

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2011

20 Dicembre 2011



Indagine realizzata per conto di



Indice

Metodologia	3
La fruizione Tv	16
Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico	32
▪ Cultura, Scienza, Ambiente	44
▪ Telegiornali	47
▪ Attualità	50
▪ Quiz	53
▪ Fiction	56
▪ Approfondimento informativo	59
▪ Varietà	62
▪ Intrattenimento leggero	65
▪ Prosa, Danza, Classica, Cinema	68
▪ Satira/Comici	71
▪ Approfondimento sportivo	74
▪ Soap opera/Telenovelas	77
▪ Musica leggera	80
▪ Appendice: il questionario	83

Metodologia



Indagine realizzata per conto di



Metodologia

Oggetto dell'indagine: misurazione della qualità percepita dei principali programmi televisivi trasmessi sui canali generalisti, selezionati da RAI nell'intera giornata, raggruppati in fasce orarie. Sono stati esclusi dalla rilevazione: eventi sportivi, film, fiction d'acquisto, eventi religiosi, in quanto non rientranti nella sfera della discrezionalità produttiva di Rai.

Fasce orarie: prima mattina (7.00-9.00), mattinata (9.00-12.00), meridiana (12.00-15.00), pomeridiana/preserale (15.00-20.30), prime time (20.30-22.30), seconda serata (22.30-2.00).

Periodo di rilevazione: 4 settimane consecutive nella stagione autunnale 2011 (7 novembre – 2 dicembre 2011).

Campioni: pre-stratificati per quote di genere, età, area geografica e livello di istruzione in ciascuna fascia oraria.

Tecnica d'intervista: CAPI (Computer Aided Personal Interviewing).

Questionario: informatizzato di tipo semi-strutturato.

Durata (media) dell'intervista: un'ora circa.

Numero di interviste: 7.534

Metodologia

Negli ultimi anni la qualità della programmazione ha assunto per la RAI sempre più un rilievo di carattere strategico, tanto che il Contratto di Servizio 2007-2009 stipulato tra l'Azienda e il Ministero delle Comunicazioni stabilisce che "la qualità dell'offerta radiotelevisiva costituisce un tratto distintivo della missione del servizio pubblico".

L'art. 3 di tale Contratto introduce il concetto di misurazione della qualità intesa come "valore pubblico", laddove stabilisce che la RAI è tenuta a sviluppare "una ricerca di monitoraggio e di analisi della qualità della programmazione intesa come valore pubblico, in grado di verificare la percezione degli utenti del servizio pubblico in merito ai singoli elementi dell'offerta".

La metodologia di indagine si basa sulle seguenti considerazioni:

- la maggior parte del pubblico componente la platea televisiva nelle diverse fasce orarie è molto probabilmente presente in ascolto/visione anche nel prime time (duplicazione del pubblico).
- l'oggetto del giudizio del telespettatore non deve essere la singola puntata (emissione) di un programma, quanto il *brand* del programma stesso (valutabile quindi anche dai conoscitori del programma, anche se non fruitori).

Metodologia

La “platea di fascia” è costituita da coloro che guardano la televisione nella fascia considerata per più di una volta alla settimana.

La numerosità campionaria di ciascuna delle singole fasce orarie è così articolata:

- 509 interviste per la fascia di prima mattina
- 1.995 interviste per la mattinata
- 1.997 interviste per la fascia meridiana
- 1.507 interviste per la fascia pomeridiana/preserale
- 1.526 interviste per la seconda serata.

Ogni individuo è stato intervistato in relazione alla fascia per cui è stato reclutato e, contemporaneamente, per la fascia di prime time, per la quale doveva essere superata la soglia minima di 3.000 interviste.

L'indagine ha interessato le seguenti aree:

- considerazioni generali sul rapporto con il mezzo e sulle abitudini di consumo
- comportamento di consumo e valutazione dei programmi (compresi quelli non fruiti).

Metodologia

Per ogni programma è stata richiesta la valutazione dei seguenti aspetti: elementi strutturali, livello di gradimento (conseguenza delle aspettative) e obiettivi di valore pubblico.

Il piano di campionamento

Sono state effettuate in totale 7.534 interviste a domicilio, con tecnica CAPI (*computer aided personal interviewing*), a persone residenti in Italia al momento dell'esecuzione dell'indagine.

In particolare, per ciascuna fascia oraria, sono stati costruiti i campioni della relativa platea televisiva, definiti sulla base dei dati Auditel disponibili al momento dell'avvio dei lavori, pre-stratificati per quote di:

- genere (maschi, femmine);
- età (14-17, 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, 65 e oltre);
- area geografica (nord ovest, nord est, centro, sud, isole), con ulteriore sub-stratificazione proporzionale a livello di singola regione;
- livello di istruzione (nessun titolo, elementari, medie inferiori, medie superiori, laurea).

Metodologia

Per ogni fascia oraria la popolazione oggetto dell'indagine è stata stratificata per 20 regioni e per 4 classi di ampiezza dei centri abitati (fino a 10.000 abitanti, da 10.001 a 30.000, da 30.001 a 100.000, oltre 100.000 abitanti).

Nel campione sono stati ricompresi tutti i grandi comuni italiani, cioè quelli con una popolazione superiore ai 100.000 abitanti (che rappresentano il 23,1% della popolazione complessiva).

I comuni campionati sono stati quindi 45, nell'ambito dei quali è stato effettuato un numero di interviste proporzionale alla relativa popolazione, per un complesso di 1.740 interviste.

Per quanto riguarda i comuni al di sotto dei 100.000 abitanti, è stato selezionato, con metodo casuale, un punto di campionamento ogni 380.000 abitanti circa.

Metodologia

Per “punto di campionamento” si è inteso:

- un singolo comune nel caso delle municipalità di dimensione compresa tra i 10.001 e i 100.000 abitanti (comuni medio-piccoli e medio-grandi).
- un “grappolo di comuni” nel caso dei piccoli comuni, cioè quelli con meno di 10.000 abitanti. Ogni grappolo di comuni ha una dimensione media di 10.000 abitanti ed è stato costituito mediamente da 3,7 piccoli comuni contigui. L’intervista poteva essere condotta in un qualsiasi comune di ciascun grappolo.

Sono stati campionati pertanto:

- 34 comuni medio-grandi (totale comuni in Italia: 261; numero interviste: 1.650).
- 37 comuni medio-piccoli (totale comuni in Italia: 874; numero interviste: 1.816).
- 50 grappoli di comuni piccoli, che rappresentano circa 185 comuni-campione (totale comuni in Italia: 6.921; numero interviste: 2.328).

I campioni in arrivo sono stati costantemente controllati in modo che il loro profilo nelle singole fasce orarie si avvicinasse il più possibile ai dati Auditel utilizzati per la definizione delle quote.

Metodologia

Tuttavia, per restituire una perfetta rappresentatività a tutte le fasce e soprattutto alla fascia di prime time, è stato attuato un processo di riponderazione degli individui campionati.

Il questionario

Il questionario, di tipo semi-strutturato, è stato articolato in più sezioni:

- una sezione preliminare tipologica finalizzata principalmente alla verifica del rispetto delle quote campionarie e all'assegnazione dell'intervistato alle singole fasce orarie;
- una prima sezione, finalizzata ad indagare la relazione dell'intervistato con il mezzo televisivo e i diversi generi televisivi;
- una seconda sezione, atta a comprendere sinteticamente il comportamento e le ragioni di consumo rispetto alle diverse fasce orarie in funzione del fabbisogno televisivo espresso;

Metodologia

- una terza sezione, volta a ottenere per i programmi conosciuti dall'intervistato (fruiti o non fruiti) le seguenti informazioni: un giudizio di sintesi sul programma, le ragioni di visione/non visione, la valutazione degli elementi strutturali ("è divertente", "è originale", "è violento", ecc..), il giudizio sulla capacità del programma di rappresentare un valore pubblico, il confronto con programmi simili, la frequenza e l'intensità di visione e, solo per alcuni programmi concordati (come i tg o i programmi di approfondimento informativo), la valutazione degli elementi di pubblica utilità e pluralismo ("offre spazi a tutti", "arricchisce culturalmente", ecc..).

Gli indicatori

In conformità con quanto previsto dall'art. 3 del Contratto di Servizio 2007-2009, sono stati costruiti due macro indicatori:

- ❑ un macroindicatore della qualità percepita (IQP), che misura il gradimento dell'offerta e la qualità della stessa percepita dal pubblico, sintetizzando una serie di giudizi espressi sugli elementi strutturali di ciascun prodotto monitorato e sul grado di soddisfazione dei telespettatori rispetto alle attese;
- ❑ un macroindicatore di valore pubblico (IVP), che rappresenta una sintesi di indicatori elementari concernenti, per ciascun programma monitorato, diversi aspetti quali l'arricchimento culturale, il rispetto della sensibilità degli spettatori, l'innovazione, l'imparzialità, l'originalità, il pluralismo, la capacità di intrattenimento.

Metodologia

A seguito di alcune prove sperimentali che hanno visto l'impiego di tecniche di analisi di raggruppamento e di analisi in componenti principali, si è definito di costruire i macro-indicatori di sintesi mediante l'ausilio di analisi regressive multivariate. Empiricamente l'utilizzo di tali tecniche ha consentito di rappresentare con maggiore immediatezza ed efficacia le differenze qualitative e di valore pubblico all'interno dei generi (intra-genere) e tra genere e genere (inter-genere).

Gli indicatori costruiti sono significativi per tutti i programmi testati da almeno 60 rispondenti.

Dal momento che l'obiettivo è stato l'analisi del "brand" del programma, nella costruzione degli indicatori sono state considerate tanto le risposte dei "fruitori" dei singoli programmi (cioè coloro che hanno visto il programma nel corso della stagione autunnale 2011), quanto le risposte dei "non fruitori" (cioè coloro che, pur conoscendo il programma, non l'hanno visto nel periodo di riferimento).

Metodologia

La durata dell'intervista non consente che l'intervistato possa testare tutti i programmi conosciuti, ma solo alcuni a rotazione, massimo 3 per fascia, più eventuali 3 per il prime time.

La costruzione degli indicatori di qualità percepita e di valore pubblico nasce, come anticipato, da analisi di regressione multipla effettuata per singolo genere televisivo. Tali analisi hanno posto le dimensioni strutturali di programma come variabili indipendenti e le variabili di soddisfazione complessiva/valore pubblico, come variabili dipendenti. Ciò ha consentito di definire i pesi delle variabili suddette, rappresentandoli attraverso i coefficienti di regressione.

La sommatoria delle medie delle variabili sopraindicate, debitamente pesate, ha consentito di calcolare gli indicatori di ciascun programma.

Metodologia

Tali indici sono stati successivamente indicizzati a 100 sulla base del criterio di equivalenze così definito:

$$\text{valore}(0-100) = [\text{valore}(1-10) - \text{min}(1-10)] / [\text{max}(1-10) - \text{min}(1-10)] * 100$$

Scala 1-10	Scala 0-100
1	0
2	11
3	22
4	33
5	44
6	56
7	67
8	78
9	89
10	100

Da tale criterio discende la tabella a lato che evidenzia i seguenti livelli di giudizio:

Sufficiente = 56; buono = 67; ottimo = 78

L'indice di genere è conseguentemente definito come media dei programmi di genere pesata sul numero di volte in cui ciascun programma viene testato.

In particolare, le variazioni degli indici tra i diversi periodi vanno considerate come statisticamente significative se la differenza assoluta è ≥ 3 , per quanto riguarda i programmi, e se è ≥ 2 nel caso dei generi/delle reti.

L'articolazione dei generi monitorati tiene conto delle indicazioni del Contratto di Servizio 2007-2009, ma è anche finalizzata ad una lettura più specificamente editoriale delle evidenze dell'indagine.

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2011

La fruizione della tv



20 Dicembre 2011

Le modalità di fruizione tv: principali evidenze

I Telegiornali si confermano, anche per l'autunno 2011, il genere più richiesto dal pubblico televisivo (72,1%), seguito ad ampia distanza dai programmi di "fiction/sceneggiati" (39,3%) e di "approfondimento informativo" (38,5%).

Se in generale le preferenze di genere non mostrano significative variazioni rispetto alle precedenti rilevazioni, occorre invece sottolineare l'incremento notevole del gradimento dei programmi comici e di satira.

In particolare, rispetto alla stagione primaverile, la satira passa dal 23,4% al 31,8% nel novero dei generi preferiti e in termini di programmi più richiesti dal pubblico registra i seguenti incrementi:

- dal 7,0% al 9,7% nella fascia meridiana;
- dal 19,4% sino al 31,8% nel *prime time*;
- dal 23,8% al 32,0% in seconda serata.

Questi dati, accompagnati da una più marcata esigenza di divertimento nelle diverse fasce orarie post-meridiane, sembrano evidenziare la necessità individuale di trovare momenti per "staccare la spina" in un periodo storico di evidente difficoltà per il Paese e per le famiglie italiane.

Le modalità di fruizione tv: principali evidenze

La fruizione della televisione nel corso della giornata

La fascia della prima mattina (7:00-9:00) è quella in cui maggiormente si manifestano le necessità di informazione della platea televisiva. I telegiornali si distinguono nettamente in quanto genere più ricercato.

Durante la mattinata (fascia 9:00-12:00), oltre al trasversale interesse per i tg, la televisione è vissuta anche come strumento di compagnia ed è vista per abitudine. Ciò si traduce perlopiù nella ricerca di programmi di intrattenimento o, in minor misura, di trasmissioni di attualità o di cultura e scienza.

Nella fascia meridiana (12:00-15:00), i telegiornali restano il genere di riferimento, ma svolgono un ruolo di primo piano anche le trasmissioni di intrattenimento leggero e le soap opera. Nella fascia pomeridiana/preserale (15:00-20:30), i quiz, soprattutto, e i programmi di attualità, in seconda battuta, si confermano due generi molto ricercati dal pubblico.

