

**Rai**

# QUALITEL DIGITAL

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

---

Presentazione dei risultati 2023

# Indice



Obiettivi e premessa metodologica	3
Sintesi dei risultati	6
RaiPlay	11
RaiPlay Sound	15
Rai News	19
Rai Scuola	23
Rai Cultura	27
La presenza Rai sui Social Network	31

Non esposti: motivi di non utilizzo	34
Principali evidenze dalle rilevazioni qualitative	36
<i>Appendice</i> : criteri di selezione del panel e modalità di rilevazione	43

**Rai**

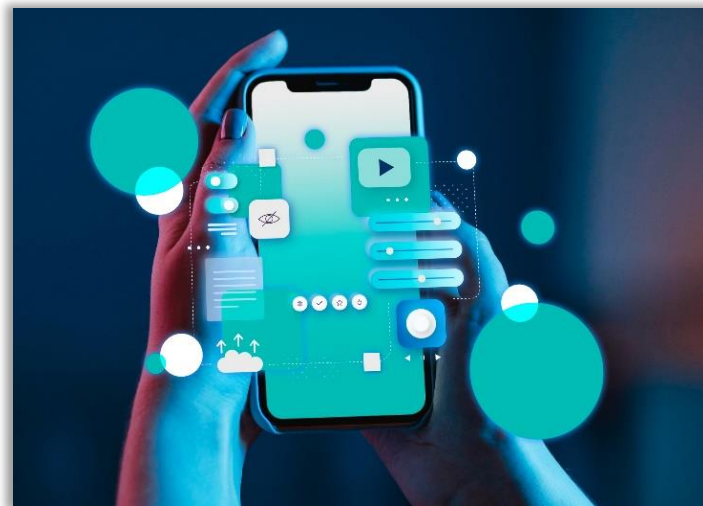
# Obiettivi e premessa metodologica



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

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

la misurazione continuativa del gradimento e della qualità percepita dell'offerta digital di RAI, così come indicato dal vigente Contratto di Servizio (cfr. art. 25 comma *n*).

✓ L'indagine è stata condotta nel periodo gennaio-dicembre 2023.



Panel	Panel <b>rappresentativo dell'intera popolazione residente in Italia 14+</b> per sesso, età, area geografica, ampiezza centro, titolo di studio e professione, pari a 25.000 individui 
Target	Fruitori dei siti/app
Criteri di esposizione	Utenti dei canali digital (siti/app) di RAI nel mese precedente all'intervista su rilevazione soggettiva
Frequenza rilascio dati	Mensile
Totale interviste	<b>7.977 interviste</b> nel 2023, ottenute su <b>4.018 individui</b> . (interviste Rai Play: 4.199, Rai Play Sound: 608, Rai News: 1.985, Rai Scuola: 536, Rai Cultura: 649)
Individuazione degli esposti	<b>I Fruitori dei siti/app sono coloro che dichiarano di averle utilizzate nel mese precedente all'intervista.</b> In considerazione dell'adozione di questa nuova impostazione di rilevazione, il confronto con le precedenti rilevazioni può essere effettuato solo a titolo indicativo.
Metodologia di intervista	<b>Piattaforma CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) in grado di dialogare con i panelisti e sottoporre i questionari specifici relativi ai siti o alle app utilizzate.</b> Questa tecnica consente di raccogliere valutazioni più sincere, annullando «l'effetto cortesia» che spesso intercorre tra intervistato e intervistatore nelle interviste personali. 
Indici sintetici	<b>Gradimento, Qualità percepita, Soddisfazione delle aspettative</b> - valutazione media dei siti/app su scala da 1 a 10. E' stato inoltre indagato il gradimento dei profili/pagine Rai sui principali social network (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok)

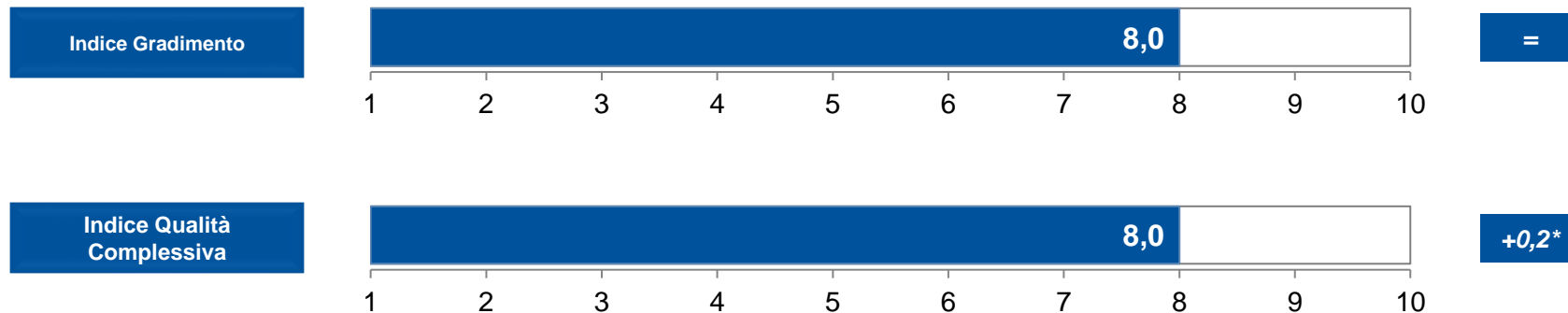
**Rai**

# Sintesi dei risultati

## Principali evidenze

- ✓ **Il gradimento per l'offerta digital Rai 2023** conferma i buoni risultati registrati l'anno precedente. Sia l'indice di gradimento che quello di qualità percepita **ottengono infatti una valutazione pari a 8,0**.
- ✓ Nel dettaglio, il quadro di sostanziale stabilità del gradimento è determinato dalla crescita di **RaiPlay** (8,0, +0,1 punti rispetto al 2022) e **Rai Scuola** (8,0, +0,1 punti) a cui fa da contraltare il lieve calo di **Rai News** (7,9, -0,1 punti) e **Rai Cultura** (8,0, -0,1 punti). Stabile il dato di **RaiPlay Sound**, la piattaforma dedicata all'offerta radiofonica, che raggiunge un gradimento pari a 7,9.
- ✓ Molto apprezzati anche **i profili e le pagine social di RAI**: stabile il gradimento medio per quelli su **Facebook** (8,0) e per quelli su **Twitter / X** (8,0), arretra leggermente il giudizio dei profili Rai su **Instagram** (7,9, -0,1 punti rispetto al 2022). Buon apprezzamento anche per i profili Rai su **TikTok**, rilevati a partire dal 2023, con un gradimento pari a **8,2** superiore a quello registrato sugli altri social media.
- ✓ Da segnalare il buon posizionamento di **RaiPlay** nel gradimento delle diverse piattaforme OTT presenti sul mercato. In particolare, **la piattaforma di streaming video della RAI è terza in assoluto tra tutte le piattaforme** dietro solo a Netflix e Amazon Prime Video ed è quindi la prima tra le piattaforme dei broadcaster che forniscono anche contenuti in modalità lineare.

