

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

Anno 2023

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 del Contratto di Servizio 2018-2022, ancora vigente nel 2023), 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 direzioni di genere e di 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'appreciation 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 chiamati ad esprimersi per ciascun media (Tv, Radio, Digital), e per ognuno dei singoli programmi/siti/app dei quali sono fruitori garantendo al contempo una numerosità statisticamente significativa per ciascuna delle diverse aree di indagine.

La metodologia di intervista è di tipo CAWI¹ e prevede che i questionari vengano somministrati agli individui che sono stati effettivamente fruitori di:

- programmi Tv e Radio nella settimana precedente la rilevazione;
- almeno un Sito/App Rai nel mese precedente;
- almeno uno dei programmi per minori nel mese precedente.

¹ Computer Assisted Web Interviewing.

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.

Le valutazioni del pubblico, per ogni mezzo, sono sintetizzate sulla base di due indicatori misurati su scala 1-10:

- **Gradimento complessivo**, ovvero la valutazione complessiva espressa dal pubblico su ogni singolo programma Tv/Radio (Qualitel Tv, Qualitel Tv Minori e Qualitel Radio) e su ciascuno dei diversi Siti/App (Qualitel Digital);
- **Qualità percepita**, espressa tramite la valutazione complessiva da parte del pubblico degli elementi caratteristici di ciascun programma tv/radio come, ad esempio, la conduzione, il ritmo, i contenuti, la regia, e aspetti quali la facilità di utilizzo, la completezza e ricchezza di informazioni per un sito web o un'app.

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, 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 2023

L'indagine, basata su una **rilevazione continuativa**, è stata condotta nel periodo **gennaio-dicembre 2023** su un panel di **25.000 individui**, rappresentativi della popolazione residente in Italia dai 14 anni in su, e ha prodotto un totale di **272.320 questionari compilati** da parte di **22.846 individui** del panel che hanno visto i diversi programmi tv oggetto di monitoraggio.

La rilevazione 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.

L'elenco dei macrogeneri di programmi oggetto di monitoraggio – sotto riportato - continua a seguire la declinazione del modello organizzativo "per generi" introdotto in Azienda nel 2022 che prevede le cosiddette Direzioni di genere, ciascuna con responsabilità editoriale dei singoli prodotti/emissioni:

1. Approfondimento informativo; 2. Cinema e Serie TV; 3. Contenuti Digitali; 4. Cultura ed Educational; 5. Documentari; 6. Fiction; 7. Intrattenimento Day Time; 8. Intrattenimento Prime Time; 9. Rai News; 10. Rai Parlamento; 11. Sport; 12. Tg1; 13. Tg2; 14. Tg3; 15. Tgr; 16. Kids

In considerazione dell'adozione di questa nuova impostazione il confronto con le rilevazioni precedenti al 2022 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 **8,0** (il 65,7% 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 generi rilevati e in crescita rispetto agli ottimi livelli del 2022.

Tutti i **generi** raggiungono buoni livelli di gradimento; in particolare la **Fiction (8,2** - con il 70,3% dei fruitori che esprime un giudizio da 8 a 10), e **Cultura ed Educational (8,2** - con giudizi 8-10 espressi dal 70,9% degli spettatori), si confermano i generi con il punteggio più alto, seguiti dall'**Intrattenimento Prime Time, Approfondimento, Cinema e Serie tv** e (tutti a **8,0** con giudizi 8-10 espressi rispettivamente dal 65,6%, 67,0%, 64,4% degli spettatori).

Il gradimento del pubblico per la programmazione di **Intrattenimento Day Time, Documentari e Sport** (tutti a **7,9** con, rispettivamente, il 63,8%, 63,3% e 63,3% dei fruitori che esprimono un giudizio 8-10), pur essendo lievemente al di sotto della media complessiva dell'offerta Rai rappresenta un ottimo risultato.

L'offerta informativa Rai, contraddistinta dai **Telegiornali** (tutte le testate ottengono valori tra il **7,8** e **8,0** con giudizi 8-10 contenuti in un range tra il 62,8% e 66,9%), da **RaiNews (7,9**, con il 67,7% dei fruitori dei notiziari e rubriche andati in onda sui canali generalisti che esprime un giudizio 8-10) e da **Rai Parlamento**, dedicata all'informazione dal Parlamento e più in generale dalle Istituzioni (**7,5** con il 53,8% dei giudizi 8-10), ottiene un risultato molto positivo nonostante le specificità del genere e degli argomenti che vengono generalmente trattati in questo tipo di programmi, ben diversi da quelli principalmente destinati all'intrattenimento e all'evasione.

L'offerta di original trasmessi sui canali generalisti, realizzata dalla Direzione **Contenuti Digitali**, ottiene un gradimento decisamente positivo (**8,2** con il 69,6% dei fruitori che esprimono un giudizio 8-10), pur se valutato su un numero di titoli molto ristretto.