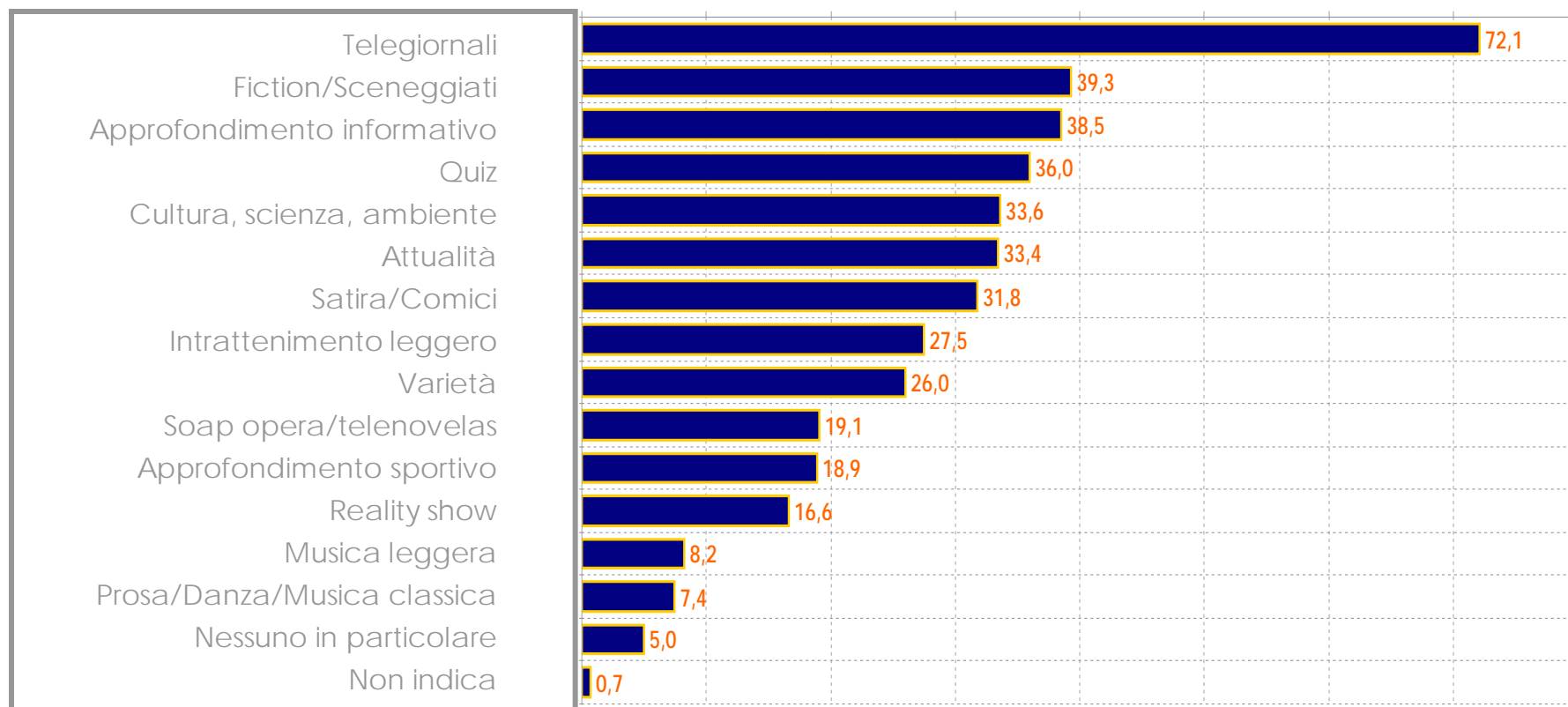
In prima serata, la necessità di svago e relax si combina con l'esigenza di informarsi ed approfondire. Pertanto, accanto alla richiesta di fiction e di programmi satirici (in forte crescita), la scelta del telespettatore continua a ricadere anche sui notiziari e sull'approfondimento informativo.

La seconda serata è appannaggio dei programmi di approfondimento informativo e culturale; sempre più gradite, anche in questa fascia oraria, le trasmissioni comico-satiriche.

Relazione con il mezzo tv

I generi televisivi preferiti

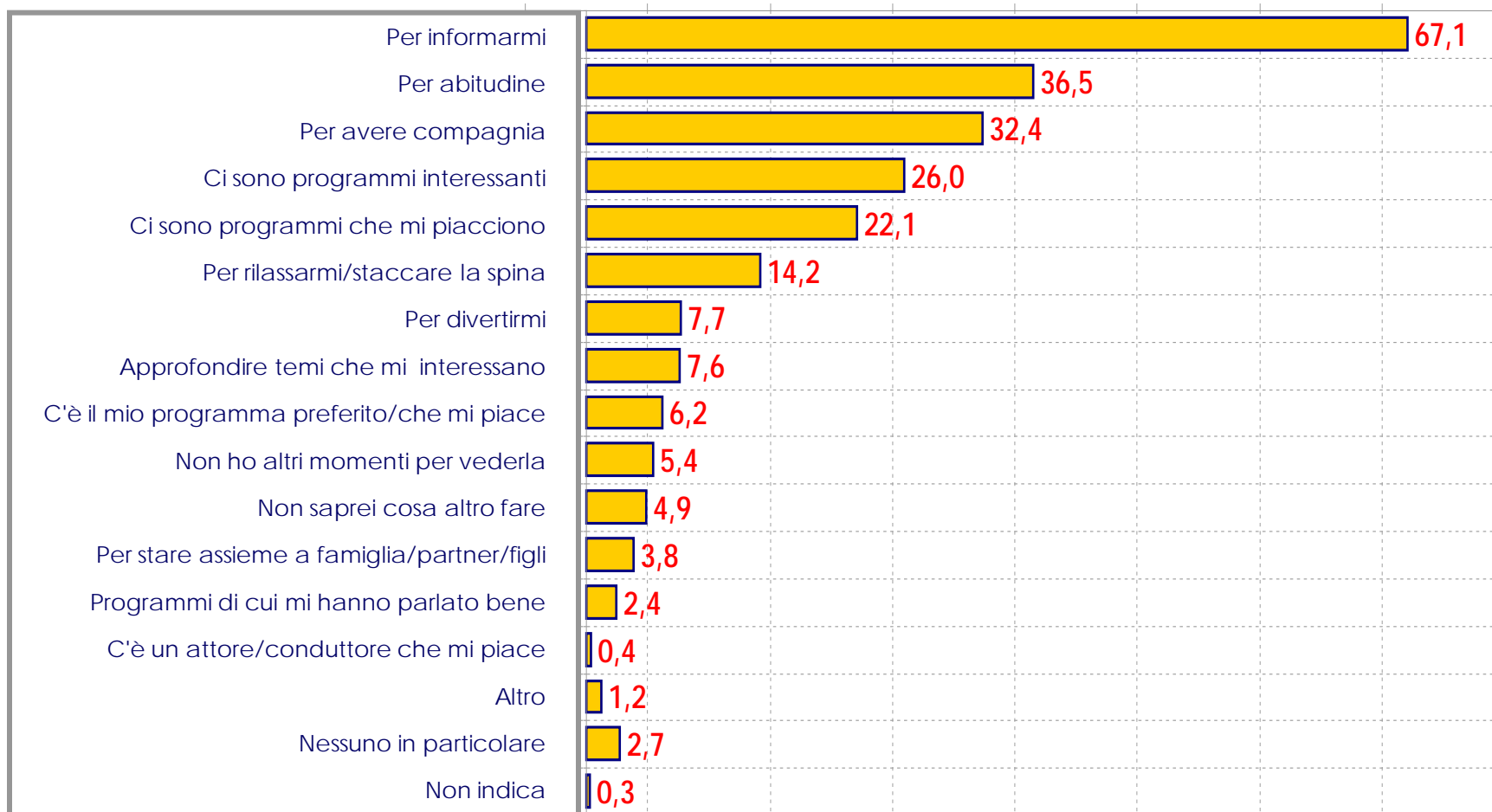
Valori %



Comportamento di consumo tv

Fascia 7.00-9.00: i motivi di visione

Valori %

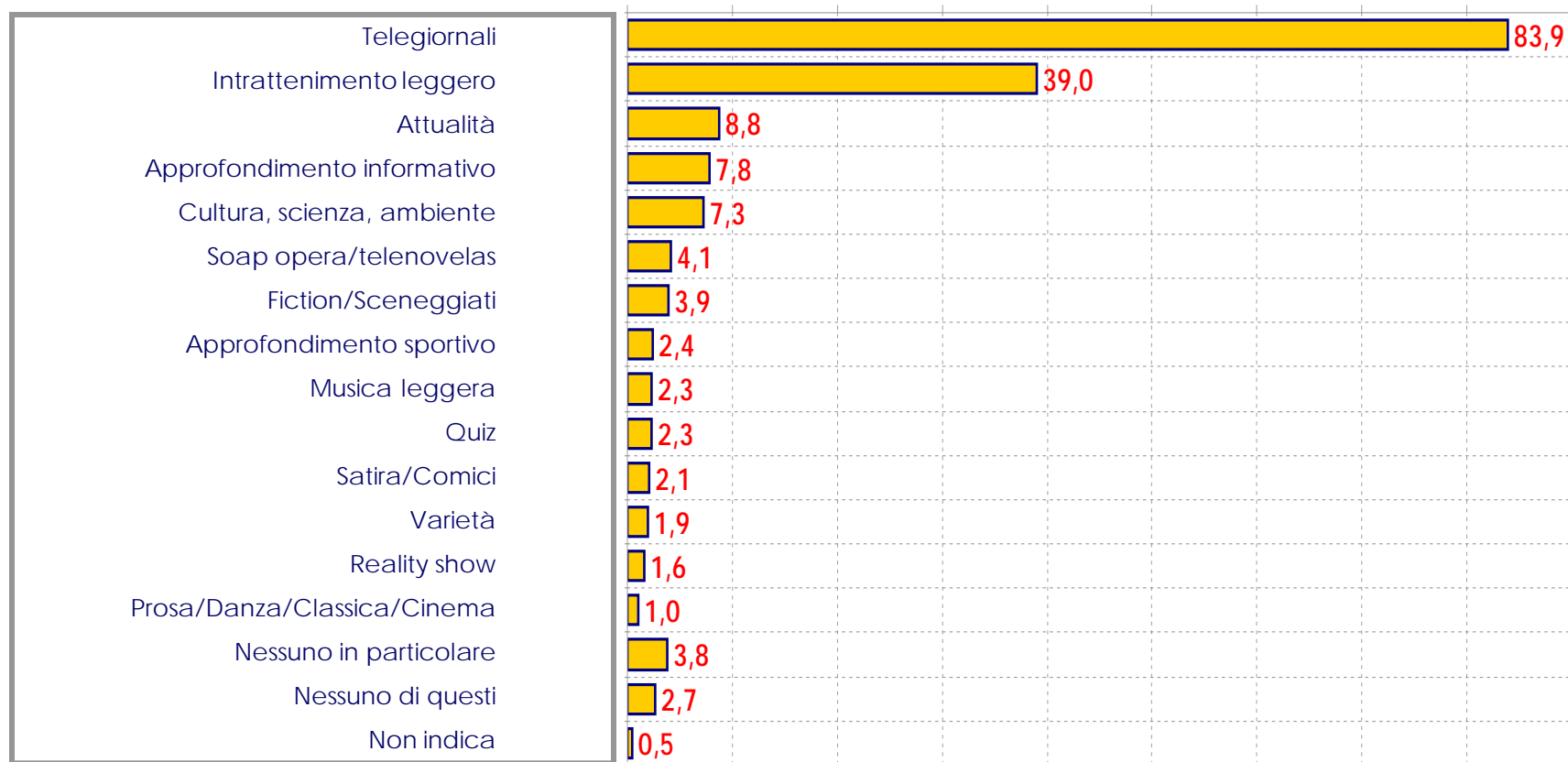


Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")

Comportamento di consumo tv

Fascia 7.00-9.00: i programmi richiesti

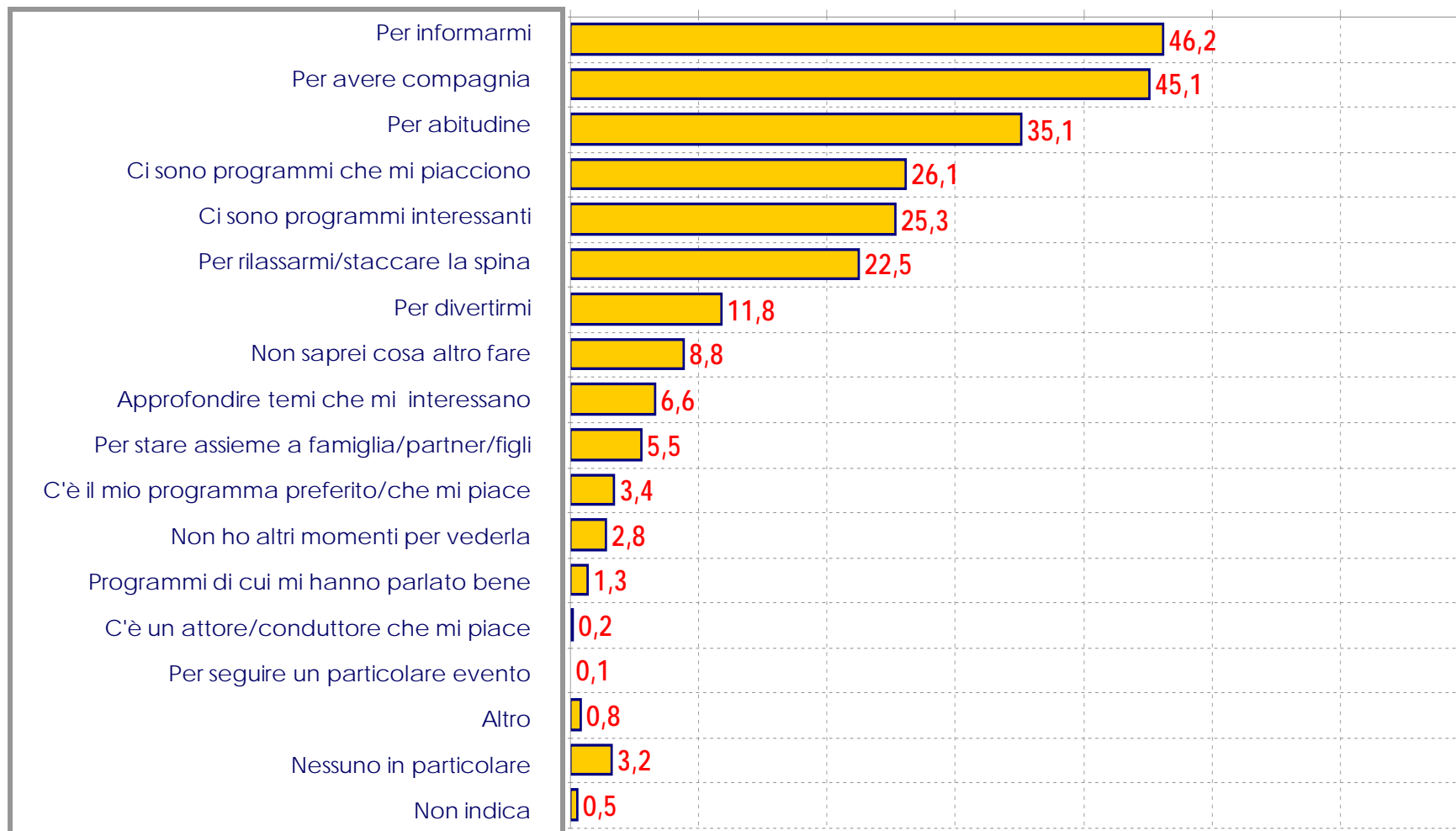
Valori %



Comportamento di consumo tv

Fascia 9.00-12.00: i motivi di visione

Valori %

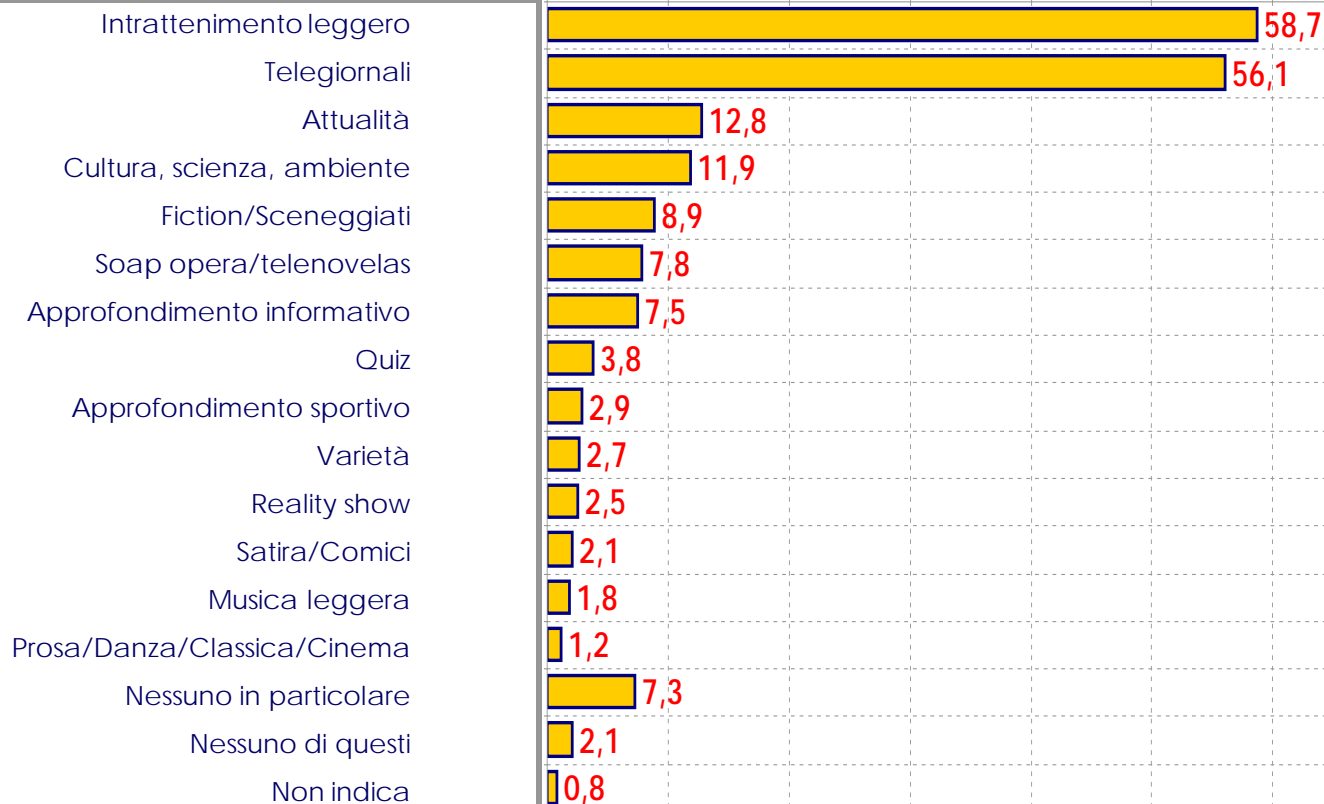


Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")

