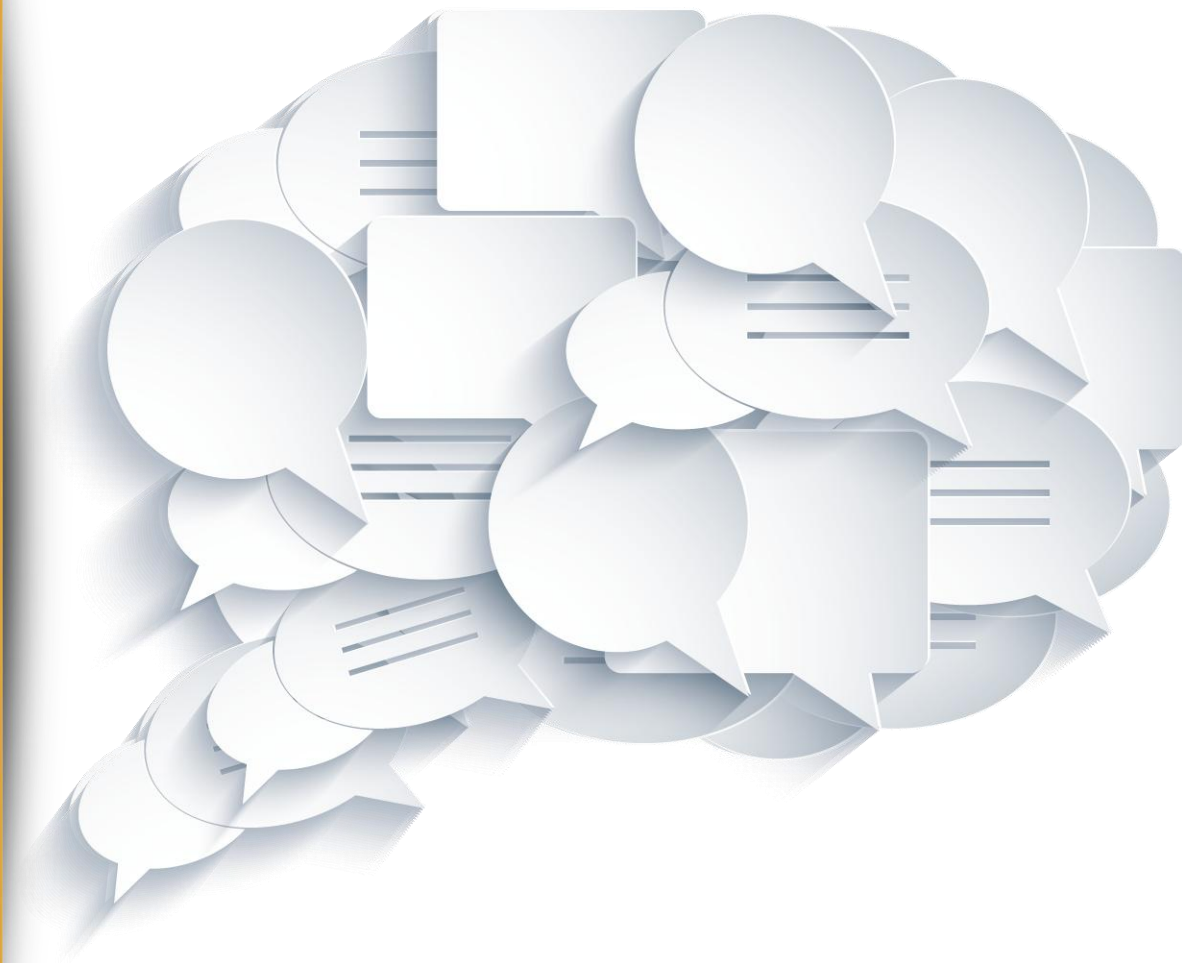


La Corporate Reputation della Rai

Autunno 2014



	Sintesi	03	
	Il servizio pubblico	08	
	Le piattaforme	17	
	Immagine di corporate	33	
	Posizionamento competitivo	46	
	Focus sulla Fiducia	54	
	Metodologia e profilo campionario	60	
	Allegato: questionario usato nell'indagine	69	



Sintesi dei risultati

Premessa

Come noto, l'articolo 3 del Contratto di Servizio 2010-2012 impone a Rai l'obbligo di *"dotarsi di un sistema di analisi e monitoraggio della Corporate Reputation"*. Riportiamo di seguito le principali evidenze provenienti dalle rilevazioni quantitative svolte in autunno 2014 da Istituto Piepoli.

OBIETTIVI DELLA RICERCA

valutazione della Corporate Reputation complessiva della Rai attraverso l'analisi di quattro macro aree:



Servizio Pubblico

valutazione della funzione pubblica di Rai e della sua offerta in qualità di Servizio Pubblico



Piattaforme

valutazione della notorietà e del gradimento dei diversi settori in cui RAI opera

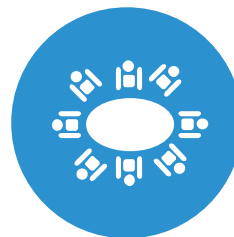
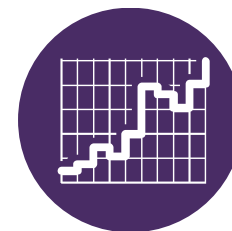


Immagine di corporate

valutazione dei sei criteri fondamentali dei media di Servizio Pubblico definiti dall'EBU e nel complesso



Posizionamento competitivo

valutazione del posizionamento rispetto alle principali aziende e organizzazioni italiane

Premessa

Rispetto alle rilevazioni realizzate nel corso del 2013 sono state introdotte importanti novità, che rendono i dati non confrontabili:



gli indici sono costruiti su una scala da 1 a 10;



è stato modificato il flusso del questionario al fine di renderlo più fluido e coerente;



è stata attuata una revisione del numero e della tipologia di item rilevati;



sono state introdotte domande aperte su cosa sia un servizio pubblico, cosa sia la Rai e cosa ci si aspetta da essa in futuro;



sono state introdotte delle domande sulla fiducia nei confronti del Paese, dell'informazione in generale e di quella proposta da Rai e da altri soggetti privati.





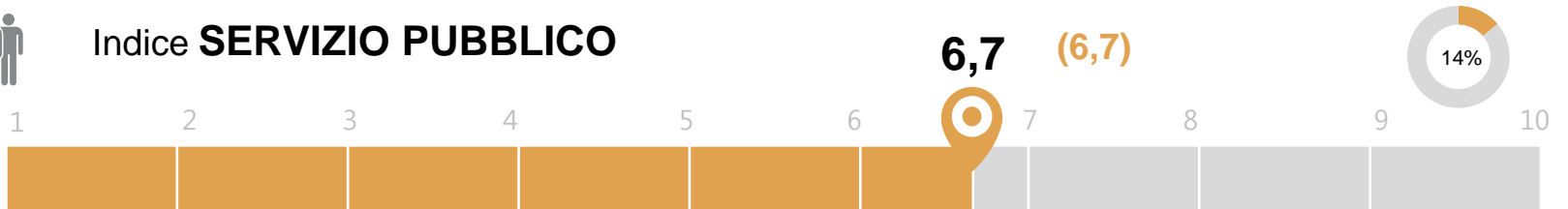
Indici di Corporate Reputation



Indice **GENERALE**



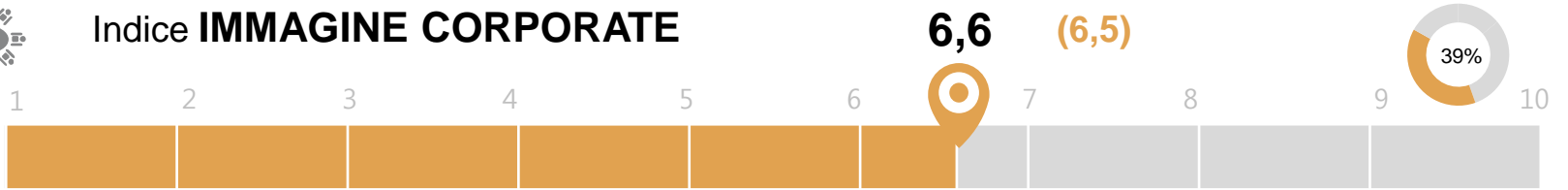
Indice **SERVIZIO PUBBLICO**



Indice **PIATTAFORME**



Indice **IMMAGINE CORPORATE**



Indice **COMPETITIVITÀ**



Tra parentesi l'indice rilevato in primavera 2014.

Nota: sono riportati nel grafico ad anelli a destra i contributi in % di ciascuna area di analisi nella costruzione dell'indice di C.R. complessivo.



Macro-Evidenze: indice di CR 6,7



Indice CORPORATE REPUTATION RAI



Nello svolgere la propria **missione di Servizio Pubblico** alla Rai vengono riconosciute e confermate le capacità di rappresentare la nazione e soddisfare i bisogni della collettività attraverso l'informazione e i programmi di utilità al cittadino. Importante la valutazione per le attività sociali di Rai, che sono molto apprezzate e in crescita di percezione.