Entrando nel dettaglio della valutazione del gradimento dell'offerta per generi nell'ambito della programmazione dei canali generalisti e semigeneralisti:

- La **Fiction di produzione Rai** si conferma come tra i generi più graditi dell'offerta tv del Servizio Pubblico, con un punteggio molto elevato e superiore di 0,2 punti rispetto 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 titoli in palinsesto, registra un indice di gradimento in linea con la media di genere (**8,2**); così come **Rai2** e **Rai3** (entrambi a **8,2**) seppur su un numero più contenuto di prodotti.
- L'offerta di programmi del genere **Cultura ed Educational** si conferma tra le più apprezzate, con una valutazione superiore a quella complessiva dell'offerta Rai (+0,2). La programmazione si concentra principalmente su **Rai1** e **Rai3**, che ottengono rispettivamente un punteggio pari a **8,2** e **8,1**. **Rai2**, con una presenza in palinsesto più limitata, ottiene ugualmente un gradimento positivo pari a **8,0**.
- Il gradimento per l'**Intrattenimento Prime Time**, in linea con la media dell'offerta Rai, evidenzia un apprezzamento soprattutto per la programmazione di **Rai3** (**8,1**), seppure su una base molto ridotta di titoli. Seguono **Rai1** e **Rai2** (entrambi a **8,0**), con Rai1 che presenta l'offerta più ampia di programmi di questo genere.
- Per quanto riguarda l'**Approfondimento informativo**, risulta particolarmente apprezzata la programmazione su **Rai3** che ottiene un gradimento medio di **8,1**, con la maggioranza di titoli del genere; segue l'offerta di **Rai2** a **7,9** su un numero più limitato di programmi, mentre quella di **Rai1** presenta valori leggermente inferiori (**7,8**).
- Il **Cinema e Serie Tv**, vede un'offerta concentrata prevalentemente su Rai2 e su Rai4, dove raggiunge su entrambi un'ottima valutazione pari a 8,0, così come per **Rai1**, mentre per **Rai3**, si attesta ad buon punteggio (7,8) ma con un numero di titoli inferiore. In particolare, la **serialità d'acquisto** di Rai2 e Rai4 ottiene un gradimento medio rispettivamente pari a 8,0 e 8,1; mentre la programmazione su Rai1 e Rai3, caratterizzata da un numero molto limitato di titoli, raggiunge un punteggio rispettivamente pari a 8,1 e 8,5. Per quanto riguarda la valutazione media per la programmazione di **film** sulle singole emittenti, si evidenzia un gradimento medio superiore per Rai1 (8,0) mentre Rai2, Rai3 e Rai4 si attestano a 7,8.
- L'**Intrattenimento Day Time**, comprende programmi che fino al 2021 erano classificati nell'ambito dell'informazione e dei programmi di divulgazione, come i contenitori del mattino e della fascia pomeridiana di Rai1, ed ha quindi un'offerta concentrata prevalentemente su questa rete sulla quale raggiunge un gradimento pari a **7,9**, in linea con la valutazione media del genere. Molto apprezzata l'offerta di **Rai3** (**8,0**), seppure su un numero più ridotto di titoli; segue **Rai2** (**7,8**) con una programmazione che comprende anche alcune trasmissioni del palinsesto di Rai Radio 2.

- Il gradimento dei programmi curati dalla direzione **Documentari** mostra un indice medio pari a **7,9**, di poco inferiore alla media Rai (**-0,1**), una valutazione determinata su un'offerta comunque limitata a soli dodici titoli trasmessi sulle tre reti generaliste.
- Il genere **Sport**, che comprende gli eventi e le rubriche sportive, è trasmesso prevalentemente da Rai1 e Rai2. L'offerta di **Rai1**, concentrata sugli eventi calcistici come, nel 2023, le qualificazioni al campionato europeo e la Coppa Uefa e le rubriche dedicate al commento di queste manifestazioni, ottiene un gradimento pari a **7,7**. L'offerta di **Rai2**, caratterizzata dalla programmazione di rubriche e notiziari sportivi (che ottengono complessivamente un gradimento medio pari a 7,9) e da eventi non solo calcistici come il tennis, il nuoto e i campionati del mondo di sci, registra una valutazione molto positiva e in linea con la media di genere (**7,9**). **Rai3**, con un'offerta sportiva più ristretta, raggiunge l'ottima valutazione di **7,9**. Si tratta di una valutazione molto positiva che premia la copertura offerta da Rai per le grandi competizioni internazionali che, anche grazie agli ottimi risultati raggiunti in alcuni casi dagli atleti italiani, hanno ulteriormente accresciuto l'interesse ed il coinvolgimento del pubblico.
- Il gradimento dell'offerta dei **notiziari** delle Testate giornalistiche è positivo e non si differenzia molto tra le tre reti con il **Tg3** che risulta complessivamente il più gradito con una valutazione pari a **7,9**, seguito da **Tg1**, **Tg2** e **TGR** tutti a **7,8**. Anche le **rubriche** curate dalle Testate ottengono tutte ottime valutazioni medie, in particolare quelle del **Tg2** sono le più apprezzate (**8,1**); seguono quelle del **Tg3** e della **Tgr** (**8,0**) e le rubriche e gli speciali del **Tg1** in occasione di eventi di rilievo (**7,9**).