## La valutazione dell'offerta digital RAI



*\*Il confronto con la precedente rilevazione è da considerarsi solo a titolo indicativo.*



# La valutazione dell'offerta digital RAI 2023 (vs 2022)



Property	GRADIMENTO			QUALITÀ COMPLESSIVA		
	Giudizio medio	Δ	% voti 8-10	Giudizio medio	Δ*	% voti 8-10
Media Rai offerta digital	8,0	=	67,8	8,0	0,2	68,4
<b>Rai Play</b>	8,0	0,1	69,7	8,0	0,2	70,1
<b>Rai Play Sound</b>	7,9	=	63,8	8,0	0,1	65,1
<b>Rai News</b>	7,9	-0,1	64,1	7,9	0,1	66,4
<b>Rai Scuola</b>	8,0	0,1	69,0	7,9	=	65,3
<b>Rai Cultura</b>	8,0	-0,1	69,6	8,0	=	68,9

\*Il confronto con la precedente rilevazione è da considerarsi solo a titolo indicativo.

# La valutazione dell'offerta digital RAI 2023 – dettaglio per semestri

	GRADIMENTO			QUALITÀ COMPLESSIVA		
	1° sem	2° sem	var	1° sem	2° sem	var
MEDIA OFFERTA DIGITAL	8,0	8,0	↓	8,0	8,0	↑
	8,0	8,1	↑	8,0	8,1	↑
	8,0	7,8	↓	8,0	7,9	↓
	7,9	7,9	↓	7,9	7,9	↑
	8,1	7,9	↓	8,0	7,9	↓
	7,9	8,1	↑	7,9	8,2	↑