In relazione alla conoscenza e all'apprezzamento dei **settori di attività del gruppo, sono decisamente buone le valutazioni per il Televideo e il Cinema**, nonché l'importanza riconosciuta alle Teche e al Museo che confermano, tuttavia, una notorietà decisamente marginale. Segue la valutazione per la televisione; inferiori, ma su valori comunque più che sufficienti, gli indici di Radio e Web. A livello di **immagine di corporate Rai rafforza le valutazioni positive**, che si osservano soprattutto nell'accessibilità ad ogni segmento di pubblico, nell'offerta presente su mezzi diversi e in grado di soddisfare pubblici diversi, nell'informazione capillare, autorevole e tempestiva, nella capacità di rappresentare le donne in modo appropriato e nell'autorevolezza, nonché nell'offerta attenta alla tutela dei minori, e nel possesso di un archivio di programmi di valore unico. La percezione di un legame con la politica e con il potere economico è il tratto meno favorevole. A livello di associazioni spontanee con la Rai, si conferma l'identificazione dell'azienda con la tradizione, vista come la nostra storia e la nostra memoria, ma anche in accezione negativa quando si associa a carattere "antiquato".



Nel **confronto con le principali aziende italiane, sia del mondo della comunicazione che di settori diversi, la Rai si distingue per l'associazione ai tratti di responsabilità e affidabilità** dell'informazione. Il rapporto di fiducia complessivo con gli italiani invece, si conferma come area da rafforzare.



Il servizio pubblico



Gli indici



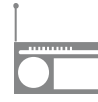
Indice SERVIZIO PUBBLICO



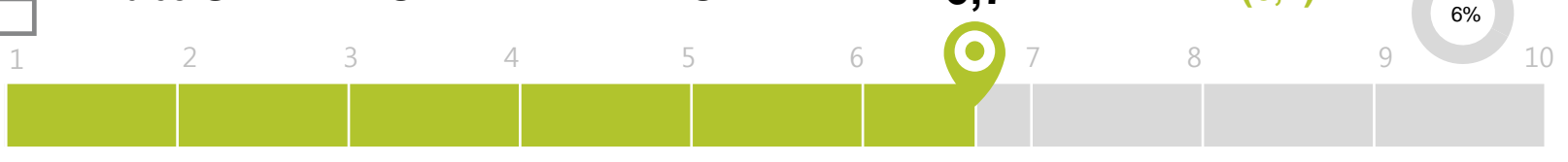
Indice FUNZIONE PUBBLICA



Indice GENERE OFFERTA TV



Indice GENERE OFFERTA RADIO



Indice ATTIVITA' SOCIALE



Tra parentesi l'indice rilevato in primavera 2014.

Nota: sono riportati nel grafico ad anelli a destra i contributi in % di ciascuna area di analisi nella costruzione dell'indice di C.R. complessivo



Servizio Pubblico: indice pari a 6,7



Valutazione della funzione pubblica di Rai e della sua offerta come Servizio Pubblico.



Punti di forza

Sono confermate le aree di maggiore forza di Rai come servizio pubblico, ossia essere un servizio rappresentativo della nazione, contribuire quotidianamente alla vita dei cittadini, soddisfare i bisogni collettivi. Tra i generi tv e radio spiccano sempre, con valutazioni sopra la media, l'informazione nazionale e regionale e i programmi di utilità al cittadino. Le attività sociali in cui Rai è impegnata sono molto apprezzate e in crescita nella valutazione rispetto alla primavera 2014.



Aree di miglioramento

Soddisfare e rappresentare i bisogni delle realtà locali e delle minoranze sociali, valorizzare e dare maggiore visibilità alle attività sociali; l'offerta di film e programmi culturali in tv e di musica leggera in radio.

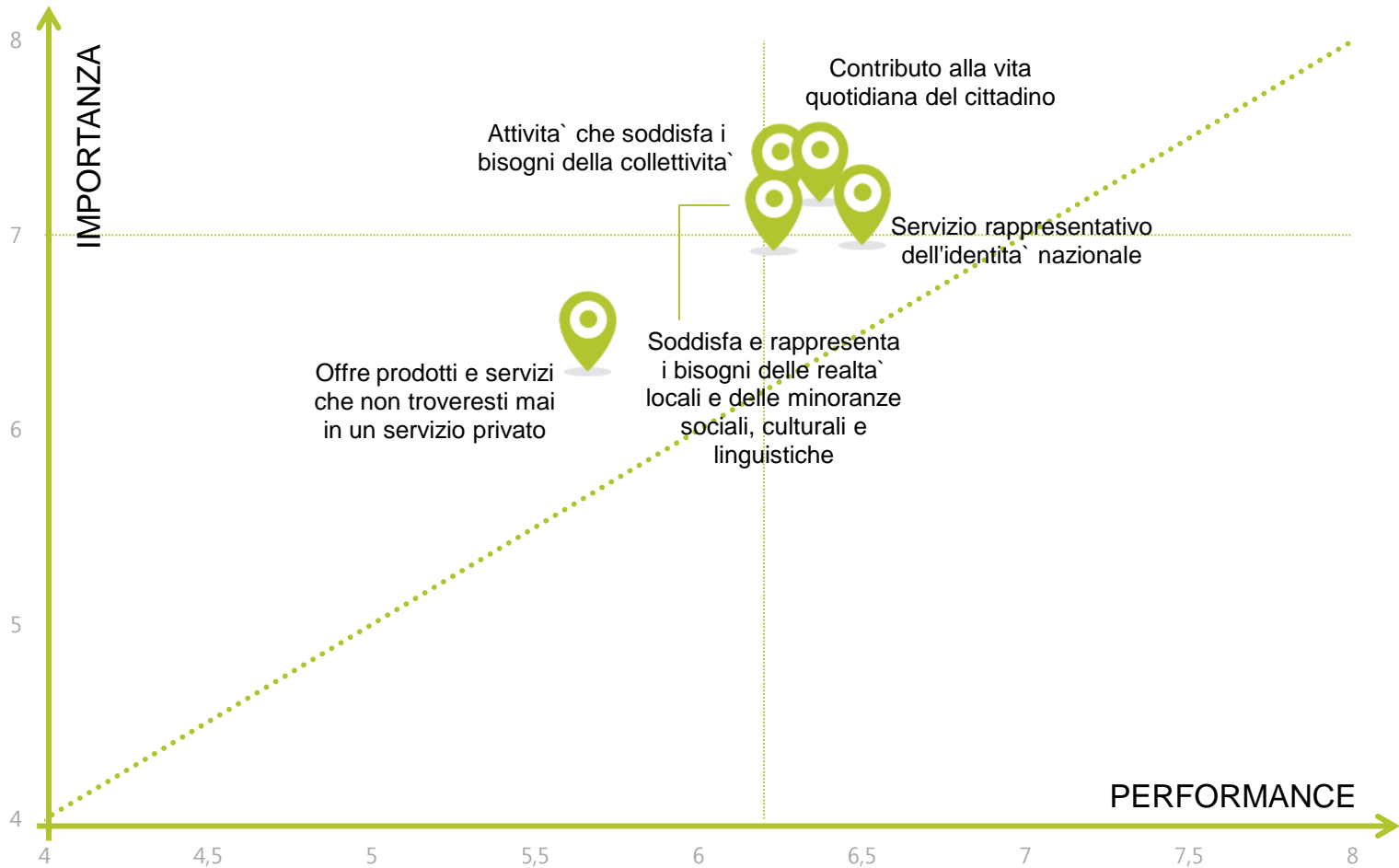


A livello spontaneo sono confermate le sei caratteristiche che gli italiani associano maggiormente al servizio pubblico, ossia trasparenza, efficacia ed efficienza, accessibilità, universalità, capacità di generare soddisfazione. Tra i concetti più ricorrenti nella definizione di Servizio Pubblico emergono con maggiore evidenza: disponibilità, imparzialità, gratuità, funzionalità, equità, utilità.





Definizione di Servizio Pubblico: il posizionamento di Rai



Domanda 6

Ecco alcune affermazioni di altri intervistati relative al servizio pubblico nella comunicazione (tv, radio e web). Quanto è d'accordo con ciascuna affermazione? Esprima il suo giudizio con una scala da 1 a 10, dove 1 indica che lei è "per niente d'accordo" e 10 che è "totalmente d'accordo".

Domanda 7

Sempre utilizzando una scala da 1 a 10, lei quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni: la Rai ...





