

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2010



Indagine realizzata per conto di **Rai**


10 Dicembre 2010

Indice

Metodologia	3
La fruizione Tv	16
Gli indicatori di sintesi: generi, reti, programmi	32
▪ Varietà	47
▪ Cultura, Scienza, Ambiente	50
▪ Telegiornali	53
▪ Attualità	56
▪ Satira/Comici	59
▪ Approfondimento informativo	62
▪ Quiz	65
▪ Fiction	68
▪ Intrattenimento leggero	71
▪ Approfondimento sportivo	74
▪ Prosa, Danza, Classica, Cinema	77
▪ Musica leggera	80
▪ Soap opera/Telenovelas	83
▪ Appendice: il questionario	86

Metodologia



Indagine realizzata per conto di 

Metodologia

Oggetto dell'indagine: misurazione della qualità percepita dei principali programmi televisivi Rai trasmessi sui canali generalisti 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 2010 (15 ottobre – 14 novembre 2010).

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: 7.556

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:

- 500 interviste per la fascia di prima mattina
- 1.977 interviste per la mattinata
- 2.004 interviste per la fascia meridiana
- 1.538 interviste per la fascia pomeridiana/preserale
- 1.537 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 7.556 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 23,0% 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 1.737 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: 1.688).
- 37 comuni medio-piccoli (totale comuni in Italia: 874; numero interviste: 1.818).
- 50 grappoli di comuni piccoli, che rappresentano circa 185 comuni-campione (totale comuni in Italia: 6.921; numero interviste: 2.313).

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 alla 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 nei 30 giorni antecedenti l'intervista), quanto le risposte dei "non fruitori" (cioè coloro che, pur conoscendo il programma, non l'hanno visto nel mese precedente).

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 2010

La fruizione della tv



10 Dicembre 2010

La fruizione della tv: i generi editoriali

L'analisi sulle modalità e le motivazioni di fruizione della televisione, espresse dalla platea televisiva, evidenzia la capacità della programmazione Rai di soddisfare i molteplici bisogni e aspettative del pubblico, che variano nell'arco dell'intera giornata.

Come nelle precedenti rilevazioni, anche nell'autunno 2010 emerge che i telegiornali (72,5%) risultano il genere preferito dal pubblico televisivo, seguito dai quiz (37,9%).

Rispetto alla scorsa rilevazione primaverile, diminuisce il gradimento degli intervistati per il genere fiction (32,4% vs 34,8%), superato dall'approfondimento informativo (35,5% vs 34,4) e dall'attualità (34,3% vs 33,1%). Cresce leggermente la preferenza per il genere cultura (33,8% vs 31,5%). Minore gradimento riscuotono, invece, i programmi di Intrattenimento leggero e i varietà, seguiti dai programmi di satira, dalle soap opera e dallo sport.

Anche in questa rilevazione autunnale l'esigenza di informarsi trova conferma in quasi tutte le fasce orarie, in particolare nella fascia di prima mattina (56%) e in quella meridiana (47%). "Informarsi" è uno dei principali motivi di visione anche nelle fasce pomeridiana e serale.

La fruizione della tv: i generi editoriali

Durante la mattinata (fascia 9.00-12.00), la televisione è vissuta principalmente come strumento di compagnia. Ciò si traduce nella ricerca di programmi di intrattenimento o, in minor misura, di trasmissioni di attualità o di informazione culturale, scientifica e documentaristica.

Nella fascia meridiana, tra le 12.00 e le 15.00, oltre ai telegiornali, la cui domanda aumenta poiché cresce il bisogno di informazione, svolgono un ruolo di primo piano i programmi di intrattenimento leggero e le soap opera, che vengono seguiti un po' per abitudine, un po' per la necessità di "staccare la spina".

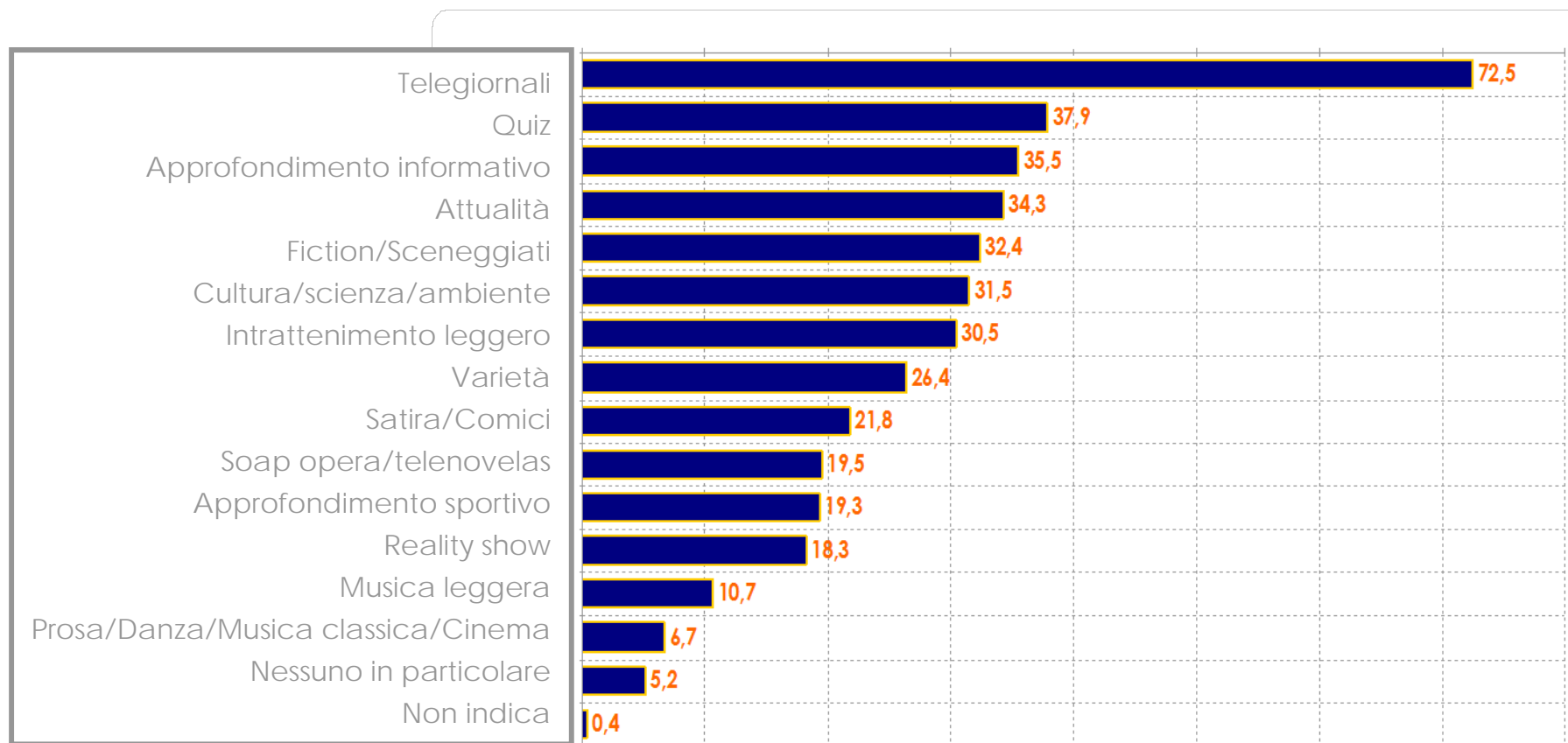
Nella fascia pomeridiana/preserale (dalle 15:00 alle 20.30), i quiz e i programmi di attualità si confermano due generi ad alto valore per il pubblico televisivo.

In prima serata, la necessità di svago e relax si combina con la richiesta di informarsi e approfondire, esigenza in crescita rispetto alla precedente rilevazione primaverile (35% vs 33%). Tra i generi preferiti si rilevano, infatti, i telegiornali e gli approfondimenti informativi, seguiti da fiction e cultura.