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

**Rai**

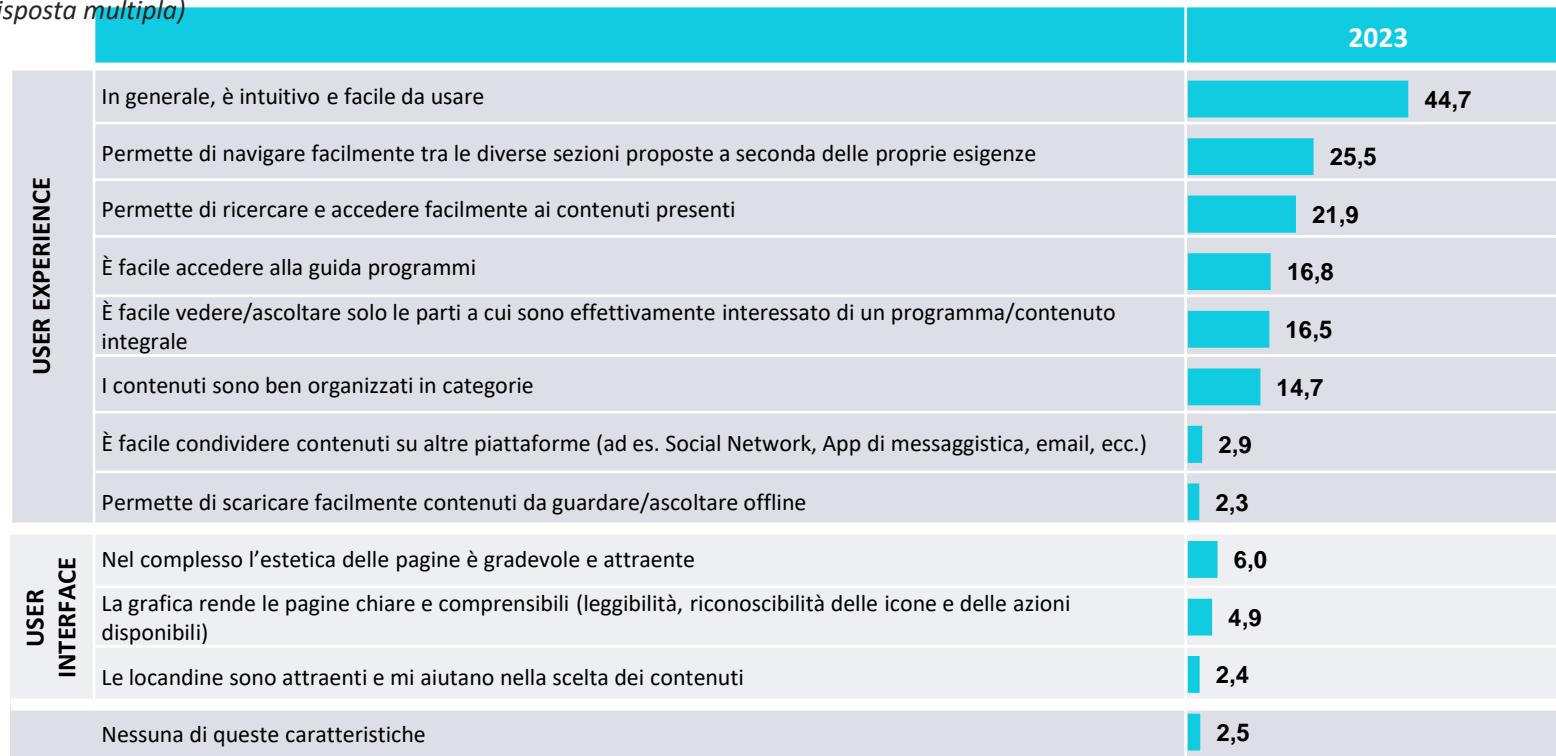
**RaiPlay**



N casi = 4.199

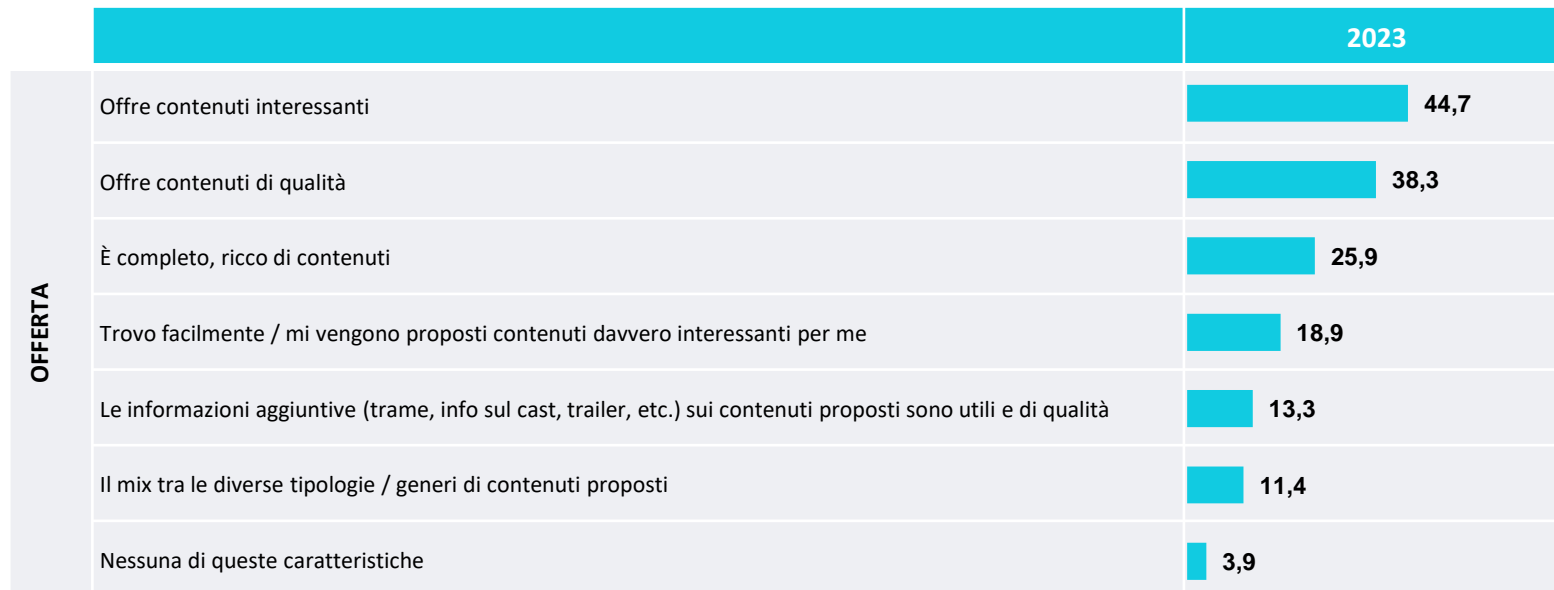
\*Il confronto con la precedente rilevazione è da considerarsi solo a titolo indicativo.

Per quanto riguarda la sua esperienza di utilizzo e di interfaccia del sito/app RaiPlay, quali sono i suoi elementi più caratteristici?  
(Risposta multipla)



N casi = 4.199

Per quanto riguarda l'offerta proposta dal sito/app RaiPlay, quali sono i suoi elementi più caratteristici?

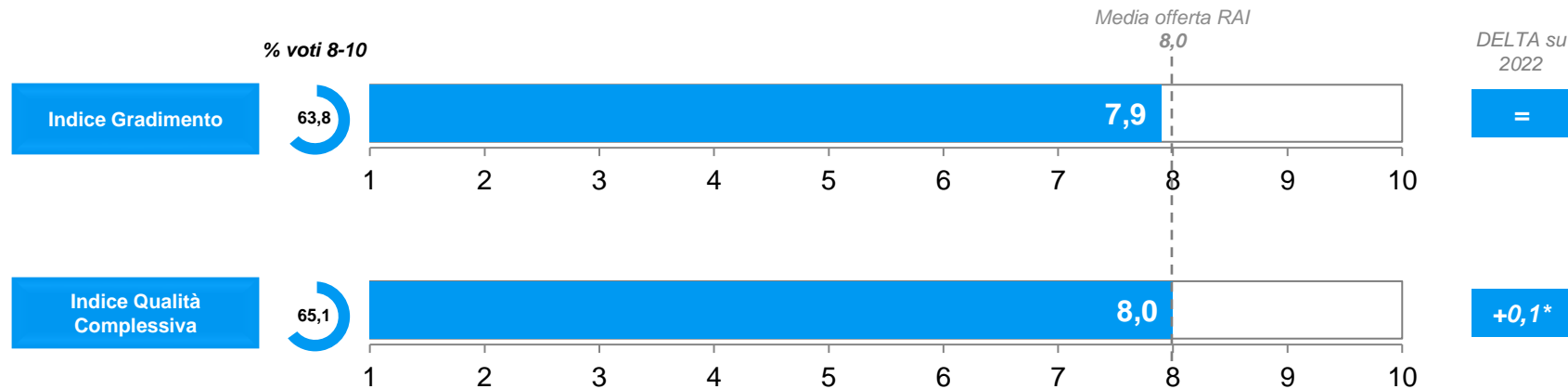


N casi = 4.199

**Rai**

# RaiPlay Sound

## Le valutazioni sui macro-fattori di qualità percepita



N casi = 608

\*Il confronto con la precedente rilevazione è da considerarsi solo a titolo indicativo.