Il servizio pubblico in una definizione spontanea

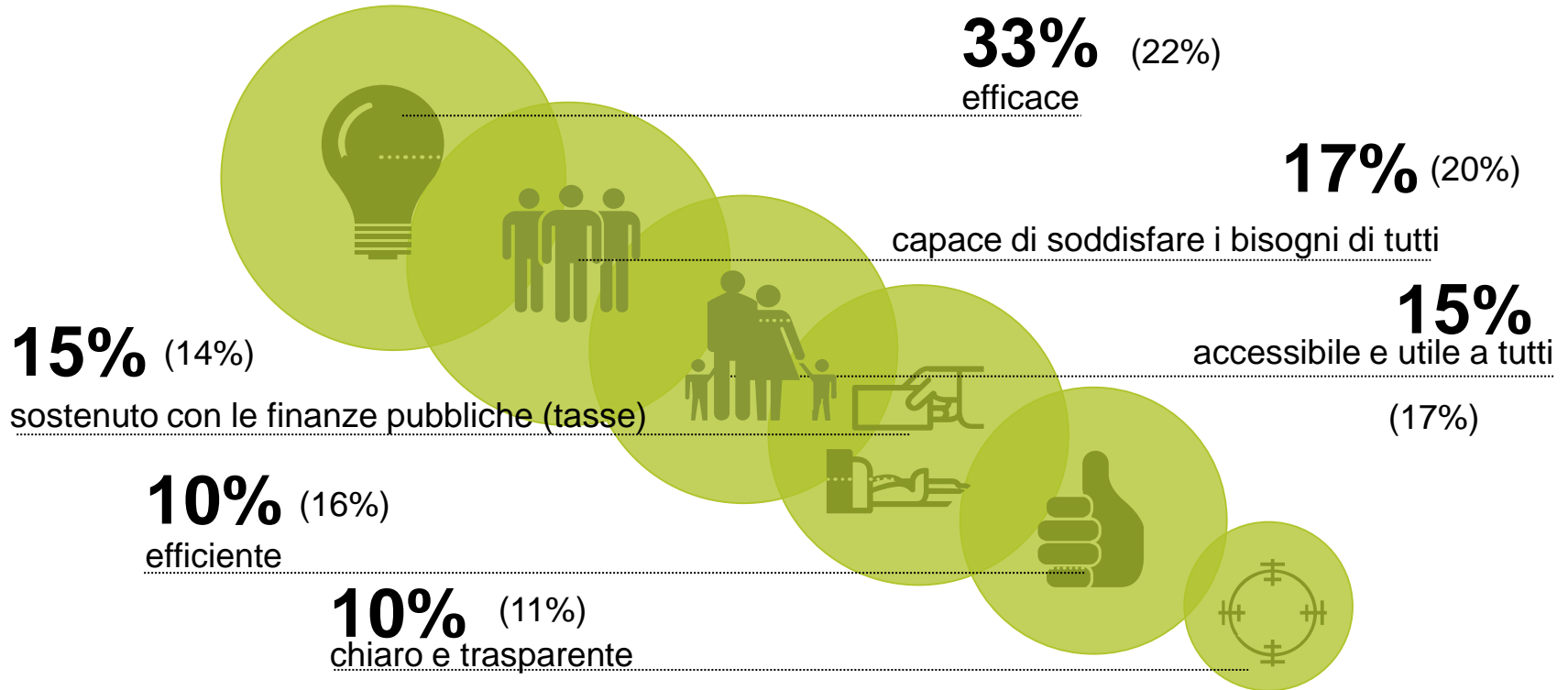


Base: totale campione – 2565 casi



Il servizio pubblico deve essere...

Analisi della domanda
aperta

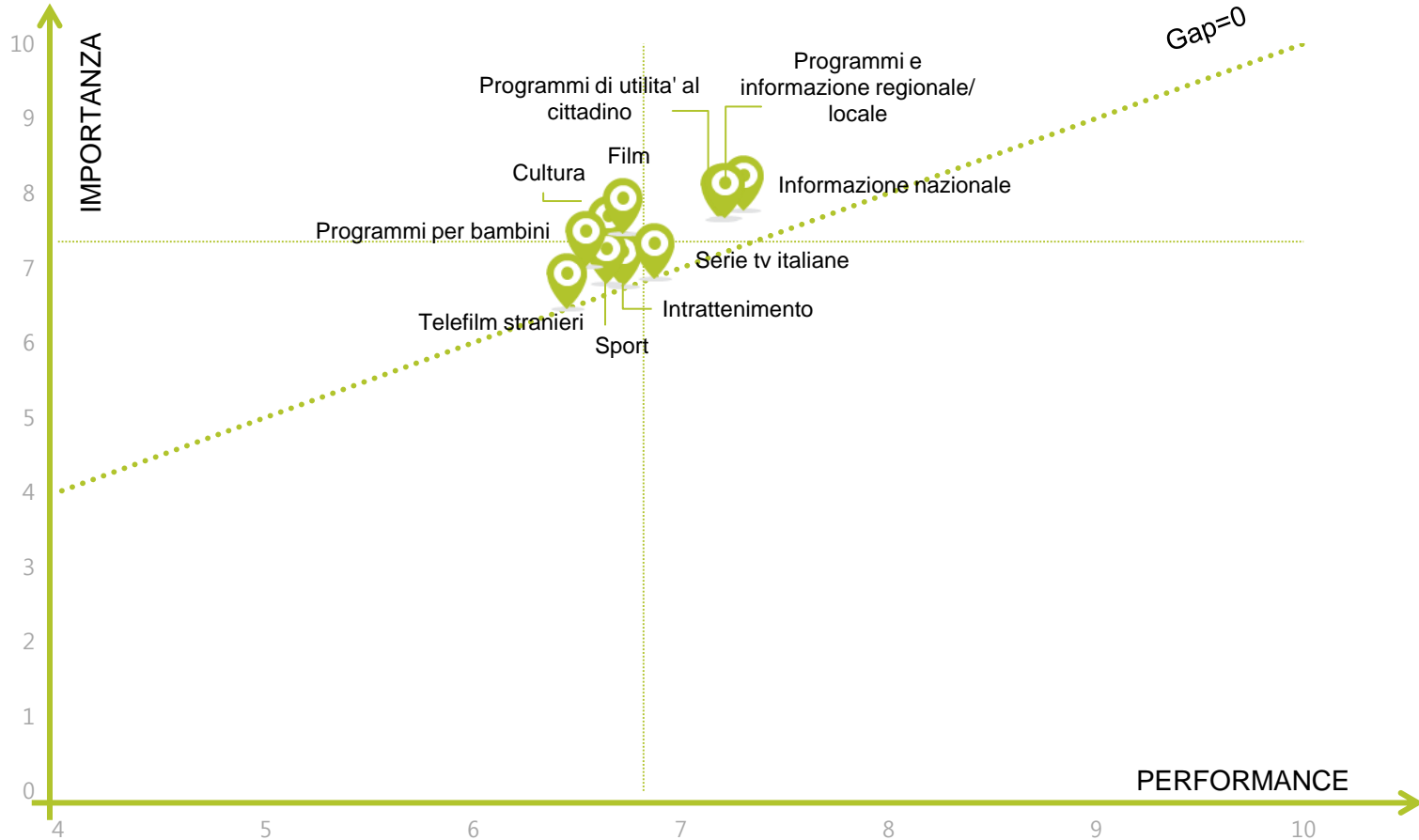


Le percentuali si riferiscono al volume delle aree semantiche. Tra parentesi le percentuali rilevate in primavera 2014.



I generi dell'offerta Televisiva

Il posizionamento di Rai



Domanda 12 a

In quanto Servizio Pubblico, quanto ritiene importante che Rai trasmetta i seguenti generi televisivi? Risponda sempre utilizzando una scala 1 a 10.

Domanda 12 b

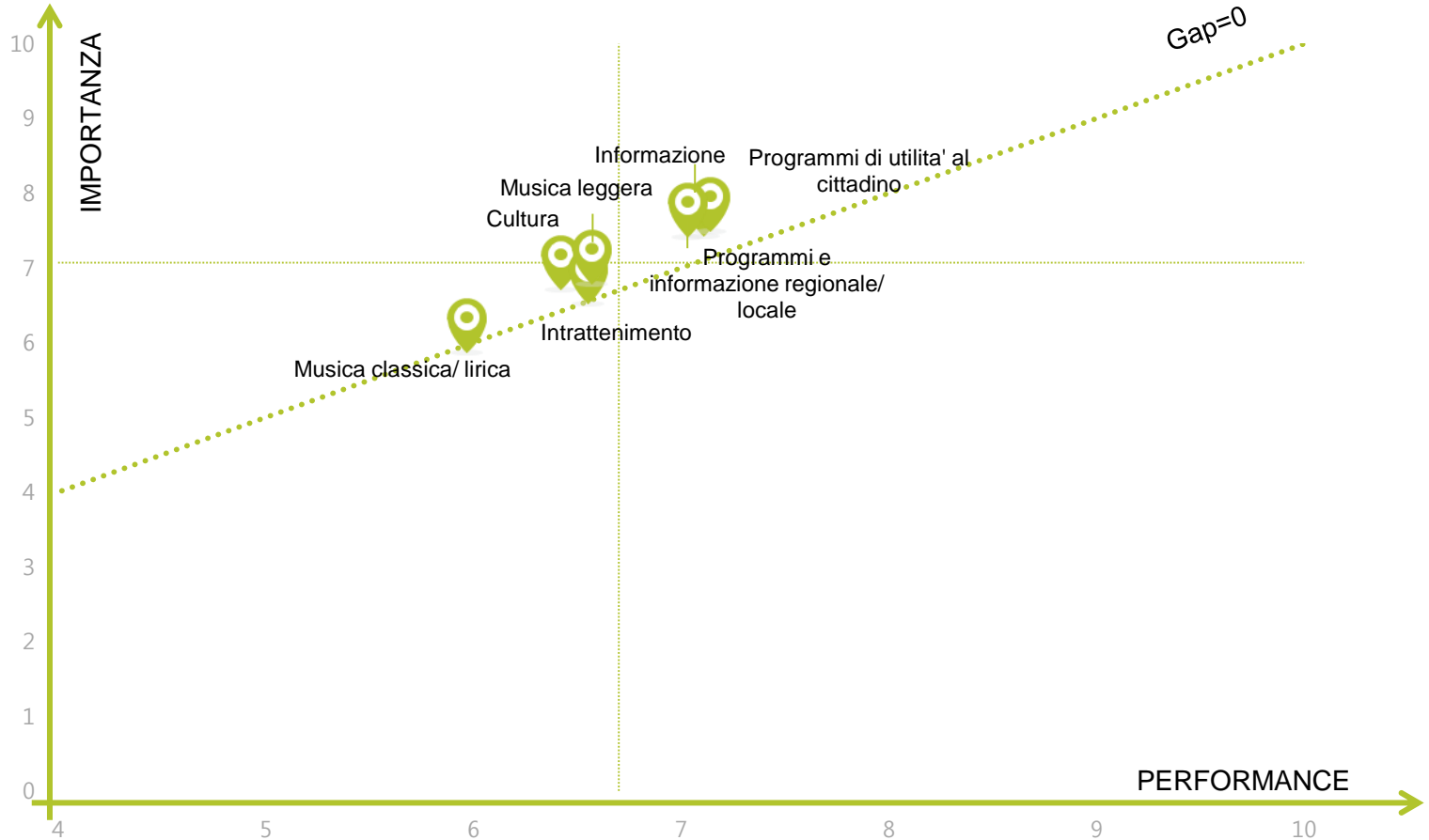
E quanto ritiene soddisfacente la programmazione televisiva Rai su questi stessi generi? Risponda sempre utilizzando una scala 1 a 10.

