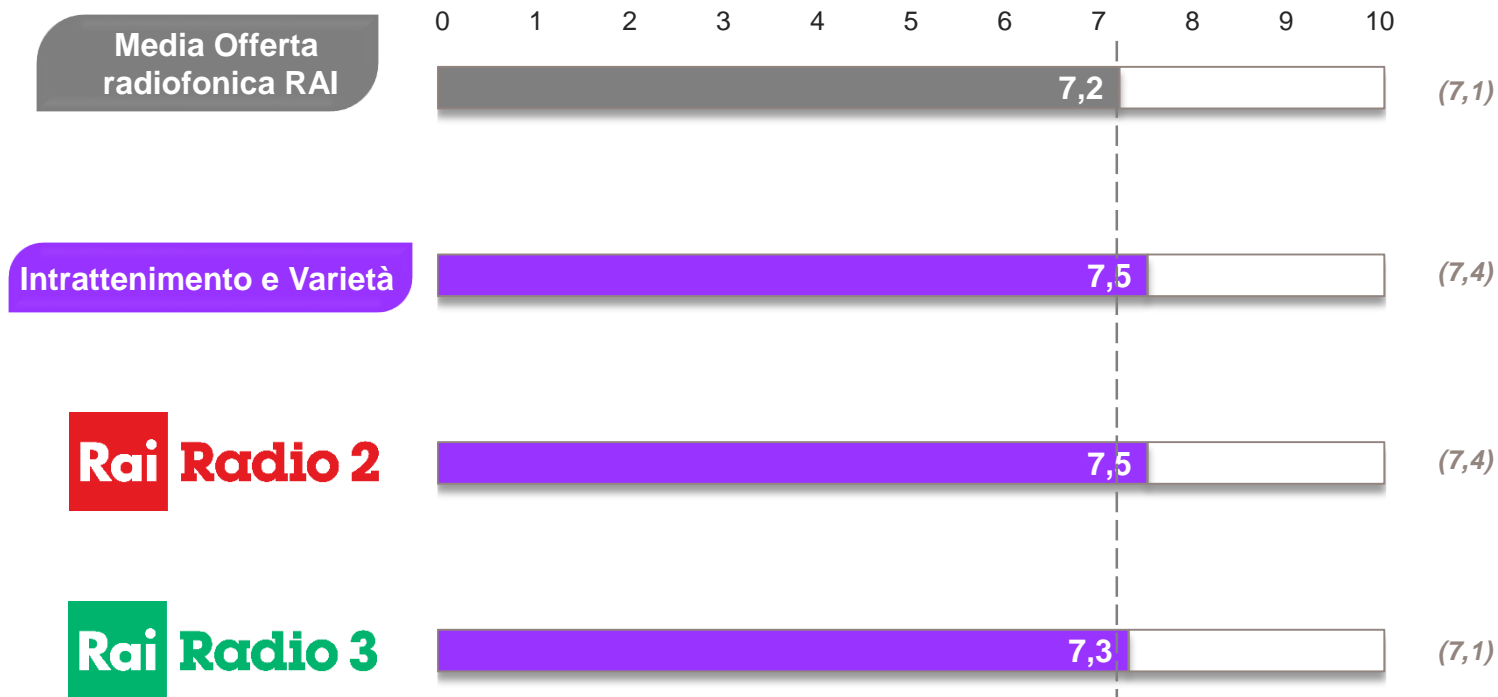
(7,4)

Intrattenimento e varietà

INDICE DI GRADIMENTO

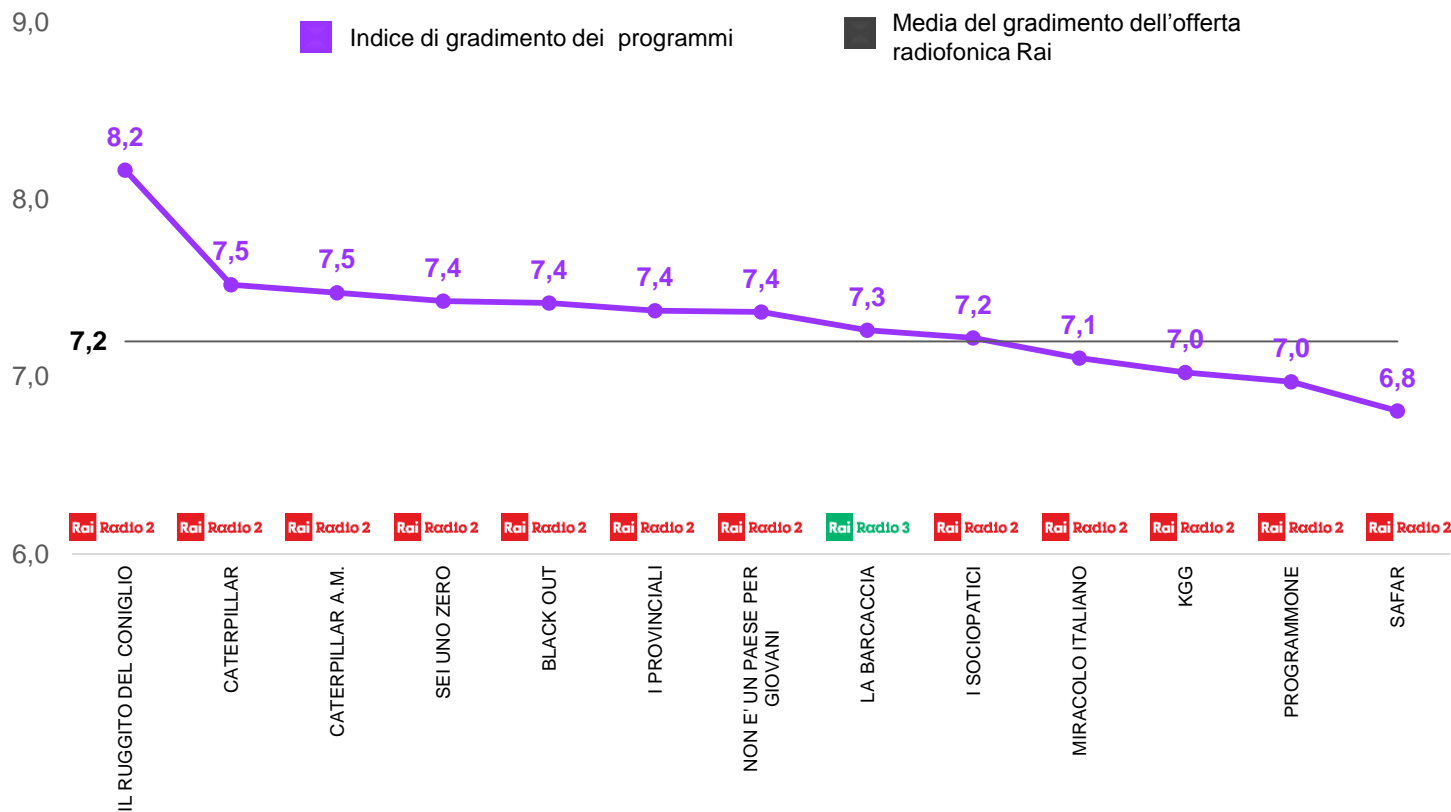
Il gradimento del genere **Intrattenimento e Varietà** è **molto positivo** e in crescita rispetto al totale anno 2017 (+0,1 punti). I programmi dell'offerta di **Radio2**, che rappresentano la quasi totalità dei programmi di intrattenimento, risultano particolarmente apprezzati. Tra questi troviamo: **Il Ruggito del Coniglio (8,2)**, **Caterpillar e Caterpillar A.M. (7,5)**, **Sei Uno Zero**, **Black Out**, **I Provinciali** e **Non è un Paese per Giovani**, tutti con gradimento pari a **7,4**. L'unico programma di intrattenimento rilevato per Radio3, **La Barcaccia**, registra un gradimento pari a **7,3**.