Relazione con il mezzo tv

I generi televisivi preferiti

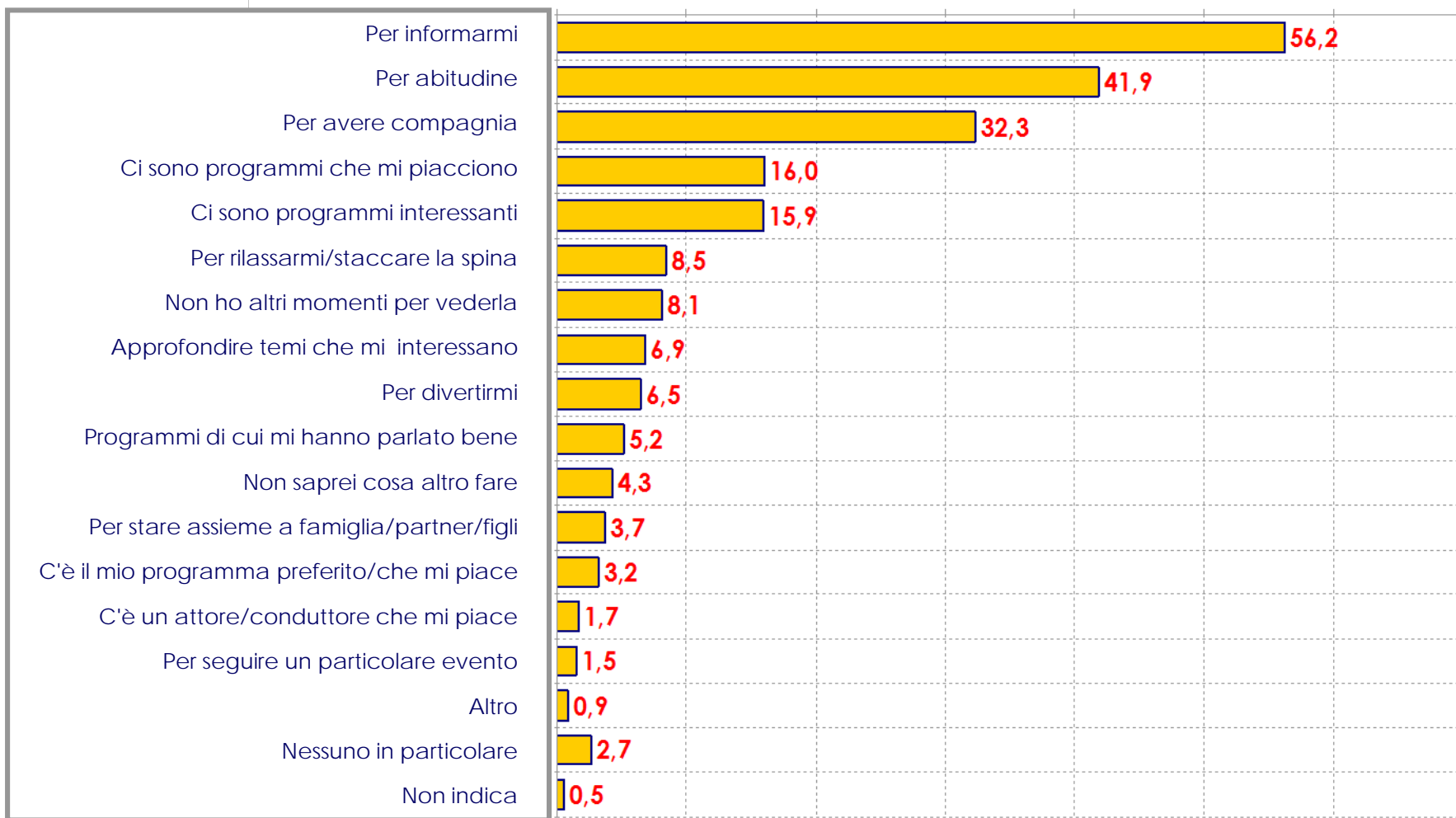
Valori %



Comportamento di consumo tv

Fascia 7.00-9.00: i motivi di visione

Valori %

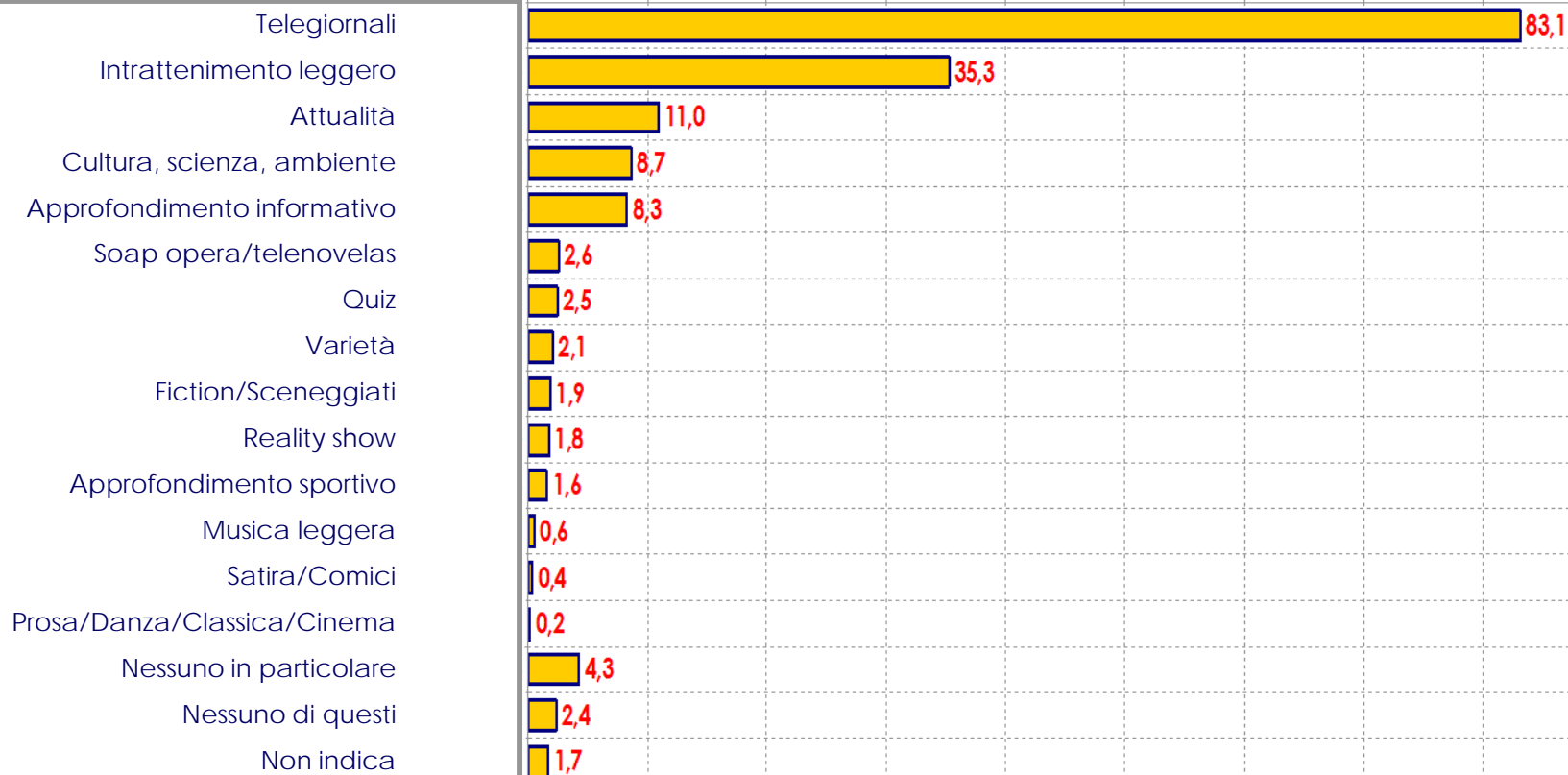


Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 intervistati anche per il "prime time")