Base: totale campione – 2565 casi



I generi dell'offerta Radiofonica

Il posizionamento di Rai



Domanda 19 a

In quanto Servizio Pubblico, quanto ritiene importante che Rai Trasmetta i seguenti generi radiofonici? Risponda sempre utilizzando una scala 1 a 10.

Domanda 19 b

E quanto ritiene soddisfacente la programmazione radiofonica Rai su questi stessi generi? Risponda sempre utilizzando una scala 1 a 10.

Base: coloro che conoscono almeno una emittente radiofonica RAI – 2.090 casi



L'attività sociale di Rai

■ % da 1 a 5
 ■ % da 6 a 7
 ■ % da 8 a 10
 ■ % non indica

Servizi per i diversamente abili

(sottotitolazione e audio-descrizione, servizi multimediali interattivi per bambini non vedenti: audio racconti, favole musicali, etc..).



7,8

Trasmissione gratuita di campagne di sensibilizzazione a temi sociali e pubblicità progresso



7,8

Iniziative di sensibilizzazione su tematiche sociali nei programmi e sul sito in collaborazione con le associazioni no profit/onlus.



7,8

Promozione di iniziative a sfondo benefico quali le raccolte fondi



7,7

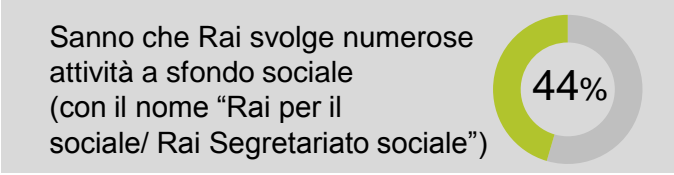
Trasmissione gratuita di spot istituzionali (es: per la Presidenza del Consiglio)



7,4

Domanda 36

Come valuta le seguenti attività a sfondo sociale svolte da Rai?

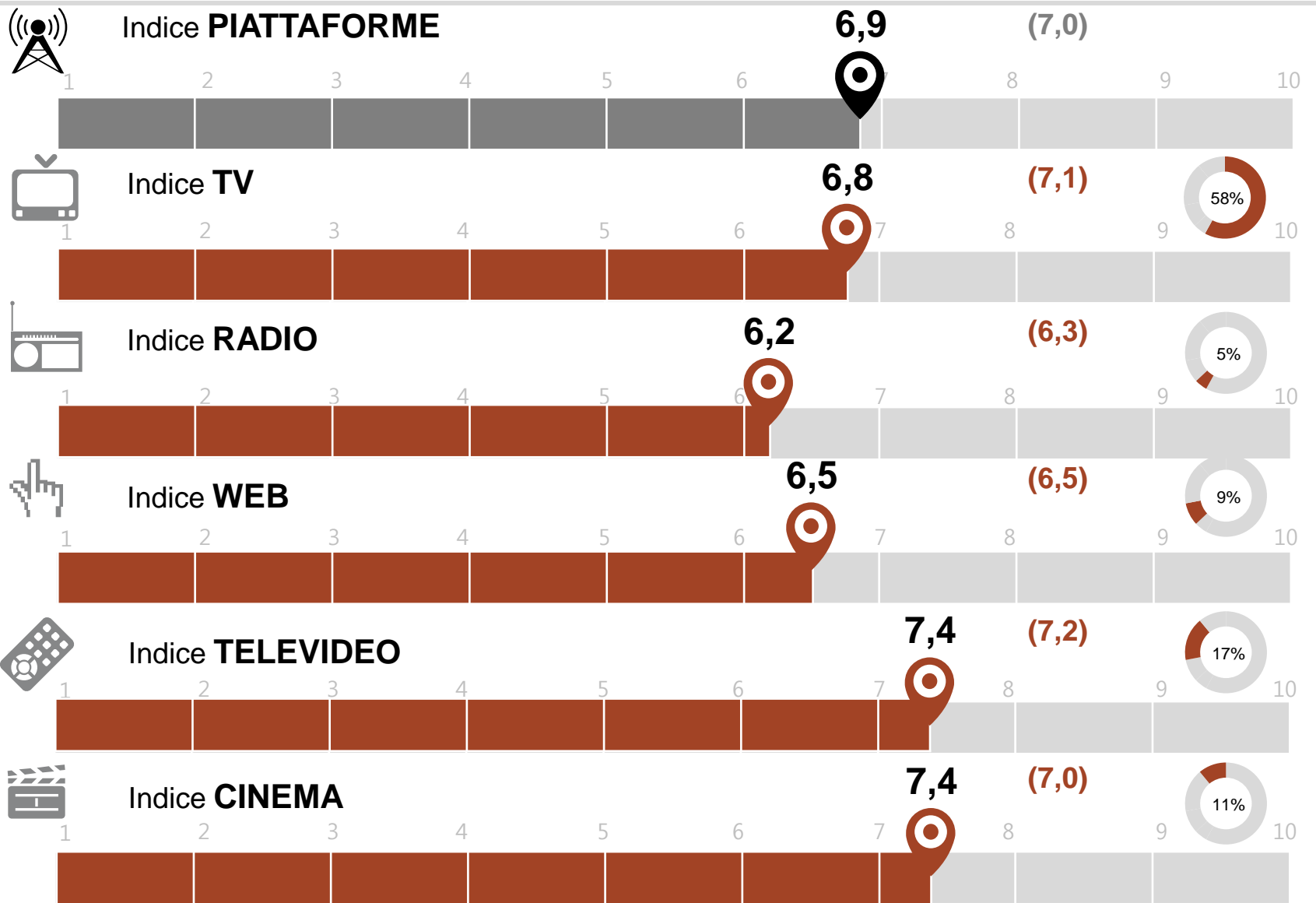




Le piattaforme



Indice di Corporate Reputation – Piattaforme



Tra parentesi l'indice rilevato in primavera 2014.

Nota: sono riportati nel grafico ad anelli a destra i contributi in % di ciascuna area di analisi nella costruzione dell'indice di C.R. complessivo



Piattaforme: indice pari a 6,9



Valutazione della notorietà e del gradimento dei diversi settori in cui RAI opera.



Punti di forza

Televideo conferma il più alto livello di gradimento, dovuto soprattutto alla percezione di utilità, affidabilità e semplicità di utilizzo; allo stesso livello di performance il cinema, che incrementa il gradimento tra gli italiani; segue la televisione con un valore in leggera discesa.

Tra le emittenti televisive spiccano sempre le 3 reti generaliste che, in termini di immagine, confermano la propria collocazione nell'area della tradizione; per Rai 4 e Rai Movie si evidenzia la vicinanza all'area dell'emozione.

Anche la Radio conferma il posizionamento di immagine misurato nella primavera 2014: Rai Radio1 si distingue per affidabilità, Rai Radio2 e Rai Radio3 per innovatività ed intrattenimento, IsoRadio è connotata come utile.

Nell'ambito del web il nuovo portale di informazione RaiNews.it mostra una migliore valutazione e, nel complesso, la presenza Rai nella rete si caratterizza per utilità e affidabilità.



Aree di miglioramento

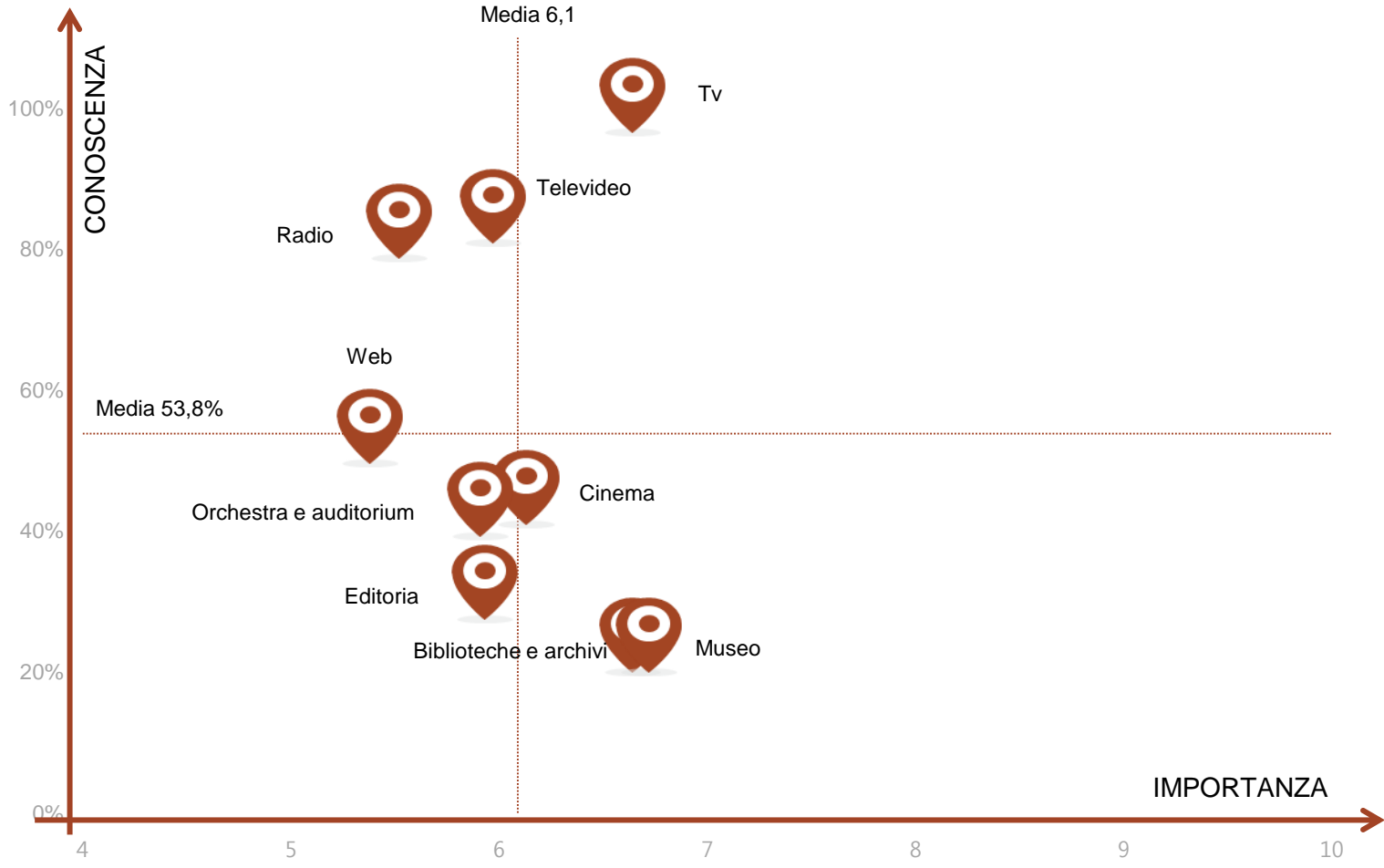
Le debolezze delle emittenti Radio Rai sono evidenziate anche in questa rilevazione, poiché si registrano giudizi più bassi delle concorrenti pur godendo di alti livelli di notorietà; solo IsoRadio è leggermente superiore alla media delle valutazioni.