Comportamento di consumo tv

Fascia 9.00-12.00: i programmi richiesti

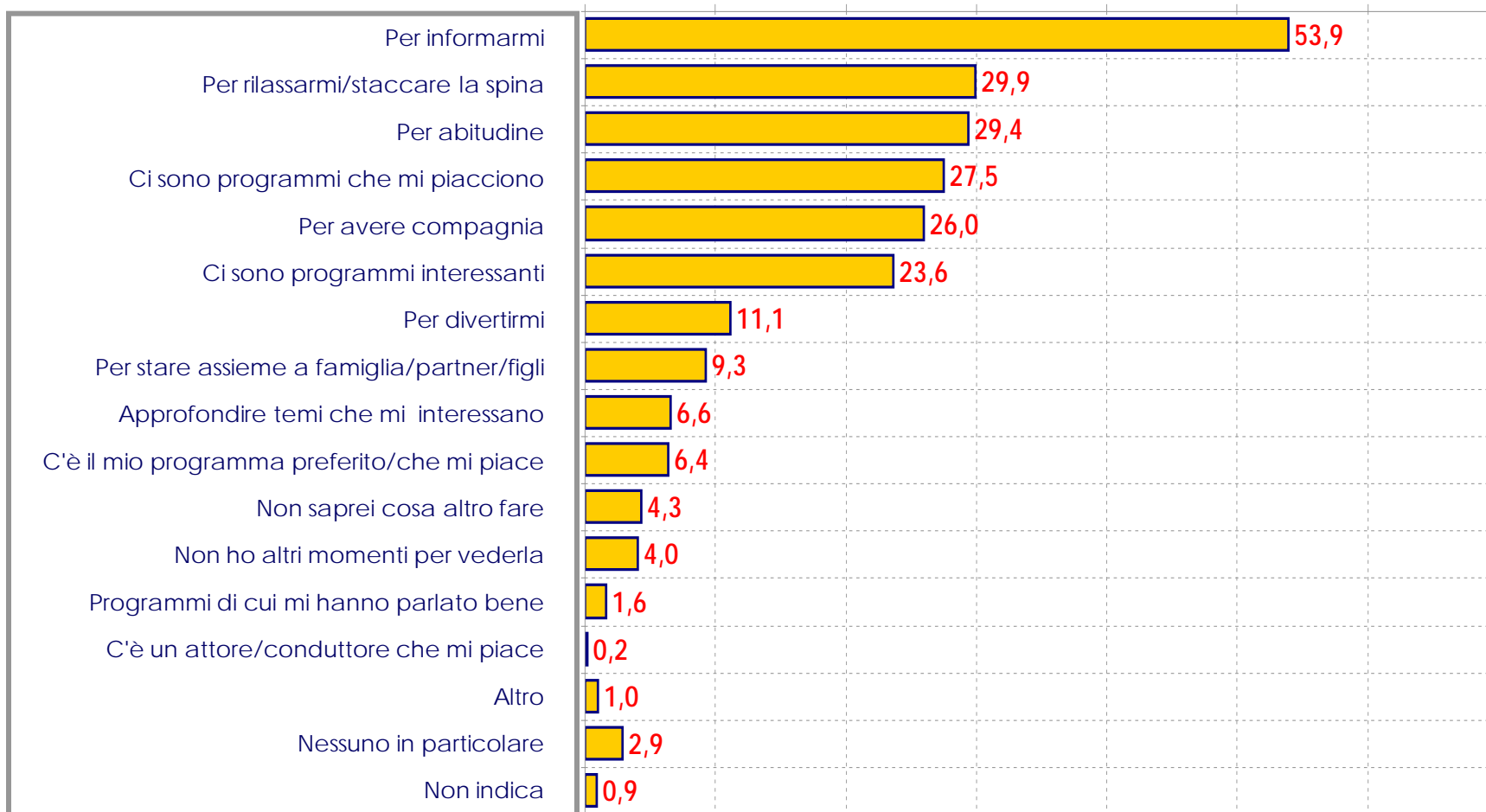
Valori %



Comportamento di consumo tv

Fascia 12.00-15.00: i motivi di visione

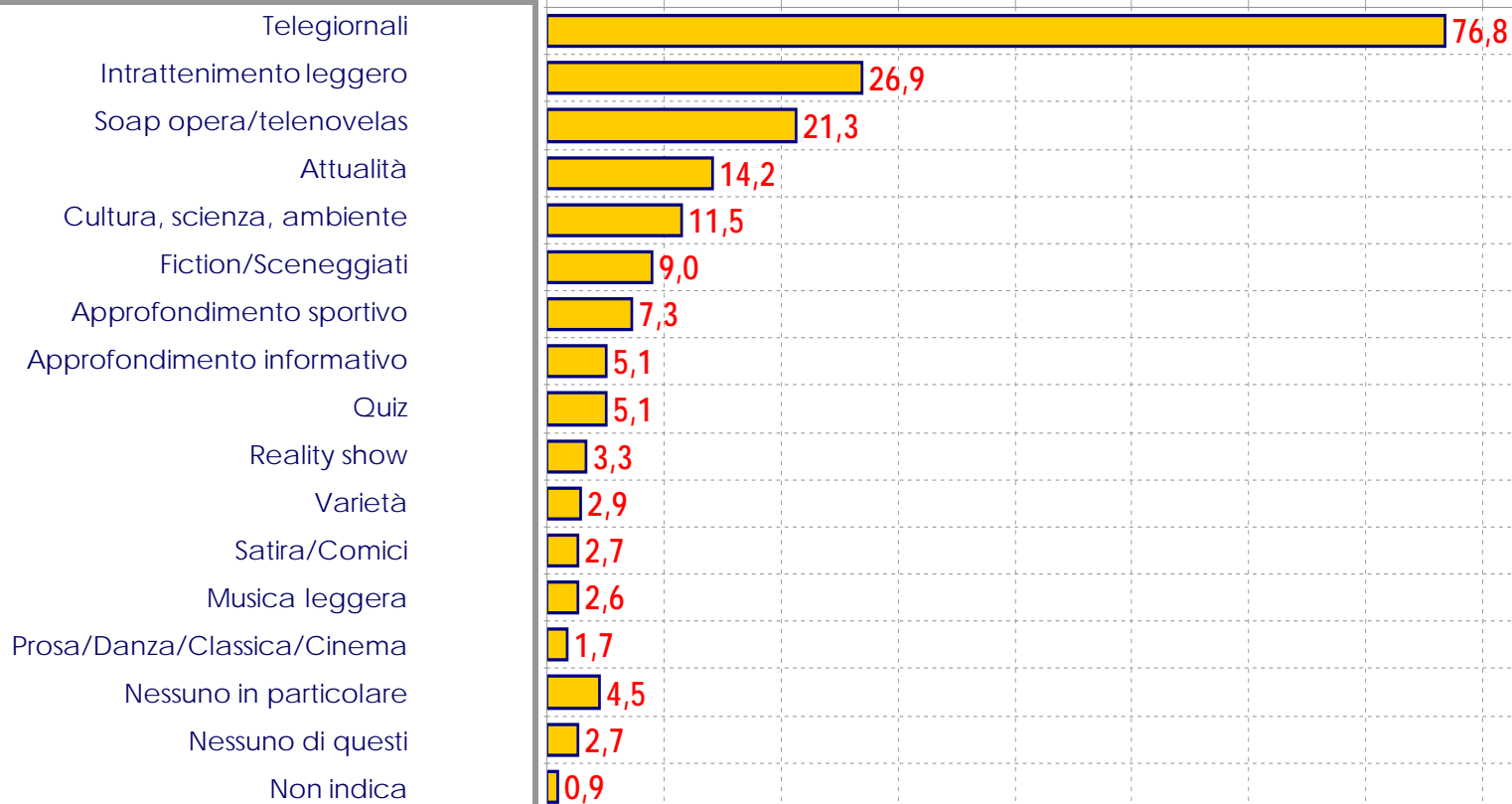
Valori %



Comportamento di consumo tv

Fascia 12.00-15.00: i programmi richiesti

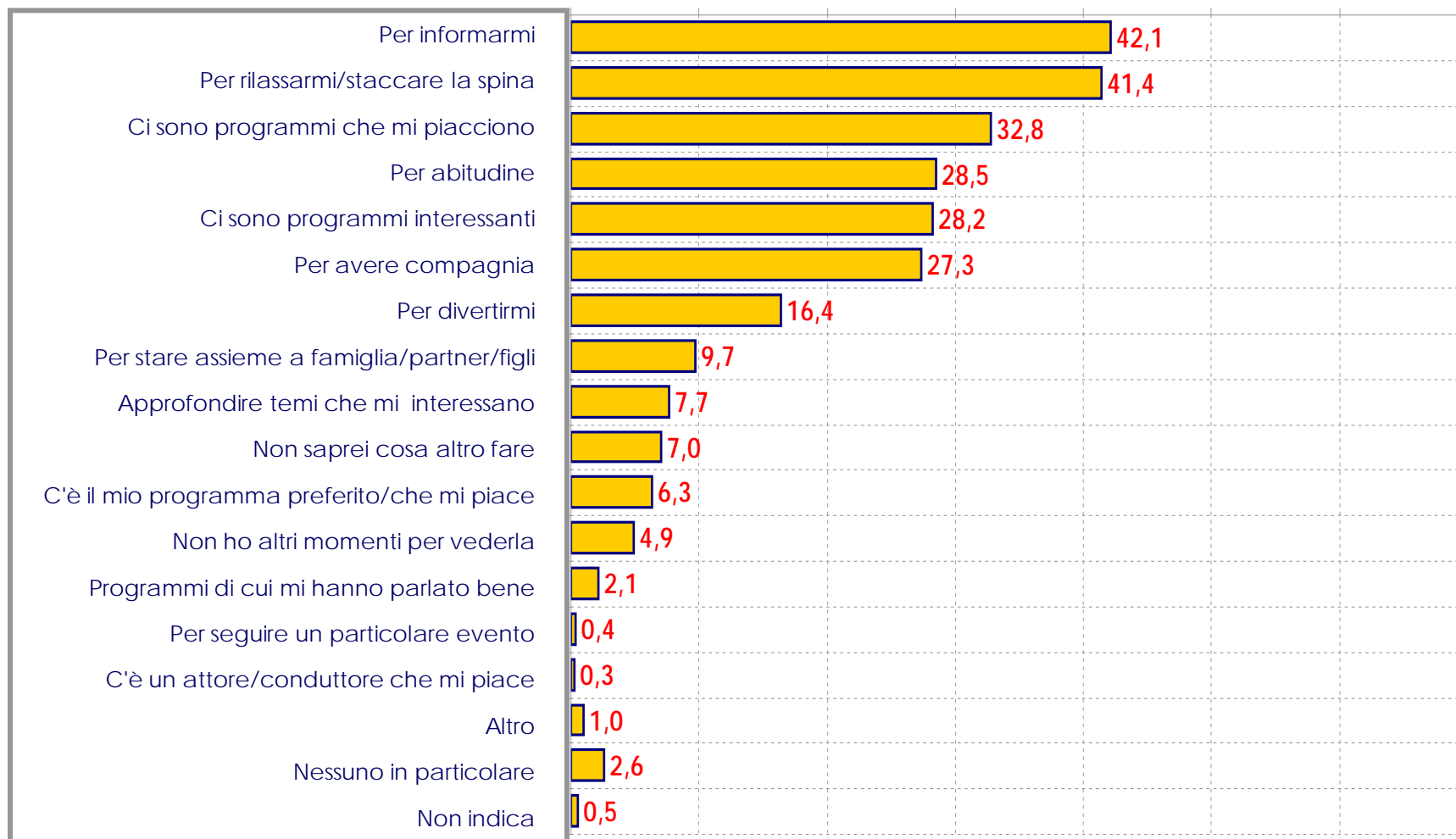
Valori %



Comportamento di consumo tv

Fascia 15.00-20.30: i motivi di visione

Valori %

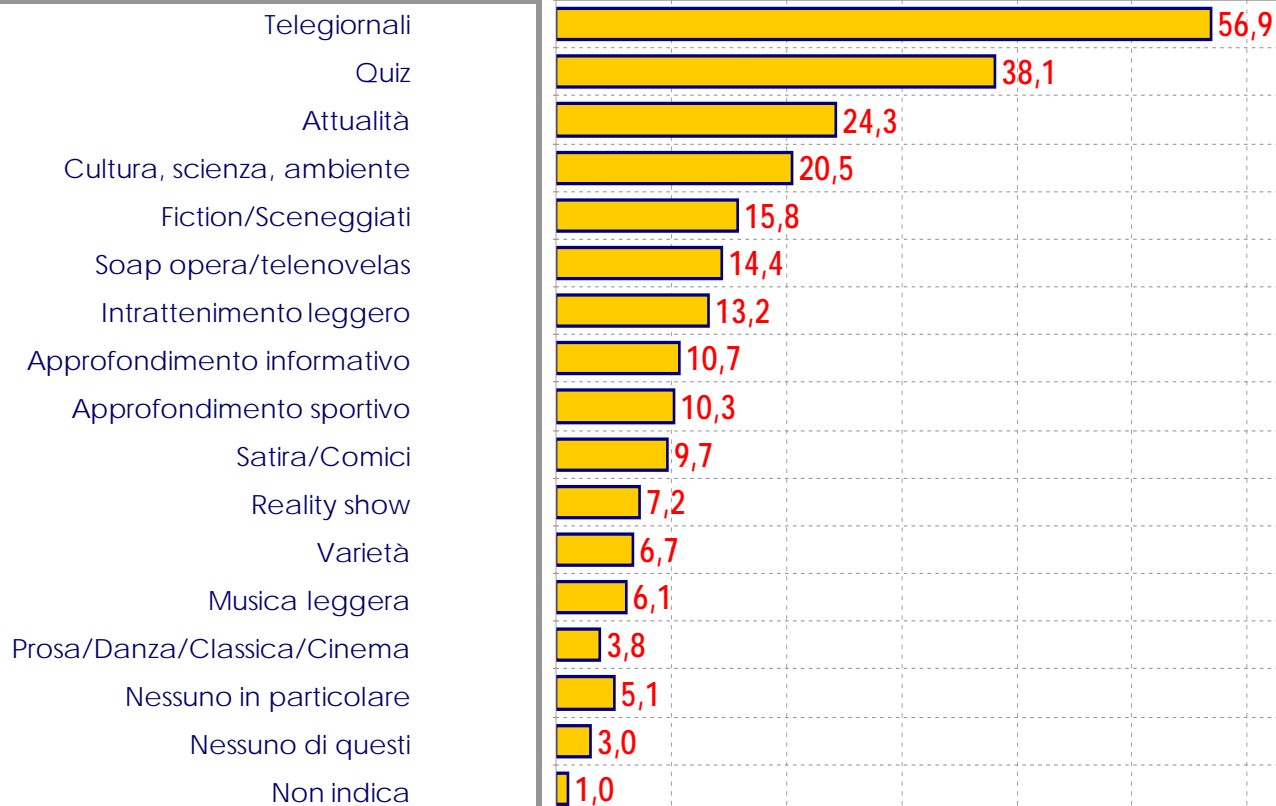


Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")