Intrattenimento e Varietà: indici di gradimento



Intrattenimento e varietà

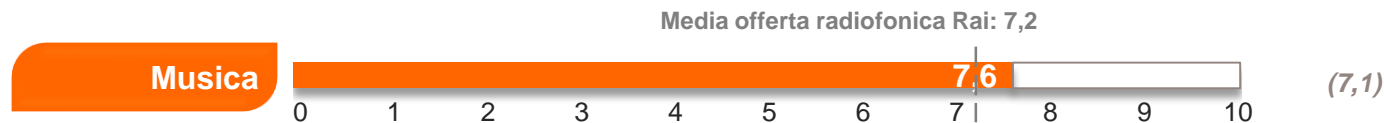
Intrattenimento e Varietà: indici di gradimento dei singoli programmi



Intrattenimento e varietà

Musica

Musica: valutazione del gradimento



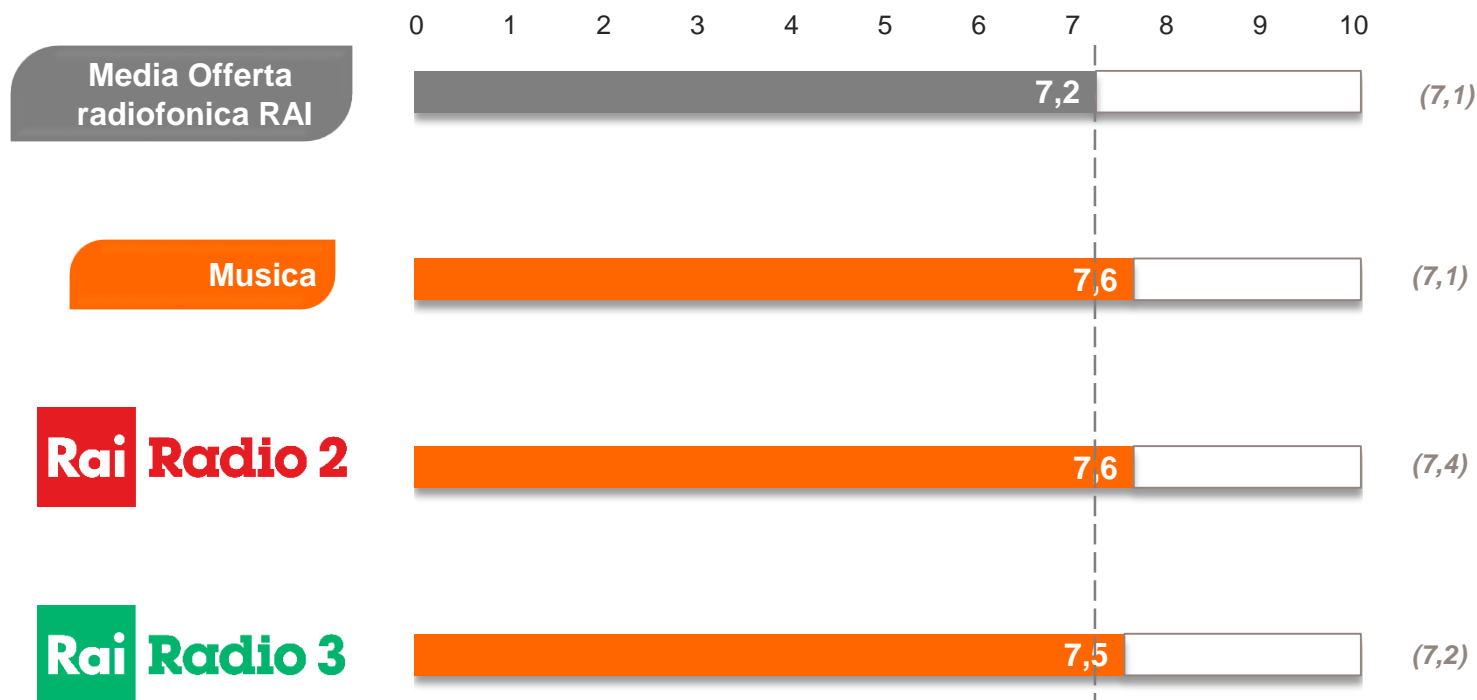
Musica

INDICE DI GRADIMENTO

Il gradimento del genere **Musica** risulta **molto positivo** e superiore sia al punteggio fatto registrare dall'offerta Rai nel suo complesso (+0,4 punti) sia al gradimento dell'anno precedente (+0,5).