Comportamento di consumo tv

Fascia 7.00-9.00: i programmi richiesti

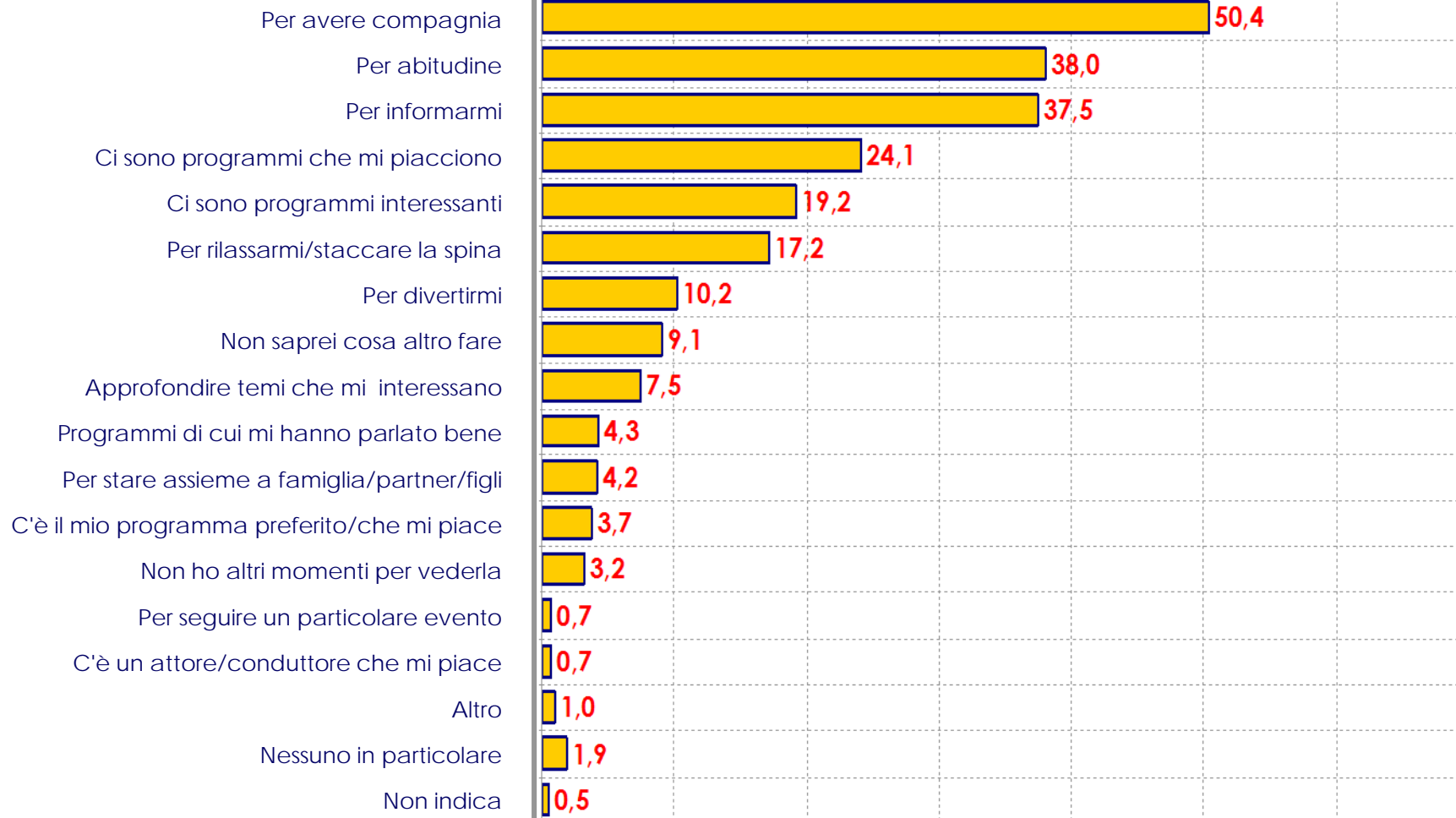
Valori %



Comportamento di consumo tv

Fascia 9.00-12.00: i motivi di visione

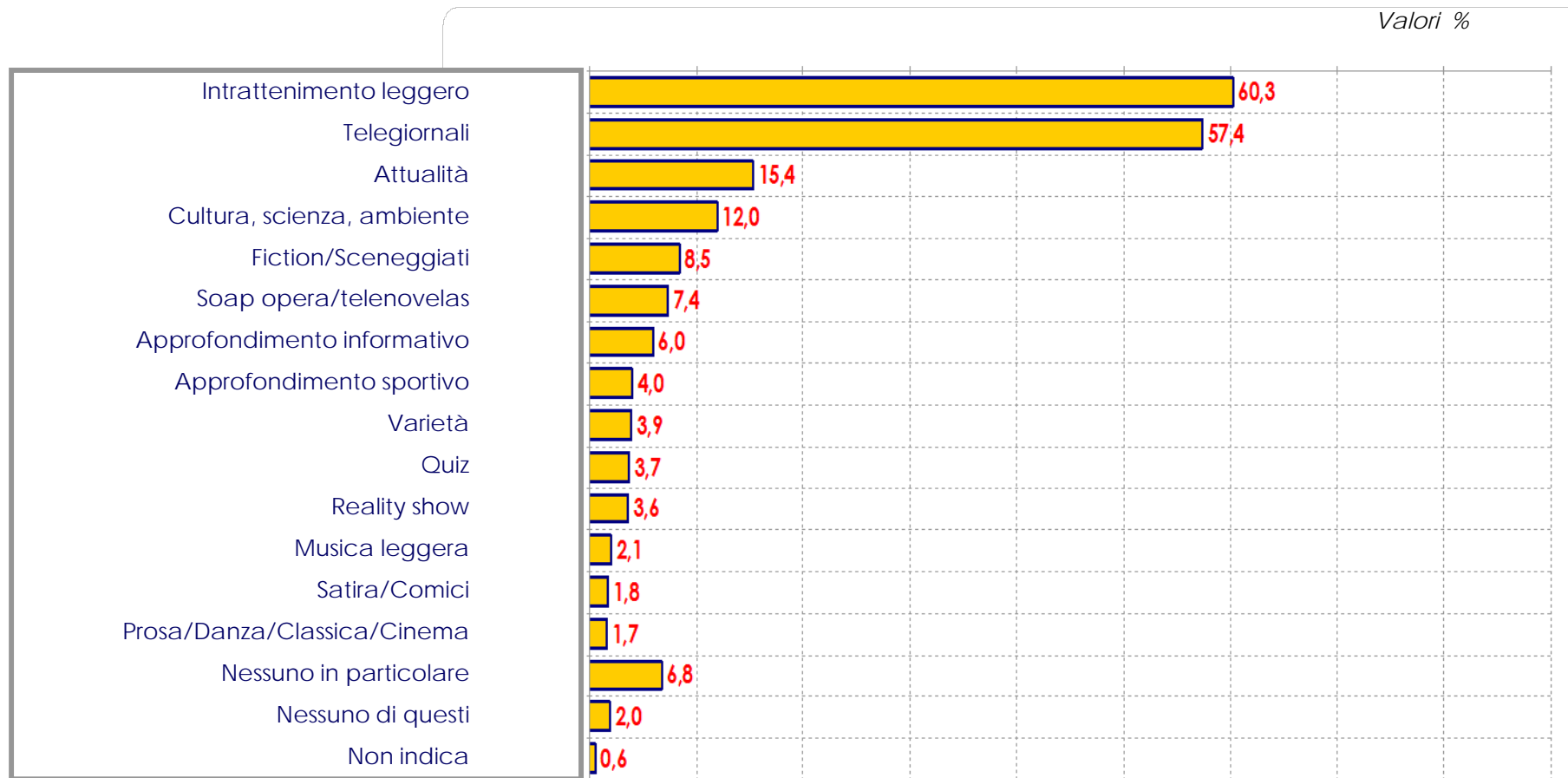
Valori %



Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 intervistati anche per il "prime time")

Comportamento di consumo tv

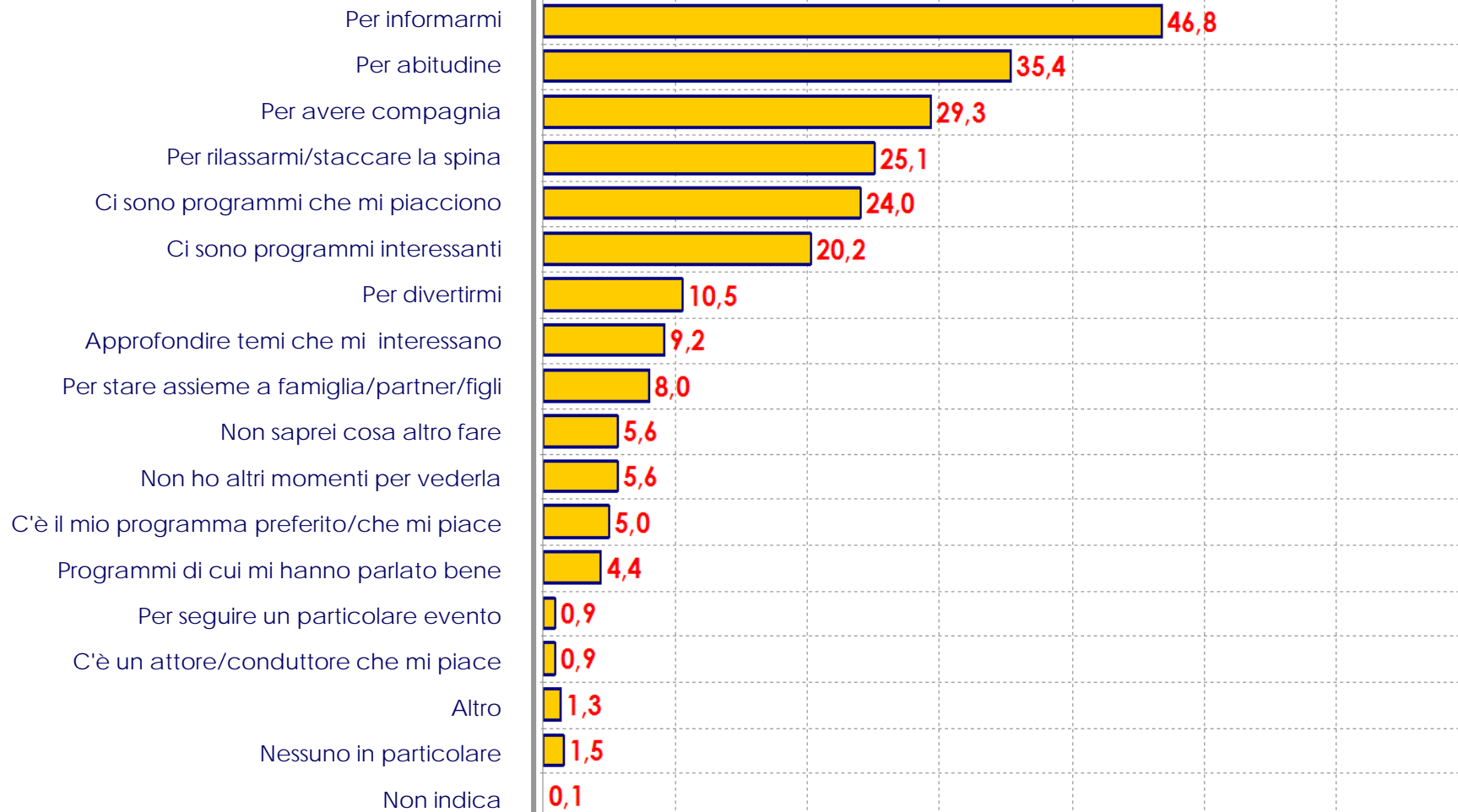
Fascia 9.00-12.00: i programmi richiesti



Comportamento di consumo tv

Fascia 12.00-15.00: i motivi di visione

Valori %

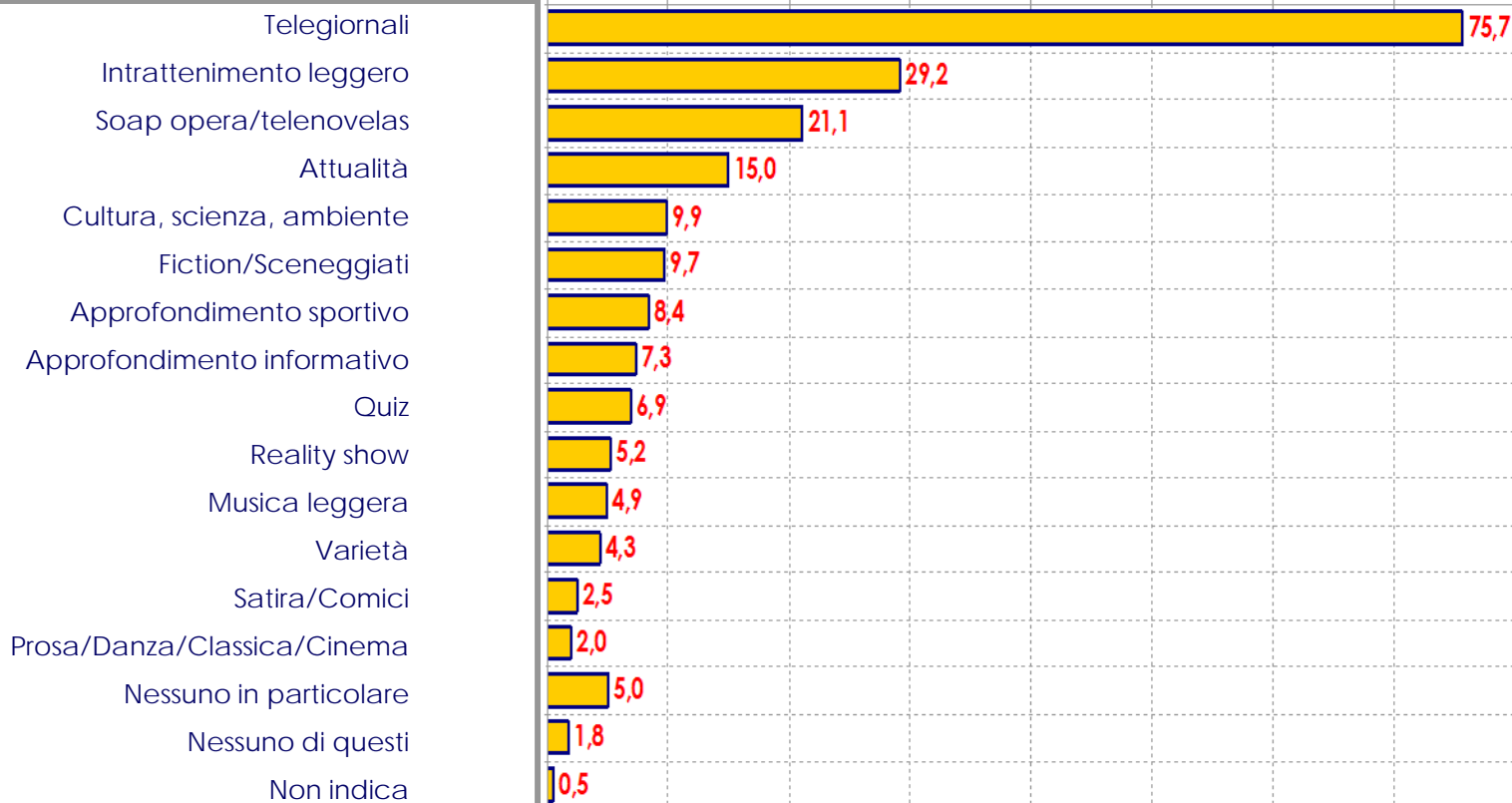


Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 intervistati anche per il "prime time")