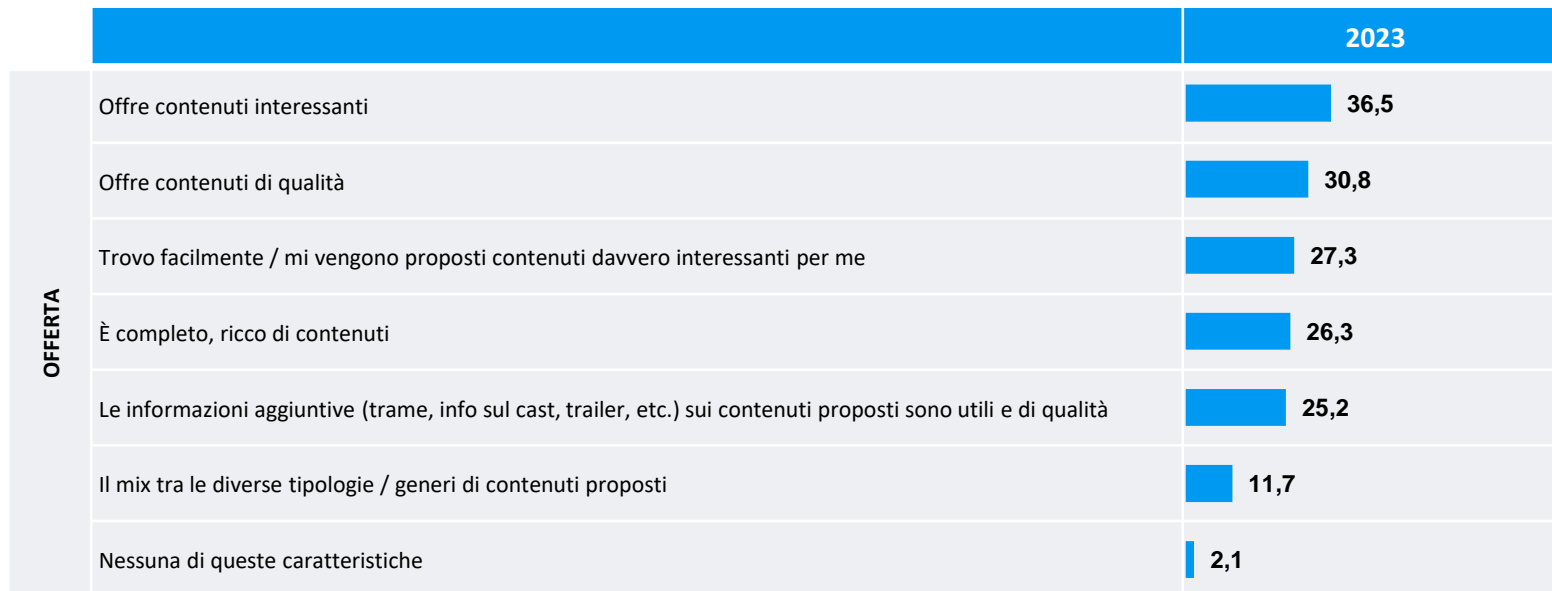


Per quanto riguarda la sua esperienza di utilizzo e di interfaccia del sito/app RaiPlay Sound, quali sono i suoi elementi più caratteristici?

		2023
USER EXPERIENCE	In generale, è intuitivo e facile da usare	31,4
	Permette di navigare facilmente tra le diverse sezioni proposte a seconda delle proprie esigenze	26,0
	È facile vedere/ascoltare solo le parti a cui sono effettivamente interessato di un programma/contenuto integrale	25,0
	Permette di ricercare e accedere facilmente ai contenuti presenti	22,0
	È facile accedere alla guida programmi	15,3
	I contenuti sono ben organizzati in categorie	14,1
	È facile condividere contenuti su altre piattaforme (ad es. Social Network, App di messaggistica, email, ecc.)	5,3
	Permette di scaricare facilmente contenuti da guardare/ascoltare offline	4,3
USER INTERFACE	La grafica rende le pagine chiare e comprensibili (leggibilità, riconoscibilità delle icone e delle azioni disponibili)	6,7
	Nel complesso l'estetica delle pagine è gradevole e attraente	6,4
	Le locandine sono attraenti e mi aiutano nella scelta dei contenuti	2,3
Nessuna di queste caratteristiche		2,3

N casi = 608

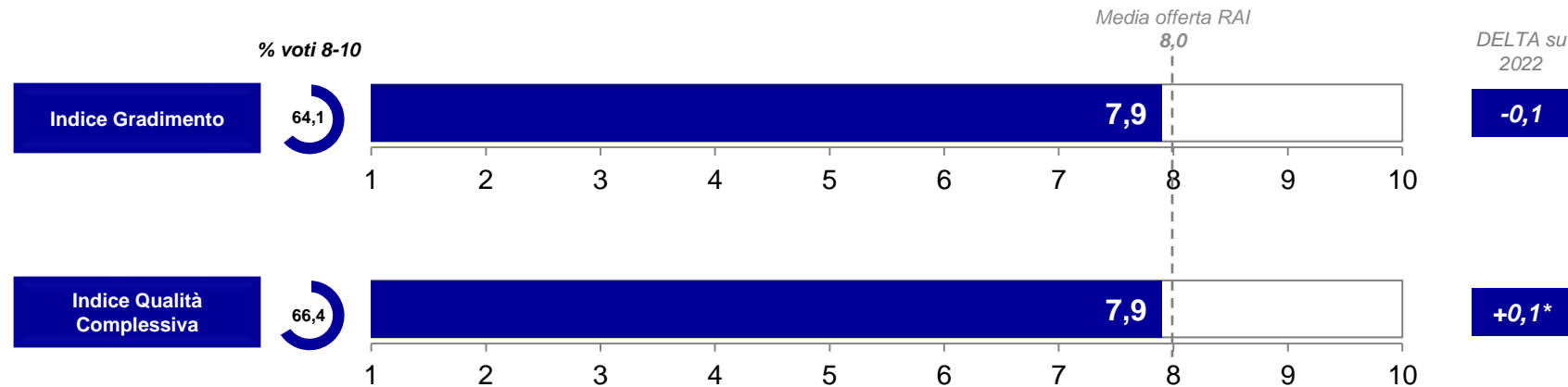
Per quanto riguarda l'offerta proposta dal sito/app RaiPlay Sound, quali sono i suoi elementi più caratteristici?