Comportamento di consumo tv

Fascia 15.00-20.30: i programmi richiesti

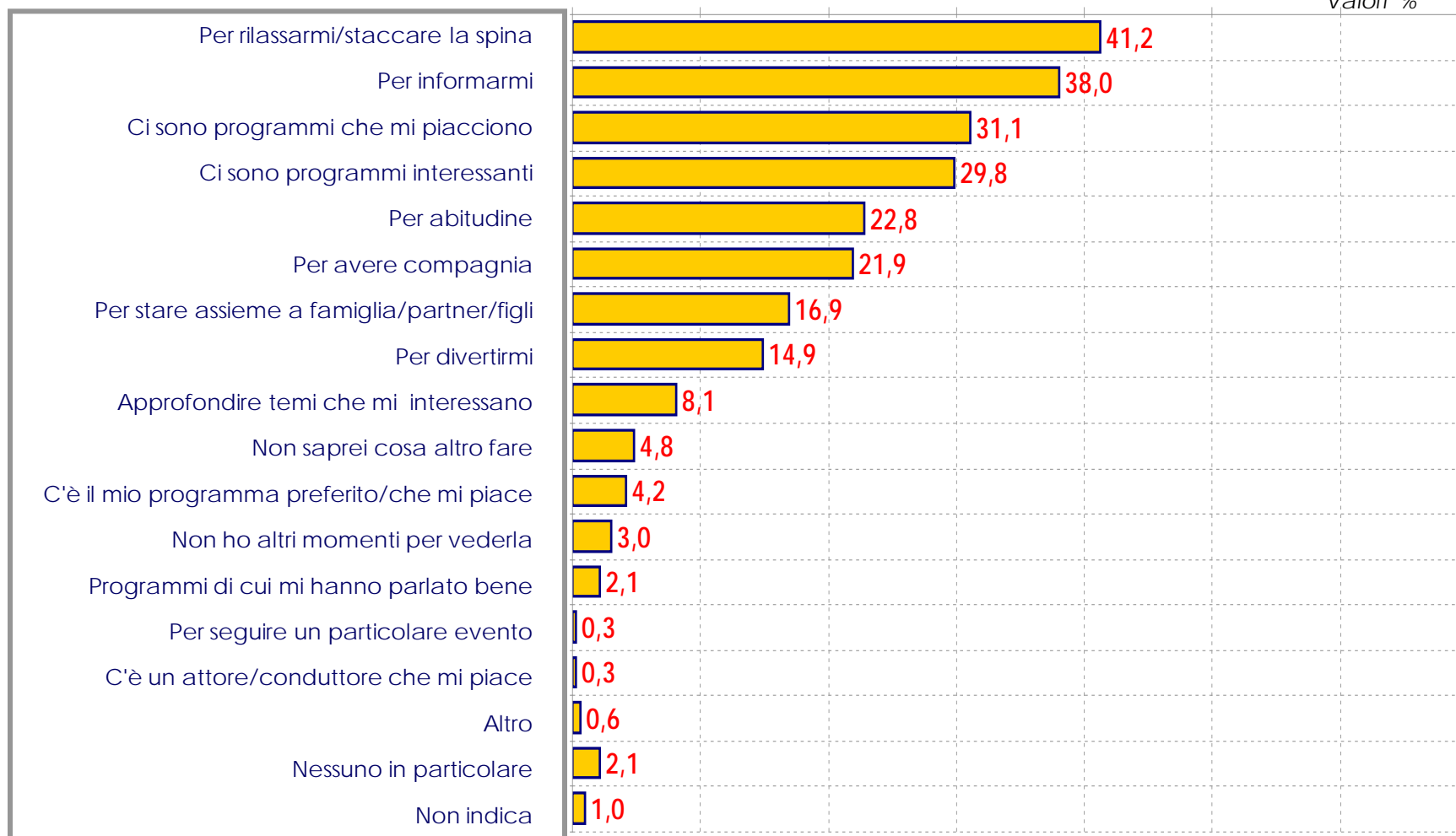
Valori %



Comportamento di consumo tv

Fascia 20.30-22.30: i motivi di visione

Valori %

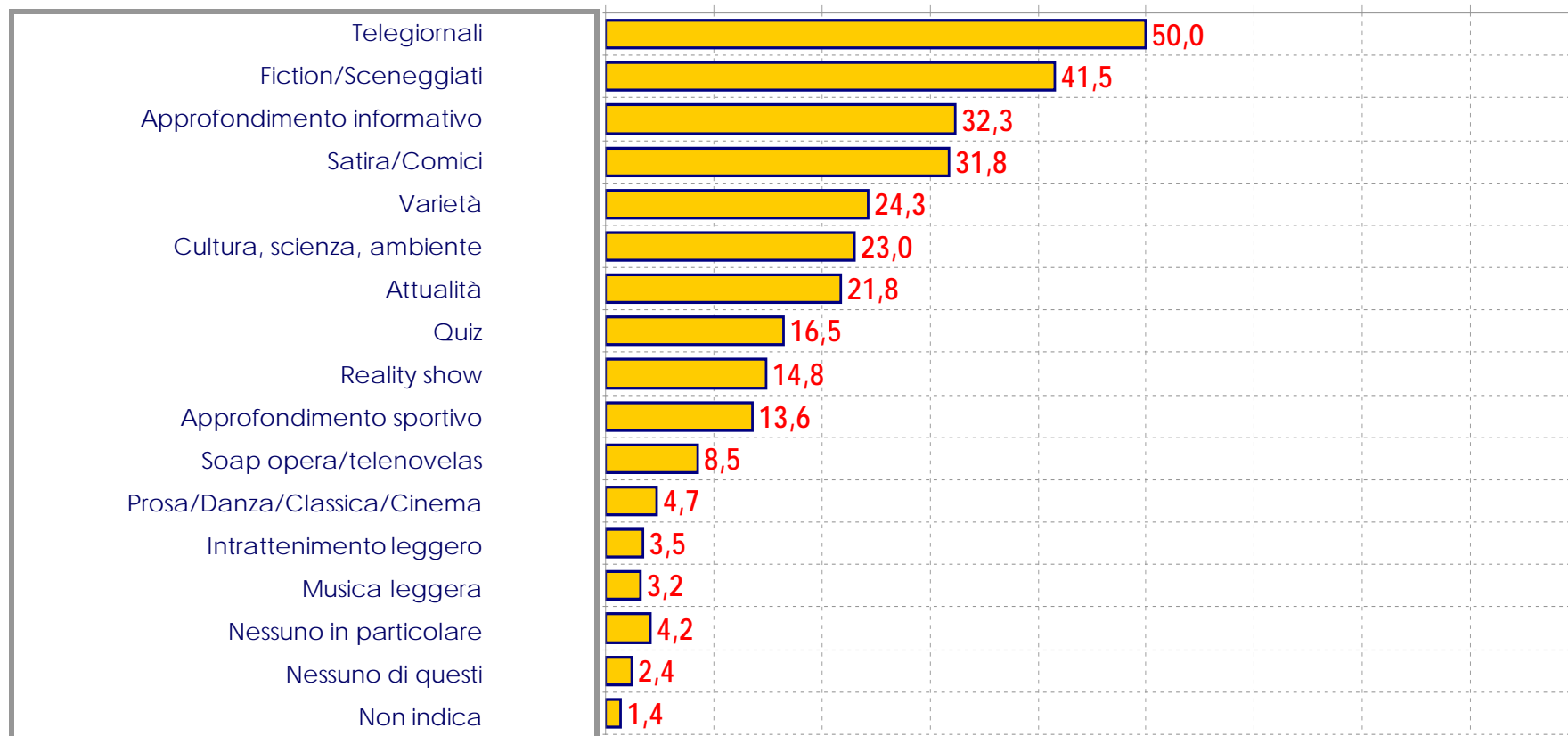


Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")

Comportamento di consumo tv

Fascia 20.30-22.30: i programmi richiesti

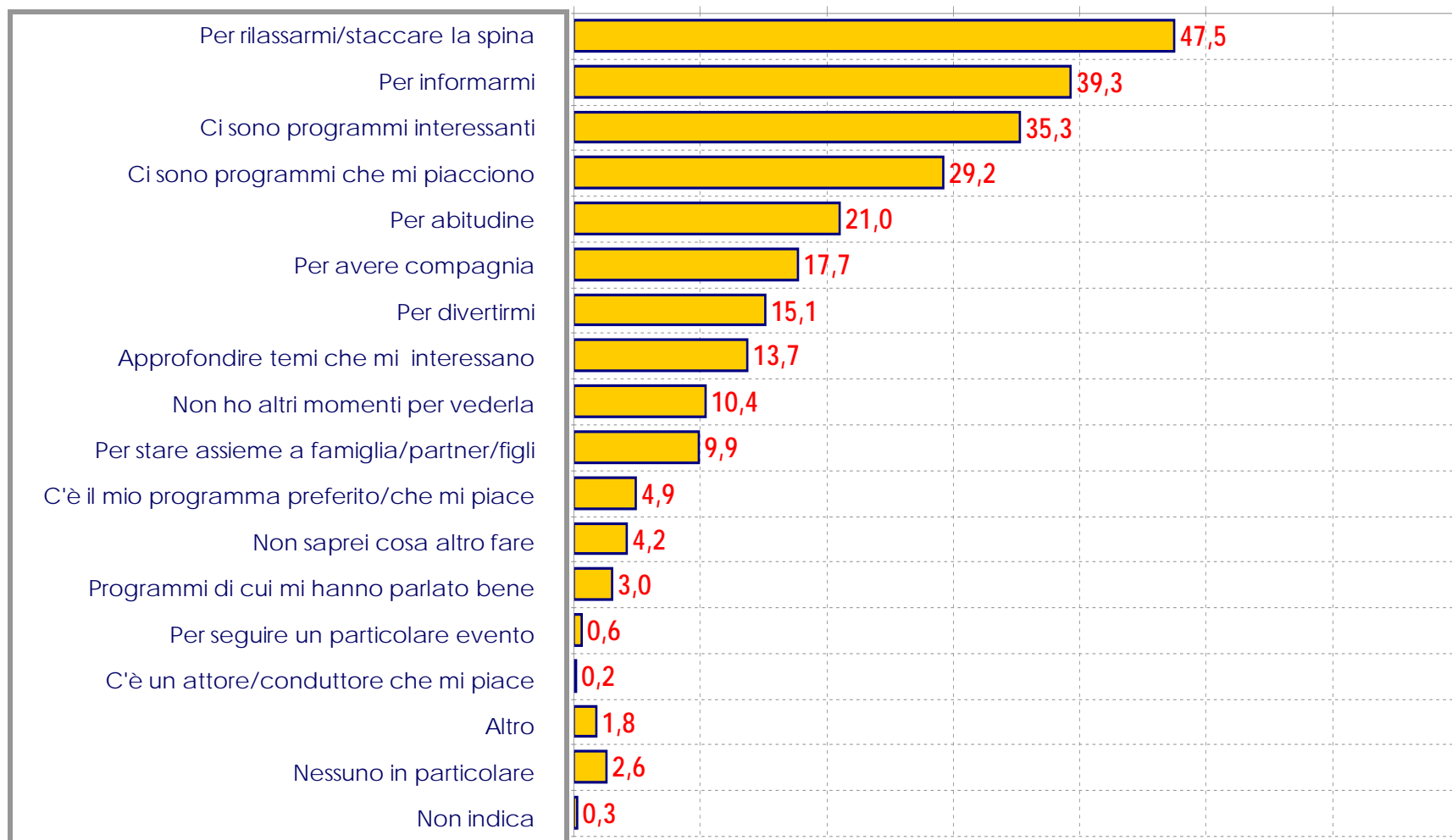
Valori %



Comportamento di consumo tv

Fascia 22.30-2.00: i motivi di visione

Valori %

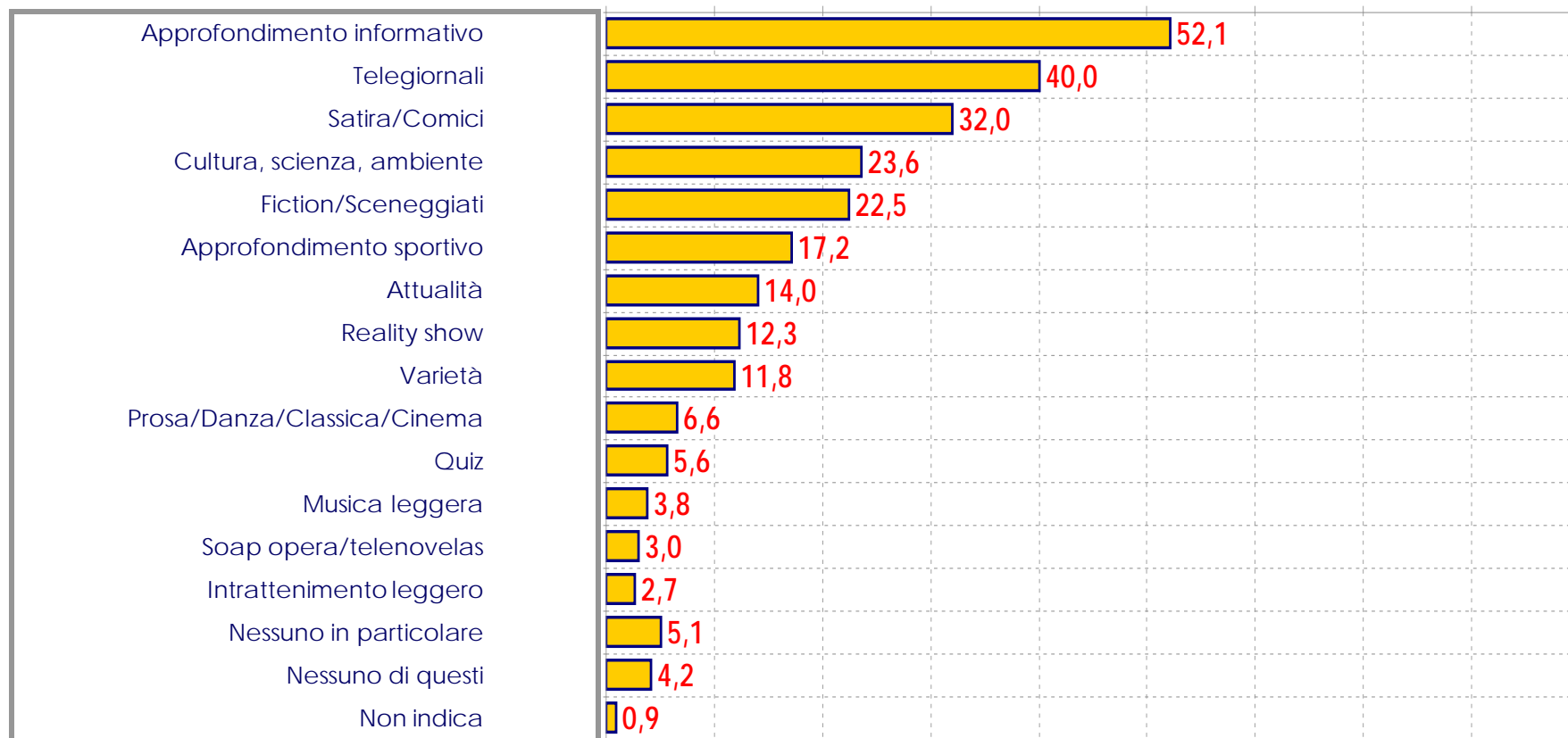


Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")