Complessivamente quindi, a livello dei singoli canali generalisti e semigeneralisti, **Rai2** e **Rai3** evidenziano il gradimento più elevato, con un punteggio pari a **8,0** (con un giudizio da 8 a 10 espresso rispettivamente dal 65% e 67,9% degli intervistati); a seguire, **Rai1** con un punteggio pari a **7,9** (con il 64,9% degli spettatori che esprime un giudizio almeno pari ad 8,0).

Molto apprezzata anche l'offerta di **Rai4**, che registra sul proprio pubblico un punteggio pari a **8,0** (con il 65,3% di giudizi 8-10) relativamente alla parte di programmazione misurata, la più rilevante in termini di audience costituita esclusivamente da Film e Serie Tv di acquisto.

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

Anche l'offerta di questi **canali tematici** risulta molto gradita, con un punteggio medio di **7,8** per la programmazione di **Rai Cultura** dove il gradimento più elevato è registrato da **Rai Storia** (**7,9**, con il 62,7% degli spettatori che esprimono un giudizio 8-10), mentre **Rai 5** registra un risultato altrettanto positivo (**7,7**, con il 60,2% di 8-10). Anche le analisi su **RaiNews 24** e **Rai Sport**, hanno fatto emergere risultati positivi: **RaiNews24** ottiene un gradimento medio pari a **7,9** (con percentuali di giudizi 8-10 pari al 63,2% degli intervistati), mentre **Rai Sport** raggiunge il **7,8** (con il 61,1% di giudizi 8-10).

L'indice della **Qualità percepita**, che esprime la valutazione complessiva da parte del pubblico rispetto agli elementi strutturali dei programmi, come ad esempio la conduzione, il ritmo o la regia, è pari a **8,0**, un risultato positivo allineato al gradimento complessivo dell'offerta Rai.

Tra l'offerta delle direzioni di genere in onda sui canali generalisti e semigeneralisti si confermano gli ottimi risultati per la qualità dei programmi di **Cultura ed Educational** e dell'offerta curata da Contenuti Digitali (entrambi a **8,2**), segue la **Fiction (8,1)**, l'**Approfondimento informativo** e l'**Intrattenimento Prime Time** (tutti a **8,0**), l'**Intrattenimento Day Time**, i Documentari, la programmazione di **Cinema e Serie Tv** e lo Sport (tutti a **7,9**). Valutazioni positive anche per l'offerta delle testate informative che si colloca in un range tra l'**8,0** e il **7,4**.

La **qualità percepita** determinata rispetto ai singoli **canali** mostra valori allineati alla media complessiva Rai per **Rai3** e **Rai4** (8,0 dove per Rai4 il dato è riferito alla parte di programmazione più rilevante in termini di audience), mentre per **Rai1** e **Rai2** (7,9) il valore dell'indice di qualità è leggermente inferiore alla media Rai.

Per i **canali tematici** rilevati, invece, il dato per la qualità percepita dell'offerta di Rai Cultura è in linea con il giudizio di gradimento (7,8). In particolare, **Rai Storia** ottiene una valutazione molto positiva e pari a 7,9, mentre **Rai 5** registra un buon 7,7. Ottime valutazioni anche per **Rai News 24** e **Rai Sport** che registrano valori pari, rispettivamente, a 7,9 e 7,8.

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

Tanto più è piccola la differenza tra l'indice di Gradimento degli spettatori e quello dei non spettatori, 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.

Il gradimento rilevato sui non spettatori, registra un valore medio pari a **6,7**, più basso rispetto a quello espresso dagli spettatori (8,0), ma sempre ampiamente sufficiente.

In questo quadro, va rimarcato positivamente il valore più alto dell'offerta curata dalla direzione **Contenuti Digitali** trasmessa sui canali generalisti, giudicata molto positivamente anche presso la parte di popolazione che non ne è spettatrice; insieme alla programmazione curata dalla direzione **Documentari** ottiene inoltre la differenza minore rispetto alle valutazioni degli spettatori (-0,9 punti). La **Fiction** (gradimento medio = **6,3**) e, in misura minore, l'**Intrattenimento Prime Time (6,4)** sono invece quelli maggiormente polarizzanti, ovvero con la maggiore differenza di valutazione tra chi ne fruisce e chi no (rispettivamente -1,9 e -1,6 punti). Seguono, l'**Approfondimento** (con uno scarto di -1,4 punti), e l'**Intrattenimento Day Time** e lo **Sport** con uno scarto di 1,3 punti tra la valutazione espressa dagli ascoltatori e quella dei non ascoltatori. La differenza di valutazioni per il resto dell'offerta delle altre direzioni di genere e delle testate oscilla in un range tra -1 e -1,1 punti.

L'approfondimento di tipo qualitativo, realizzato sempre nell'ambito della rilevazione di gradimento e qualità percepita attraverso la tecnica dei focus group, per renderla completa ed efficace, mostra evidenze in continuità con quelle dell'anno precedente ma, allo stesso tempo, delinea con forza le sfide future che attendono Rai. Si conferma la generale soddisfazione per l'offerta tv Rai che viene percepita come professionale, seria, affidabile, influente, capace di favorire la crescita dell'individuo in misura maggiore rispetto agli altri player e anche in rinnovamento rispetto al passato.