N casi = 608

**Rai**

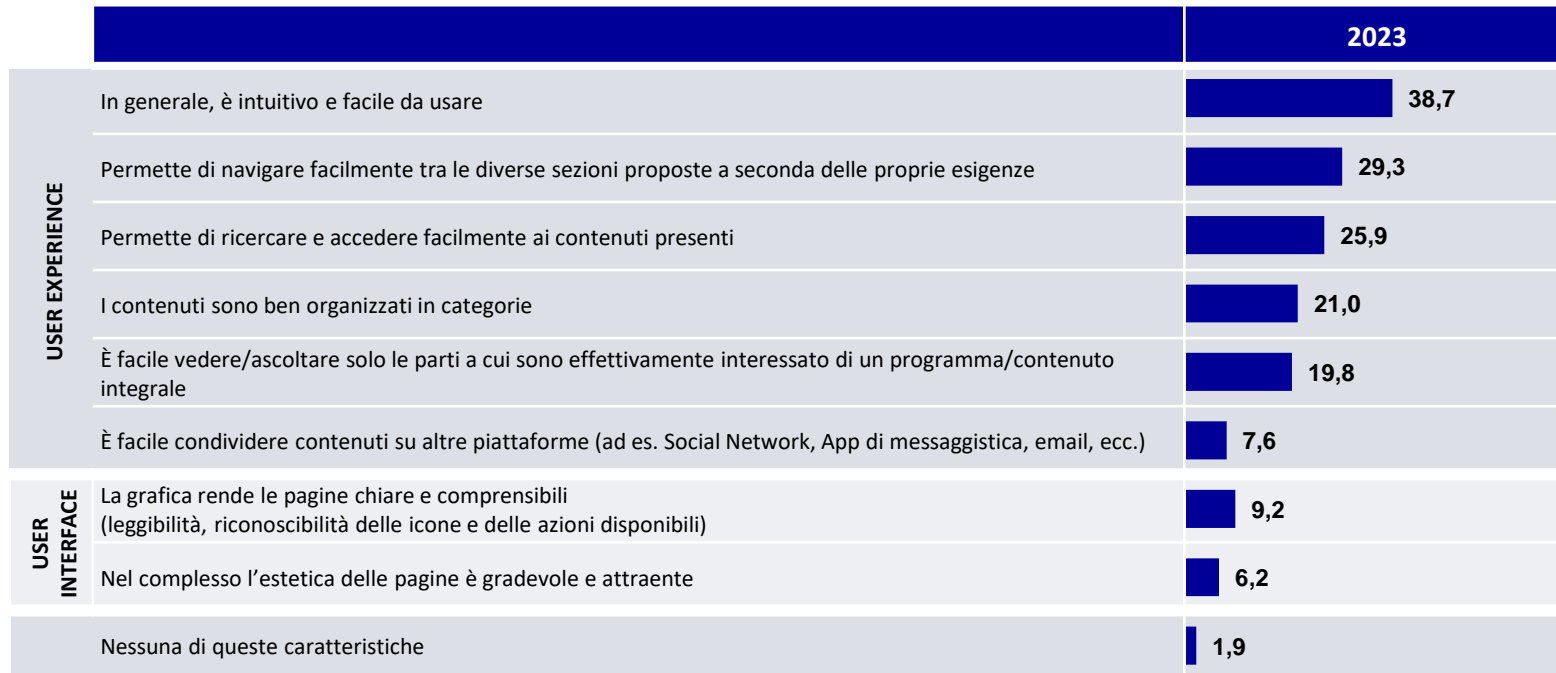
**Rai News**



N casi = 1.985

\*Il confronto con la precedente rilevazione è da considerarsi solo a titolo indicativo.

Per quanto riguarda la sua esperienza di utilizzo e di interfaccia del sito/app Rai News, quali sono i suoi elementi più caratteristici?



N casi = 1.985

Per quanto riguarda l'offerta proposta dal sito/app Rai News, quali sono i suoi elementi più caratteristici?

		2023
OFFERTA	Offre contenuti interessanti	35,4
	Offre contenuti di qualità	30,3
	È completo, ricco di informazioni	25,0
	Offre informazioni sempre aggiornate	22,7
	Trovo facilmente / mi vengono proposti contenuti davvero interessanti per me	18,8
	Trovo utile la presenza di una sezione relativa alle notizie regionali/del territorio	10,9
	La sezione relativa alle notizie regionali/del territorio è ricca di contenuti e costantemente aggiornata	7,1
	Trovo utile la presenza di una sezione relativa alle notizie sportive	6,5
	Il modo in cui tratta le notizie / i temi che affronta	5,6
	Nessuna di queste caratteristiche	1,9

N casi = 1.985

**Rai**

# Rai Scuola



N casi = 536

\*Il confronto con la precedente rilevazione è da considerarsi solo a titolo indicativo.

\*\*L'indice di soddisfazione aspettative è stato inserito nella rilevazione a partire da gennaio 2023. Pertanto non è possibile fare il confronto con l'annualità precedente.

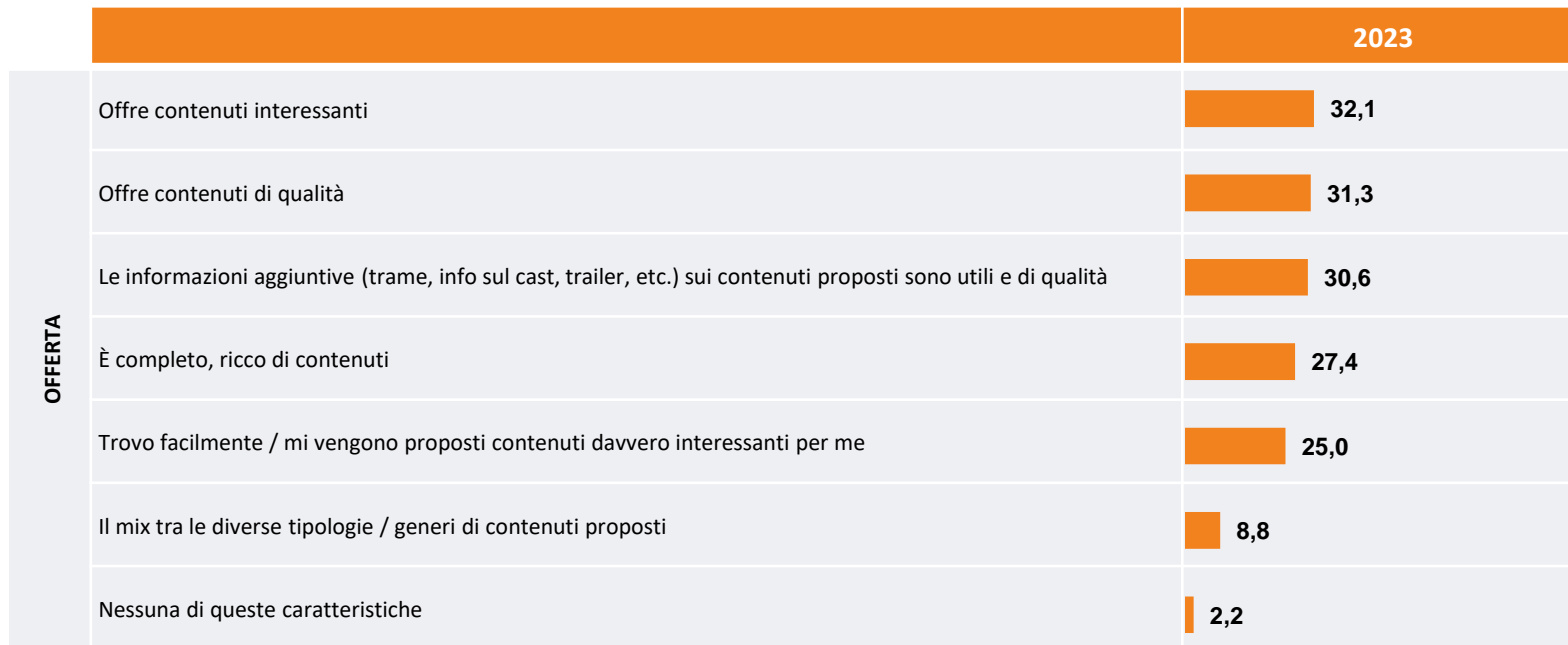


Per quanto riguarda la sua esperienza di utilizzo e di interfaccia del sito/app Rai Scuola, quali sono i suoi elementi più caratteristici?