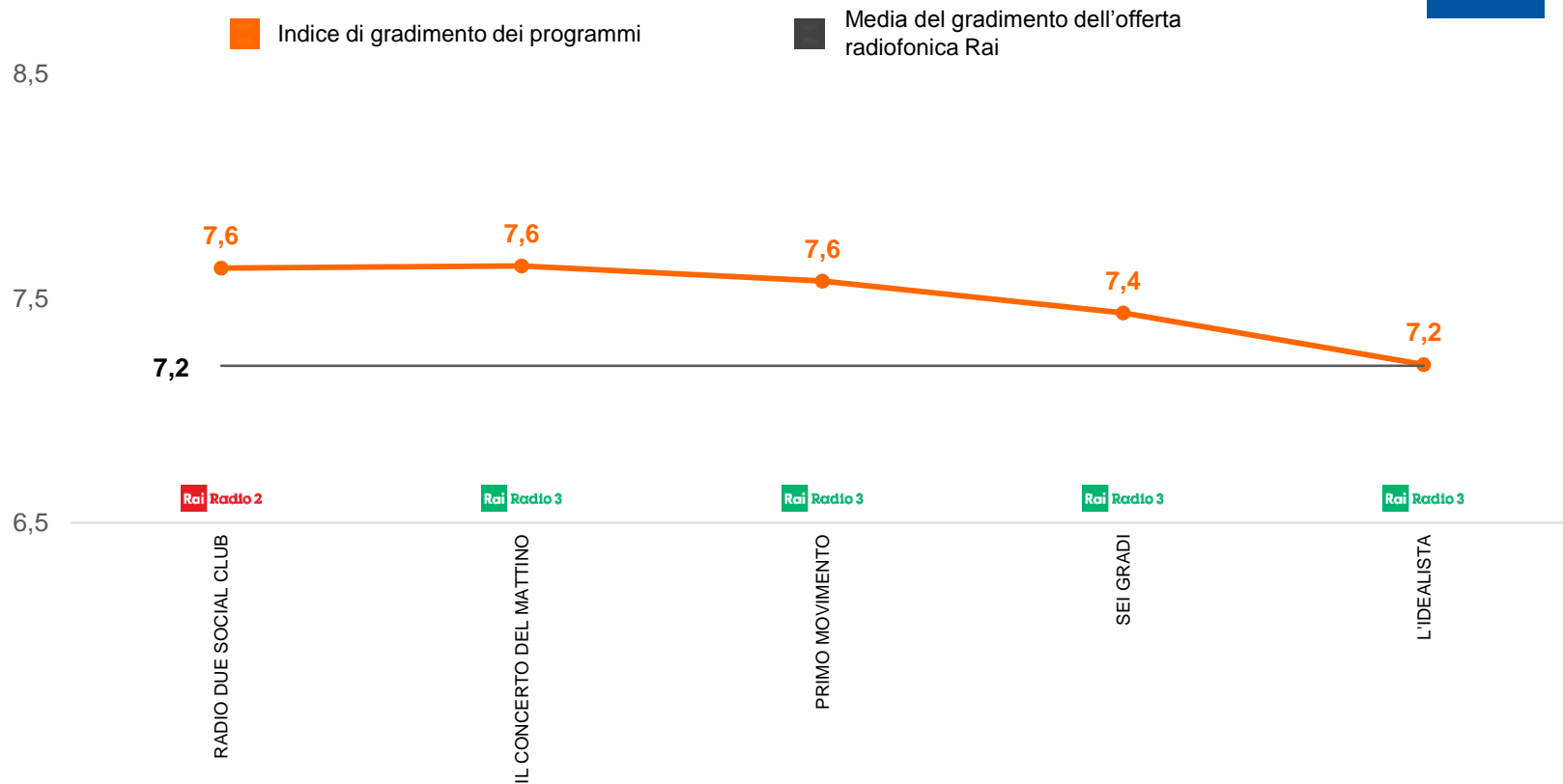
I programmi più apprezzati sono risultati, per Radio2: **Radio2 Social Club (7,6)** e, per Radio3: **Il Concerto del Mattino (7,6)** e **Primo Movimento (7,6)**.

Musica: indici di gradimento



Musica

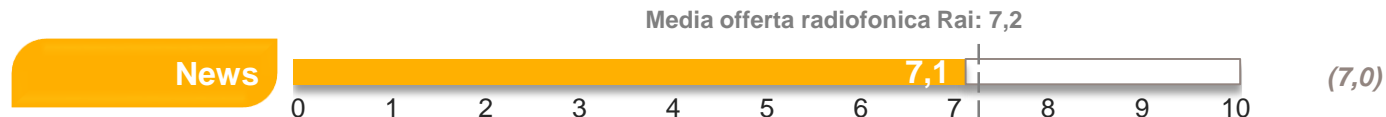
Musica: indici di gradimento dei singoli titoli



Musica

News

News: valutazione del gradimento



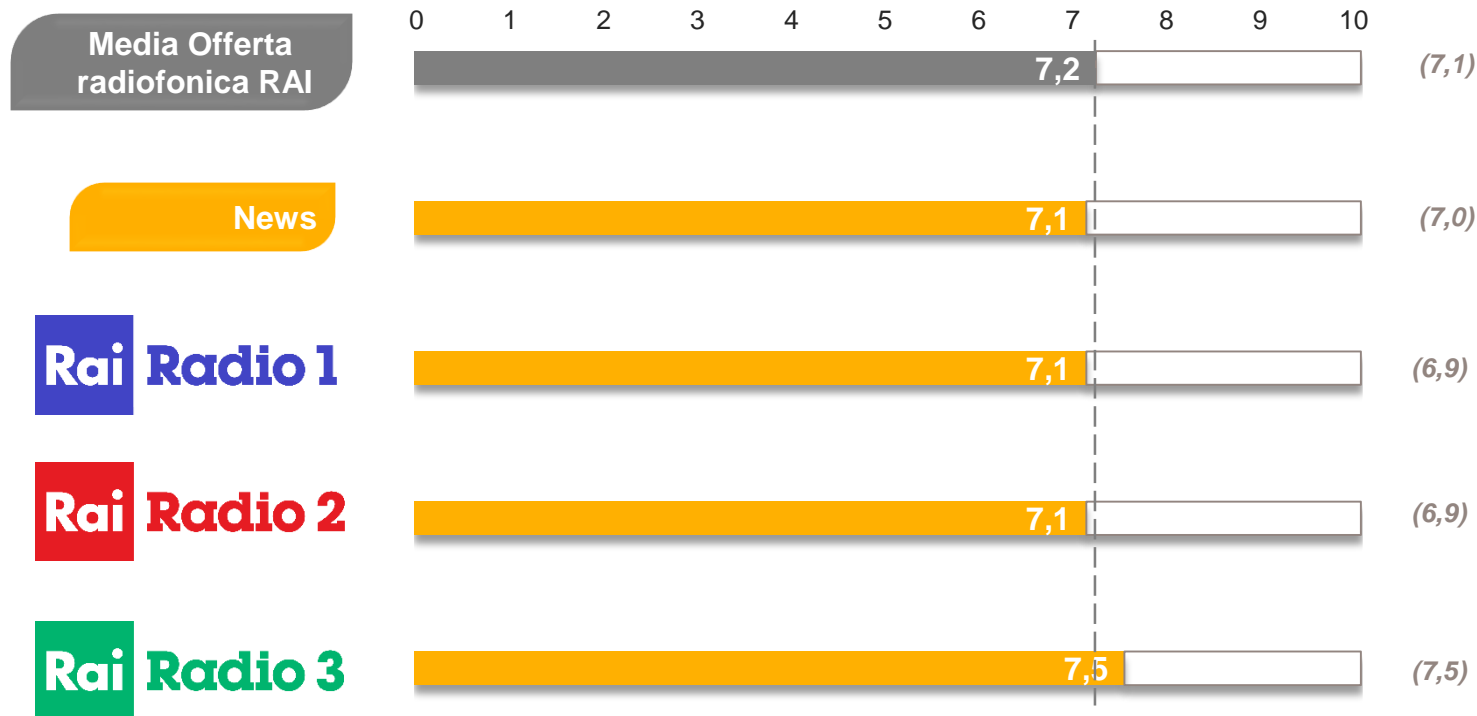
News

INDICE DI GRADIMENTO

Il gradimento del genere **News**, probabilmente a causa dei contenuti generalmente trattati nei notiziari, è **lievemente inferiore** al punteggio fatto registrare dall'offerta Rai nel suo complesso (-0,1 punti) ma in crescita rispetto al totale anno 2017 (+0,1).