Rai rappresenta quindi un attore chiave nel panorama mediatico italiano, che influenza la vita quotidiana e contribuisce alla crescita dell'identità nazionale attraverso la propria offerta.

In particolare, in riferimento all'offerta delle diverse Direzioni di Genere, emerge quanto segue.

Tutti gli intervistati riconoscono all'intrattenimento Rai, sia che si tratti di quello del day time che di quello di prima serata, una matrice comune che risponde al bisogno del telespettatore di uno stile distintivo, garbato e composto, coerente con il ruolo di Servizio Pubblico, dal quale ci si aspetta maggiore controllo dei contenuti.

L'Intrattenimento Day Time, a cui si riconosce uno stile sobrio, accogliente, equilibrato e mai volgare, è in grado di accompagnare i telespettatori verso gli argomenti via via trattati in modo adeguato ai loro tempi di fruizione, impegni e interesse. Questo è vero sia per la programmazione del mattino, fruibile in modo più discontinuo, sia per quella pomeridiana. Nel pomeriggio, quando si manifesta maggiormente il bisogno di «decomprimere» dalla fatica e dallo stress della giornata, il pubblico apprezza l'offerta Rai di un intrattenimento che permette pure di informarsi, con una modalità anche più leggera e di compagnia - ma mai superficiale o scontata- che permette allo spettatore di «uscire e rientrare» dal programma liberamente, anche grazie all'alternanza di interviste, servizi, collegamenti e stile di conduzione ritmato.

Anche l'offerta di Intrattenimento di Prime Time è riconosciuta come adatta alle esigenze tipiche della fascia oraria di fruizione: maggiore ritmo e più contenuti (per non perdere l'attenzione) e allo stesso tempo di evasione mentale, disimpegno e coinvolgimento di tutta la famiglia. Pur sottolineando una certa ripetitività in alcuni format e conduttori, si apprezza la varietà dell'offerta Rai, in grado di venire incontro alle passioni ed interessi di ognuno, consentendo di scegliere tra diverse tematiche, affrontate con un l'indiscusso stile Rai, pur restando nell'ambito della leggerezza. Il vissuto dei programmi culturali Rai è premiante sia in termini di varietà delle proposte sia per l'elevato standard di qualità riconosciuto. Secondo il pubblico i programmi Rai spiccano nel panorama dell'offerta con caratteristiche distintive e uniche:

- forniscono un'offerta autorevole, ben fatta e con uno stile comunicativo semplice e comprensibile
- sono condotti da professionisti informati e partecipi, in grado di trasmettere conoscenze
- sono studiati per insegnare, stimolare e incuriosire.

Un ulteriore elemento peculiare che caratterizza positivamente l'offerta Rai del genere è l'impronta prevalentemente italiana presente negli argomenti e nei temi proposti. La cultura del nostro Paese coinvolge gli spettatori ed è ritenuta parte integrante del servizio pubblico televisivo.

Rai conferma la propria funzione di Servizio Pubblico fornendo un'informazione ritenuta puntuale e attendibile, anche grazie al ricorso a fonti accertate e istituzionali. La qualità dei programmi di approfondimento informativo e dei notiziari e rubriche curate dalle Testate, viene attribuita a Rai da tutte le fasce di pubblico grazie ad aspetti quali: la capacità dei conduttori di mantenere uno stile

sobrio, educato e mai fazioso; le inchieste volte a far emergere le «verità nascoste» per un maggiore livello di approfondimento; la qualità e preparazione degli ospiti / esperti.

I TG Rai, soprattutto quelli serali, rappresentano un appuntamento immancabile. Sono considerati i più attendibili, equilibrati, seri e facilmente comprensibili, alla portata di tutti.

Alle fiction di produzione Rai, in grado di coinvolgere sempre di più pubblici diversi, si riconosce la capacità di soddisfare molti dei bisogni specifici dello spettatore, offrendo così un'esperienza rassicurante, vicina e familiare, con una attitudine tipica a proporre:

- trame e storie di tutti i giorni o anche storie vere, realismo, linguaggi e stili di vita tipicamente italiani innescano l'immedesimazione
- ritmo calmo che aiuta lo spettatore a rilassarsi, narrazione semplice, prevale il linguaggio (vs. azione) alla portata di tutti
- stile introspettivo, psicologia dei personaggi approfondita
- valori familiari e condivisi
- rappresentazione del territorio italiano, dei paesaggi, dei costumi e delle tradizioni

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.

Nel complesso, la **programmazione televisiva Rai ottiene un giudizio pari a 8,1** (in crescita di 0,1 punti rispetto al 2022): i giudizi, espressi con un voto da 1 a 10, fanno emergere come la **rappresentazione delle donne sia ritenuta rispettosa** nella totalità dei programmi con nessuna valutazione inferiore a 7,0.