		2023
USER EXPERIENCE	Permette di navigare facilmente tra le diverse sezioni proposte a seconda delle proprie esigenze	30,2
	I contenuti sono ben organizzati in categorie	27,4
	In generale, è intuitivo e facile da usare	27,1
	Permette di ricercare e accedere facilmente ai contenuti presenti	26,7
	È facile condividere contenuti su altre piattaforme (ad es. Social Network, App di messaggistica, email, ecc.)	17,9
USER INTERFACE	La grafica rende le pagine chiare e comprensibili (leggibilità, riconoscibilità delle icone e delle azioni disponibili)	14,9
	Nel complesso l'estetica delle pagine è gradevole e attraente	10,6
	Le locandine sono attraenti e mi aiutano nella scelta dei contenuti	4,5
Nessuna di queste caratteristiche		1,7

N casi = 536

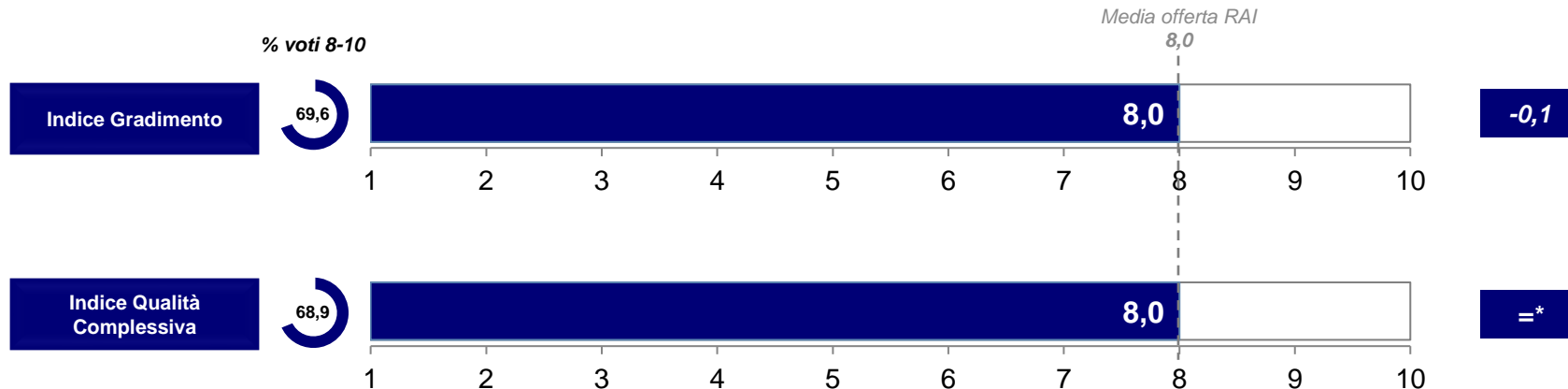
Per quanto riguarda l'offerta proposta dal sito/app Rai Scuola, quali sono i suoi elementi più caratteristici?



N casi = 536

**Rai**

# Rai Cultura



N casi = 649

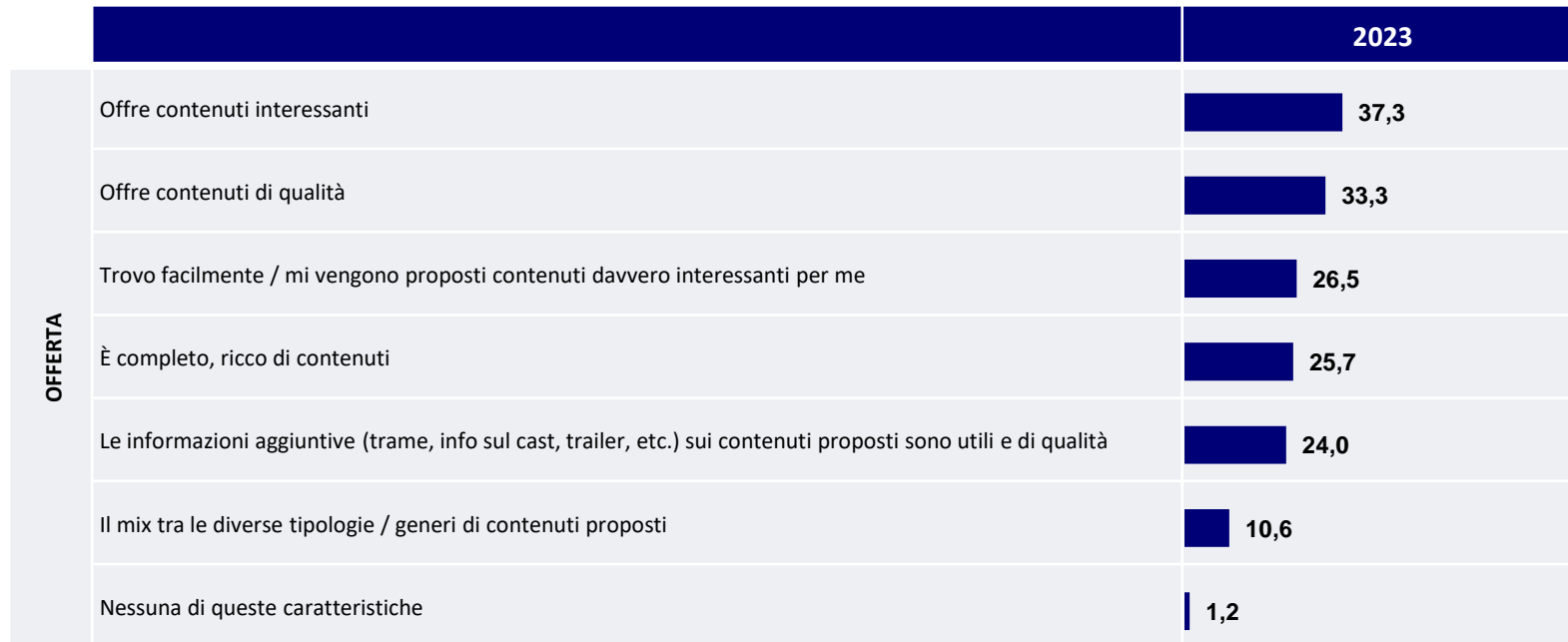
\*Il confronto con la precedente rilevazione è da considerarsi solo a titolo indicativo.

Per quanto riguarda la sua esperienza di utilizzo e di interfaccia del sito/app Rai Cultura, quali sono i suoi elementi più caratteristici?

		2023
USER EXPERIENCE	I contenuti sono ben organizzati in categorie	31,9
	Permette di navigare facilmente tra le diverse sezioni proposte a seconda delle proprie esigenze	28,8
	Permette di ricercare e accedere facilmente ai contenuti presenti	28,4
	In generale, è intuitivo e facile da usare	23,9
	È facile condividere contenuti su altre piattaforme (ad es. Social Network, App di messaggistica, email, ecc.)	14,8
USER INTERFACE	La grafica rende le pagine chiare e comprensibili (leggibilità, riconoscibilità delle icone e delle azioni disponibili)	15,3
	Nel complesso l'estetica delle pagine è gradevole e attraente	11,6
	Le locandine sono attraenti e mi aiutano nella scelta dei contenuti	5,9
Nessuna di queste caratteristiche		1,4

N casi = 649

Per quanto riguarda l'offerta proposta dal sito/app Rai Cultura, quali sono i suoi elementi più caratteristici?