Comportamento di consumo tv

Fascia 12.00-15.00: i programmi richiesti

Valori %

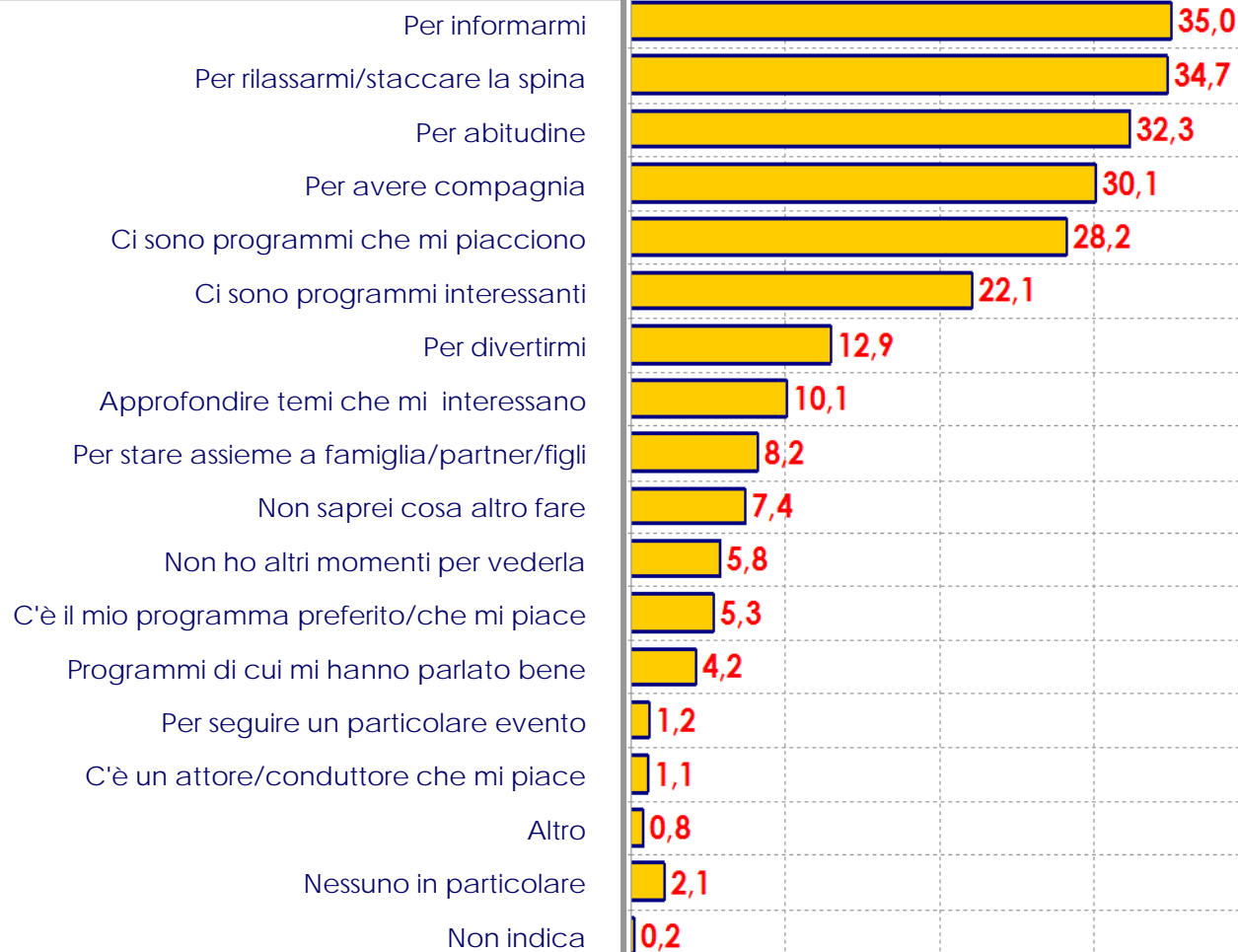


Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 intervistati anche per il "prime time")

Comportamento di consumo tv

Fascia 15.00-20.30: i motivi di visione

Valori %

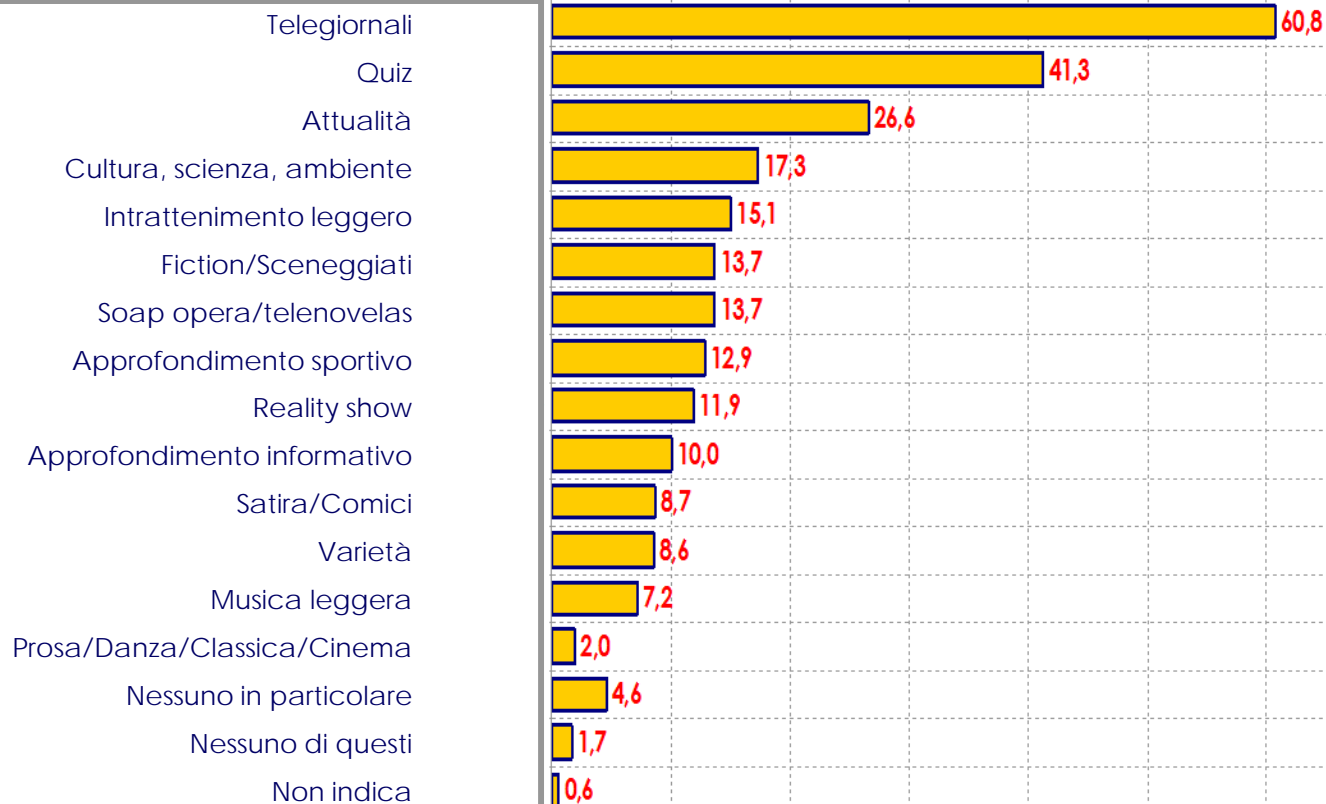


Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 intervistati anche per il "prime time")