Margini di crescita si ravvisano anche per Rai.it e Rai.tv.

Si conferma infine l'importanza di una maggiore promozione per i settori ritenuti particolarmente importanti per un servizio pubblico ma che non sono abbastanza noti alla popolazione: le Teche/Biblioteche e il Museo. Alcuni canali televisivi specializzati crescono nella notorietà, ma sarebbe importante potenziarne la visibilità.



Piattaforme: posizionamento dei diversi settori in cui Rai opera

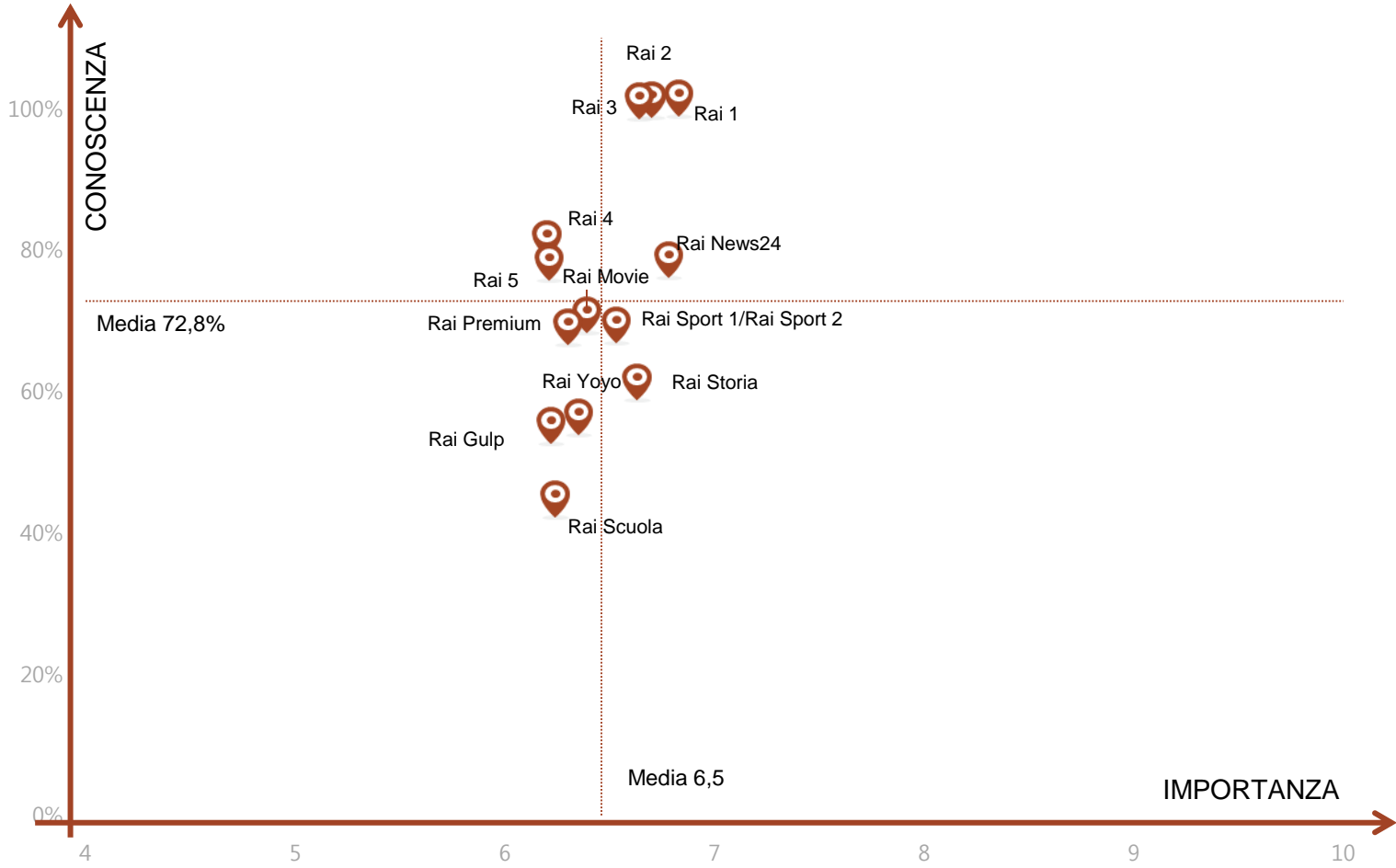


Conoscenza: notorietà della presenza di Rai nei settori (scala 0-100)
 Importanza: importanza della presenza di Rai nei settori (scala 1-10)