N casi = 649

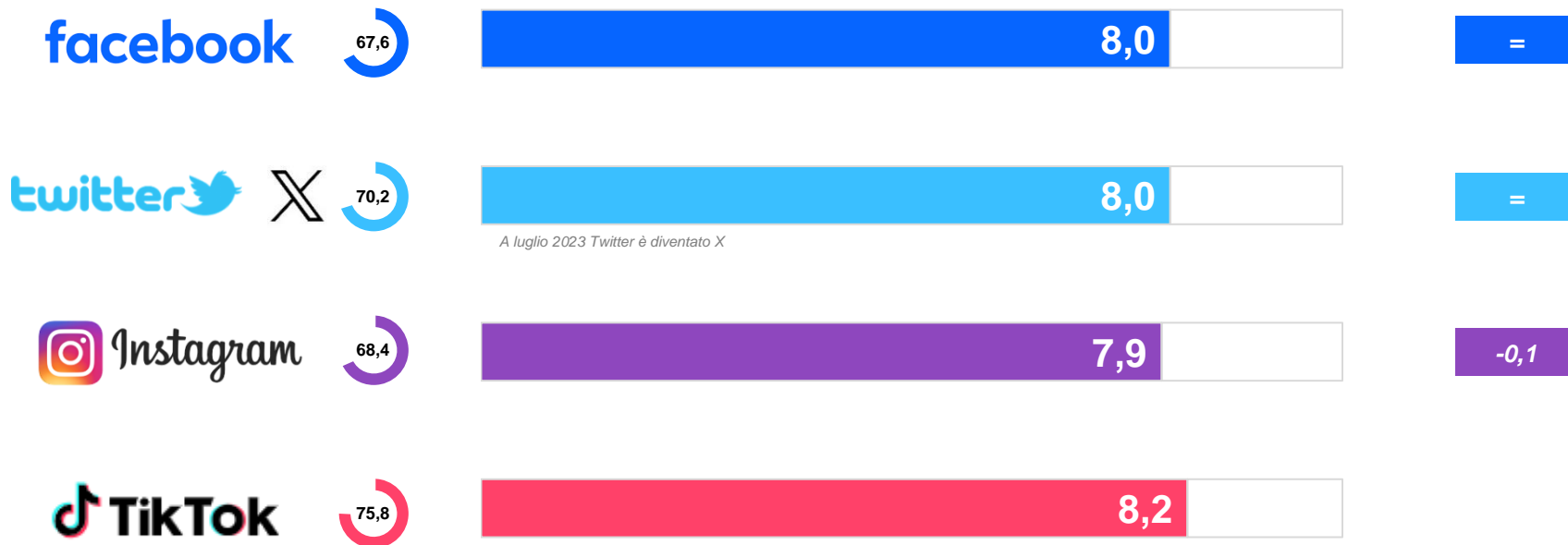
**Rai**

# La presenza RAI sui social network

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

DELTA su 2022

% voti 8-10



Base: visitatori profili/pagine social della RAI nel periodo di riferimento: Facebook: n=5.605 | Twitter/X: n= 1.856 | Instagram: n=3.692 | TikTok: n=1.534







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



## INDICI DI GRADIMENTO DEI PROFILI/PAGINE RAI



	1° sem 2023	2° sem 2023	var
<b>facebook</b>	8,0	8,0	↑
<b>twitter</b>  	8,1	7,9	↓
 <b>Instagram</b>	7,9	7,9	↓
 <b>TikTok</b>	8,3	8,2	↓

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

**Rai**

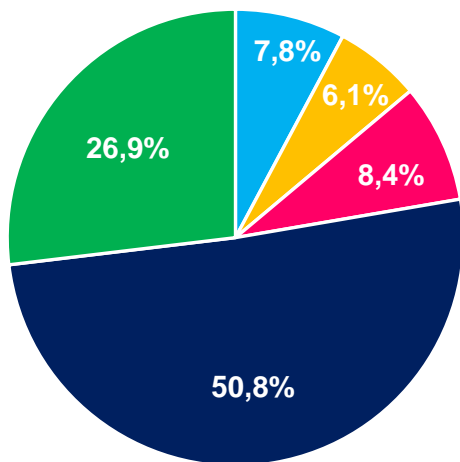
# Non Esposti: motivi di non utilizzo

# 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 preferisco siti/app simili
- Lo conosco, ma i contenuti che offre non sono di mio interesse
- Lo conosco ma non mi piace
- Lo conosco ma non è capitato
- Non lo conosco



Rejectors Offerta Rai (22,3%)

	Lo conosco ma non mi piace (8,4%)	Lo conosco, ma preferisco siti/app simili (7,8%)	Lo conosco, ma i contenuti che offre non sono di mio interesse (6,1%)
<b>Rai Play</b>	10,9	9,7	6,5
<b>Rai Play Sound</b>	6,7	8,0	5,3
<b>Rai News</b>	9,7	8,0	5,3
<b>Rai Scuola</b>	8,1	7,1	8,6
<b>Rai Cultura</b>	8,0	7,1	4,9

**Rai**

# Principali evidenze dalle rilevazioni qualitative



Rai News



Rai Play Sound

Rai

## L'OFFERTA DIGITAL DELLA RAI

L'offerta digital rappresenta l'evoluzione della RAI e la sua capacità di rimanere al passo coi tempi. È in linea con la richiesta di nuove modalità di fruizione e di maggiore personalizzazione della fruizione dei diversi contenuti video-audio-news.

La presenza di una grande varietà di contenuti, la possibilità di seguire quando e dove si vuole un programma attraverso i diversi devices e la «gratuità» percepita dell'offerta digital sono aspetti che nel complesso contribuiscono a rinnovare l'immaginario di un servizio pubblico RAI accessibile a tutti.

Il collegamento fra la programmazione in palinsesto e la piattaforma digital, riesce a trainare e favorire la visione di programmi di interesse e contribuisce a assicurare sulla qualità dei contenuti offerti. Rappresenta inoltre un grande potenziale da sfruttare grazie alle attese di digitalizzazione e l'accessibilità al vasto archivio storico di RAI (che ha valore non solo in quanto storia Rai ma anche perché, spesso, si intreccia con i ricordi personali dell'utente). Aspetto che amplifica l'immaginario di un **player unico e distintivo rispetto ai competitor**.

Al tempo stesso i partecipanti ai focus group vorrebbero più **contenuti internazionali**, ed elementi più moderni in grado di **aumentare l'esperienza di fruizione**: più in linea con i bisogni di maggiore coinvolgimento e personalizzazione (es. contenuti extra, possibilità di interazione etc.).

RaiPlay è associata per lo più all'intrattenimento e allo svago (prevalentemente fiction di produzione e serie TV, ma anche intrattenimento, concerti, sport), ma si percepisce anche la presenza di un'offerta più vasta e composita. Apprezzati anche i **contenuti più seri e ricercati** (informazione, attualità, programmi culturali) e «**storici**» (come gli sceneggiati del passato) che la rendono complessivamente ben equilibrata, adatta a persone di diverse età.