Comportamento di consumo tv

Fascia 15.00-20.30: i programmi richiesti

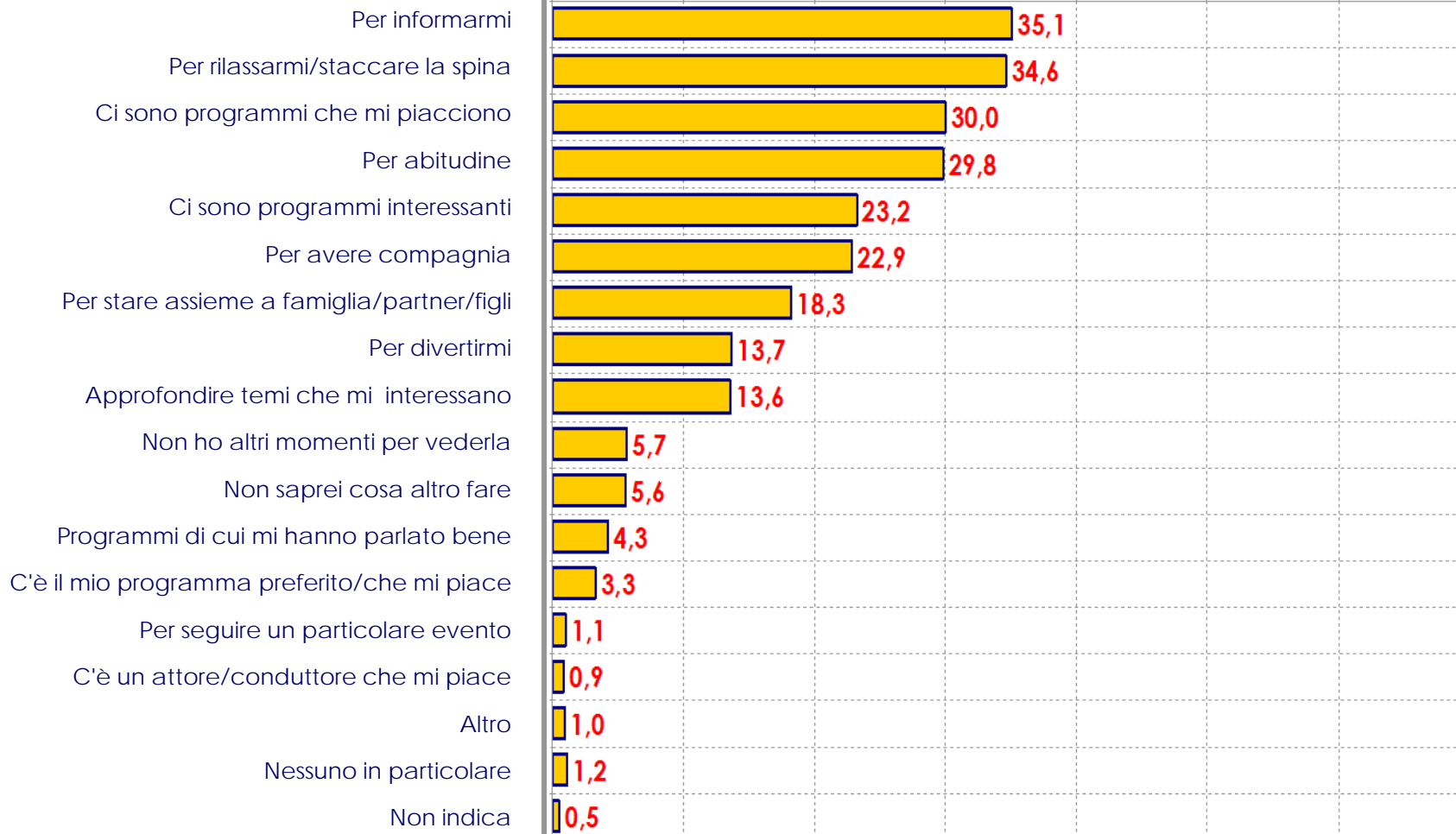
Valori %



Comportamento di consumo tv

Fascia 20.30-22.30: i motivi di visione

Valori %

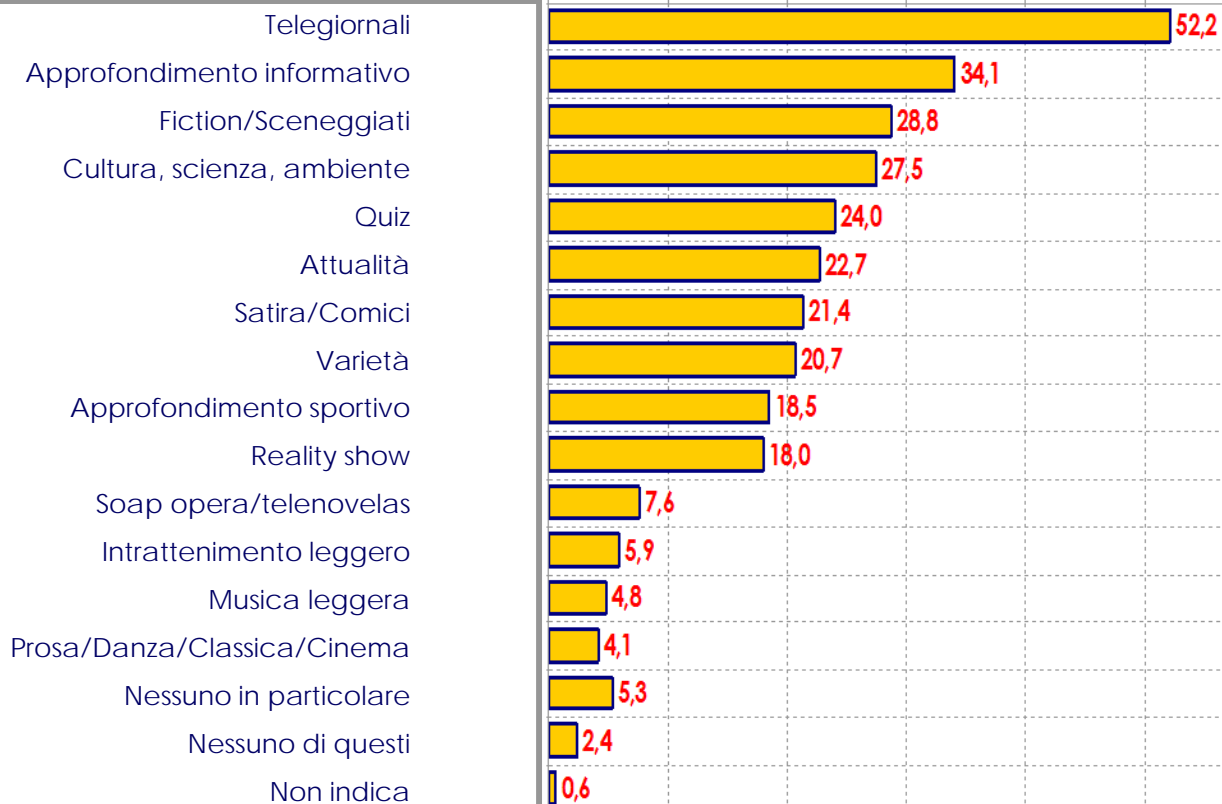


Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 intervistati anche per il "prime time")

Comportamento di consumo tv

Fascia 20.30-22.30: i programmi richiesti

Valori %

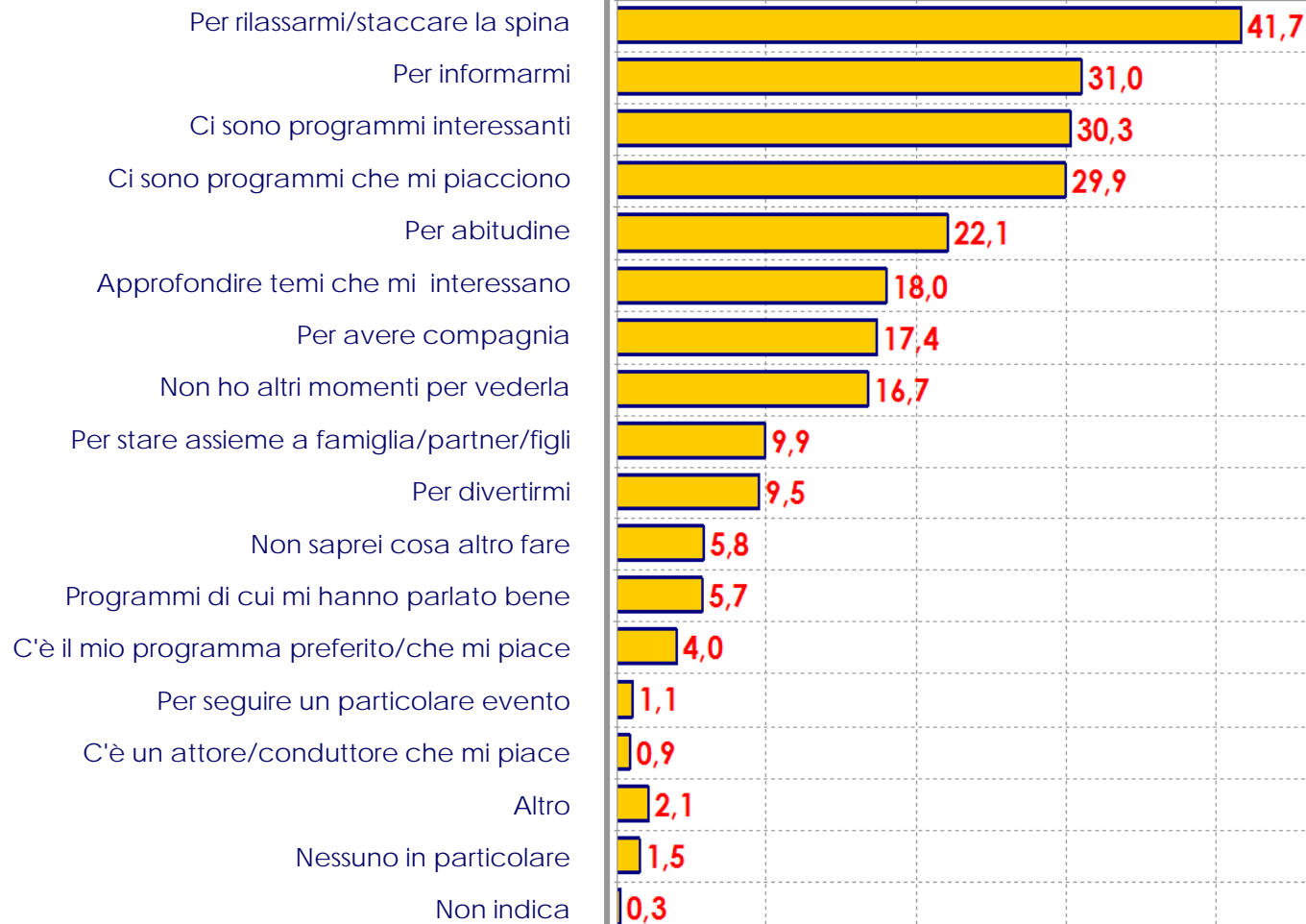


Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 intervistati anche per il "prime time")