Base: totale campione – 2565 casi



TV: posizionamento dei canali Rai

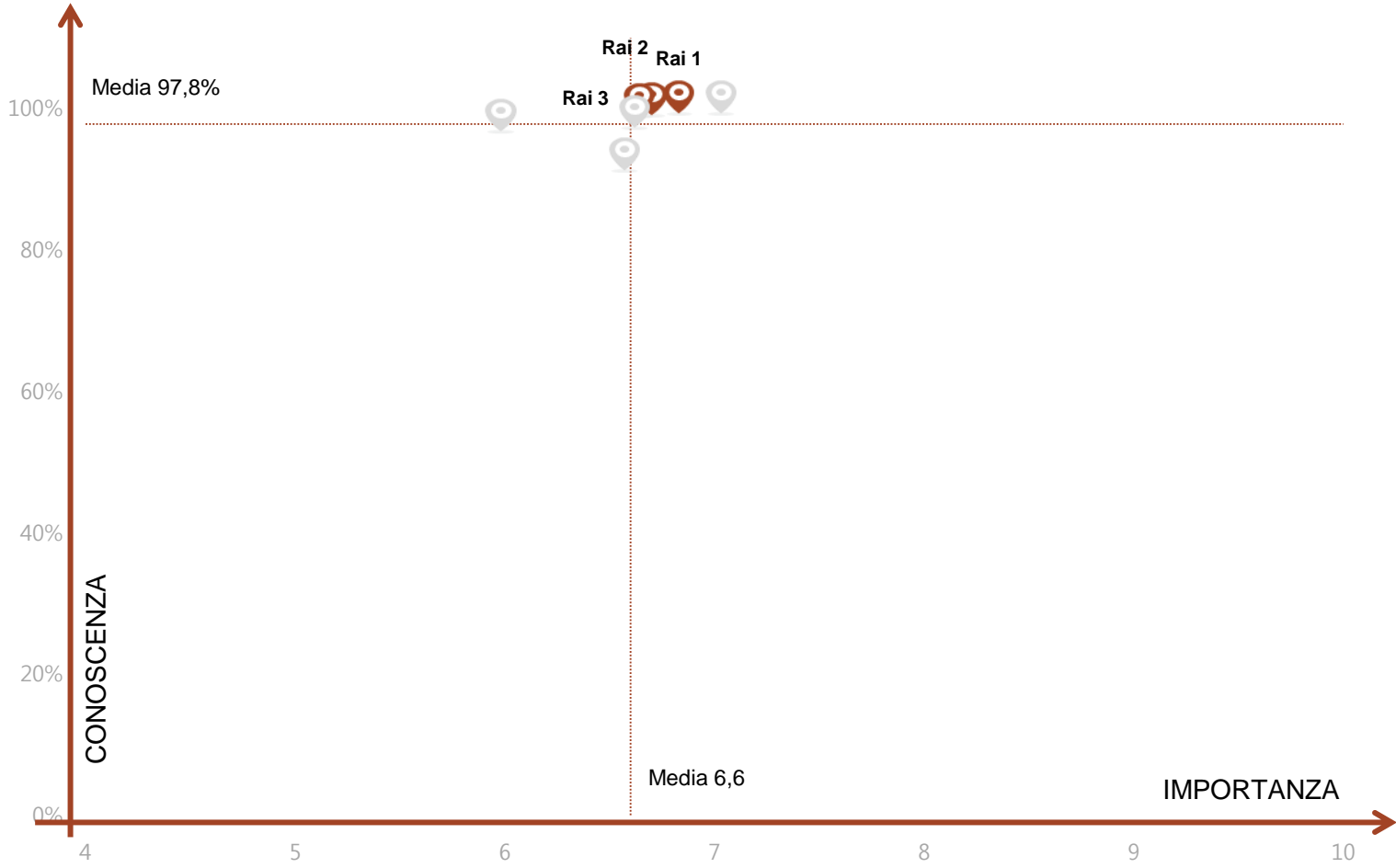


Giudizio sulla complessiva offerta TV **6,8**



TV: posizionamento dei canali generalisti

Posizionamento dei 7 canali generalisti per conoscenza e giudizio

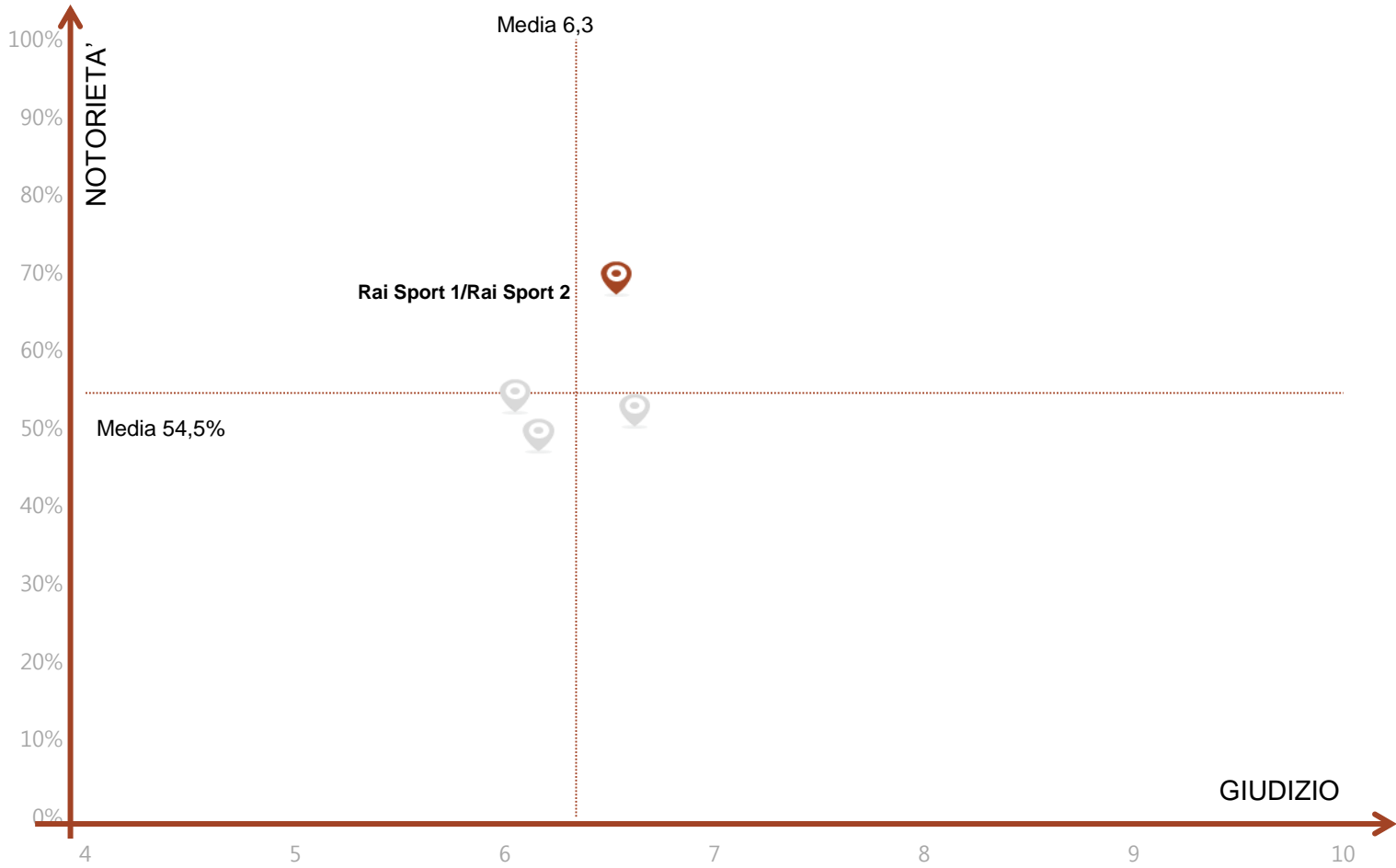


📍 Canali tv privati



TV: posizionamento dei canali sportivi

Posizionamento dei canali specializzati Rai e della concorrenza di Sport

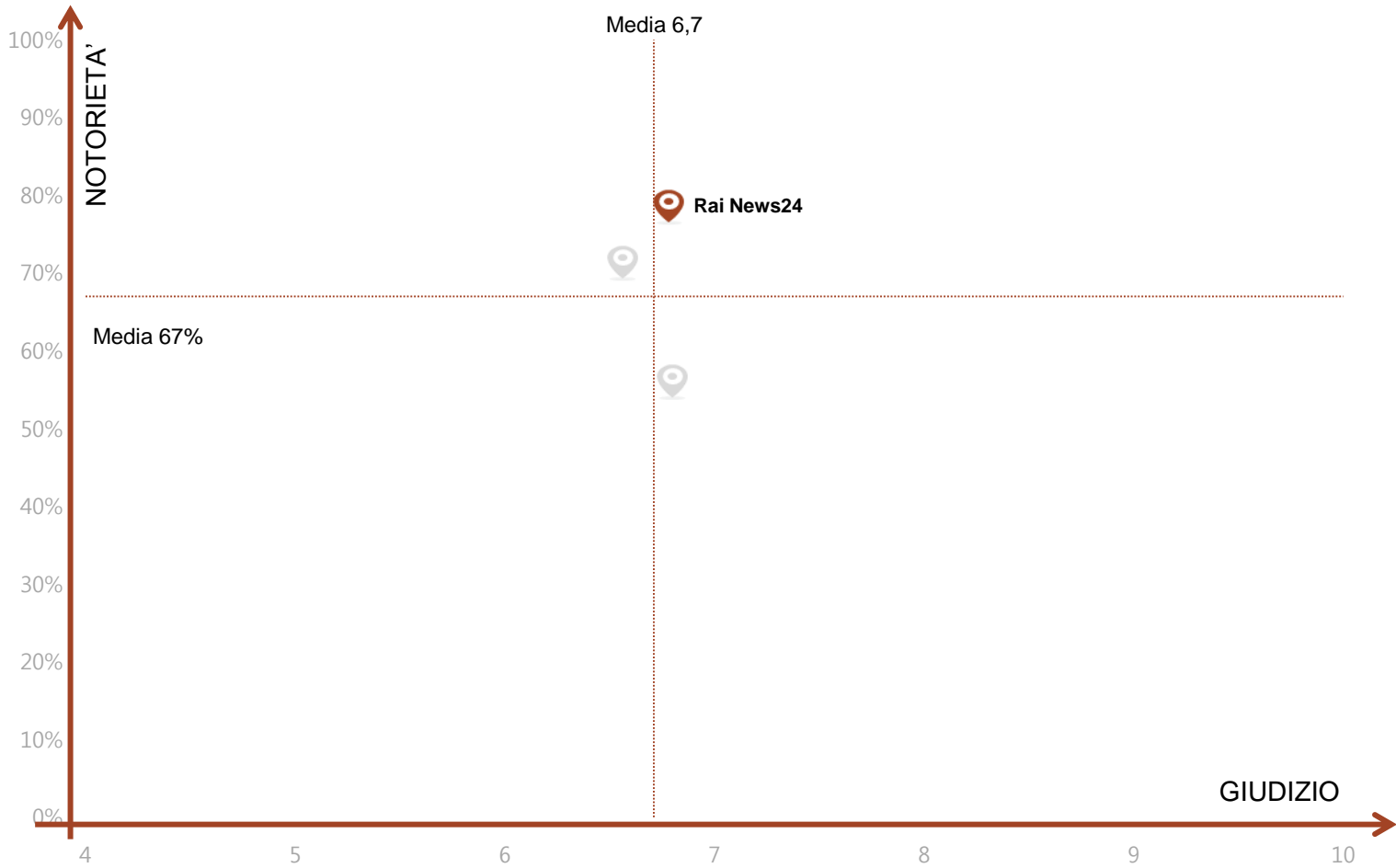


📍 Canali tv privati



TV: posizionamento dei canali news