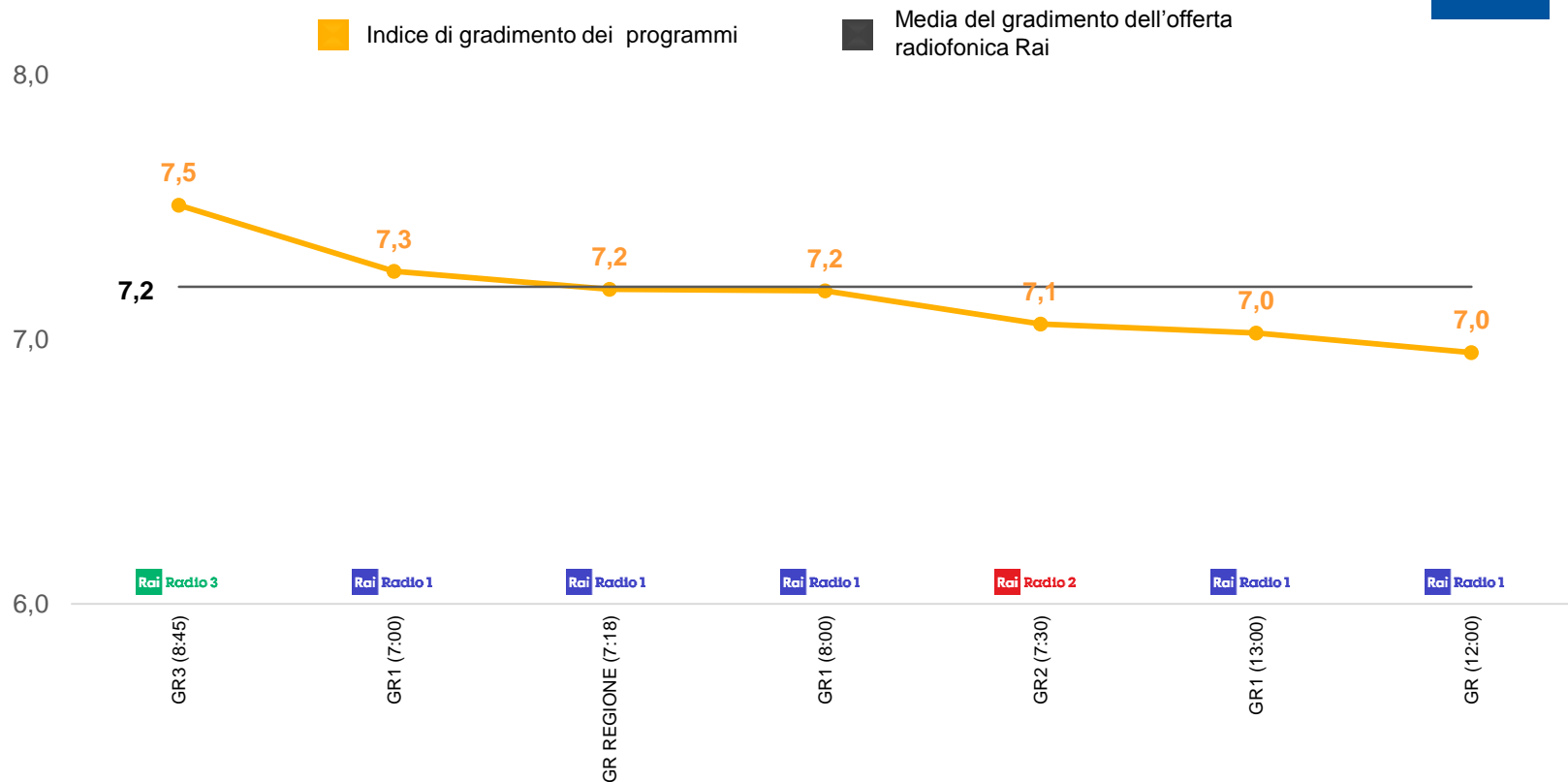
Tra le edizioni principali dei Giornali Radio le più gradite sono risultate: **GR3 8:45 (7,5)**, **GR1 7:00 (7,3)**, **GR Regione Radio1 (7,2)** e **GR1 8:00 (7,2)**.

News: indici di gradimento



News

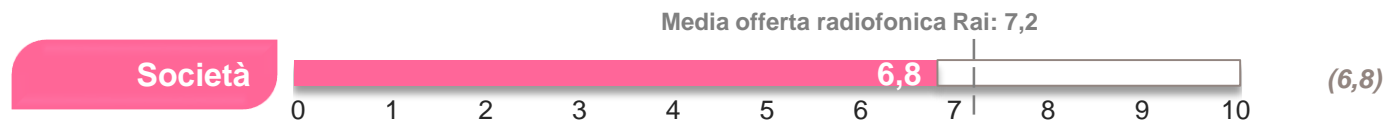
News: indici di gradimento dei singoli titoli