Comportamento di consumo tv

Fascia 22.30-2.00: i motivi di visione

Valori %

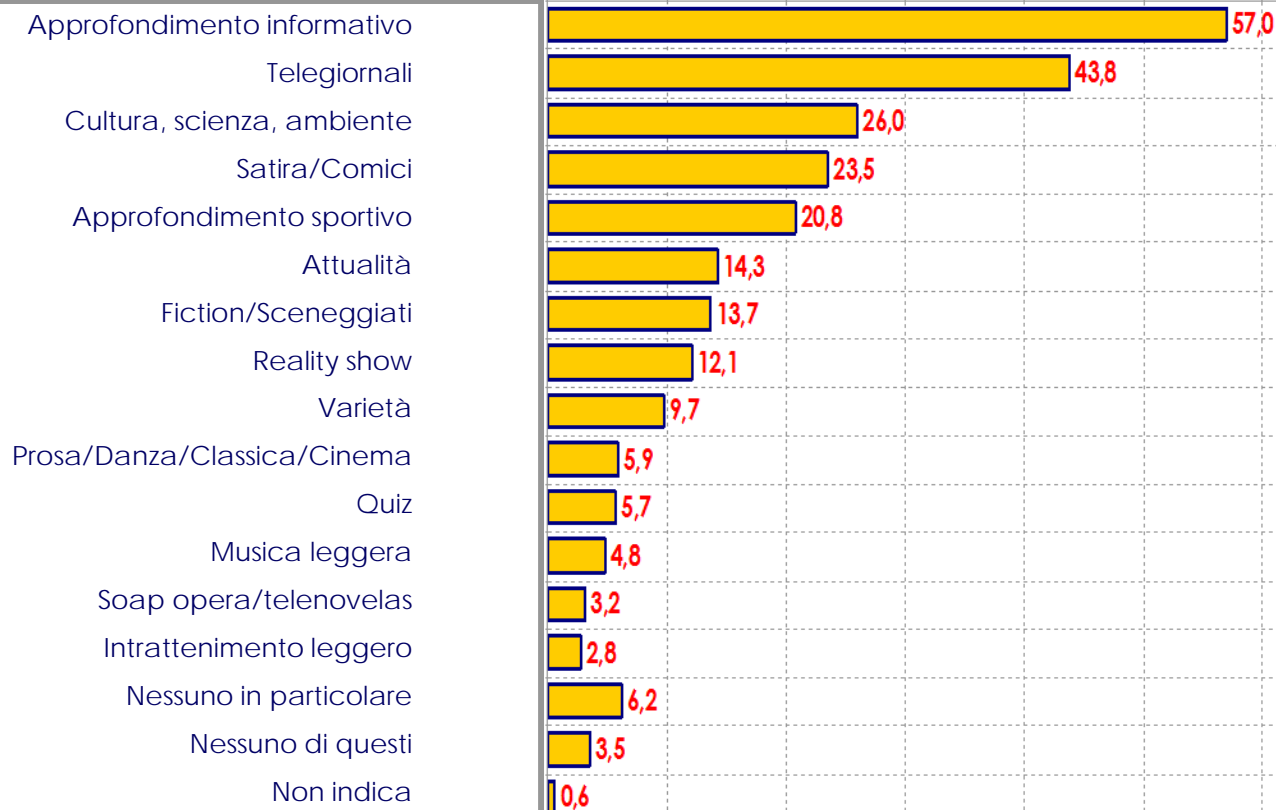


Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 intervistati anche per il "prime time")

Comportamento di consumo tv

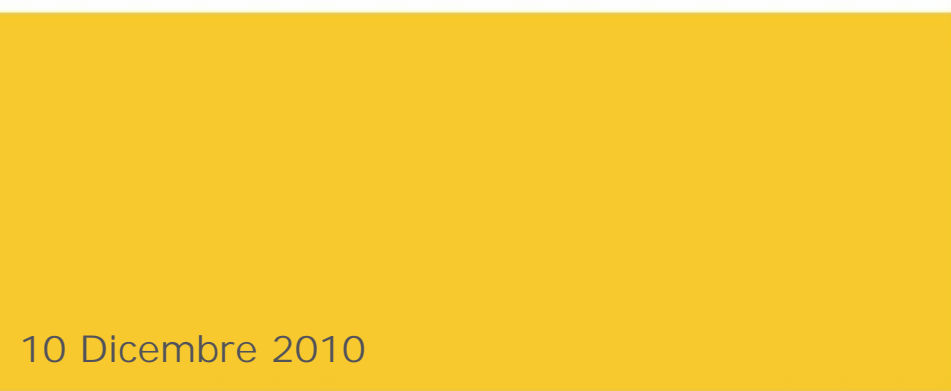
Fascia 22.30-2.00: i programmi richiesti

Valori %



Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2010

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



10 Dicembre 2010

Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: generi e reti

IQP: indice di qualità percepita

L'indicatore RAI generale di *Qualità Percepita* registra un valore pari a 64

Il valore risulta stabile rispetto alla rilevazione della primavera 2010 (64), mentre cresce di un punto rispetto allo scorso autunno (63).

Considerando che la sufficienza corrisponde all'indice 56, il buono all'indice 67 e che l'eccellenza parte dall'indice 78, si può evidenziare che **il giudizio complessivo su Rai è più che sufficiente**. 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.

Tutti i generi ottengono valori dell'IQP più che sufficienti, ad eccezione delle *Soap opera*. In particolare si segnalano le buone performance dei generi *Varietà e Cultura, Scienza e Ambiente*.

Rispetto all'autunno 2009:

- il trend di gradimento della *Satira*, già aumentato notevolmente nella primavera 2010, si conferma in crescita;
- la *Musica leggera* guadagna 5 punti, pur essendo in flessione rispetto alla primavera;
- i *Quiz* mostrano un incremento, anche se subiscono un lieve calo rispetto alla rilevazione primaverile;

Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: generi e reti

- i generi *Varietà, Fiction e Approfondimento sportivo* risultano stabili, dopo una flessione primaverile;
- i *Telegiornali e l'Approfondimento informativo* sono in linea con i valori autunnali, mentre evidenziano una lieve flessione rispetto alla rilevazione primaverile;
- in calo la qualità percepita di *Cultura, Scienza e Ambiente, Prosa/Danza/Classica/Cinema*.

In particolare, per quanto riguarda le Reti:

- Il giudizio su **RaiUno** si mantiene costante nel corso delle rilevazioni effettuate. Tra i generi che incidono positivamente sulla determinazione del valore dell'indice di qualità percepita si evidenziano il *Varietà, l'Attualità e Cultura, Scienza e Ambiente*;
- il giudizio su **RaiDue** si riassetta sui valori dell'autunno 2009, dopo una leggera flessione nel periodo primaverile 2010. I generi *Cultura, Scienza e Ambiente* e *l'Approfondimento informativo* registrano valori dell'indice di qualità al di sopra della media di rete;
- Il giudizio su **RaiTre** rimane stabile nei tre periodi rilevati. *Cultura, Scienza e Ambiente* e i *Telegiornali* ottengono valutazioni superiori alla media.

Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: generi e reti

IVP: indice di valore pubblico

L'indice RAI di *Valore Pubblico* registra un valore pari a 63

Il valore è stabile rispetto alle rilevazioni della primavera 2010 e dell'autunno 2009.

Tutti i generi ottengono valori dell'IVP più che sufficienti, ad eccezione della *Musica leggera* e delle *Soap opera*. In particolare si segnalano le buone performance dei generi *Attualità*, *Cultura*, *Scienza e Ambiente*, *Varietà*.

Pur coincidendo spesso i valori di *Qualità Percepita* e di *Valore Pubblico*, occorre evidenziare che il telespettatore su alcuni generi attribuisce un valore pubblico differente rispetto alla qualità percepita.

Si registra un *indice di Qualità Percepita (IQP)* significativamente superiore all'*indice di Valore Pubblico (IVP)* per i *Quiz*, l'*Approfondimento sportivo* e i *Programmi di musica leggera*, per i quali le differenze tra i due indici oscillano tra i 2 e i 3 punti.

L'*Attualità* è l'unico genere che si distingue per un valore di pubblica utilità superiore alle performance di qualità percepita.

Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: generi e reti

Rispetto all'autunno 2009 quasi tutti i generi fanno registrare un incremento dell'indice di valore pubblico, con l'eccezione di *Varietà*, *Telegiornali*, *Approfondimento informativo* e *Sportivo* il cui IVP resta stabile. I generi *Cultura*, *Scienza e Ambiente* e *Prosa/Danza/Classica/Cinema* registrano una lieve flessione.

In particolare, per quanto riguarda le Reti:

- Il giudizio su **RaiUno** si mantiene costante nel corso delle rilevazioni effettuate. Tra i generi che incidono positivamente sulla determinazione del valore dell'indice di qualità percepita si evidenziano il *Varietà*, *Attualità* e *Cultura, Scienza e Ambiente*;
- il giudizio su **RaiDue** si riassetta sui valori dell'autunno 2009, dopo una leggera flessione nel periodo primaverile. I generi *Cultura, Scienza e Ambiente*, *Approfondimento informativo* e *Telegiornali* registrano valori dell'indice di qualità al di sopra della media di rete;
- il giudizio su **RaiTre** rimane stabile nei tre periodi rilevati. *Cultura, Scienza e Ambiente*, *Telegiornali* e *Attualità* ottengono valutazioni superiori alla media della rete.

Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: generi e programmi

Tra i generi oggetto di rilevazione il **Varietà** è quello che registra gli indici di *Qualità Percepita* e di *Valore Pubblico* più elevati. Ciò è determinato dalla programmazione di trasmissioni come *I migliori anni* e *Ti lascio una canzone*. Va comunque sottolineato che, pur riportando giudizi positivi, i due prodotti rilevano performance leggermente più basse rispetto alle precedenti edizioni.

Il genere **Cultura, scienza e ambiente** si colloca tra quelli più apprezzati dal pubblico in termini di qualità percepita. Spicca soprattutto il gradimento dichiarato per *Passaggio a Nord Ovest*, che conferma il valore dell'autunno scorso. Tra i programmi con l'IQP in flessione si segnalano *La storia siamo noi*, *Geo&Geo* e *Sereno variabile*.

Il genere **Telegiornali** registra valori stabili rispetto all'autunno 2009 ed in flessione rispetto alla primavera. Il confronto con la primavera evidenzia cali di qualità percepita su tutte le principali edizioni delle tre reti generaliste, fatta eccezione per il Tg3 delle 19:00, che evidenzia indici di qualità sostanzialmente stabili.

Il genere **Attualità** ottiene valori dell'indice di qualità percepita in linea con la media complessiva di Rai. Tra i programmi che evidenziano i valori più alti dell'indice di qualità si segnalano *Vieni via con me*, *Che tempo che fa* e *Occhio alla spesa*.

I programmi **Comici/satirici** ottengono un buon giudizio di qualità e su tutti spicca *Parla con me*, che registra valori al di sopra della media di genere.

Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: generi e programmi

Il genere **Approfondimento informativo** si conferma stabile in tutte le rilevazioni. Tra i programmi più apprezzati in termini sia di qualità sia di valore pubblico si segnalano *Report* e *Medicina 33*. Buone anche le performance di *Annozero*, *Ballarò*, *Porta a Porta*, *Speciale Tg1*, *Tv7*, *Buongiorno Italia* e *Buongiorno regione*.

Il genere **Quiz** evidenzia valori di gradimento più che sufficienti. In particolare *L'eredità*, trasmesso dalla rete ammiraglia, registra valori superiori alla media di genere. *I soliti ignoti*, trasmesso nella fascia access di RaiUno, si posiziona su giudizi di qualità soddisfacenti, in linea con i valori medi del genere.