RaiPlay, **rispetto alla programmazione TV tradizionale**, è innovazione: la digitalizzazione permette una maggiore libertà e comodità di fruizione dei contenuti, riconoscendo un **ruolo più attivo allo spettatore**. Viene spesso utilizzata per vedere programmi persi in diretta, seguendo ritmi e modalità personali di fruizione.

**La gratuità della piattaforma è apprezzata; RaiPlay rappresenta un valore aggiunto che legittima il canone Rai.**

## COME SI È VENUTI A CONOSCENZA DI RAIPLAY?

Spesso si approda su RaiPlay nell'intento di recuperare programmi suggeriti da conoscenti, amici, parenti e social. Altre volte è invece la ricerca mirata di contenuti (es. di serie TV del passato) o la pubblicità sui canali TV che portano alla scoperta di Rai Play.



*“Il canone così ce lo ripaghiamo...se ti vedi un film almeno scegli quando e come vederlo...così sono più soddisfatta di pagare...”*

*“Ho visto la pubblicità sui canali Rai, era facile scaricare l'app”*



La nuova televisione On Demand



## IMMAGINE DI RAI PLAY



### QUALITÀ

L'aspetto della **qualità** viene collegato alla **varietà e dinamicità dell'offerta**, alla presenza di **contenuti in anteprima, esclusivi, originali RAI** ma non solo, è l'espressione di un **approccio serio e affidabile**, riconoscibile nel lavoro «che sta dietro» a certi programmi di approfondimento.

Altro elemento di qualità è legata alla **forza dell'archivio digitale RAI**.

### SERVIZIO PUBBLICO

Con l'offerta digitale la RAI **conferma il suo ruolo di servizio pubblico**. L'**archivio digitale** svolge un ruolo importante, è considerato un **patrimonio da valorizzare**.

*“Essere Rai vuol dire servizio pubblico e deve adempiere a questa funzione anche attraverso la piattaforma RaiPlay”*

RaiPlay Sound è una **piattaforma a cui vengono associati i valori di tranquillità, serenità, relax.**

Ritenuta interessante la presenza di **contenuti originali** e la possibilità di ascoltare **audiolibri, romanzi e grandi classici.**

Viene sottolineato un miglioramento della piattaforma nella fruizione dei contenuti (apprezzati i cambiamenti sulla funzione di registrazione e accesso, salvataggio). Apprezzata anche la catalogazione per generi che rende la piattaforma più ordinata.

In pochi utilizzano la piattaforma per seguire la Radio in diretta, si preferisce piuttosto approfondire il catalogo disponibile (podcast e audiolibri).

#### COME SI È VENUTI A CONOSCENZA DI RAIPLAY SOUND?

La conoscenza di RaiPlay Sound deriva principalmente dalla pubblicità su RaiPlay o dal passaparola con colleghi e amici. Alcuni partecipanti ai focus group l'hanno conosciuta cercando contenuti di interesse.

*“Non conoscevo la funzione degli audiolibri e l’ho scoperta per far ascoltare i libri a mia mamma che non ci vedeva più molto bene. È stato vitale per lei”*

*“Grazie alla pubblicità su RaiPlay”*

*“Non ricordo perché lo uso da anni ... Forse cercando su audiolibri gratis è uscito RaiPlay Sound”*







Rai Play Sound



Rai Play Sound

Per chi le emozioni le sente



Rai Play Sound



Rai

## IMMAGINE DI RAIPLAYSOUND

RaiPlay Sound è associata a valori di **serietà e affidabilità** e ciò si riflette nei suoi **contenuti di qualità**, con un'immagine tradizionalista sia nell'offerta che nelle modalità di fruizione.

**La presenza di contenuti che altre piattaforme non hanno** viene riconosciuta come **elemento distintivo** (es. su temi di architettura, opere d'arte, storia, scienza etc.), anche grazie al grande archivio RAI. La piattaforma sembra però essere ancora poco pubblicizzata.

RaiPlay Sound ha sicuramente portato un **valore aggiunto** ai contenuti RAI e testimonia una forte volontà di rimanere al passo coi tempi.

*«...Offerta della Rai ha una esclusività che altri non possono nemmeno sognare di avere. Ci sono anche piattaforme che offrono programmi scientifici etc. che non sono fatti bene come la Rai. Sui contenuti di architettura, opera d'arte etc. non c'è nessuno...»*

*«...Archivio Rai è unico ma è poco pubblicizzato...»*

TRADIZIONALITÀ

DISTINTIVITÀ

QUALITÀ

OFFERTA DIGITAL: RAIPLAY SOUND

# IMMAGINE DI RAI NEWS



**Rai News**

Tutta l'informazione Rai in un solo portale  
www.rainews.it

RaiNews.it è un punto di riferimento importante nell'ambito dell'informazione di **qualità** ed è considerata l'evoluzione naturale del vecchio Televideo.

RaiNews.it è percepita come una piattaforma **istituzionale, affidabile e imparziale** ed è **molto apprezzata da chi cerca un'informazione chiara e sempre aggiornata.**

L'offerta di contenuti di informazione verificati è considerato un ottimo servizio pubblico poiché **permette a tutti di avere un aggiornamento costante delle notizie più importanti della giornata** senza il rischio di fake news e manipolazioni.

Come RaiPlay, anche RaiNews.it rappresenta per i partecipanti ai focus group un valore aggiunto che legittima il finanziamento al servizio pubblico.

ISTITUZIONALE

IMPARZIALE

AFFIDABILE

AGGIORNATA

COMPLETA

CHIARA

**Rai**

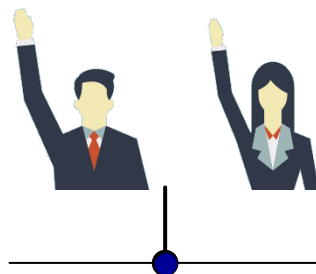
**Appendice:  
criteri di selezione del panel  
e modalità di rilevazione**

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.

# Procedure di selezione dei panelisti

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



**AUTOCANDIDATURE**  
MEDIANTE L'INDICAZIONE  
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 questionari vengono somministrati tramite una **piattaforma CAWI** (Computer Assisted Web Interviewing) in grado di dialogare con i membri del panel RAI.

Una volta al mese viene somministrata una lista di siti/app ad un campione rappresentativo della popolazione italiana dai 14 anni in su.

Inizialmente, è sottoposta una **domanda filtro sull'utilizzo del sito/app nell'ultimo mese** al fine di individuarne i fruitori che sono in grado di esprimerne un giudizio.

Una volta individuati gli **esposti** ai diversi siti/app in monitoraggio, viene estratto un sub-campione a cui sottoporre il questionario relativo allo specifico sito/app.