News

Società

Società: valutazione del gradimento



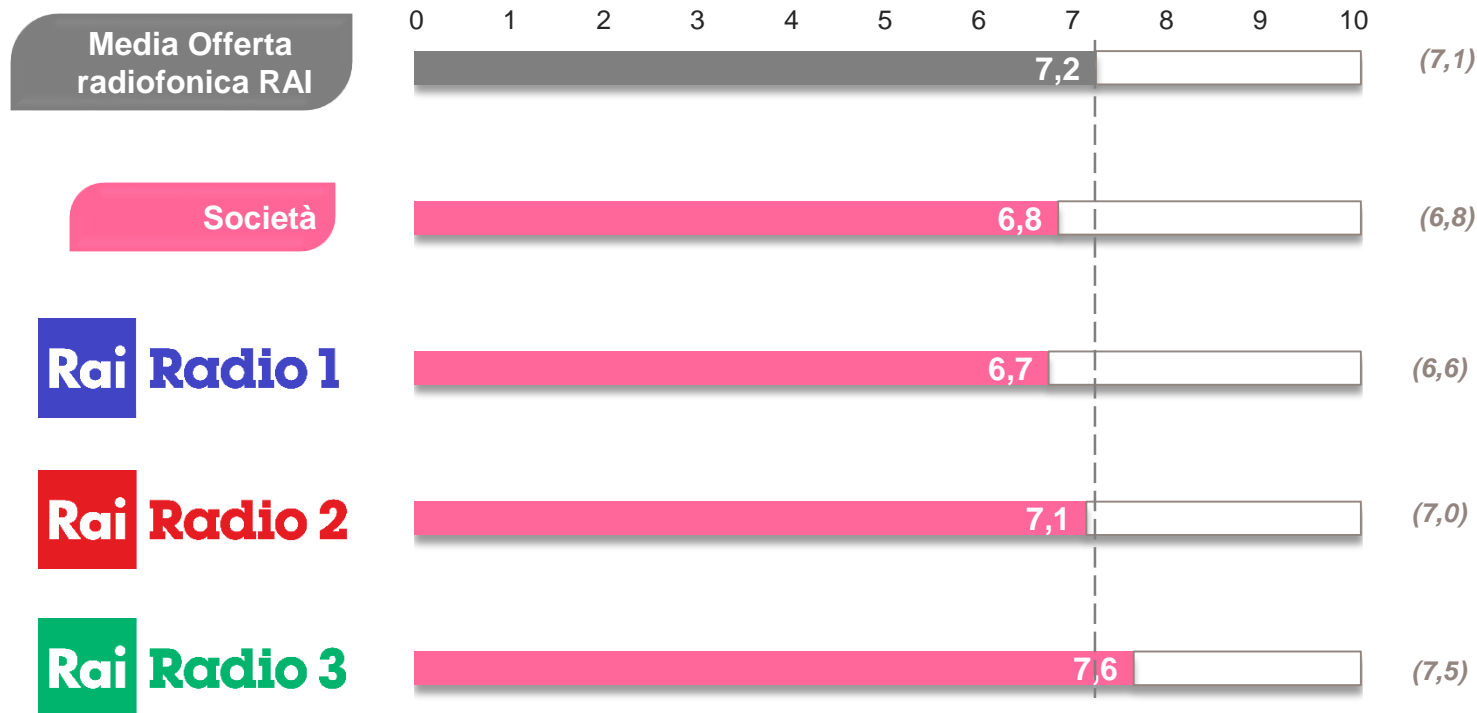
Società

INDICE DI GRADIMENTO

Il gradimento del genere **Società** è inferiore al punteggio fatto registrare dall'offerta Rai nel suo complesso (-0,4 punti) e stabile rispetto all'anno 2017. L'analisi del genere per canale evidenzia come **Radio3 (7,6)** e **Radio2 (7,1)** risultino **superiori alla media di genere**. **Radio1** presenta invece un indice di gradimento leggermente inferiore (-0,1 punti).

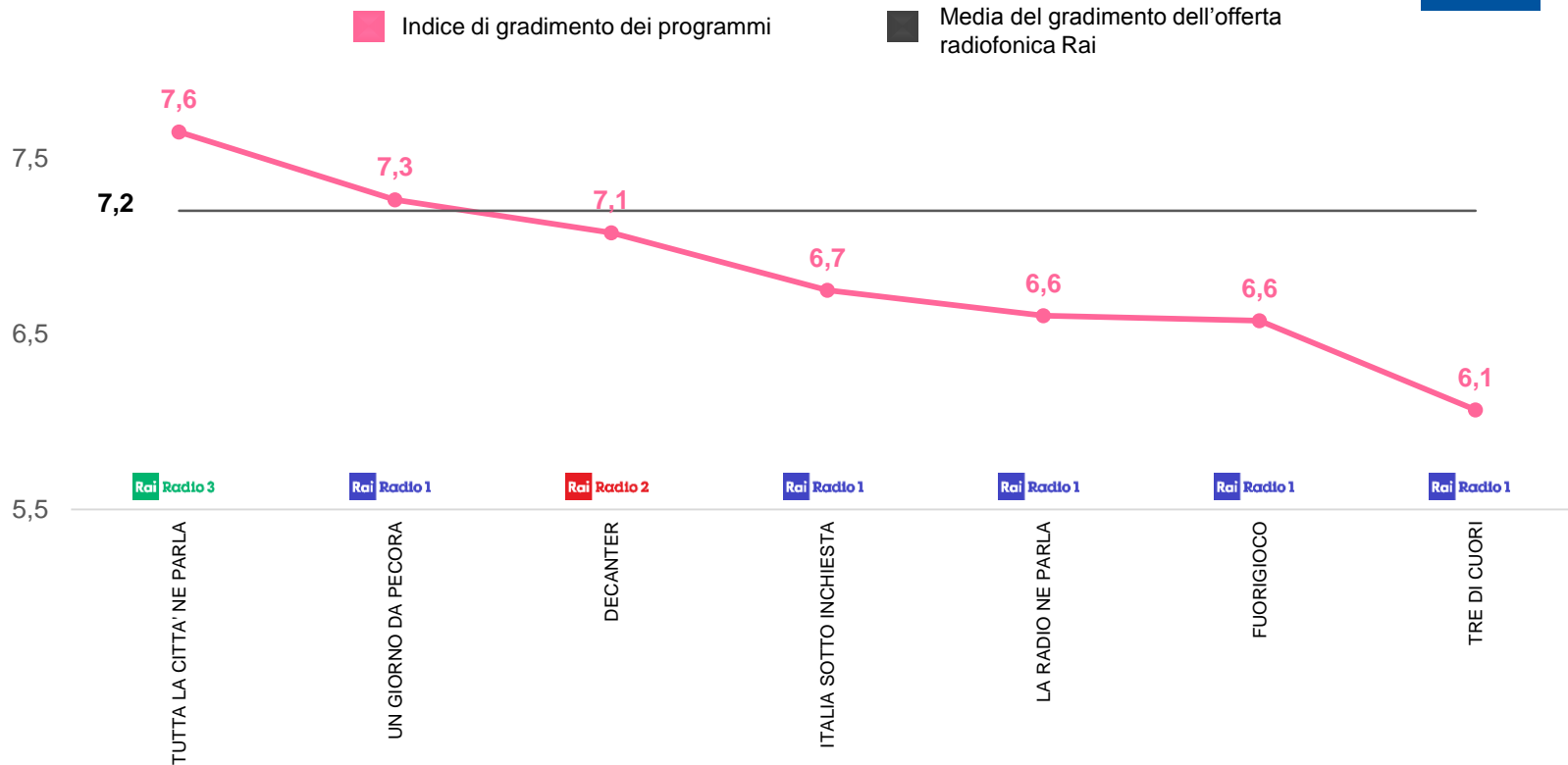
I programmi più apprezzati sono: per **Radio1**, **Un Giorno da Pecora (7,3)**; per **Radio2**, **Decanter (7,1)**; per **Radio3**, **Tutta la Città ne Parla (7,6)**.