Comportamento di consumo tv

Fascia 22.30-2.00: i programmi richiesti

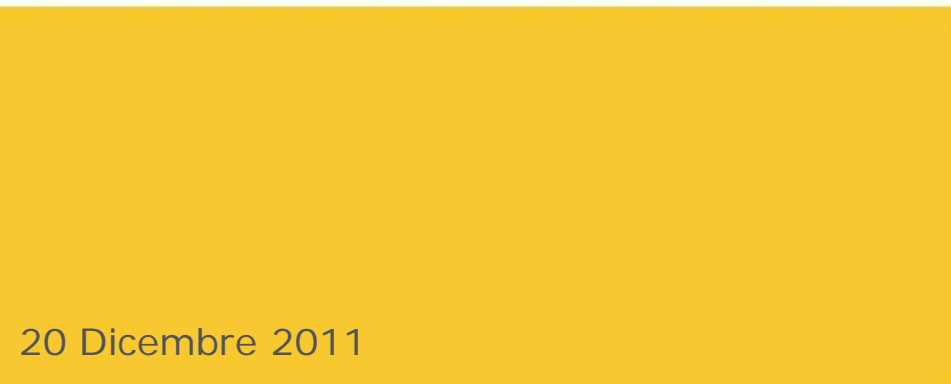
Valori %



Monitoraggio della qualità dei programmi RAI

Stagione autunnale 2011

Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: i generi, le reti, i programmi



PRAGMA srl

DINAMICHE

Indagine realizzata per conto di

20 Dicembre 2011

Indice di Qualità Percepita e Indice di Valore Pubblico

IQP: indice di qualità percepita

L'indice di *Qualità Percepita* registra un sostanziale allineamento rispetto alle più recenti rilevazioni (65 vs. 64), ma la crescita può considerarsi significativa se il dato viene confrontato con l'autunno 2009 (65 vs 63).

Questi dati assumono una particolare rilevanza se si considera che sono riferiti ad un contesto competitivo caratterizzato da un aumento esponenziale dell'offerta televisiva, determinato dal processo di digitalizzazione e dalla progressiva affermazione della pay-tv.

IVP: indice di valore pubblico

L'indice di *Valore Pubblico* delle trasmissioni evidenzia per la prima volta in cinque rilevazioni un segnale tendenziale di crescita (64 vs. 63).

NOTA: considerando che la sufficienza corrisponde all'indice 56, il buono all'indice 67 e che l'eccellenza parte dall'indice 78, si può dire che il giudizio complessivo su Rai è discreto. Occorre a tal proposito tener presente che esso non è espresso soltanto dai telespettatori fedeli ai programmi rilevati, ma valuta anche l'opinione di coloro che hanno scelto di non seguire un programma, anche se ne hanno sentito parlare o lo conoscono.

Qualità Percepita e Valore Pubblico: i generi

Anche per l'autunno 2011 **Cultura, scienza e ambiente** si conferma come il genere più performante in termini di qualità e di valore pubblico. Spiccano su tutti gli indici di *Alle falde del Kilimangiaro (RAI3)*, *Linea Blu (RAI1)*, *Superquark (RAI3)* e *Geo&geo (RAI3)*, con un IQP nettamente superiore a 70. Restano invece deboli *Protestantesimo (RAI2)* e *Sottovoce (RAI1)*, il cui IQP non supera la soglia di 50.

Stabile rispetto alla primavera la categoria **Telegiornali**. Tuttavia, valutando i trend nel tempo, si osserva un significativo miglioramento dell'offerta del *TG3 delle 14.30* e una lieve flessione delle due principali edizioni del *TG1* rispetto alla primavera, anche se in netto miglioramento rispetto allo scorso autunno. Aumenta sensibilmente il gradimento del *TG2 delle 13.00*, si mantiene su valori molto positivi l'edizione meridiana del *TGR*.

L'**Attualità**, grazie alle conferme di *Che tempo fa (RAI3)* e di *Occhio alla spesa (RAI1)* e ai buoni risultati di *La vita in diretta (RAI1)* e *Uno mattina (RAI1)* (questi ultimi due in netta crescita rispetto all'autunno 2009), si pone come terza categoria in termini di qualità e come seconda in termini valoriali. Da sottolineare il netto miglioramento di *Apprescindere*, mentre risulta complessivamente poco convincente il programma *Quello che...*

I **Quiz** si mantengono su più che discreti livelli di performance con gli ormai consolidati *L'eredità (RAI1)* e *Soliti Ignoti (RAI1)*.

Sostanzialmente soddisfacente il risultato delle **Fiction**: le nuove produzioni e la riuscita della nuova serie di *Don Matteo* hanno determinato un incremento significativo della categoria rispetto tanto all'autunno 2010 quanto all'autunno 2009. Eccellente *La Donna che ritorna*.

Qualità Percepita e Valore Pubblico: i generi

I programmi di **approfondimento informativo** confermano i dati di qualità degli ultimi due anni, facendo tuttavia registrare un significativo incremento in termini di valore pubblico. Molto buoni come sempre *Report (RAI3)* e *TG2 Medicina 33 (RAI2)*. In netta crescita *Presa Diretta (RAI3)*, mentre resta piuttosto debole, seppur in crescita, *Qui Radio Londra (RAI1)*.

Sale, rispetto alla primavera, il gradimento del **Varietà**, soprattutto grazie allo strepitoso successo del programma di Fiorello, *Il più grande spettacolo dopo il week-end (RAI1)*, e al ritorno dei *Migliori anni (RAI1)*. Si indebolisce rispetto al passato *Ti lascio una canzone (RAI1)* sia in termini di IQP sia di IVP. Non entusiasmano le performance di *Miss Italia (RAI1)*.

Positivo il genere **Intrattenimento leggero**, che, confermando i dati della primavera, consolida il significativo aumento di qualità e valore percepiti rispetto all'autunno 2009, nonostante la netta flessione di *Quelli che il calcio ... (RAI2)*.

Causa l'assenza in palinsesto di trasmissioni di buon impatto come *Nabucco* e *Napoli Millionaria*, flette significativamente la categoria **Prosa, danza, musica e cinema**.

Sostanzialmente stabile il genere **Satira/comici**.

L'**approfondimento sportivo** se confrontato con i dati dell'autunno 2009, registra un significativo decremento qualitativo per la quasi totalità dei programmi.

Se il gradimento della **Soap** *Un posto al sole* rimane stabile, crolla invece la **Musica Leggera**, la cui offerta non ha riscontrato il medesimo gradimento dei programmi trasmessi nelle passate stagioni (*Top of the pops*).

Indicatore della qualità percepita (RETI RAI)

	INDICATORE DELLA QUALITA' PERCEPITA (IQP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	Totale RAI	Totale RAI	Totale RAI	Totale RAI	Totale RAI
Cultura, scienza, ambiente	67	68	66	68	68
Telegiornali	66	66	65	67	65
Attualità	66	65	65	65	63
Quiz	66	65	63	66	60
Fiction/Sceneggiati	65	64	62	58	61
Approfondimento informativo	64	64	64	65	64
Varietà	64	62	67	64	68
Intrattenimento leggero	63	63	61	62	60
Prosa/Danza/Classica/Cinema	61	64	59	62	64
Satira/Comici	60	61	65	64	61
Approfondimento sportivo	58	61	61	58	61
Soap opera/telenovelas	51	51	51	54	52
Musica leggera	49	60	58	65	53
Reality show	-	40	-	42	-
MEDIA	65	64	64	64	63

Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è ≥ 2

Indicatore della qualità percepita (RAIUNO)

	INDICATORE DELLA QUALITA' PERCEPITA (IQP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	RAIUNO	RAIUNO	RAIUNO	RAIUNO	RAIUNO
Cultura, scienza, ambiente	68	68	66	64	67
Attualità	68	66	65	65	63
Telegiornali	66	66	63	67	65
Quiz	66	65	63	66	60
Fiction/Sceneggiati	66	64	62	58	62
Intrattenimento leggero	64	64	61	63	60
Prosa/Danza/Classica/Cinema	64	64	56	62	60
Varietà	64	62	67	64	68
Approfondimento informativo	59	62	62	62	62
Approfondimento sportivo	57	62	61	-	-
Musica leggera	-	59	-	-	-
Satira/Comici	-	-	-	-	-
Soap opera/telenovelas	-	-	-	-	-
Reality show	-	-	-	-	-
MEDIA	65	64	64	64	63

Indicatore della qualità percepita (RAIDUE)

	INDICATORE DELLA QUALITA' PERCEPITA (IOP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	RAIDUE	RAIDUE	RAIDUE	RAIDUE	RAIDUE
Approfondimento informativo	67	65	65	64	64
Telegiornali	66	64	64	67	66
Cultura, scienza, ambiente	64	66	66	67	70
Satira/Comici	64	58	-	-	55
Fiction/Sceneggiati	64	-	-	59	57
Intrattenimento leggero	62	62	60	61	59
Attualità	61	58	61	59	64
Approfondimento sportivo	58	61	61	58	61
Musica leggera	49	62	58	65	53
Quiz	-	54	-	-	-
Reality show	-	40	-	42	-
Prosa/Danza/Classica/Cinema	-	-	62	-	64
Varietà	-	-	-	-	-
Soap opera/telenovelas	-	-	-	-	-
MEDIA	63	61	63	61	62

Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è ≥ 2

Indicatore della qualità percepita (RAITRE)

	INDICATORE DELLA QUALITA' PERCEPITA (IQP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	RAITRE	RAITRE	RAITRE	RAITRE	RAITRE
Cultura, scienza, ambiente	69	68	67	72	69
Telegiornali	68	67	67	68	65
Intrattenimento leggero	68	-	62	-	-
Approfondimento informativo	67	67	65	66	66
Attualità	64	65	65	65	65
Fiction/Sceneggiati	62	62	-	-	55
Satira/Comici	60	62	65	64	63
Approfondimento sportivo	59	61	62	58	57
Prosa/Danza/Classica/Cinema	56	64	61	62	66
Soap opera/telenovelas	51	51	51	54	52
Musica leggera	-	-	-	-	-
Varietà	-	-	-	-	-
Quiz	-	-	-	-	-
Reality show	-	-	-	-	-
MEDIA	66	66	65	66	65

Indicatore del valore pubblico (RETI RAI)

	INDICATORE DEL VALORE PUBBLICO (IVP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	Totale RAI	Totale RAI	Totale RAI	Totale RAI	Totale RAI
Cultura, scienza, ambiente	67	68	66	68	68
Attualità	66	65	66	66	64
Telegiornali	65	65	65	68	65
Approfondimento informativo	65	63	64	64	64
Quiz	65	62	60	62	57
Fiction/Sceneggiati	64	62	62	57	60
Varietà	63	62	66	62	67
Intrattenimento leggero	62	62	61	62	59
Prosa/Danza/Classica/Cinema	60	63	59	61	64
Satira/Comici	58	61	65	62	58
Approfondimento sportivo	56	58	58	58	59
Soap opera/telenovelas	51	49	50	53	51
Musica leggera	48	60	54	62	51
Reality show	-	38	-	40	-
MEDIA	64	63	63	63	63

Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è ≥ 2

Indicatore del valore pubblico (RAIUNO)

	INDICATORE DEL VALORE PUBBLICO (IVP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	RAIUNO	RAIUNO	RAIUNO	RAIUNO	RAIUNO
Cultura, scienza, ambiente	67	67	66	65	66
Attualità	67	65	66	65	62
Quiz	65	63	60	62	57
Telegiornali	64	64	63	67	65
Intrattenimento leggero	64	63	61	64	60
Fiction/Sceneggiati	64	62	62	57	62
Varietà	63	62	66	62	67
Prosa/Danza/Classica/Cinema	62	62	57	61	60
Approfondimento informativo	59	61	62	62	62
Approfondimento sportivo	56	60	58	-	-
Musica leggera	-	60	-	-	-
Satira/Comici	-	-	-	-	-
Soap opera/telenovelas	-	-	-	-	-
Reality show	-	-	-	-	-
MEDIA	64	63	63	64	62

Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è ≥ 2

Indicatore del valore pubblico (RAIDUE)

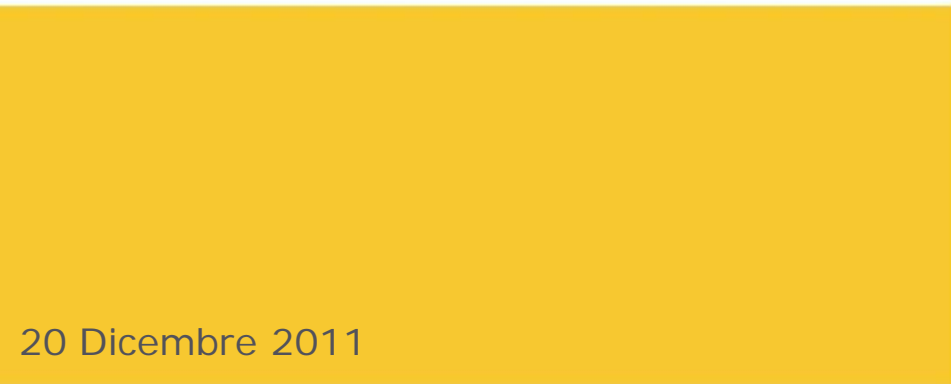
	INDICATORE DEL VALORE PUBBLICO (IVP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	RAIDUE	RAIDUE	RAIDUE	RAIDUE	RAIDUE
Approfondimento informativo	67	64	64	64	64
Telegiornali	65	63	64	67	65
Cultura, scienza, ambiente	64	66	66	67	70
Satira/Comici	64	58	-	-	50
Fiction/Sceneggiati	62	-	-	54	54
Attualità	61	58	61	59	63
Intrattenimento leggero	60	60	60	61	57
Approfondimento sportivo	56	58	58	58	59
Musica leggera	48	61	54	62	51
Quiz	-	52	-	-	-
Reality show	-	38	-	40	-
Prosa/Danza/Classica/Cinema	-	-	61	-	62
Varietà	-	-	-	-	-
Soap opera/telenovelas	-	-	-	-	-
MEDIA	62	60	62	60	61

Indicatore del valore pubblico (RAITRE)

	INDICATORE DEL VALORE PUBBLICO (IVP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	RAITRE	RAITRE	RAITRE	RAITRE	RAITRE
Cultura, scienza, ambiente	69	68	67	72	69
Approfondimento informativo	67	66	65	66	67
Telegiornali	66	66	67	69	64
Intrattenimento leggero	66	-	62	-	-
Attualità	65	66	66	67	66
Fiction/Sceneggiati	60	60	-	-	52
Satira/Comici	58	61	65	62	60
Prosa/Danza/Classica/Cinema	56	66	62	61	68
Approfondimento sportivo	56	58	59	58	55
Soap opera/telenovelas	51	49	50	53	51
Varietà	-	-	-	-	-
Quiz	-	-	-	-	-
Musica leggera	-	-	-	-	-
Reality show	-	-	-	-	-
MEDIA	66	65	65	66	65