Posizionamento dei canali specializzati Rai e della concorrenza di News



📍 Canali tv privati



TV: posizionamento dei canali culturali

Posizionamento dei canali specializzati Rai e della concorrenza di Cultura

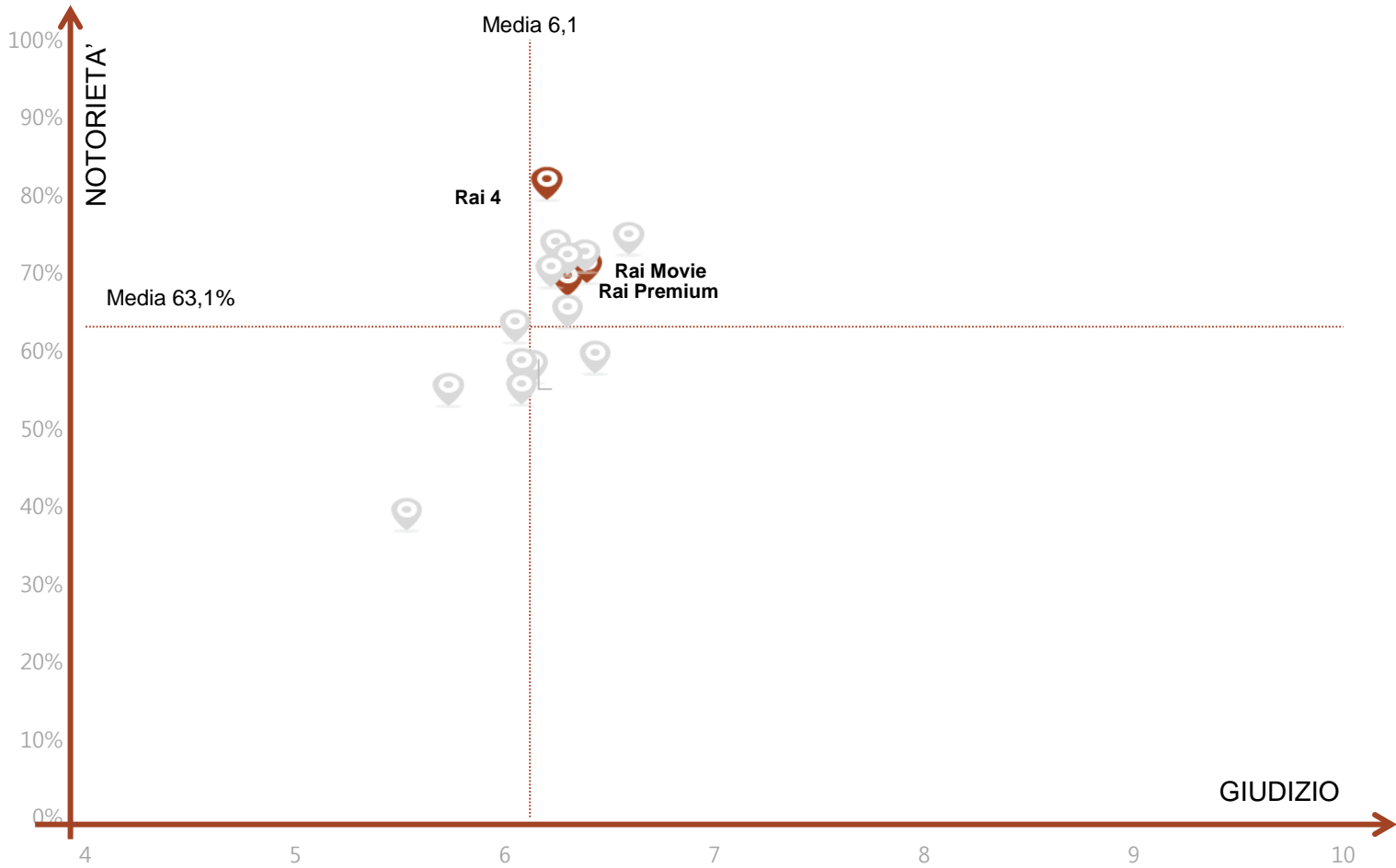


📍 Canali tv privati



TV: posizionamento dei canali intrattenimento

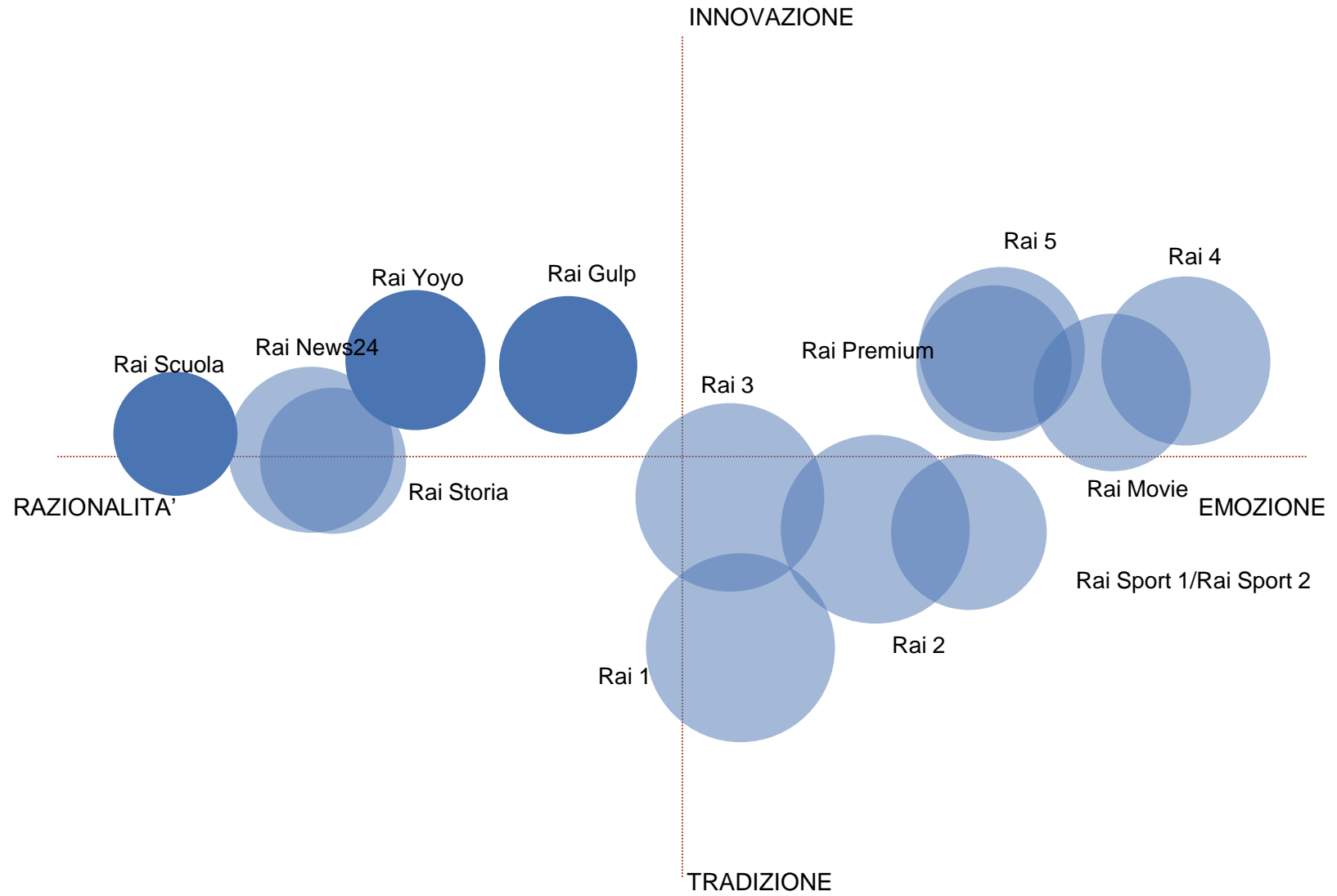
Posizionamento dei canali specializzati Rai e della concorrenza di Intrattenimento (film, serie tv, etc)



📍 Canali tv privati



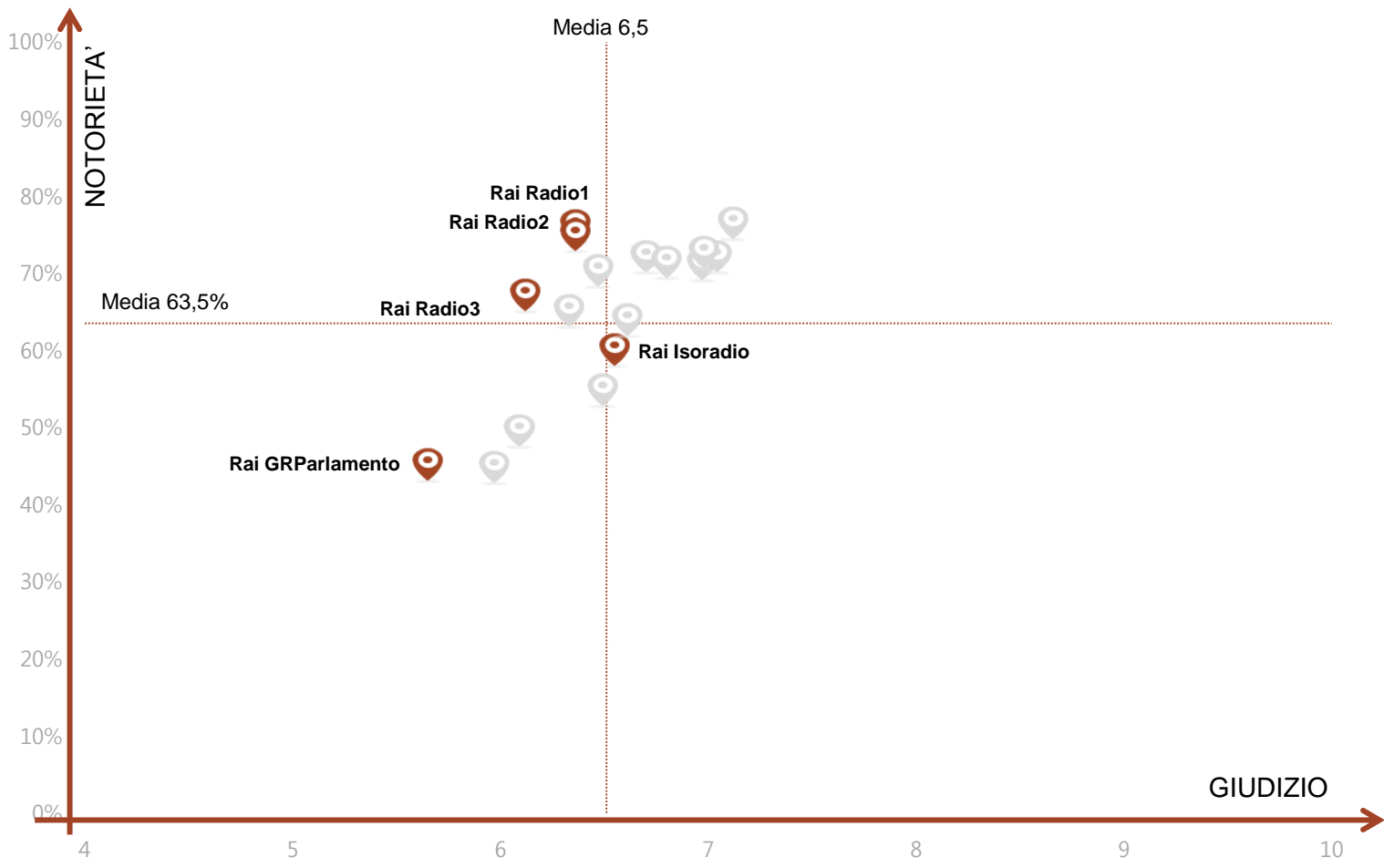
TV: posizionamento dei canali Rai per aree di valore