Società: indici di gradimento




Società

Società: indici di gradimento dei singoli titoli



Società

Indice della Qualità Percepita

	GRADIMENTO	Nel complesso quanto le è piaciuto il programma?
	ATTENZIONE	Lei direbbe che generalmente segue il programma come sottofondo o con piena, esclusiva attenzione?
	QUALITA' PERCEPITA valutazione su alcuni fattori produttivi del programma	1 - Lo stile, il tono del linguaggio
		2 - La selezione di musica/ brani trasmessi
		3 - Il conduttore/ conduttrice/ giornalista/ radiocronista
		4 - Il ritmo
		5 - La selezione di temi/ argomenti / notizie
		6 - Interazione con il pubblico, ad esempio con telefonate, messaggi, post sui social...
		7 - Gli ospiti/ opinionisti (invitati di volta in volta)
8- I cantanti, comici, ecc... / il protagonista artistico presente regolarmente nel programma		

Indice di Qualità Percepita

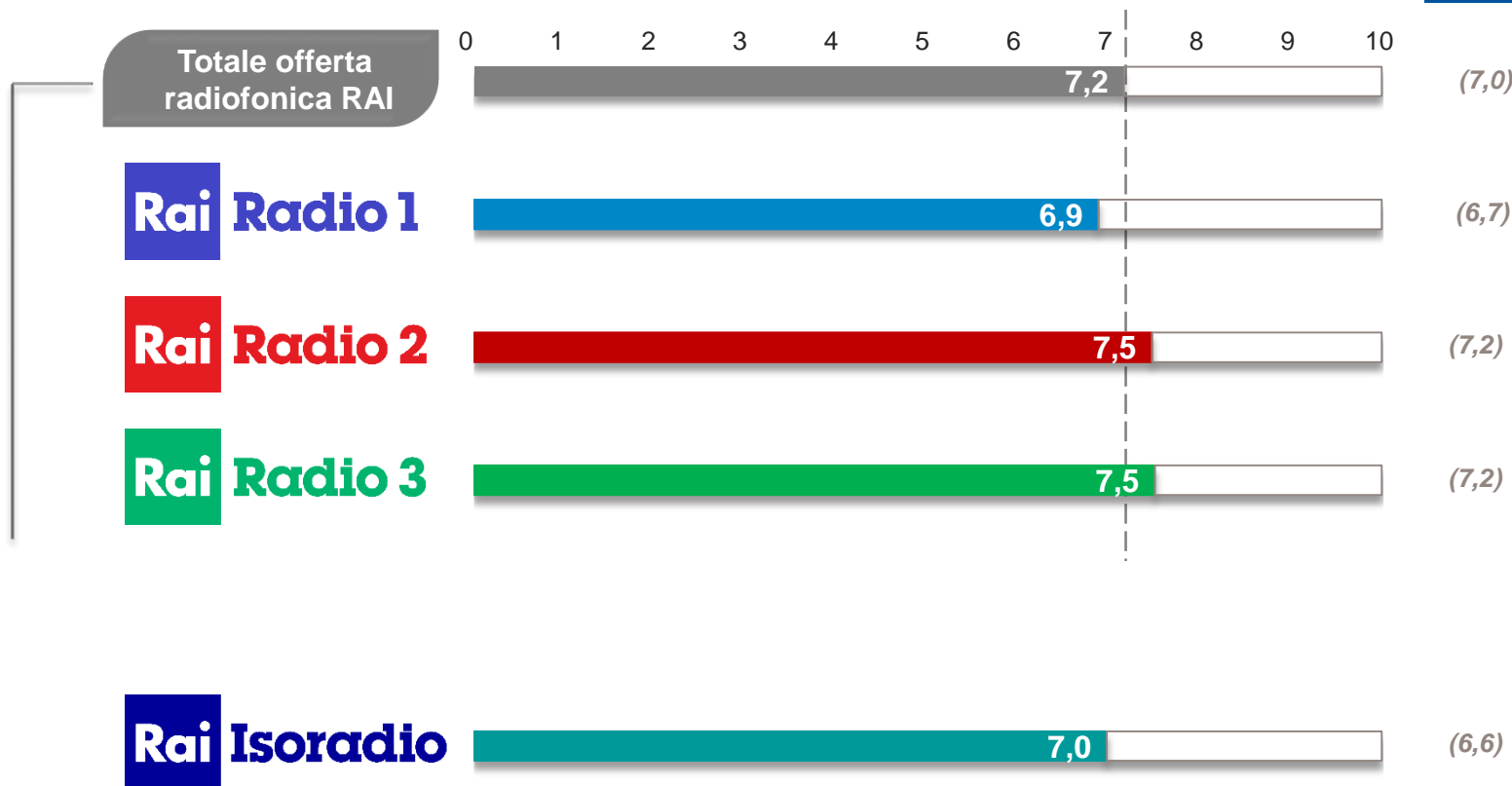


L'indice della qualità percepita (IQP) sintetizza il gradimento espresso dal pubblico sui singoli elementi strutturali dei programmi. Tale indice risulta positivo ed in linea con l'Overall del gradimento sia nel suo complesso sia rispetto ai generi dell'offerta Rai.

Tra i generi radiofonici risultano infatti con **IQP superiore alla media Musica (7,6) Cultura (7,5) ed Intrattenimento (7,5)**. Gli altri generi, invece, riportano valori sotto la media: News (7,0); Informazione e sport (6,9); Società (6,8).

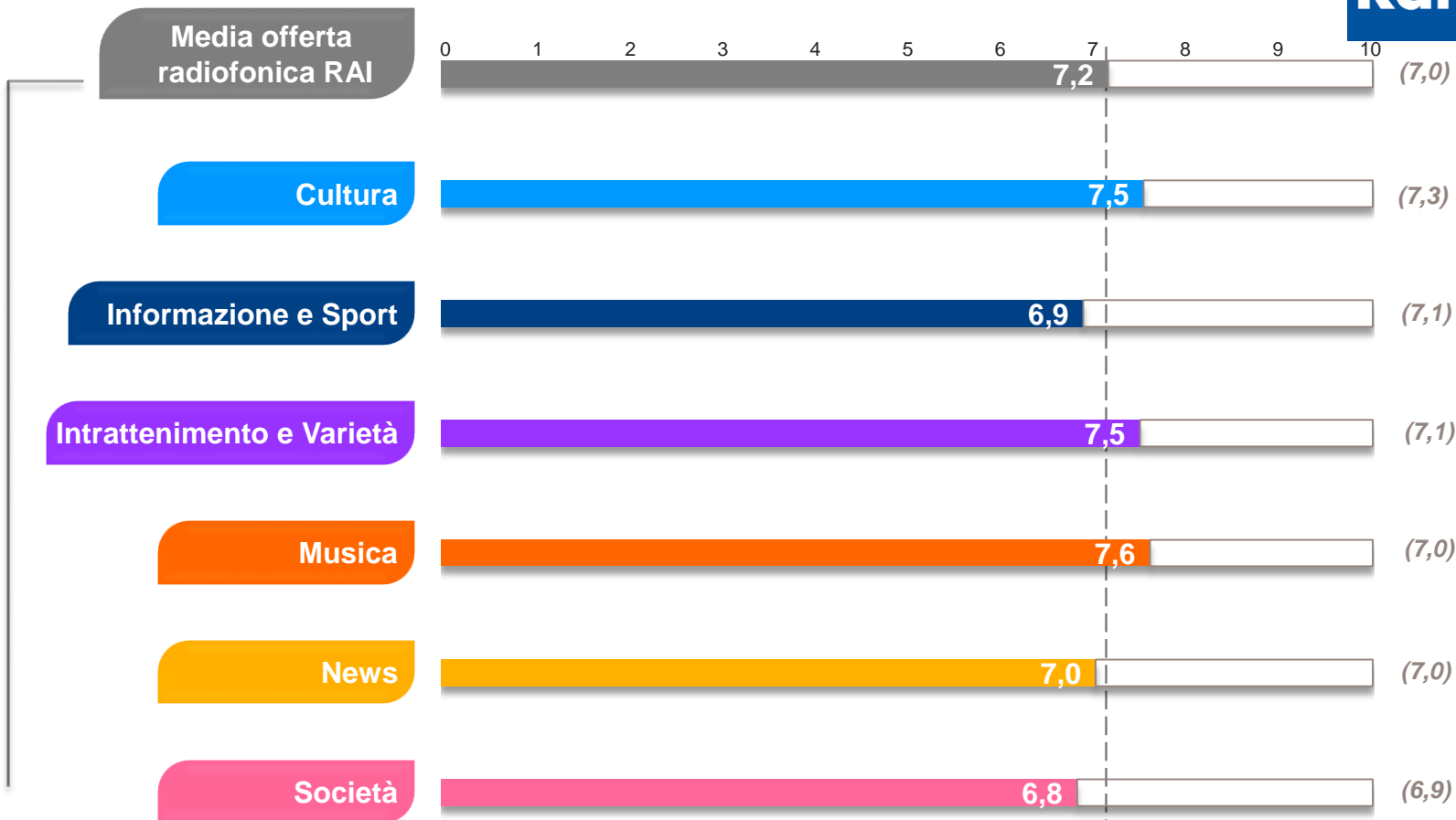
L'indice per singole emittenti mostra **Radio 3 e Radio 2 leggermente sopra media (+0,3 punti)**, mentre Radio 1 è inferiore (-0,3 punti).