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2011

CULTURA, SCIENZA, AMBIENTE



PRAGMA srl



DINAMICHE

Indagine realizzata per conto di



20 Dicembre 2011

Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITÀ PERCEPITA (IQP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
A SUA IMMAGINE	64	67	66	64	65
ALLE FALDE DEL KILIMANGIARO	76	75	72	-	74
BLU NOTTE (REPLICHE)	64	-	-	-	-
CORREVA L'ANNO	65	68	57	-	-
COSE DELL'ALTRO GEO (*)	70	-	67	-	-
DELITTI ROCK	59	-	-	-	-
DREAMS ROAD (*)	68	-	63	-	67
E SE DOMANI (*)	67	-	61	-	-
EASY DRIVER (*)	64	61	62	63	69
EAT PARADE (*)	62	-	-	-	-
FIGU ALBUM DI PERSONE (*)	55	48	-	-	-
FRATELLI D'ITALIA	69	57	-	-	-
GAP-GENERAZIONE ALLA PROVA (*)	64	-	-	-	-
GATE C (*)	65	63	-	-	-
GEO&GEO	72	76	72	74	73
LA STORIA SIAMO NOI (RAIDUE)	70	69	69	71	70
LA STORIA SIAMO NOI (RAITRE)	69	68	70	74	69
L'APPUNTAMENTO (*)	50	59	-	56	-
LINEA BLU	74	-	71	-	72
LINEA VERDE	70	72	68	67	68
LINEA VERDE ORIZZONTI	70	68	67	69	-
MAGAZZINI EINSTEIN (*)	61	55	-	-	-
PASSAGGIO A NORD OVEST (*)	74	71	74	69	74
PASSEPARTOUT (*)	69	66	59	67	61
PROTESTANTESIMO	49	51	64	-	-
RACCONTI DI VITA/PAESEREALE	60	56	60	62	62
SERENO VARIABILE	67	68	63	65	66
SORGENTE DI VITA	60	55	59	-	-
SOTTOVOCE	50	-	52	49	51
STORIE ANIMALI	72	-	-	-	-
SULLA VIA DI DAMASCO	65	66	65	63	-
SUPERQUARK	73	-	-	-	-
TG2 - SI VIAGGIARE	64	64	65	-	-
TGR BELLITALIA	67	67	66	70	-
TGR LEONARDO (*)	71	66	73	71	-
TV TALK (*)	69	59	62	66	68
UN GIORNO IN PRETURA	60	58	-	-	-
VISIONI PRIVATE (*)	55	-	-	-	-
VOYAGER	68	70	68	69	71
MEDIA DI GENERE	67	68	66	68	68

* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è ≥ 3

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (VP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
A SUA IMMAGINE	63	68	66	69	65
ALLE FALDE DEL KILIMANGIARO	75	74	72	-	73
BLU NOTTE (REPLICHE)	65	-	-	-	-
CORREVA L'ANNO	65	68	58	-	-
COSE DELL'ALTRO GEO (*)	71	-	69	-	-
DELITTI ROCK	57	-	-	-	-
DREAMS ROAD (*)	66	-	61	-	64
E SE DOMANI (*)	64	-	61	-	-
EASY DRIVER (*)	63	60	62	64	65
EAT PARADE (*)	61	-	-	-	-
FIGU ALBUM DI PERSONE (*)	60	49	-	-	-
FRATELLI D'ITALIA	67	54	-	-	-
GAP-GENERAZIONE ALLA PROVA (*)	64	-	-	-	-
GATE C (*)	58	60	-	-	-
GEO&GEO	72	76	73	75	73
LA STORIA SIAMO NOI (RAIDUE)	71	69	70	68	71
LA STORIA SIAMO NOI (RAITRE)	70	71	72	74	70
L'APPUNTAMENTO (*)	50	54	-	52	-
LINEA BLU	73	-	72	-	72
LINEA VERDE	71	72	68	67	69
LINEA VERDE ORIZZONTI	69	67	67	69	-
MAGAZZINI EINSTEIN (*)	62	56	-	-	-
PASSAGGIO A NORD OVEST (*)	72	71	74	69	72
PASSEPARTOUT (*)	70	66	61	66	57
PROTESTANTESIMO	48	41	64	-	-
RACCONTI DI VITA/PAESEREALE	61	58	59	61	63
SERENO VARIABILE	66	69	64	66	65
SORGENTE DI VITA	61	54	59	-	-
SOTTOVOCE	49	-	51	50	50
STORIE ANIMALI	71	-	-	-	-
SULLA VIA DI DAMASCO	65	66	65	64	-
SUPERQUARK	75	-	-	-	-
TG2 - SI VIAGGIARE	65	65	65	-	-
TGR BELLITALIA	65	67	67	70	-
TGR LEONARDO (*)	71	67	72	71	-
TV TALK (*)	66	56	61	66	69
UN GIORNO IN PRETURA	60	57	-	-	61
VISIONI PRIVATE (*)	55	-	-	-	-
VOYAGER	68	70	68	68	71
MEDIA DI GENERE	67	68	66	68	68

* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è ≥ 3

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI

Stagione autunnale 2011

TELEGIORNALI

20 Dicembre 2011



Indagine realizzata per conto di



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
TG1 (13.30)	66	67	65	68	65
TG1 (20.00)	64	65	59	65	66
TG2 (13.00)	67	64	64	67	67
TG2 (20.30)	65	64	64	66	65
TG3 (14.30)	69	67	66	67	64
TG3 (19.00)	67	68	66	66	64
TGR (14.00)	68	67	67	70	68
TGR (19.30)	65	66	67	69	65
MEDIA DI GENERE	66	66	65	67	65

Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è ≥ 3

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
TG1 (13.30)	65	65	65	68	65
TG1 (20.00)	63	63	60	65	65
TG2 (13.00)	65	64	64	67	66
TG2 (20.30)	64	64	65	66	65
TG3 (14.30)	67	66	67	68	63
TG3 (19.00)	66	68	67	67	64
TGR (14.00)	67	65	68	70	67
TGR (19.30)	64	66	67	69	64
MEDIA DI GENERE	65	66	65	68	65

Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è ≥ 3

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2011

ATTUALITA'

20 Dicembre 2011



Indagine realizzata per conto di



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITÀ PERCEPITA (IOP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
AGORA'	62	66	60	-	-
AGORA' BRONTOLO (*)	59	67	61	-	-
APPRESCINDERE	68	63	60	-	-
CHE TEMPO CHE FA	70	71	69	70	71
CHI L'HA VISTO	62	64	61	60	57
I NUOVI MILLE (*)	63	-	-	-	-
L'ITALIA SUL DUE	62	63	62	-	-
LA VITA IN DIRETTA	66	64	62	61	62
LE STORIE - DIARIO ITALIANO (*)	61	63	64	64	57
MI MANDA RAITRE	65	63	-	65	63
OCCHIO ALLA SPESA	69	70	68	70	67
QUELLO CHE ...	57	61	60	58	-
SBARRE (*)	58	-	-	-	-
SFIDE (*)	60	67	-	-	-
TELECAMERE	59	52	-	-	-
TRACCE (*)	*	-	-	-	-
UNO MATTINA	68	68	66	67	63
UNO MATTINA STORIE VERE (*)	69	-	-	-	-
VERDETTO FINALE	60	61	59	61	60
MEDIA DI GENERE	66	65	65	65	63

* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è ≥ 3

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
AGORA'	63	66	62	-	-
AGORA' BRONTOLO (*)	58	65	61	-	-
APPRESCINDERE	68	64	59	-	-
CHE TEMPO CHE FA	69	70	69	69	70
CHI L'HA VISTO	65	67	65	64	60
I NUOVI MILLE (*)	72	-	-	-	-
L'ITALIA SUL DUE	61	60	61	-	-
LA VITA IN DIRETTA	67	63	62	61	61
LE STORIE - DIARIO ITALIANO (*)	62	64	65	63	54
MI MANDA RAITRE	67	66	-	68	67
OCCHIO ALLA SPESA	70	70	70	71	68
QUELLO CHE ...	57	61	61	59	-
SBARRE (*)	61	-	-	-	-
SFIDE (*)	57	64	-	-	-
TELECAMERE	59	51	-	-	-
TRACCE (*)	*	-	-	-	-
UNO MATTINA	68	66	66	66	62
UNO MATTINA STORIE VERE (*)	68	-	-	-	-
VERDETTO FINALE	59	61	60	61	59
MEDIA DI GENERE	66	65	66	66	64

* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è ≥ 3

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI

Stagione autunnale 2011

QUIZ

20 Dicembre 2011



Indagine realizzata per conto di



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITÀ PERCEPITA (IQP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
L'EREDITÀ	69	68	66	68	68
SOLITI IGNOTI	63	-	62	64	-
MEDIA DI GENERE	66	65	63	66	60

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
L'EREDITÀ	69	67	66	67	66
SOLITI IGNOTI	60	-	58	59	
MEDIA DI GENERE	65	62	60	62	57

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2011

FICTION

20 Dicembre 2011



Indagine realizzata per conto di



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IOP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
AMORE CRIMINALE	62	63	-	-	-
CENERENTOLA	61	-	-	-	-
DON MATTEO 8	68	-	59	-	63
DOVE LA TROVI UNA COME ME (*)	62	-	-	-	-
IL GENERALE DELLA ROVERE (*)	65	-	-	-	-
IL SEGRETO DELL'ACQUA (*)	63	-	-	-	-
IL SIGNORE DELLA TRUFFA (*)	61	-	-	-	-
LA DONNA CHE RITORNA	78	-	-	-	-
LA RAGAZZA AMERICANA (*)	54	-	-	-	-
SARO' SEMPRE TUO PADRE (*)	61	-	-	-	-
TIBERIO MITRI (*)	64	-	-	-	-
TUTTI PAZZI PER AMORE	63	-	-	62	-
VIOLETTA (*)	66	-	-	-	-
MEDIA DI GENERE	65	64	62	58	61

* Esiguo numero di rispondenti

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
AMORE CRIMINALE	60	60	-	-	-
CENERENTOLA	58	-	-	-	-
DON MATTEO 8	67	-	60	-	62
DOVE LA TROVI UNA COME ME (*)	62	-	-	-	-
IL GENERALE DELLA ROVERE (*)	66	-	-	-	-
IL SEGRETO DELL'ACQUA (*)	61	-	-	-	-
IL SIGNORE DELLA TRUFFA (*)	58	-	-	-	-
LA DONNA CHE RITORNA	76	-	-	-	-
LA RAGAZZA AMERICANA (*)	55	-	-	-	-
SARO' SEMPRE TUO PADRE (*)	63	-	-	-	-
TIBERIO MITRI (*)	63	-	-	-	-
TUTTI PAZZI PER AMORE	61	-	-	60	-
VIOLETTA (*)	67	-	-	-	-
MEDIA DI GENERE	64	62	62	57	60

* Esiguo numero di rispondenti

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2011

APPROFONDIMENTO INFORMATIVO

20 Dicembre 2011



Indagine realizzata per conto di



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (ICP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
BALLARO'	65	64	63	63	63
BUONGIORNO ITALIA	68	68	67	-	-
IN MEZZORA	62	58	61	56	51
IN MEZZORA. LA CRISI (*)	76	-	-	-	-
L'ULTIMA PAROLA (*)	55	57	55	49	-
PIAZZA AFFARI (*)	58	-	-	-	-
PORTA A PORTA	61	61	60	61	60
PORTA A PORTA - 9 NOVEMBRE	59	-	-	-	-
PRESA DIRETTA	69	59	-	-	-
QUI RADIO LONDRA	45	43	-	-	-
REPORT	76	75	72	73	78
SETTEGIORNI	54	57	56	58	49
SPECIALE TG1	62	68	66	66	64
TG1 ECONOMIA	64	62	65	-	-
TG1 STORIA (*)	58	68	-	-	-
TG2 COSTUME E SOCIETA'	66	66	66	69	70
TG2 DOSSIER	66	67	66	66	63
TG2 STORIE	65	65	68	67	66
TG2 MEDICINA 33	76	73	73	73	72
TG2 MIZAR (*)	64	58	57	50	-
TG2 MOTORI	63	65	62	63	-
TG2 NON SOLO SOLDI	60	-	-	-	-
TG2 PUNTO DI VISTA (*)	75	68	-	-	-
TG2 PUNTO IT	62	65	63	68	61
TG3 AGENDA DEL MONDO (*)	62	60	-	-	-
TG3 LINEA NOTTE	66	65	66	68	63
TG3 SABATO NOTTE	63	60	-	-	-
TGR AMBIENTE ITALIA (*)	67	-	-	-	-
TGR BUONGIORNO REGIONE	70	69	67	68	66
TGR EST-OVEST (*)	64	67	64	72	-
TGR IL SETTIMANALE	67	67	62	62	61
TGR MEDITERRANEO	63	70	66	71	-
TGR MONTAGNE (*)	68	68	67	70	-
TGR PRODOTTO ITALIA (*)	66	63	60	70	-
TGR REGIONE EUROPA (*)	64	63	65	64	-
TV7	68	68	67	65	67
MEDIA DI GENERE	64	64	64	65	64

* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è ≥ 3

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
BALLARO'	64	64	62	62	62
BUONGIORNO ITALIA	67	67	65	-	-
IN MEZZORA	61	55	61	55	54
IN MEZZORA. LA CRISI (*)	75	-	-	-	-
L'ULTIMA PAROLA (*)	59	54	52	51	-
PIAZZA AFFARI (*)	59	-	-	-	-
PORTA A PORTA	61	60	60	60	60
PORTA A PORTA - 9 NOVEMBRE	57	-	-	-	-
PRESA DIRETTA	69	59	-	-	-
QUI RADIO LONDRA	43	42	-	-	-
REPORT	75	74	73	73	78
SETTEGIORNI	55	57	58	60	51
SPECIALE TG1	63	67	67	66	65
TG1 ECONOMIA	66	65	65	-	-
TG1 STORIA (*)	59	68	-	-	-
TG2 COSTUME E SOCIETA'	66	65	65	67	69
TG2 DOSSIER	66	65	66	66	63
TG2 STORIE	65	63	68	67	65
TG2 MEDICINA 33	76	73	74	74	73
TG2 MIZAR (*)	64	60	59	48	-
TG2 MOTORI	62	63	61	60	-
TG2 NON SOLO SOLDI	62	-	-	-	-
TG2 PUNTO DI VISTA (*)	76	76	-	-	-
TG2 PUNTO IT	64	64	63	67	60
TG3 AGENDA DEL MONDO (*)	65	62	-	-	-
TG3 LINEA NOTTE	68	64	67	66	65
TG3 SABATO NOTTE	63	59	-	-	-
TGR AMBIENTE ITALIA (*)	68	-	-	-	-
TGR BUONGIORNO REGIONE	70	69	65	69	67
TGR EST-OVEST (*)	65	64	64	70	-
TGR IL SETTIMANALE	68	64	61	63	63
TGR MEDITERRANEO	67	69	67	71	-
TGR MONTAGNE (*)	66	67	67	72	-
TGR PRODOTTO ITALIA (*)	68	63	61	67	-
TGR REGIONE EUROPA (*)	67	61	63	65	-
TV7	68	67	65	64	66
MEDIA DI GENERE	65	63	64	64	64

* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è ≥ 3

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2011

VARIETA'



20 Dicembre 2011

Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
I MIGLIORI ANNI	70	-	67	-	72
IL PIÙ GRANDE SPETTACOLO DOPO IL WEEK-END	82	-	-	-	-
ME LO DICONO TUTTI (*)	49	64	-	-	-
MISS ITALIA	45	-	-	-	-
TI LASCIO UNA CANZONE	63	-	66	69	-
MEDIA DI GENERE	64	62	67	64	68

* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è ≥ 3

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
I MIGLIORI ANNI	69	-	67	-	70
IL PIÙ GRANDE SPETTACOLO DOPO IL WEEK-END	81	-	-	-	-
ME LO DICONO TUTTI (*)	45	65	-	-	-
MISS ITALIA	44	-	-	-	-
TI LASCIO UNA CANZONE	62	-	65	66	-
MEDIA DI GENERE	63	62	66	62	67

* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è ≥ 3

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2011

INTRATTENIMENTO LEGGERO

20 Dicembre 2011



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
DI CHE TALENTO SEI (*)	54	-	-	-	-
DOMENICA IN.. L'ARENA	57	58	54	58	53
DOMENICA IN... COSÌ È LA VITA	58	-	-	-	-
I FATTI VOSTRI	62	63	61	61	55
LA PROVA DEL CUOCO	69	70	68	69	68
LE AMICHE DEL SABATO (*)	64	60	-	-	-
MEZZOGIORNO IN FAMIGLIA	63	62	59	60	59
QUELLI CHE IL CALCIO ...	56	59	57	58	62
QUELLI CHE...ASPETTANO	58	-	-	-	-
SOSTIENE BOLLANI (*)	68	-	-	-	-
UNO MATTINA IN FAMIGLIA	66	66	63	63	60
21° SECOLO - TESTIMONI E PROTAGONISTI (*)	52	56	-	-	-
MEDIA DI GENERE	63	63	61	62	60

* Esiguo numero di rispondenti

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
DI CHE TALENTO SEI (*)	52	-	-	-	-
DOMENICA IN.. L'ARENA	57	57	54	57	53
DOMENICA IN...COSÌ È LA VITA	57	-	-	-	-
I FATTI VOSTRI	61	61	61	61	54
LA PROVA DEL CUOCO	68	70	68	70	68
LE AMICHE DEL SABATO (*)	61	59	-	-	-
MEZZOGIORNO IN FAMIGLIA	62	61	60	61	59
QUELLI CHE IL CALCIO ...	54	57	54	57	58
QUELLI CHE...ASPETTANO	54	-	-	-	-
SOSTIENE BOLLANI (*)	66	-	-	-	-
UNO MATTINA IN FAMIGLIA	65	66	63	64	60
21° SECOLO - TESTIMONI E PROTAGONISTI (*)	52	54	-	-	-
MEDIA DI GENERE	62	62	61	62	59

* Esiguo numero di rispondenti

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2011

PROSA, DANZA, CLASSICA, CINEMA

20 Dicembre 2011



Indagine realizzata per conto di



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
APPLAUSI (*)	62	59	54	63	60
CINEMATOGRAFO	60	61	58	61	-
LA MUSICA DI RAITRE (*)	59	56	62	-	68
PRIMA DELLA PRIMA (*)	54	64	-	-	63
QUESTI FANTASMI (*)	70	-	-	-	-
MEDIA DI GENERE	61	64	59	62	64

* Esiguo numero di rispondenti

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
APPLAUSI (*)	63	57	55	63	60
CINEMATOGRAFO	58	60	58	60	-
LA MUSICA DI RAITRE (*)	61	66	61	-	68
PRIMA DELLA PRIMA (*)	55	65	-	-	67
QUESTI FANTASMI (*)	69	-	-	-	-
MEDIA DI GENERE	60	63	59	61	64

* Esiguo numero di rispondenti

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2011

SATIRA/COMICI



20 Dicembre 2011

Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
BLOB	60	61	62	63	-
CRAZY PARADE (*)	64	67	-	-	-
LILIT (*)	55	-	-	-	-
MEDIA DI GENERE	60	61	65	64	61

* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è ≥ 3

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
BLOB	58	60	61	62	-
CRAZY PARADE (*)	64	65	-	-	-
LILIT (*)	56	-	-	-	-
MEDIA DI GENERE	58	61	65	62	58

* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è ≥ 3

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2011

APPROFONDIMENTO SPORTIVO

20 Dicembre 2011



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
90° MINUTO	58	59	59	60	62
90° MINUTO B	61	59	60	58	-
90° MINUTO CHAMPIONS	58	61	60	-	62
LA DOMENICA SPORTIVA	56	61	63	57	62
NUMERO 1 (*)	62	60	65	60	-
RAISPORT DRIBBLING	56	59	59	58	58
SABATO SPRINT	58	65	59	55	57
STADIO SPRINT	59	61	62	59	62
TG SPORT (RAI 1)	57	62	61	-	-
TG SPORT (RAI 2)	60	62	61	55	-
MEDIA DI GENERE	58	61	61	58	61

* Esiguo numero di rispondenti

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
90° MINUTO	57	57	56	62	61
90° MINUTO SERIE B	58	56	58	58	-
90° MINUTO CHAMPIONS	56	58	57	-	-
LA DOMENICA SPORTIVA	55	58	60	57	60
NUMERO 1 (*)	62	55	63	62	-
RAISPORT DRIBBLING	56	55	56	59	56
SABATO SPRINT	57	62	57	55	56
STADIO SPRINT	56	58	61	59	63
TG SPORT (RAI 1)	56	60	58	-	-
TG SPORT (RAI 2)	58	60	57	55	-
MEDIA DI GENERE	56	58	58	58	59

* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è ≥ 3

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2011

SOAP OPERA/TELENOVELAS



20 Dicembre 2011

Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

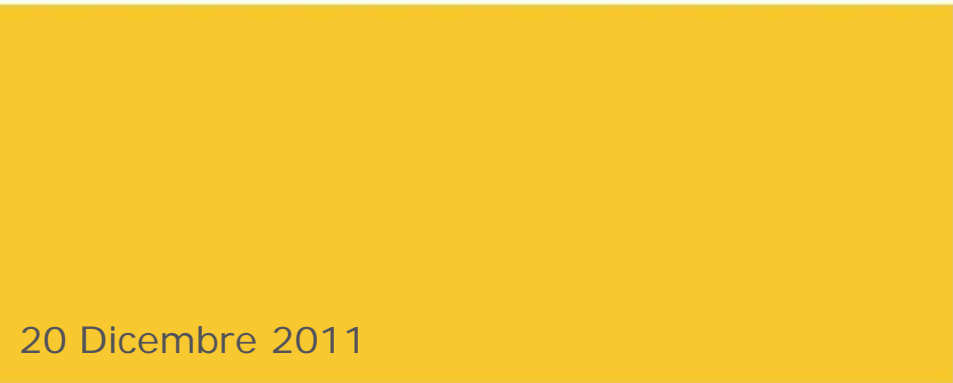
QUALITA' PERCEPITA (IQP)					
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
UN POSTO AL SOLE	51	51	51	54	52
MEDIA DI GENERE	51	51	51	54	52

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

VALORE PUBBLICO (IVP)					
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
UN POSTO AL SOLE	51	49	50	53	51
MEDIA DI GENERE	51	49	50	53	51

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2011

MUSICA LEGGERA



20 Dicembre 2011

Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
RITRATTI MUSICALI (*)	67	59	62	-	-
SABATO ACADEMY (*)	55	-	-	-	-
STAR ACADEMY (*)	45	-	-	-	-
MEDIA DI GENERE	49	60	58	65	53

* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.534 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.099 intervistati anche per il "prime time")
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è ≥ 3

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)				
	AUTUNNO 2011	PRIMAVERA 2011	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
RITRATTI MUSICALI (*)	74	59	60	-	-
SABATO ACADEMY (*)	53	-	-	-	-
STAR ACADEMY (*)	45	-	-	-	-
MEDIA DI GENERE	48	60	54	62	51

Appendice Il Questionario

20 Dicembre 2011



Indagine realizzata per conto di



Il questionario

CONDIZIONI DI ELEGGIBILITA'

A1. LEI O QUALCUNO DELLA SUA FAMIGLIA LAVORA IN ISTITUTI DI RICERCA DI MERCATO, AGENZIE DI PUBBLICITA' O SOCIETA' OPERANTI NEL SETTORE RADIOTELEVISIVO?

- Sì 1 → **Chiudere intervista**
- No 2

A2. LEI GUARDA ABITUALMENTE LA TELEVISIONE PER DUE O PIU' VOLTE ALLA SETTIMANA?

- No 1 → **Chiudere intervista**
- Sì 2

B1. IN PARTICOLARE, IN QUALE DI QUESTE FASCE ORARIE LE CAPITA DI VEDERE LA TELEVISIONE ALMENO PER DUE VOLTE ALLA SETTIMANA? (Intervistatore: leggere le risposte, possibili più risposte)

- 7.00-9.00 (prima mattina) 1
- 9.00-12.00 (mattinata) 2
- 12.00-15.00 (meridiana) 3
- 15.00-20.30 (pomeridiana/preserale) 4
- 22.30-2.00 (seconda serata) 5

(Compaiono a video solo le fasce orarie citate)

B2. E QUALE FASCIA ORARIA TRA QUELLE CHE MI HA CITATO SEGUE CON MAGGIORE FREQUENZA?

- 7.00-9.00 (prima mattina) 1
- 9.00-12.00 (mattinata) 2
- 12.00-15.00 (meridiana) 3
- 15.00-20.30 (pomeridiana/preserale) 4
- 22.30-2.00 (seconda serata) 5

Nota: considerare come quota la fascia oraria vista con maggiore frequenza. In caso di quote di fascia già chiuse, considerare per l'intervista quella più utile per il rispetto delle quote campionarie pre-assegnate.

B3. REGISTRARE QUOTE

- 7.00-9.00 (prima mattina) 1
- 9.00-12.00 (mattinata) 2
- 12.00-15.00 (meridiana) 3
- 15.00-20.30 (pomeridiana/preserale) 4
- 22.30-2.00 (seconda serata) 5

TIPOLOGIA

C. LE CAPITA DI VEDERE ABITUALMENTE, CIOE' ALMENO DUE VOLTE ALLA SETTIMANA, ANCHE LA FASCIA ORARIA TRA LE 20.30 E LE 22.30?

- Sì 1
- No 2

D. GENERE

- Maschio 1
- Femmina 2

E1. ETA'

G. REGIONE

- Valle d' Aosta 1
- Piemonte 2
- Lombardia 3
- Veneto 4
- Trentino Alto Adige 5
- Friuli Venezia Giulia 6
- Liguria 7
- Emilia Romagna 8
- Toscana 9
- Umbria 10
- Marche 11
- Lazio 12
- Abruzzo 13
- Molise 14
- Campania 15
- Puglia 16
- Basilicata 17
- Calabria 18
- Sicilia 19
- Sardegna 20

H. AMPIEZZA CENTRI ABITATI

- Sino a 10.000 abitanti 1
- Da 10.001 a 30.000 abitanti 2
- Da 30.001 a 100.000 abitanti 3
- Oltre 100.000 abitanti 4

I. TITOLO DI STUDIO ACQUISITO

- Nessuno 1
- Licenza Elementare 2
- Media inferiore 3
- Media superiore 4
- Laurea 5

L. PROFESSIONE

- Dirigenti 1
- Professionisti 2
- Imprenditori 3
- Insegnanti/impiegati 4
- Commercianti, artigiani 5
- Operai specializzati e qualificati 6
- Operai comuni, manovali, braccianti 7
- Agricoltori 8
- Rappresentanti 9
- Casalinghe 10
- Pensionati 11
- Studenti 12
- Disocc./altre condizioni non prof. 13
- Altra condizione professionale 14

M. DOTAZIONI TECNOLOGICHE (multipla)

- Tv tradizionale analogico 1
- Tv satellitare (Sky/free/altro) 2
- Digitale terrestre (integrato/decoder) 3
- Computer (mobile/fisso) 4
- Accesso ad internet (fisso/chiavetta) 5

INTERVISTA

Sezione 1 - Relazione con il mezzo tv

1. CON CHE FREQUENZA LE CAPITA DI VEDERE LA TELEVISIONE, ALMENO PER UN'ORA AL GIORNO? (Leggere le risposte)

- Tutti i giorni o quasi 1
- 4/5 volte la settimana 2
- 2/3 volte la settimana 3

(Solo a chi a dom. M ha indicato almeno due codici)

2. PREFERIBILMENTE LEI GUARDA LA TELEVISIONE TRAMITE.. (Compaiono a video gli item citati a dom. M; se cod.4 o cod. 5 appare "computer"; possibili più risposte)

- Tv tradizionale analogico 1
- Tv satellitare (Sky/free/altro) 2
- Digitale terrestre (integrato/decoder) 3
- Computer (mobile/fisso) 4
- Altro (specificare) 5
- Non so 6

Il questionario

(A tutti)
3. LE LEGGERO' ORA ALCUNE AFFERMAZIONI FATTE DA ALCUNI INTERVISTATI PRIMA DI LEI. PER CIASCUNA DI ESSE MI DOVREBBE DIRE IN CHE MISURA E' D'ACCORDO. DIA UN GIUDIZIO SU UNA SCALA DA 1 A 4 DOVE 1 SIGNIFICA PER NULLA D'ACCORDO E 4 MOLTO D'ACCORDO (Item a rotazione)

	Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Abbastanza d'accordo	Molto d'accordo	Non indica
La televisione è emozionante	1	2	3	4	5
La televisione è svago e relax	1	2	3	4	5
La televisione è divertimento e gioco	1	2	3	4	5
La televisione è indispensabile per sapere quel che accade nel mondo e intorno a me	1	2	3	4	5
La televisione ha una funzione divulgativa e educativa	1	2	3	4	5
La televisione è diventata oggi uno strumento per commercializzare prodotti e per stimolare l'acquisto	1	2	3	4	5
La tv è troppo spesso volgare e violenta	1	2	3	4	5
La televisione è uno strumento di compagnia	1	2	3	4	5
Alcuni programmi stimolano idee nuove	1	2	3	4	5
La televisione organizza la programmazione per aumentare l'audience	1	2	3	4	5
La televisione mi tutela come cittadino	1	2	3	4	5
La televisione mi dà informazioni utili, anche per organizzare i miei impegni (ad es. eventi, meteo, viabilità, ecc)	1	2	3	4	5

4. TRA QUESTI IN PARTICOLARE, QUALI SONO I SUOI GENERI TELEVISIVI PREFERITI? (Far vedere lo schermo; item ruotati)

- Telegiornali 1
- Programmi di informazione culturale/scientifica/ambientale, come, ad esempio, Voyager, Ulisse e Linea Verde 2
- Programmi di approfondimento informativo, come, ad esempio, Porta a porta, Anno Zero, Ballarò e TG3 Linea Notte 3
- Fiction/sceneggiati, come, ad esempio, Il Commissario Montalbano, Cugino & cugino e Cotti e mangiati 4
- Soap opera/telenovelas, come, ad esempio, Un posto al sole 5
- Varietà, come, ad esempio, Ballando con le stelle e Ciak si canta 6
- Programmi di attualità come, ad esempio, la Vita in diretta, Chi l'ha visto e Mi manda Raitre 7
- Programmi di musica leggera, come, ad esempio, Top of the pops 8
- Programmi di satira/comici, come, ad esempio, Parla con me 9
- Programmi di quiz, come, ad esempio, L'Eredità 10
- Programmi di approfondimento sportivo, come, ad esempio, Domenica Sportiva e 90° Minuto 11
- Reality show, come, ad esempio, L'Isola dei famosi 12
- Programmi di prosa, danza, musica classica e cinema, come, ad esempio, Applausi e Cinematografo 13
- Programmi di intrattenimento leggero come Mattina in famiglia e i Fatti Vostrì 14
- Nessuno in particolare 15
- Non indica 16

Sezione 2 - Comportamento di consumo tv

(A tutti)