Si ricorda che la capacità della programmazione televisiva Rai di rappresentare le donne in modo corretto e rispettoso, è indagata in modo più approfondito tramite ricerche dedicate, alle quali si rimanda per tutti gli approfondimenti. Tali ricerche sono realizzate seguendo un duplice approccio, ovvero attraverso un'analisi dei contenuti di un campione della programmazione delle tre reti generaliste effettuata da ricercatori specializzati e una ricerca quali-quantitativa volta a rilevare il vissuto e le attese della popolazione rispetto a questo tema, 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 2023

Il monitoraggio ha riguardato tutta la programmazione trasmessa dalle 6.00 alle 21.00 dai canali Rai Radio 1, Rai Radio 2, Rai Radio 3 e Rai Isoradio.

L'indagine, basata su una **rilevazione continuativa**, è stata condotta da gennaio a 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 55.442 questionari compilati da parte di 14.872 individui** del panel che hanno ascoltato i diversi programmi radio oggetto di monitoraggio.

Allo scopo di rilevare informazioni specifiche per le diverse tipologie di programmi in onda su Rai Radio 1, Rai Radio 2 e Rai Radio 3, 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 **Rai Isoradio**, caratterizzata da una programmazione di flusso tendenzialmente non inquadrabile in un palinsesto, la valutazione, basata su **6.537** questionari compilati, riguarda l'emittente nel suo complesso.

L'indice di gradimento complessivo dei fruitori dell'offerta Rai Radio, misurato su scala 1-10, è pari a **8,0** (il 68,2% 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 e stabile rispetto all'anno 2022.

Tutti i canali mostrano **punteggi positivi**, con **Rai Radio 2** che registra il gradimento medio più elevato, con un punteggio medio sulla propria programmazione stabile rispetto al 2022 e pari a **8,1** (con un giudizio da 8 a 10 espresso dal 70,6% degli intervistati), confermando la sua leadership tra le emittenti Rai. A seguire, **Rai Radio 1** – in crescita di 0,1 punti sul 2022 - e **Rai Radio 3** – stabile rispetto all'anno precedente -, entrambi con un punteggio pari a **8,0** (con, rispettivamente, il 67,4% e il 66,9% degli ascoltatori che esprime un giudizio 8-10).

Il gradimento del canale **Rai Isoradio** è pari a **8,2** (in crescita di +0,3 punti rispetto al 2022 e con il 73,6% degli ascoltatori che esprime un giudizio 8-10).

Tutti i **generi** raggiungono buoni livelli di gradimento; in particolare **Intrattenimento e varietà (8,1**, con il 71% dei fruitori che esprime un giudizio da 8 a 10 e in crescita di 0,1 punti rispetto al 2022), si conferma complessivamente tra i generi più graditi nell'ambito della programmazione di Rai Radio, insieme alle **News (8,1** con il 69,3% dei voti 8-10), con l'informazione del Giornale Radio che si conferma un altro pilastro riconosciuto dell'offerta radiofonica Rai apprezzato su tutti e tre i canali. Gli altri generi riportano un punteggio in linea con la media dell'offerta radiofonica complessiva: **Musica, Cultura e Informazione e Sport**, tutti a **8,0** (con giudizio 8-10 espresso rispettivamente dal 68,7%, 67,3% e 66,6% degli ascoltatori). Segue il genere **Società** con un gradimento pari a **7,9** (con giudizio 8-10 espresso dal 66,2% 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 (8,1), Informazione e Sport, Cultura e Musica** (tutti a 8,0, con il genere Cultura in crescita di 0,2 punti)
- **Rai Radio 2** presenta un gradimento maggiore per i generi **Musica, Intrattenimento e Varietà e News** (tutti a **8,1**, con il genere Intrattenimento e Varietà in crescita di 0,1 punti). In crescita di 0,1 punti rispetto al 2022 il genere **Società (8,0)**
- **Rai Radio 3** ottiene valori molto positivi per i generi **News (8,1)** e **Cultura (8,0)**.

Più in dettaglio per i diversi generi:

Il gradimento per l'**Intrattenimento** e **Varietà** è molto positivo e superiore a quello fatto registrare dall'offerta Rai Radio nel suo complesso (**8,1**; in crescita di 0,1 punti rispetto al 2022) con i programmi di Rai Radio 2 che rappresentano la totalità di questa tipologia di offerta.

Il gradimento del genere **News (8,1)**, anch'esso superiore al complesso dell'offerta Rai, è stabile rispetto all'anno 2022. Tra le edizioni principali dei Giornali Radio le più gradite sono il **GR3 delle 13:45** che, seppure con un numero ridotto di intervistati, ottiene l'ottima valutazione di **8,3**; il **GR Regione delle 12:10 (8,2)**, **GR3 delle 16:45**, il **GR Regione delle 12:10**, il **GR2 delle 7:30** e il **GR2 delle 13:30**, il **GR3 delle 8:45** e il **GR3 delle 16:45** (tutti a **8,2**).

Il gradimento del genere **Cultura** (presente prevalentemente nella programmazione di Rai Radio 3) è pari a **8,0**, un valore in lieve calo rispetto al 2022 (-0,1 punti) ma molto positivo e in linea con quello dell'offerta radiofonica Rai nel suo complesso.