Indice di Qualità Percepita Radio Rai



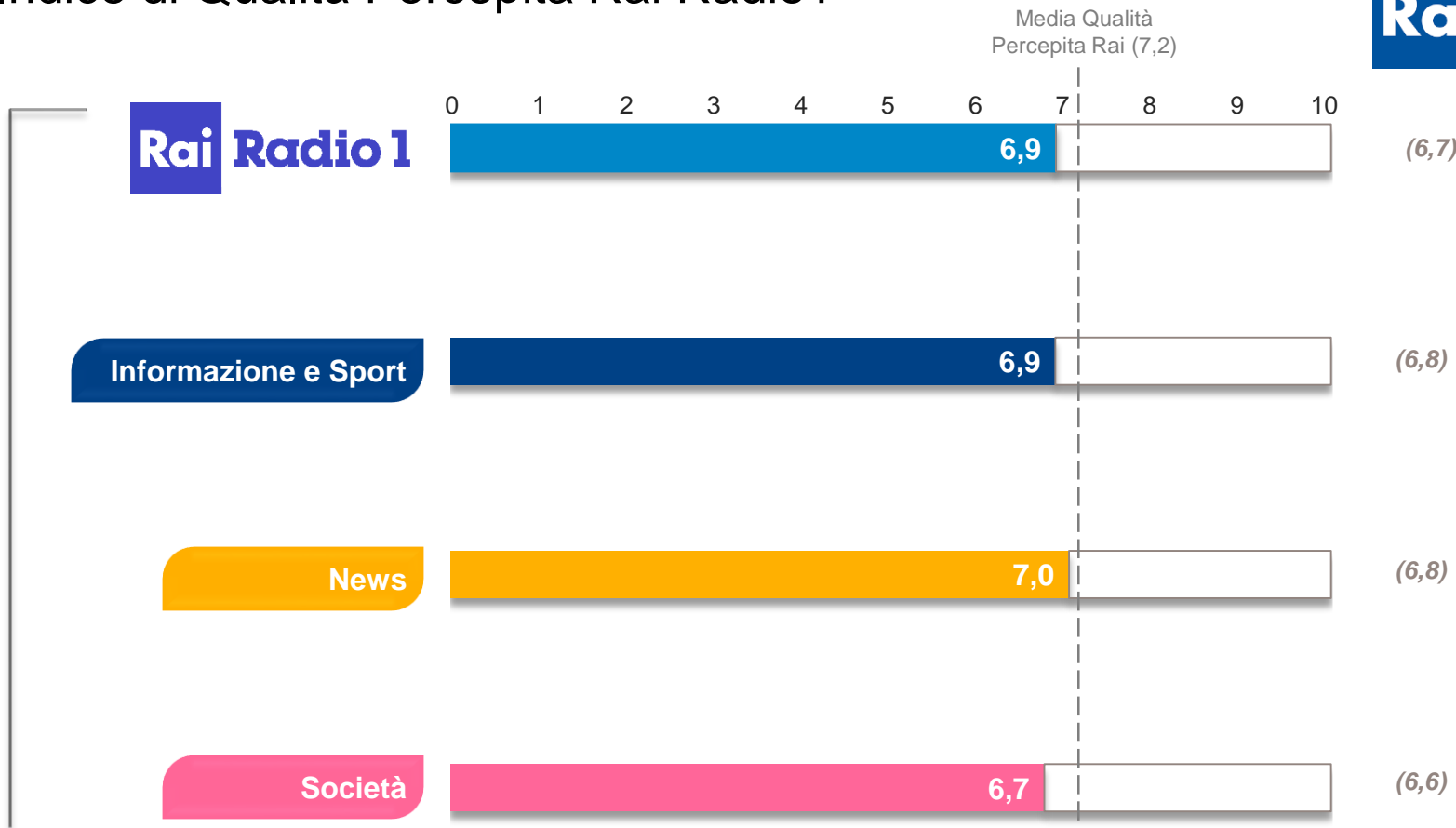
Indice di Qualità Percepita Rai

Indice di Qualità Percepita Radio Rai



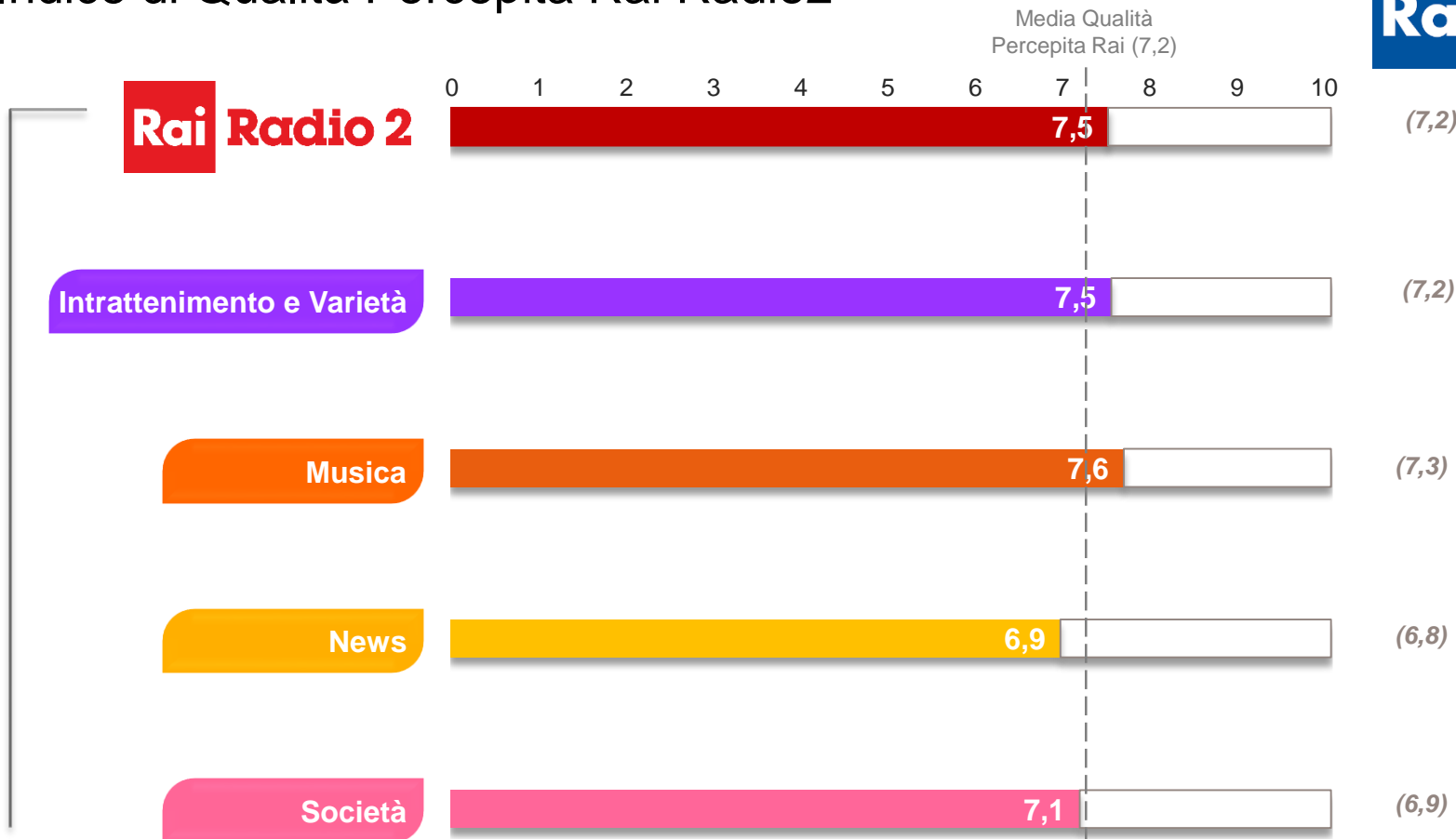
Indice di Qualità Percepita

Indice di Qualità Percepita Rai Radio1



Indice di Qualità Percepita

Indice di Qualità Percepita Rai Radio2



Indice di Qualità Percepita

Indice di Qualità Percepita Rai Radio3



Indice di Qualità Percepita

Metodologia: il panel di rilevazione

Metodologia: il reclutamento dei panelisti



Gli individui potenziali membri del Panel sono reclutati in diversi modi, ovvero tramite:

1. Intervistatori della rete di field GfK per le indagini personali
2. Ricerca CATI, attraverso il servizio interno di interviste telefoniche di GfK tra i più grandi fra quelli degli Istituti di ricerca
3. Autocandidature provenienti normalmente dalla rete personale di chi è già membro del Panel

Ogni membro del Panel è dotato di un “**Dialogatore**”, ossia un tablet (customizzato GfK) semplice da utilizzare da parte di tutti i segmenti della popolazione, su cui vengono inviati i questionari di gradimento dell’offerta Rai e della Corporate Reputation.

Oltre al Dialogatore, ogni membro del Panel:

- se onliner e dotato di smartphone, **avrà installato una App, brevetto GfK, per la rilevazione tramite soundcapturing e soundmatching degli ascolti Radio**
- se non onliner, o se onliner ma senza smartphone, ha in dotazione un **Meter portatile**, con le stesse funzionalità di cui sopra relativamente all’ascolto Radio

In questo modo è possibile intervistare gli esposti oggettivi al programma in esame senza dover chiedere al panelista l’effettivo ascolto.

Più in dettaglio:

- Incrociando i dati relativi agli orari di inizio e fine di ciascun programma con la rilevazione sound matching, vengono individuati i soggetti esposti ai programmi oggetto di monitoraggio
- ad un sotto-campione rappresentativo degli esposti, viene inviato il questionario di gradimento direttamente sul dispositivo Dialogatore