5A/5B. LEI MI HA DETTO DI VEDERE ALMENO DUE VOLTE ALLA SETTIMANA I PROGRAMMI TRASMESSI TRA LE _____ (compare a video l'item registrato a dom. B3. Da ripetere eventualmente per il *prime time*, cioè cod.1 a dom. C). IN QUESTA FASCIA ORARIA GENERALMENTE QUALI SONO I MOTIVI CHE LA SPINGONO A VEDERE LA TELEVISIONE? (Spontanea, rilanciare, possibile più risposte)

- Per divertirmi 1
- Ci sono programmi interessanti 2
- Ci sono programmi che mi piacciono 3
- C'è il mio programma preferito/che mi piace (eventuale citazione) 4
- Per seguire un particolare evento (eventuale citazione) 5
- Per rilassarmi/staccare la spina/svargarmi 6
- Per informarmi 7
- Per stare assieme al partner/alla famiglia/i figli 8
- Non saprei cosa altro fare 9
- Per avere compagnia 10
- Per abitudine 11
- Per approfondire alcuni temi che mi interessano 12
- Ci sono programmi di cui hanno parlato bene/mi hanno incuriosito 13
- C'è un attore/conduuttore che mi piace (eventuale citazione) 14
- Non ho altri momenti per vederla 15
- Altro 16
- Nessuno in particolare 17
- Non indica 18

6A/6B. CHE TIPO DI PROGRAMMI CERCA GENERALMENTE IN QUESTA FASCIA ORARIA TRA I SEGUENTI? (Far vedere lo schermo; item ruotati)

- Telegiornali 1
- Programmi di informazione culturale/scientifica/ambientale, come, ad esempio, Voyager, Ulisse e Linea Verde 2
- Programmi di approfondimento informativo, come, ad esempio, Porta a porta, Anno Zero, Ballarò e TG3 Linea Notte 3
- Fiction/sceneggiati, come, ad esempio, Il Commissario Montalbano, Cugino & cugino e Cotti e mangiati 4
- Soap opera/telenovelas, come, ad esempio, Un posto al sole 5
- Varietà, come, ad esempio, Ballando con le stelle e Ciak si canta 6
- Programmi di attualità come, ad esempio, la Vita in diretta, Chi l'ha visto e Mi manda Raitre 7
- Programmi di musica leggera, come, ad esempio, Top of the pops 8
- Programmi di satira/comici, come, ad esempio, Parla con me 9
- Programmi di quiz, come, ad esempio, L'Eredità 10
- Programmi di approfondimento sportivo, come, ad esempio, Domenica Sportiva e 90° Minuto 11
- Reality show, come, ad esempio, L'Isola dei famosi 12
- Programmi di prosa, danza, musica classica e cinema, come, ad esempio, Applausi e Cinematografo 13
- Programmi di intrattenimento leggero come Mattina in famiglia e i Fatti Vostrì 14
- Nessuno in particolare 15
- Nessuno di questi 16
- Non indica 17

Il questionario

Sezione 3 - Programmi fruiti e non fruiti

7A/7B. LE ELENCHERO' ORA ALCUNI PROGRAMMI, MANDATI IN ONDA QUEST'AUTUNNO, RELATIVI ALLA FASCIA ORARIA _____ (compare a video la fascia indicata a dom. B3), IN CUI LEI MI HA DETTO DI SEGUIRE ABITUALMENTE LA TELEVISIONE. PER CIASCUNO DI ESSI MI DOVREBBE DIRE SE LO CONOSCE ANCHE SOLO PER SENTITO NOMINARE E SE, SEMPRE NEL CORSO DELL'AUTUNNO, LE E' CAPITATO DI SEGUIRLO ANCHE SOLO PER POCHI MINUTI. (Compaiono a rotazione i programmi da testare come da database)

	Lo conosce		(Se si) Lo ha visto...	
	Si	No	Si	No
PROGRAMMA P	1	2	1	2
PROGRAMMA Q	1	2	1	2
PROGRAMMA R	1	2	1	2
..... (altri programmi da testare)	1	2	1	2

Nota: se l'intervistato non conosce alcun programma, passare a dom. 22 se spettatore di prime time o a dom. 37 se non spettatore; se non ha visto nessuno dei programmi elencati, ma ne conosce almeno uno, passare a dom. 14; se ha visto almeno un programma, proseguire con dom. 8

(Per i primi due programmi visti)

8. LEI MI HA DETTO DI AVERE VISTO _____ (compaiono a video a rotazione i programmi seguiti). MI PUO' ESPRIMERE IL SUO GIUDIZIO SUL PROGRAMMA IN GENERALE, UTILIZZANDO UNA SCALA DI TIPO SCOLASTICO CON UN VOTO DA 1 A 10, DOVE 1 E' IL VOTO MINIMO E 10 IL VOTO MASSIMO?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

*NON INDICA 11

9. QUALI SONO LE RAGIONI CHE L'HANNO SPINTA A SEGUIRE _____ (compaiono a video i programmi a rotazione)? (Spontanea, approfondire)

- E' Bello/Mi piace 1
- Mi piace il genere/il tipo di programma 2
- E' coinvolgente/emozionante 3
- E' obiettivo/imparziale 4
- E' facile da comprendere 5
- E' curato/fatto Bene 6
- Fa compagnia 7
- Per curiosita' /attira la mia attenzione 8
- E' divertente/allegro/simpatico 9
- E' originale/diverso dagli altri 10
- E' utile/si imparano cose nuove 11
- Propone belle immagini 12
- E' un programma moderno/dinamico 13
- Ha un ritmo veloce/coinciso 14
- Non è violento/volgare/diseducativo 15
- E' adatto a tutti/adatto anche ai bambini 16
- Mi piace la trama, la storia/e' avvincente 17
- Per paragonarlo/confrontarlo con altri simili 18
- Mi piacciono i temi/gli argomenti trattati/sono interessanti 19
- Mi piace la varieta' dei temi/argomenti 20
- Mi piace il modo in cui sono trattati i temi/gli argomenti 21
- Mi piace il presentatore/il conduttore 22
- Mi piacciono gli ospiti/ospiti interessanti 23
- Mi piacciono gli attori/la recitazione 24
- Mi piacciono i comici 25
- Mi piacciono i cantanti 26
- Per abitudine 27
- Per passatempo/svago/per non annoiarmi 28
- Per rilassarmi/distendermi 29
- E' visto/seguito da un familiare 30
- Per la fascia oraria/una comoda fascia oraria 31
- Perché' vedo la trasmissione che lo precede 32
- Lo guardano gli amici/lo guardano tutti 33
- Per caso/senza motivi particolari 34
- Altro 35
- Non Indica 36

10. LE LEGGERO' ALCUNI ASPETTI RELATIVI AL PROGRAMMA _____ (compaiono a video a rotazione i programmi seguiti), CHE LEI MI HA DETTO DI AVER VISTO. PER CIASCUNO DI ESSI MI DOVREBBE DIRE IN CHE MISURA E' D'ACCORDO SULLE AFFERMAZIONI CHE ORA LE LEGGERO' SEMPRE UTILIZZANDO UNA SCALA DI TIPO SCOLASTICO DA 1 A 10, DOVE 1 CORRISPONDE A UN TOTALE DISACCORDO E 10 AL MASSIMO ACCORDO. (Item a rotazione)

E' divertente (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' emozionante, coinvolgente (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' educativo, insegna delle cose	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' distensivo, rilassante	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' originale	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' curato, fatto bene	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Non è adatto a tutti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' ben condotto (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' volgare (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Genera ansia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' violento (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Non è utile	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

*NON INDICA 11

(*) Questi item non devono comparire per alcuni programmi (vedi database)

(Per i primi due programmi visti; solo per i programmi per cui sono previste domande di approfondimento- vd. database)

11. COME LEI SAPRA' LE TRASMISSIONI DI PUBBLICA UTILITA' DOVREBBERO AVERE CARATTERISTICHE PRECISE CHE RIGUARDANO LA RELAZIONE TRA PROGRAMMI E SPETTATORI. LE ELENCHERO' ALCUNE TRA QUESTE CARATTERISTICHE E PER CIASCUNA DI ESSE MI DOVREBBE INDICARE IN CHE MISURA SECONDO LEI IL PROGRAMMA _____ (compaiono a video a rotazione i programmi visti) LE POSSIEDE CON UN VOTO DA 1 A 10, DOVE 1 INDICA LA TOTALE ASSENZA DELLA CARATTERISTICA E 10 IL PIENO POSSESSO DEL REQUISITO. (Item a rotazione)

Offre spazi a tutti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' equilibrato e rispettoso delle idee e delle convinzioni politiche, sociali e religiose di tutti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Può essere compreso da tutti gli spettatori	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Arricchisce culturalmente	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Offre informazioni ampie ed accurate	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

*NON INDICA 11

(Per i primi due programmi visti)

12. IN GENERALE CON CHE FREQUENZA LE CAPITA DI GUARDARE _____ (compaiono a video a rotazione i programmi visti)?

- Tutte le puntate/spesso 1
- Qualche volta 2
- Raramente 3

(Per i primi due programmi visti)

13. IN PARTICOLARE LEI TENDE A VEDERE QUESTO PROGRAMMA _____ (compaiono a video a rotazione i programmi visti)

- Per intero o quasi 1
- Solo la parte centrale 2
- Solo l'inizio 3
- Solo la parte finale 4
- Non indica 5

Il questionario

(Solo a chi conosce ma non ha visto i programmi cioè cod. 2 a dom. 7B, per il primo programma non visto indicato)

14. LEI MI HA DETTO DI NON AVER VISTO _____ (compare a video il programma a rotazione). PUO' INDICARMI I MOTIVI? (Spontanea, approfondire)

- Non mi piace il programma 1
- Non mi piace il genere/il tipo di programma/non mi interessa 2
- Non mi coinvolge/non emoziona/noioso 3
- E' fizioso/poco obiettivo/non veritiero 4
- E' impegnativo/difficile da seguire 5
- E' poco curato/fatto male 6
- Non mi diverte/poco allegro 7
- Poco originale/ripetitivo 8
- E' un programma vecchio/da rinnovare 9
- Ha un ritmo lento 10
- E' troppo veloce/poco approfondito 11
- E' violento/volgare/diseducativo 12
- E' troppo superficiale/troppi gossip 13
- Non va bene per tutti/inadatto ai bambini 14
- Non mi piace la trama, la storia 15
- Mi fa venire l'ansia 16
- Non mi piacciono i temi/gli argomenti trattati/non mi interessano 17
- Poca varietà dei temi/argomenti 18
- Non mi piace il modo in cui sono trattati i temi/gli argomenti 19
- Troppe voci che urlano /sovrapposte 20
- Non mi piace il presentatore/il conduttore 21
- Non mi piacciono gli ospiti/ospiti non interessanti 22
- Non mi piacciono gli attori/la recitazione 23
- Non mi piacciono i comici 24
- Non mi piacciono i cantanti 25
- Non mi e' comodo l'orario 26
- Viene trasmesso troppo tardi 27
- Preferisco altri programmi simili 28
- Vedo un'altra trasmissione 29
- Troppa pubblicita' 30
- Per impegni/mancanza di tempo 31
- Problemi di ricezione/antenna 32
- Non lo guardano gli amici/guarda nessuno 33
- Nessun motivo In Particolare 34
- Altro 35
- Non Indica 36

(Solo a chi conosce ma non ha visto i programmi cioè cod. 2 a dom. 7B, per il primo programma non visto indicato)

15. MI PUO' ESPRIMERE IL SUO GIUDIZIO SUL PROGRAMMA _____ (compare a video il programma a rotazione) IN GENERALE, UTILIZZANDO UNA SCALA DI TIPO SCOLASTICO CON UN VOTO DA 1 A 10, DOVE 1 E' IL VOTO MINIMO E 10 IL VOTO MASSIMO?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

*NON INDICA 11

(Solo a chi conosce ma non ha visto i programmi cioè cod. 2 a dom. 7B, per il primo programma non visto indicato)

16. LE LEGGERO' ALCUNI ASPETTI RELATIVI AL PROGRAMMA _____ (compare a video il programma a rotazione), CHE LEI MI HA DETTO DI NON AVER VISTO. PER CIASCUNO DI ESSI MI DOVREBBE DIRE IN CHE MISURA E' D'ACCORDO SULLE AFFERMAZIONI CHE ORA LE LEGGERO' SEMPRE UTILIZZANDO UNA SCALA DI TIPO SCOLASTICO DA 1 A 10, DOVE 1 CORRISPONDE A UN TOTALE DISACCORDO E 10 AL MASSIMO ACCORDO. (Item a rotazione)

E' divertente (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' emozionante, coinvolgente (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' educativo, insegna delle cose	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' distensivo, rilassante	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' originale	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' curato, fatto bene	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Non è adatto a tutti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' ben condotto (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' volgare (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Genera ansia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' violento (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Non è utile	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

*NON INDICA 11

(*) Questi item non devono comparire per alcuni programmi (vedi database)

(Solo a chi conosce ma non ha visto i programmi cioè cod. 2 a dom. 7B, per il primo programma non visto indicato; solo per i programmi per cui sono previste domande di approfondimento - vd. database)

17. COME LEI SAPRA' LE TRASMISSIONI DI PUBBLICA UTILITA' DOVREBBERO AVERE CARATTERISTICHE PRECISE CHE RIGUARDANO LA RELAZIONE TRA PROGRAMMI E SPETTATORI. LE ELENCHERO' ALCUNE TRA QUESTE CARATTERISTICHE E PER CIASCUNA DI ESSE MI DOVREBBE INDICARE IN CHE MISURA SECONDO LEI IL PROGRAMMA _____ (compare a video il programma a rotazione) LE POSSIEDE CON UN VOTO DA 1 A 10, DOVE 1 INDICA LA TOTALE ASSENZA DELLA CARATTERISTICA E 10 IL PIENO POSSESSO DEL REQUISITO. (Item a rotazione)

Offre spazi a tutti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' equilibrato e rispettoso delle idee e delle convinzioni politiche, sociali e religiose di tutti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Può essere compreso da tutti gli spettatori	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Arricchisce culturalmente	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Offre informazioni ampie ed accurate	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

*NON INDICA 11

(A tutti coloro che conoscono il programma, cioè cod. 1 a dom. 7A, per i primi due programmi fruiti e per il primo non fruito)

18. SEMPRE UTILIZZANDO UNA SCALA DI TIPO SCOLASTICO DA 1 A 10, DOVE 1 CORRISPONDE AL VOTO MINIMO E 10 AL VOTO MASSIMO, IN CHE MISURA LEI RITIENE CHE IL PROGRAMMA _____ (appare programma) POSSA RAPPRESENTARE UN VALORE PER IL PUBBLICO?

- (Compaiono voti da 1 a 10)
- Non indica 11

Il questionario

(A tutti coloro che conoscono il programma, cioè cod. 1 a dom. 7A, per i primi due programmi fruiti e per il primo non fruito)

20. RISPETTO A PROGRAMMI SIMILI A QUESTO, LEI IN GENERALE RITIENE CHE _____ (appare programma) SIA...

- Migliore 1
- Peggiora 2
- Dello stessa qualità 3
- Non indica 4

(A tutti coloro che conoscono il programma, cioè cod. 1 a dom. 7A, per i primi due programmi fruiti e per il primo non fruito)

21. HA QUALCHE SUGGERIMENTO PER IL MIGLIORAMENTO QUALITATIVO DEL PROGRAMMA?
(compaiono a video le risposte precodificate in allegato a seconda del genere di appartenenza del programma indicato nel database)

Vedi Allegato

Nota: le domande 7-21 si ripetono per il prime time: saranno le dom. 22-36



PRAGMA srl



DINAMICHE

Dinamiche/Emg: Via Derna, 26 – 20132 Milano
Tel. +39.02.26.80.93.82
Fax. +39.02.28.47.43.1

Pragma: Via Nizza 152 - 00198 Roma
Tel. +39.06.844.88.1
Fax. +39.06.844.88.298