Il gradimento dei programmi del genere **Musica** risulta in crescita rispetto al 2022 (8,0, +0,1 punti e in linea con il punteggio medio dell'offerta Rai. **L'offerta del genere sui singoli canali** presenta **valutazioni molto positive** per **Rai Radio 2** che, nonostante il lieve calo rispetto al 2022 registra livelli di gradimento superiori alla media di genere (**8,1, -0,1 punti**). **Rai Radio 1**, pur con un'offerta sensibilmente inferiore a quella degli altri canali, ottiene una valutazione pari a 8,0 e in netta crescita rispetto al 2022 (+0,6 punti) mentre **Rai Radio 3** ottiene una valutazione leggermente inferiore (7,9, +0,1 punti rispetto al 2022).

Il genere **Società (7,9)**; stabile rispetto al 2022), registra un gradimento ampiamente positivo, di poco inferiore al punteggio dell'offerta Rai nel suo complesso (-0,1 punti). L'analisi per canale evidenzia come **Rai Radio 2 (8,0)** risulti superiore alla media di genere (+0,1 punti), mentre **Rai Radio 1** e **Rai Radio 3** raggiungono un gradimento leggermente inferiore e in linea con la media di genere (**7,9**).

Il gradimento del genere **Informazione e Sport (8,0)** è in linea con il valore medio dell'offerta Rai e in crescita rispetto al 2022 (+0,1 punti). La valutazione attribuita alle **single emittenti** conferma **punteggi positivi per Rai Radio 1 e Radio 3 (8,0)** che registrano livelli di gradimento leggermente

superiori all'anno 2022 (rispettivamente +0,1 e +0,2). **Rai Radio 2** ottiene una valutazione più bassa e in calo rispetto al 2022 (**7,4, -0,3 punti**) ma espressa su un solo titolo.

L'indice della **Qualità percepita**, che esprime la valutazione complessiva da parte del pubblico degli elementi caratteristici di ciascun programma come, ad esempio, i contenuti, i conduttori, il ritmo, il tono del linguaggio, la selezione di temi trattati e di brani musicali trasmessi, è pari a **8,0** (stabile rispetto al 2022) e risulta positivo su tutti i generi dell'offerta radiofonica Rai riflettendo le valutazioni sintetiche dell'indice di gradimento: Intrattenimento e Varietà e News (8,1), Musica, Cultura e Informazione e Sport (8,0) mentre il genere Società (7,9) è leggermente inferiore alla media. L'indice per singole emittenti mostra **Rai Radio 2** al di sopra della media complessiva dell'offerta Rai (8,1), mentre **Rai Radio 1** e **Rai Radio 3** (entrambi a 8,0) ottengono una valutazione in linea con la media.

Come per l'offerta tv, anche per l'offerta radiofonica è stata misurata la soddisfazione del pubblico nel suo complesso, rilevando il gradimento non solo su chi lo ha seguito, ed essendone quindi tendenzialmente un estimatore assegna giudizi mediamente più elevati, ma anche su chi, pur non essendone stato ascoltatore, lo conosce ed è in grado di esprimere un giudizio.

Tanto più è piccola la differenza tra l'indice di Gradimento degli ascoltatori e quello dei non ascoltatori, 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.

Il **gradimento medio complessivo dell'offerta radiofonica Rai rilevato sui non ascoltatori** registra un valore medio pari a **6,3**, più basso rispetto a quello espresso dagli ascoltatori (-1,7 punti), ma in ogni caso ancora ampiamente sufficiente.

Al contrario di quanto accade per l'offerta tv, i non ascoltatori Radiofonici Rai non esprimono valutazioni molto diverse tra i differenti generi. Il gradimento medio più alto è quello relativo al genere **Cultura (6,4)**, con una differenza rispetto alla valutazione espressa dagli ascoltatori di -1,5 punti. Seguono i generi **News, Musica, Informazione e sport e Società** (tutti a 6,3; -1,7, -1,7, -1,7 e -1,6 punti rispetto agli ascoltatori). Il genere **Intrattenimento e varietà (6,2)**, è quello con la polarizzazione più marcata tra i giudizi degli ascoltatori e quelli dei non ascoltatori (-1,9 punti).

Le **fasi qualitative di ricerca** effettuate ad integrazione della rilevazione hanno messo in evidenza come l'offerta Radio Rai sia considerata unica per la professionalità dei conduttori e i contenuti proposti che portano l'ascoltatore a ragionare, favoriscono il pensiero e diffondono e promuovono contenuti culturali nelle sue varie forme a cominciare dalla musica, per passare alla lirica, alla letteratura e al cinema (solo per citare quelle più rappresentate da Radio Rai). Più in dettaglio:

- **Rai Radio 1**, percepita come autorevole, seria ed affidabile, rappresenta un punto di riferimento solido per l'informazione, rispondendo al bisogno di approfondimento attraverso la trattazione di una varietà di temi e occupandosi di gestire confronti anche sui temi politici. Analoga elevata considerazione viene espressa per l'offerta di sport trattato sempre con stile elegante e garbato.