La **Fiction** ottiene performance di qualità percepita crescenti rispetto alla primavera 2010 e in linea con l'autunno. In particolare si distinguono prodotti come *Terra ribelle*, *La ladra* e *Sotto il cielo di Roma*, il cui indice IQP registra valori superiori alla media.

L' **Intrattenimento** registra valori in crescita rispetto all'autunno 2009 e in leggero calo rispetto alla primavera. Giudizi particolarmente positivi si riscontrano per *La prova del cuoco* e *Mattina in famiglia*.

L' **Approfondimento sportivo** registra valori leggermente superiori alla sufficienza. Spiccano in particolare i giudizi relativi alla Domenica sportiva il cui indice è superiore alla media di genere.

Prosa/Danza/Musica classica/Cinema, **Musica leggera** e **Soap opera** sono i generi che nella stagione autunnale hanno registrato le performance più basse.

Indicatore della qualità percepita (RETI RAI)

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

Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 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 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	RAIUNO	RAIUNO	RAIUNO
Varietà	67	64	68
Cultura, scienza, ambiente	66	64	67
Attualità	65	65	63
Telegiornali	63	67	65
Quiz	63	66	60
Approfondimento informativo	62	62	62
Fiction/Sceneggiati	62	58	62
Intrattenimento leggero	61	63	60
Approfondimento sportivo	61	-	-
Prosa/Danza/Classica/Cinema	56	62	60
Satira/Comici	-	-	-
Musica leggera	-	-	-
Soap opera/telenovelas	-	-	-
Reality show	-	-	-
MEDIA	64	64	63

Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 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 (RAIDUE)

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

Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 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 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	RAITRE	RAITRE	RAITRE
Cultura, scienza, ambiente	67	72	69
Telegiornali	67	68	65
Approfondimento informativo	65	66	66
Attualità	65	65	65
Satira/Comici	65	64	63
Intrattenimento leggero	62	-	-
Approfondimento sportivo	62	58	57
Prosa/Danza/Classica/Cinema	61	62	66
Soap opera/telenovelas	51	54	52
Fiction/Sceneggiati	-	-	55
Musica leggera	-	-	-
Varietà	-	-	-
Quiz	-	-	-
Reality show	-	-	-
MEDIA	65	66	65

Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 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 (RETI RAI)

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

Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 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 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	RAIUNO	RAIUNO	RAIUNO
Cultura, scienza, ambiente	66	65	66
Attualità	66	65	62
Varietà	66	62	67
Telegiornali	63	67	65
Approfondimento informativo	62	62	62
Fiction/Sceneggiati	62	57	62
Intrattenimento leggero	61	64	60
Quiz	60	62	57
Approfondimento sportivo	58	-	-
Prosa/Danza/Classica/Cinema	57	61	60
Musica leggera	-	-	-
Satira/Comici	-	-	-
Soap opera/telenovelas	-	-	-
Reality show	-	-	-
MEDIA	63	64	62

Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 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 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
	RAIDUE	RAIDUE	RAIDUE
Cultura, scienza, ambiente	66	67	70
Telegiornali	64	67	65
Approfondimento informativo	64	64	64
Attualità	61	59	63
Prosa/Danza/Classica/Cinema	61	-	62
Intrattenimento leggero	60	61	57
Approfondimento sportivo	58	58	59
Musica leggera	54	62	51
Fiction/Sceneggiati	-	54	54
Reality show	-	40	-
Satira/Comici	-	-	50
Quiz	-	-	-
Varietà	-	-	-
Soap opera/telenovelas	-	-	-
MEDIA	62	60	61

Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 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 (RAITRE)

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

Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 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

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2010

Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: VARIETA'



10 Dicembre 2010

Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
I MIGLIORI ANNI	67	-	72
TI LASCIO UNA CANZONE	66	69	-
MEDIA DI GENERE (§)	67	64	68

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
I MIGLIORI ANNI	67	-	70
TI LASCIO UNA CANZONE	65	66	-
MEDIA DI GENERE (§)	66	62	67

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI

Stagione autunnale 2010

Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: CULTURA, SCIENZA, AMBIENTE



Indagine realizzata per conto di **Rai**

10 Dicembre 2010

Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

* Esiguo numero di rispondenti	QUALITÀ PERCEPITA (IQP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
A SUA IMMAGINE	66	64	65
ALLE FALDE DEL KILIMANGIARO	72	-	74
ART NEWS (*)	63	57	-
CORREVA L'ANNO (*)	57	-	-
COSE DELL'ALTRO GEO (*)	67	-	-
DREAMS ROAD (*)	63	-	67
E SE DOMANI (*)	61	-	-
EASY DRIVER	62	63	69
GEO&GEO	72	74	73
LA STORIA SIAMO NOI (RAIDUE)	69	71	70
LA STORIA SIAMO NOI (RAITRE)	70	74	69
LINEA BLU	71	-	72
LINEA VERDE	68	67	68
LINEA VERDE ORIZZONTI	67	69	-
MEMORIE DAL BIANCO E NERO (*)	63	63	-
PASSAGGIO A NORD OVEST	74	69	74
PASSEPARTOUT (*)	59	67	61
PER UN PUGNO DI LIBRI (*)	68	73	72
PROTESTANTESIMO	64	-	-
RACCONTI DI VITA (*)	60	62	62
SERENO VARIABILE	63	65	66
SÌ VIAGGIARE	65	-	-
SORGENTE DI VITA	59	-	-
SOTTOVOCE	52	49	51
SULLA VIA DI DAMASCO	65	63	-
TG3 FUORI TG (RAI3) (*)	59	-	-
TGR BELL' ITALIA	66	70	-
TGR LEONARDO	73	71	-
TV TALK (*)	62	66	68
VOYAGER	68	69	71
MEDIA DI GENERE (§)	66	68	68

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

* Esiguo numero di rispondenti	VALORE PUBBLICO (IVP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
A SUA IMMAGINE	66	69	65
ALLE FALDE DEL KILIMANGIARO	72	-	73
ART NEWS (*)	60	56	-
CORREVA L'ANNO (*)	58	-	-
COSE DELL'ALTRO GEO (*)	69	-	-
DREAMS ROAD (*)	61	-	64
E SE DOMANI (*)	61	-	-
EASY DRIVER	62	64	65
GEO&GEO	73	75	73
LA STORIA SIAMO NOI (RAIDUE)	70	68	71
LA STORIA SIAMO NOI (RAITRE)	72	74	70
LINEA BLU	72	-	72
LINEA VERDE	68	67	69
LINEA VERDE ORIZZONTI	67	69	-
MEMORIE DAL BIANCO E NERO (*)	63	61	-
PASSAGGIO A NORD OVEST	74	69	72
PASSEPARTOUT (*)	61	66	57
PER UN PUGNO DI LIBRI (*)	70	75	72
PROTESTANTESIMO	64	-	-
RACCONTI DI VITA (*)	59	61	63
SERENO VARIABILE	64	66	65
SÌ VIAGGIARE	65	-	-
SORGENTE DI VITA	59	-	-
SOTTOVOCE	51	50	50
SULLA VIA DI DAMASCO	65	64	-
TG3 FUORI TG (RAI3) (*)	59	-	-
TGR BELL' ITALIA	67	70	-
TGR LEONARDO	72	71	-
TV TALK (*)	61	66	69
VOYAGER	68	68	71
MEDIA DI GENERE (§)	66	68	68

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2010

Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: TELEGIORNALI



10 Dicembre 2010

Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

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

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

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

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI

Stagione autunnale 2010

Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: **ATTUALITA'**



Indagine realizzata per conto di 

10 Dicembre 2010

Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

* Esiguo numero di rispondenti	QUALITÀ PERCEPITA (IQP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
AGORA'	60	-	-
AGORÀ - BRONTOLO (*)	61	-	-
APPRESCINDERE	60	-	-
BONTÀ LORO	62	59	-
CHE TEMPO CHE FA	69	70	71
CHI L'HA VISTO	61	60	57
LA VITA IN DIRETTA	62	61	62
LE STORIE - DIARIO ITALIANO (*)	64	64	57
OCCHIO ALLA SPESA	68	70	67
QUELLO CHE... (*)	60	58	-
SE...A CASA DI PAOLA (*)	52	-	-
UNO MATTINA	66	67	63
VERDETTO FINALE	59	61	60
VIENI VIA CON ME	70	-	-
MEDIA DI GENERE (§)	65	65	63

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 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

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

* Esiguo numero di rispondenti	VALORE PUBBLICO (IVP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
AGORA'	62	-	-
AGORÀ - BRONTOLO (*)	61	-	-
APPRESCINDERE	59	-	-
BONTÀ LORO	62	56	-
CHE TEMPO CHE FA	69	69	70
CHI L'HA VISTO	65	64	60
LA VITA IN DIRETTA	62	61	61
LE STORIE - DIARIO ITALIANO (*)	65	63	54
OCCHIO ALLA SPESA	70	71	68
QUELLO CHE... (*)	61	59	-
SE...A CASA DI PAOLA (*)	50	-	-
UNO MATTINA	66	66	62
VERDETTO FINALE	60	61	59
VIENI VIA CON ME	68	-	-
MEDIA DI GENERE (§)	66	66	64

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 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

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2010

Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: SATIRA/COMICI



10 Dicembre 2010

Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

* Esiguo numero di rispondenti	QUALITA' PERCEPITA (IQP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
BLOB	62	63	-
CATERNOSTER (*)	56	-	-
PARLA CON ME	69	65	65
MEDIA DI GENERE (§)	65	64	61

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

* Esiguo numero di rispondenti	VALORE PUBBLICO (IVP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
BLOB	61	62	-
CATERNOSTER (*)	58	-	-
PARLA CON ME	68	64	62
MEDIA DI GENERE (§)	65	62	58

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI

Stagione autunnale 2010

Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: APPROFONDIMENTO INFORMATIVO



