



L'A.D. Roberto Sergio

Rai con BVA Doxa: Qualitel e Corporate Reputation, offerta dello scorso anno premiata dal pubblico

18

Ricerche Direzione Marketing Rai con BVA Doxa: Qualitel e Corporate Reputation, offerta 2022 premiata dal pubblico

In crescita il gradimento per l'offerta Radio e Digital, oltre a quella dedicata ai più piccoli con Rai YoYo

Con una media di 8 in quasi tutte le sue realtà produttive viene premiata anche quest'anno l'offerta del Servizio Pubblico, in base alla ricerca Qualitel realizzata dalla Direzione Marketing Rai in collaborazione con il consorzio composto da MG Research, Noto Sondaggi, EMG Different e GPF, attraverso interviste continuative a un campione di 25.000 persone rappresentativo del pubblico Rai. Voti in crescita anche per la Corporate Reputation 2022, secondo l'indagine condotta su oltre tremila individui rappresentativi della popolazione residente dai 14 anni in su.

Fiction, cultura e educational

Per la tv Rai raggiunge un gradimento complessivo pari a 7,9 su scala 1-10. In particolare, la Fiction ottiene un gradimento pari a 8,2, Cultura ed Educational 8,1, Approfondimento 8. Intrattenimento Prime Time e Cinema e Serie tv sono entrambi a 7,9. Il gradimento per la programmazione di Intrattenimento Day Time, Documentari e Sport è invece pari a 7,8. L'offerta informativa ottiene un risultato molto positivo con i Telegiornali che raggiungono tutti valori elevati compresi tra il 7,8 e il 7,9, mentre le Rubriche delle Testate si attestano tra il 7,7 e il 7,9. L'approfondimento di tipo qualitativo ha messo in luce l'apprezzamento per l'informazione Rai, ritenuta puntuale, attendibile e basata su uno stile sobrio e su fonti accertate; per l'intrattenimento, sia day time che di prima serata, basato su uno stile distinti-

vo, garbato e composto; per la qualità e l'ampiezza dei temi trattati nei programmi culturali e divulgativi; per la qualità della fiction, di cui si riconosce la capacità di rispondere ai bisogni di un pubblico più selettivo ed esigente, senza tradire la mission aziendale. L'indice di gradimento complessivo dell'offerta Rai Radio che sintetizza le valutazioni degli ascoltatori dei singoli programmi di Rai Radio1, Rai Radio2 e Rai Radio3, è pari a 8, in crescita rispetto al 2021. Tutti i canali registrano giudizi molto positivi, con Rai Radio2 a 8,1, seguita da Rai Radio1 e Rai Radio3, entrambi a 7,9.

Digital Rai

La rilevazione per l'offerta Digital Rai composta da RaiPlay, RaiPlay Sound, Rai News, Rai Cultura e Rai Scuola registra un gradimento pari a 8; un giudizio positivo e in crescita rispetto all'anno precedente. Le valutazioni migliori sono ottenute da Rai Cultura (8,1), RaiPlay e Rai News (entrambi a 8). RaiPlay si conferma una delle property più apprezzate con un giudizio raf-

forzato dal numero molto più elevato di utenti. Seguono Rai Scuola (7,9), e RaiPlay Sound (7,8). Tra i motivi di apprezzamento di RaiPlay la ricchezza del catalogo ritenuto di qualità, compresi i contenuti esclusivi della piattaforma; per RaiPlay Sound la modalità di fruizione fortemente innovata e più focalizzata sui singoli contenuti; mentre a Rainews.it si riconosce la chiarezza, comprensibilità e capacità di arrivare a tutti con servizi informativi esaurienti e sempre aggiornati.

Rai YoYo

Molto apprezzata l'offerta dedicata ai più piccoli con Rai YoYo che ottiene buone valutazioni in tutte le fasce d'età, e in particolare sul tar-

get 4-7 anni, con un gradimento pari a 7,9. Anche Rai Gulp ottiene un ottimo giudizio (8,1) nella fascia di età 8-10 anni, a cui il canale principalmente si rivolge.

Corporate Reputation

Per quello che riguarda la Corporate Reputation, legata alle valutazioni dei cittadini sul modo in cui l'azienda svolge la sua funzione di servizio pubblico, l'indice complessivo è in crescita e pari a 7, grazie in particolare alla valutazione sull'attività sociale di Rai, con un valore pari a 7,3, alla soddisfazione nei confronti dei servizi rivolti alle persone con disabilità (7,2), e alla valutazione sulla funzione pubblica di Rai (6,6).