- **Rai Radio 2** rappresenta l'anima più allegra e scanzonata di Rai, caratterizzata da un intrattenimento intelligente e mai superficiale, risponde bene al bisogno di un ascolto leggero e disimpegnato con uno stile garbato e una presenza musicale soddisfacente ed equilibrata. I temi proposti e il modo in cui sono trattati stimolano gli ascoltatori a confrontarsi e scambiarsi idee anche attraverso l'intervento nelle trasmissioni in un clima di coinvolgimento.
- **Rai Radio 3**, con un'ampia varietà di programmi trasmessi, dall'informazione alla divulgazione scientifica e alla cultura, rappresenta una realtà molto distintiva nel panorama radiofonico; viene considerata dai suoi ascoltatori una radio di nicchia, prestigiosa, poliedrica e impegnata con successo in tutti i settori di una programmazione radiofonica rivolta a un pubblico selezionato e prevalentemente maturo.

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 7,5**.

Nel complesso, la **programmazione radiofonica Rai** ottiene un giudizio medio pari a 8,2 (+0,1 punti rispetto al 2022), con Rai Radio 1 e Rai Radio 2 a 8,2, e Rai Radio 3 a 8,1.

La capacità di Rai 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 a questo tema, 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 2023

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

L'indagine, basata su una rilevazione continuativa con frequenza 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 **7.977 questionari compilati** da **4.018 individui fruitori** dei siti/app che dichiarano di averli utilizzati nel mese precedente all'intervista.

L'indice di gradimento per l'offerta Digital Rai, che sintetizza il giudizio complessivo espresso dai fruitori dei singoli siti/app, per l'anno 2023, è pari ad un ottimo **8,0** su una scala 1-10, stabile rispetto all'anno 2022.

Le valutazioni migliori sono ottenute da **RaiPlay, Rai Cultura e Rai Scuola** (tutti a **8,0**, rispettivamente con il 69,7%, 69,6% e 69% dei rispondenti che esprime un giudizio 8-10), dove per RaiPlay il giudizio è rafforzato dal numero molto più elevato di utenti. Seguono **RaiPlay Sound e Rai News** (entrambi a **7,9**; rispettivamente con il 63,8% e il 64,1% degli intervistati che esprime un giudizio 8-10).

L'indice della qualità percepita, che esprime la valutazione complessiva da parte del pubblico sui singoli elementi strutturali dei siti/app, restituisce un livello di qualità molto positivo e in linea con il gradimento complessivo (**8,0**). **RaiPlay, RaiPlay Sound e Rai Cultura** (tutti a **8,0**) mostrano il punteggio più alto. **Rai News e Rai Scuola** (entrambi a **7,9**) mostrano un punteggio leggermente al di sotto della media e in linea con il gradimento complessivo.

Il gradimento di **RaiPlay** risulta positivo e in linea con la media dell'offerta digital Rai nel suo complesso. Particolarmente apprezzati: i contenuti interessanti, completi e di qualità, la facilità di utilizzo e di navigazione tra le diverse sezioni in base alle proprie esigenze. Tra le aree di miglioramento viene indicata, relativamente alla user experience, la possibilità di scaricare contenuti da guardare offline e relativamente alla user interface, l'estetica delle locandine e la loro capacità di aiutare nella scelta dei contenuti.

Per 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. L'intervista è svolta sui panelisti che dichiarano di aver fruito di almeno uno di questi contenuti.

Il gradimento medio dei contenuti esclusivi di RaiPlay è pari ad un ottimo 8,0, un valore in linea con l'offerta complessiva della piattaforma, grazie soprattutto ai suoi contenuti culturali, di intrattenimento, a quelli informativi, ai film e alle fiction.

Anche il gradimento di **RaiPlay Sound**, benché leggermente inferiore all'offerta complessiva Rai (-0,1 punti), risulta molto positivo. I punti di forza riconosciuti dai suoi fruitori sono la qualità e ricchezza dei contenuti, interessanti e facili da trovare in base alle proprie esigenze, la qualità delle

informazioni descrittive (info sul cast, sintesi del contenuto, etc.) sui contenuti proposti. Tra le aree di miglioramento viene riscontrata, relativamente alla user interface, l'estetica delle locandine e la loro capacità di aiutare nella scelta dei contenuti, mentre per quanto riguarda la user experience la possibilità di scaricare facilmente contenuti da fruire offline.

Il gradimento per **Rai News** è leggermente inferiore a quello medio per l'offerta digital Rai (-0,1 punti). Molto apprezzate la completezza e qualità delle informazioni e dei contenuti, l'aggiornamento delle notizie e la facilità di accesso ai contenuti. Margini di miglioramento si riscontrano per aspetti relativi alla user experience nella facilità di condividere i contenuti su altre piattaforme e per la user interface nell'estetica delle pagine.

Anche il gradimento di **Rai Scuola** risulta molto positivo e in linea con quello dell'offerta complessiva. I punti di forza riguardano la ricca offerta che propone contenuti interessanti e di qualità e la user experience grazie alla facilità di utilizzo. Margini di miglioramento del sito sono relativi alla user interface per quanto attiene all'estetica delle locandine e alla loro capacità di aiutare nella scelta dei contenuti.

La valutazione per l'offerta digital di **Rai Cultura** è in linea con la media dell'offerta digital Rai nel suo complesso. La user experience, caratterizzata da una buona organizzazione dei contenuti, dalla facilità di navigazione tra le diverse sezioni, dalla facilità di ricerca e accesso, oltre che dai contenuti interessanti e di qualità, è un punto di forza del sito. Tra le aree di miglioramento viene individuata, relativamente alla user interface, l'estetica delle locandine e la loro capacità di aiutare nella scelta dei contenuti e l'estetica delle pagine.