Indagine realizzata per conto di 

10 Dicembre 2010

Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

* Esiguo numero di rispondenti

	QUALITÀ PERCETTA (QP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
ANNO ZERO	62	59	59
ARTICOLO TRE	58	-	-
BALLARÒ	63	63	63
IN MEZZ'ORA	61	56	51
L'ULTIMA PAROLA (*)	55	49	-
PORTA A PORTA	60	61	60
REPORT	72	73	78
SETTEGIORNI	56	58	49
SPECIALE TG1	66	66	64
TELECAMERE SALUTE	57	53	57
TG1 ECONOMIA	65	-	-
TG2 COSTUME E SOCIETÀ	66	69	70
TG2 DOSSIER	66	66	63
TG2 DOSSIER STORIE	68	67	66
TG2 MEDICINA 33	73	73	72
TG2 MIZAR (*)	57	50	-
TG2 MOTORI	62	63	-
TG2 PUNTO IT	63	68	61
TG3 LINEA NOTTE	66	68	63
TGR AMBIENTE ITALIA (*)	69	70	68
TGR BUONGIORNO ITALIA	67	-	-
TGR BUONGIORNO REGIONE	67	68	66
TGR EST OVEST (*)	64	72	-
TGR IL SETTIMANALE (*)	62	62	61
TGR MEDITERRANEO	66	71	-
TGR MONTAGNE (*)	67	70	-
TGR PRODOTTO ITALIA (*)	60	70	-
TGR REGIONE EUROPA	65	64	-
TV7	67	65	67
MEDIA DI GENERE (§)	64	65	64

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 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

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

* Esiguo numero di rispondenti

	VALORE PUBBLICO (VP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
ANNO ZERO	61	58	58
ARTICOLO TRE	61	-	-
BALLARÒ	62	62	62
IN MEZZ'ORA	61	55	54
L'ULTIMA PAROLA (*)	52	51	-
PORTA A PORTA	60	60	60
REPORT	73	73	78
SETTEGIORNI	58	60	51
SPECIALE TG1	67	66	65
TELECAMERE SALUTE	58	51	60
TG1 ECONOMIA	65	-	-
TG2 COSTUME E SOCIETÀ	65	67	69
TG2 DOSSIER	66	66	63
TG2 DOSSIER STORIE	68	67	65
TG2 MEDICINA 33	74	74	73
TG2 MIZAR (*)	59	48	-
TG2 MOTORI	61	60	-
TG2 PUNTO IT	63	67	60
TG3 LINEA NOTTE	67	66	65
TGR AMBIENTE ITALIA (*)	68	70	73
TGR BUONGIORNO ITALIA	65	-	-
TGR BUONGIORNO REGIONE	65	69	67
TGR EST OVEST (*)	64	70	-
TGR IL SETTIMANALE (*)	61	63	63
TGR MEDITERRANEO	67	71	-
TGR MONTAGNE (*)	67	72	-
TGR PRODOTTO ITALIA (*)	61	67	-
TGR REGIONE EUROPA	63	65	-
TV7	65	64	66
MEDIA DI GENERE (§)	64	64	64

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 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

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2010

Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: QUIZ



Indagine realizzata per conto di 

10 Dicembre 2010

Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
I SOLITI IGNOTI	62	64	-
I SOLITI IGNOTI SPECIALE (SABATO)	60	-	-
L'EREDITA'	66	68	68
MEDIA DI GENERE (§)	63	66	60

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
I SOLITI IGNOTI	58	59	-
I SOLITI IGNOTI SPECIALE (SABATO)	57	-	-
L'EREDITA'	66	67	66
MEDIA DI GENERE (§)	60	62	57

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2010

Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: FICTION



10 Dicembre 2010

Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
DON MATTEO	59	-	63
HO SPOSATO UNO SBIRRO	61	-	-
LA LADRA	64	-	-
SOTTO IL CIELO DI ROMA	63	-	-
TERRA RIBELLE	63	-	-
MEDIA DI GENERE (§)	62	58	61

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
DON MATTEO	60	-	62
HO SPOSATO UNO SBIRRO	61	-	-
LA LADRA	62	-	-
SOTTO IL CIELO DI ROMA	63	-	-
TERRA RIBELLE	63	-	-
MEDIA DI GENERE (§)	62	57	60


(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI

Stagione autunnale 2010

Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: INTRATTENIMENTO LEGGERO



Indagine realizzata per conto di 

10 Dicembre 2010

Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

* Esiguo numero di rispondenti	QUALITA' PERCEPITA (IQP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
DOMENICA IN - AMORI (*)	53	-	-
DOMENICA IN - L'ARENA	54	58	53
DOMENICA IN...ONDA	56	-	-
I FATTI VOSTRI	61	61	55
LA PROVA DEL CUOCO	68	69	68
MATTINA IN FAMIGLIA	63	63	60
MEZZOGIORNO IN FAMIGLIA	59	60	59
NOVECENTO	62	-	-
POMERIGGIO SUL 2	62	-	-
QUELLI CHE IL CALCIO	57	58	62
MEDIA DI GENERE (§)	61	62	60

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

* Esiguo numero di rispondenti	VALORE PUBBLICO (IVP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
DOMENICA IN - AMORI (*)	54	-	-
DOMENICA IN - L'ARENA	54	57	53
DOMENICA IN...ONDA	56	-	-
I FATTI VOSTRI	61	61	54
LA PROVA DEL CUOCO	68	70	68
MATTINA IN FAMIGLIA	63	64	60
MEZZOGIORNO IN FAMIGLIA	60	61	59
NOVECENTO	62	-	-
POMERIGGIO SUL 2	61	-	-
QUELLI CHE IL CALCIO	54	57	58
MEDIA DI GENERE (§)	61	62	59

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI

Stagione autunnale 2010

Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: APPROFONDIMENTO SPORTIVO

10 Dicembre 2010



Indagine realizzata per conto di 

Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
* Esiguo numero di rispondenti			
90° MINUTO	59	60	62
90° MINUTO B (*)	60	58	-
90° MINUTO CHAMPIONS	60	-	62
CHAMPIONS LEAGUE (*)	67	-	-
DOMENICA SPORTIVA	63	57	62
DRIBBLING	59	58	58
NUMERO UNO (*)	65	60	-
REPARTO CORSE (*)	65	-	-
SABATO SPRINT	59	55	57
STADIO SPRINT (*)	62	59	62
TG SPORT (RAI1)	61	-	-
TG SPORT (RAI2)	61	55	-
MEDIA DI GENERE (S)	61	58	61

(S) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 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

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

* Esiguo numero di rispondenti	VALORE PUBBLICO (IVP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
90° MINUTO	56	62	61
90° MINUTO B (*)	58	58	-
90° MINUTO CHAMPIONS	57	-	58
CHAMPIONS LEAGUE (*)	62	-	-
DOMENICA SPORTIVA	60	57	60
DRIBBLING	56	59	56
NUMERO UNO (*)	63	62	-
REPARTO CORSE (*)	60	-	-
SABATO SPRINT	57	55	56
STADIO SPRINT (*)	61	59	63
TG SPORT (RAI1)	58	-	-
TG SPORT (RAI2)	57	55	-
MEDIA DI GENERE (§)	58	58	59

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 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

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2010

**Gli indicatori di Qualità e Valore
Pubblico: PROSA, DANZA, CLASSICA,
CINEMA**



Indagine realizzata per conto di 

10 Dicembre 2010

Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
* Esiguo numero di rispondenti			
APPLAUSI - TEATRO ED ARTE (*)	54	63	60
CINEMATOGRAFO	58	61	-
LA MUSICA DI RAITRE (*)	62	-	68
PALCO E RETROPALCO (*)	60	62	64
STRACULT (*)	63	-	-
STRACULT PILLOLE (*)	60	-	-
MEDIA DI GENERE (§)	59	62	64

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
* Esiguo numero di rispondenti			
APPLAUSI - TEATRO ED ARTE (*)	55	63	60
CINEMATOGRAFO	58	60	-
LA MUSICA DI RAITRE (*)	61	-	68
PALCO E RETROPALCO (*)	63	61	62
STRACULT (*)	62	-	-
STRACULT PILLOLE (*)	59	-	-
MEDIA DI GENERE (§)	59	61	64

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2010

Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: MUSICA LEGGERA



Indagine realizzata per conto di 

10 Dicembre 2010

Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
* Esiguo numero di rispondenti			
EXTRA FACTOR	59	-	-
RITRATTI MUSICALI (*)	62	-	-
TOP OF THE POPS	61	65	-
X FACTOR	56	-	55
MEDIA DI GENERE (§)	58	65	53

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

	VALORE PUBBLICO (IVP)		
	AUTUNNO 2010	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
* Esiguo numero di rispondenti			
EXTRA FACTOR	55	-	-
RITRATTI MUSICALI (*)	60	-	-
TOP OF THE POPS	57	62	-
X FACTOR	53	-	53
MEDIA DI GENERE (§)	54	62	51

(§) Le medie delle precedenti rilevazioni includono programmi non rilevati nell'autunno 2010

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2010

Gli indicatori di Qualità e Valore Pubblico: SOAP OPERA/TELENOVELAS



10 Dicembre 2010

Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

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

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

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

Appendice Il Questionario

10 Dicembre 2010



Indagine realizzata per conto di **Rai**

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

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

L. PROFESSIONE

- Dirigenti 1
- Professionisti 2
- Imprenditori 3
- Insegnanti/impiegati 4
- Commercialisti, 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 Tutto Benessere 2
- Programmi di approfondimento informativo, come, ad esempio, Porta a porta, Anno Zero e TG3 Linea Notte 3
- Fiction/sceneggiati, come, ad esempio, Tutti pazzi per amore e Capri 4
- Soap opera/telenovelas, come, ad esempio, Un posto al sole 5
- Varietà, come, ad esempio, Ti lascio una canzone e Aria Fresca 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, Glob e Parla con me 9
- Programmi di quiz, come, ad esempio, L'Eredità e I soliti ignoti 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, ruotare gli item)

- 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/svagarmi 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 Tutto Benessere 2
- Programmi di approfondimento informativo, come, ad esempio, Porta a porta, Anno Zero e TG3 Linea Notte 3
- Fiction/sceneggiati, come, ad esempio, Tutti pazzi per amore e Capri 4
- Soap opera/telenovelas, come, ad esempio, Un posto al sole 5
- Varietà, come, ad esempio, Ti lascio una canzone e Aria Fresca 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, Glob e Parla con me 9
- Programmi di quiz, come, ad esempio, L'Eredità e I soliti ignoti 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 NELL'ULTIMO MESE, 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 NELL'ULTIMO MESE, 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 NELL'ULTIMO MESE _____ (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 curiosità /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 varietà 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 varieta' 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 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

(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)

19. SEMPRE CON UN VOTO DA 1 A 10, QUANTO E' D'ACCORDO CHE QUESTO PROGRAMMA SIA TRASMESSO DALLA RAI, TELEVISIONE PUBBLICA?

- (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
- Peggioro 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