- la numerosità molto elevata del Panel, nonché la possibilità di indirizzare l'intervista, secondo le modalità descritte, consentono di gestire il field, con rotazioni basate su un meccanismo automatizzato di "quarantena" per cui un panelista viene intervistato giornalmente per un periodo medio non superiore alle due settimane consecutive in un mese. Ogni panelista osserva quindi mediamente 14 giorni di riposo per poi rientrare.

Metodologia: Le dotazioni tecnologiche in uso al panel - il dialogatore



- Il Dialogatore, fornito in dotazione a tutti i panelisti, è di dimensioni contenute, leggero, può essere gestito con una sola mano, è **touch screen** e con **schermo sufficientemente grande, da 7 pollici**.
- Alle domande si risponde toccando a video le risposte precodificate
- Ha una serie di alert sul display che chiamano alla collaborazione i panelisti quando è in linea un questionario, indicando anche il nome della persona che deve rispondere: consente quindi il “dialogo”, cioè l’indagine, in “tempo reale”.
- Riceve e trasmette costantemente via GPRS:** non richiede quindi la presenza della linea di telefonia fissa né il collegamento ad internet, è collegato direttamente e esclusivamente con i server di GfK Eurisko.
- Tutte queste caratteristiche ne fanno lo strumento ideale per generare campioni ben bilanciati e non affetti da digital divide.

Metodologia: Le dotazioni tecnologiche in uso al panel - gli strumenti utilizzati per rilevare l'esposizione alla Radio



- Il **Meter EMM/ l'app multifunzione «2 in 1»**



- le tecnologie soundcapturing e soundmatching assicurano una raccolta dati estremamente precisa (granularità di un minuto)
- la rilevazione è totalmente obiettiva e passiva, è sufficiente che il panelista porti il **meter** con sé (il che è certificato da un sensore di moto)
- o che installi l'**app** sul suo smartphone (ove presente in modo naturale);
- i dati sono inviati a GfK in modalità wireless e in tempo reale