Per quanto riguarda **l'offerta digital vengono rilevati presso i non fruitori i motivi di non utilizzo** dei siti/app nei 3 mesi precedenti la rilevazione. Per il complesso dell'offerta Rai rilevata, solo l'8,4% dichiara di non utilizzare il sito/app perché non gli piace, il 6,1% non è interessato ai contenuti offerti e il 7,8% preferisce siti/app simili.

L'approfondimento di tipo qualitativo, realizzato sempre nell'ambito della rilevazione di gradimento e qualità percepita, ha permesso di mettere in evidenza anche per quanto riguarda l'offerta Digital, la qualità di Rai, riconosciuta dai partecipanti ai focus group come caratteristica peculiare della media company di servizio pubblico.

L'offerta digital rappresenta l'evoluzione della RAI e la sua capacità di rimanere al passo coi tempi. La presenza di una grande varietà di contenuti, la possibilità di seguire quando e dove si vuole un programma attraverso i diversi device e la «gratuità» percepita dell'offerta digital sono aspetti che nel complesso contribuiscono a rinnovare l'immaginario di una RAI accessibile a tutti.

RaiPlay, in particolare, è associata per lo più allo svago grazie alle fiction e serie TV, l'intrattenimento, i concerti e lo sport, ma possiede un'offerta completa e composita. Apprezzati anche i contenuti più seri e ricercati come l'informazione, l'attualità e i programmi culturali, che la rendono complessivamente ben equilibrata e adatta alle diverse fasce d'età. RaiPlay, rispetto alla programmazione TV tradizionale, è innovazione: la digitalizzazione permette una maggiore libertà

e comodità di fruizione dei contenuti, per i quali si richiede comunque una maggiore possibilità di personalizzazione nella loro ricerca.

L'aspetto della qualità viene collegato alla varietà e dinamicità dell'offerta, alla presenza di contenuti in anteprima, esclusivi ed originali ma anche ad un approccio serio e affidabile, riconoscibile nel lavoro «che sta dietro» ai programmi di approfondimento.

Con l'offerta digitale la RAI conferma il suo ruolo di servizio pubblico grazie anche all'archivio digitale, considerato dagli utenti un patrimonio da valorizzare ulteriormente.

Qualitel Tv Minori - I risultati della rilevazione dell'anno 2023

L'indagine è stata condotta nel periodo gennaio-dicembre 2023 relativamente alla programmazione andata in onda su **Rai Gulp** e **Rai YoYo**.

Complessivamente sono stati compilati **29.373 questionari**² da parte di un campione di **2.711 bambini/ragazzi di 4-13 anni**, presenti nelle famiglie del panel, che hanno dichiarato di essere stati fruitori di almeno uno dei programmi trasmessi su questi canali nel mese precedente l'intervista.

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 gruppi rappresentativi dei target a cui i due canali sono principalmente 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 stabile rispetto all'anno 2022 (**8,0**), ottiene giudizi positivi su tutte le fasce d'età, con valori leggermente superiori in quella 8-10 anni (8,0; con il 68,9% dei fruitori che 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 (8,0; con il 65,9% 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, i disegni animati, e le sue storie originali, 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 65,5% dei fruitori che ha espresso un giudizio da 8 a 10). Il canale ottiene giudizi omogenei tra i diversi target con valori pari a 8,0 nella fascia 4-7 e 8-10 anni (con rispettivamente il 65,5% e il 67,6% che hanno espresso un giudizio da 8 a 10) e 7,8 in quella tra gli 11 e i 13 anni (con il 63% che ha espresso un giudizio da 8 a 10).

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

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

² Tutte le interviste sono state svolte tramite autorizzazione esplicita del genitore e nel rispetto della normativa vigente a tutela dei minori. 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 compilazione

Per **Rai Yoyo**, la valutazione media dell'adeguatezza dei programmi offerti rilevata sui genitori dei bambini di 4-7 anni è pari ad **8,0** (con il 66% degli intervistati che ha espresso un giudizio da 8 a 10), mentre i genitori dei bambini di 8-10 anni riportano una valutazione ancora più alta (**8,1**; 68,9% di giudizi 8-10).

L'offerta di **Rai Gulp** viene giudicata maggiormente adeguata dai genitori di bambini 8-10 anni (**8,0**; con il 68,2% che ha espresso un giudizio da 8 a 10) rispetto a quelli dei più piccoli (**7,8**; con il 62,1% 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. La qualità percepita per **Rai Yoyo** presenta un indice pari a **7,9** sulla fascia di età 4-7 anni; **8,0** sul target 8-10 anni; e **7,8** per gli 11-13 anni. Per **Rai Gulp** la valutazione migliore, pari a **8,1**, si ha sulla fascia d'età 8-10 anni; allo stesso modo i bambini di 4-7 e 11-13 anni esprimono valutazioni molto elevate pari, rispettivamente a **7,9** e **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 7,3 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.