Nota: la dimensione delle bolle indica il numero di citazioni per il canale; il posizionamento delle bolle indica la vicinanza di ciascun canale con i valori degli assi



Radio: posizionamento dei canali Rai

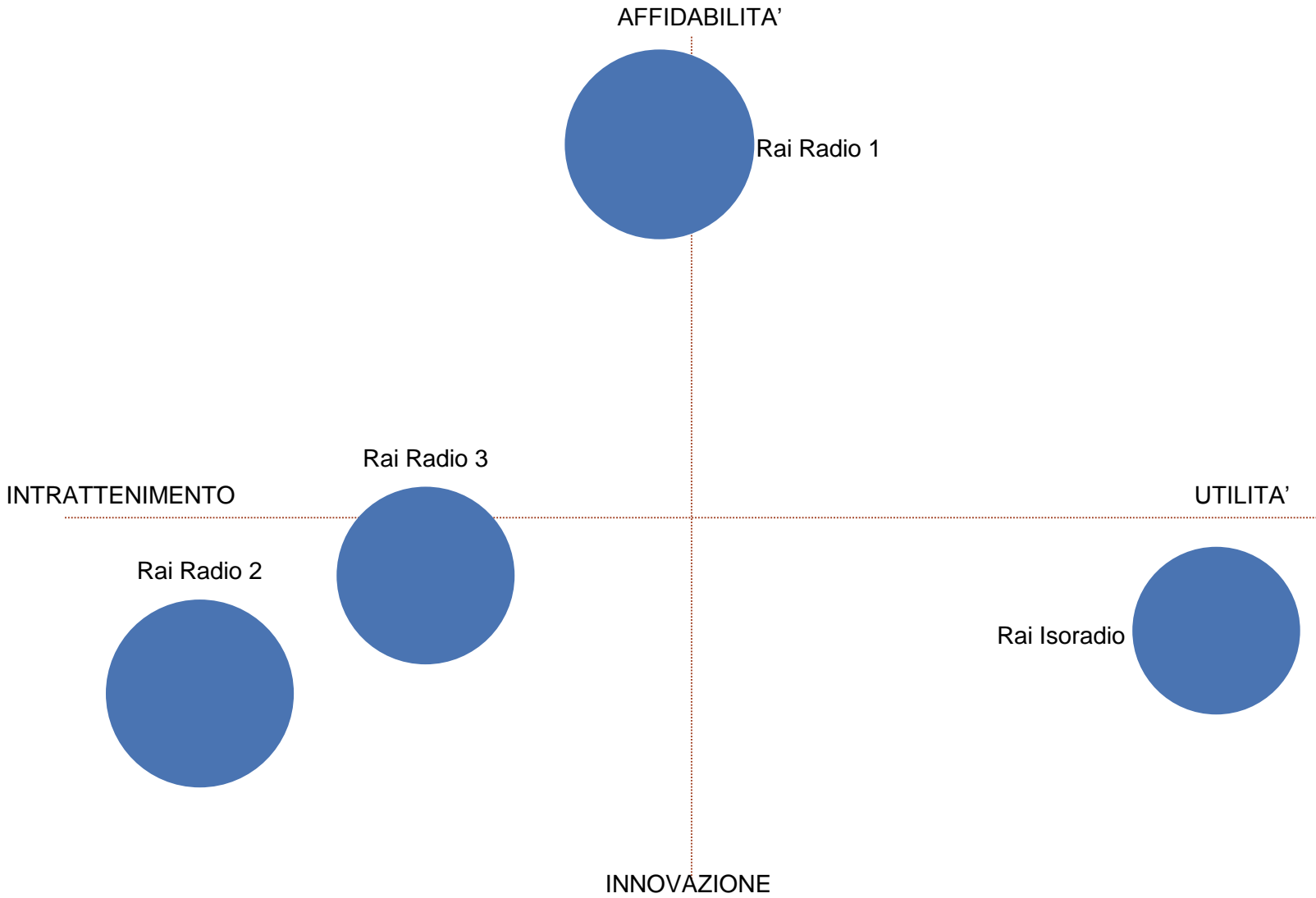


Canali tv privati

Giudizio sulla complessiva offerta Radio **6,2**



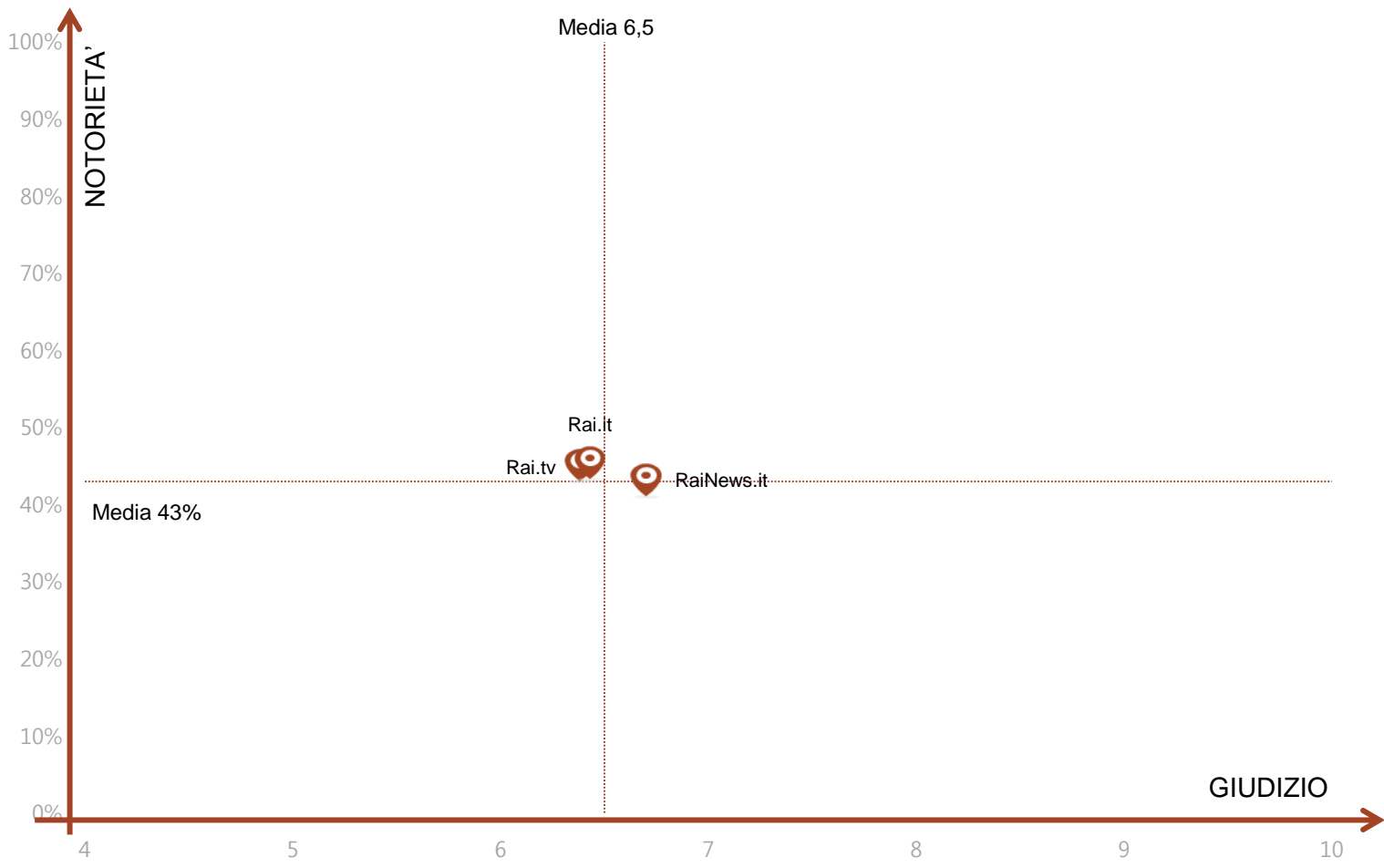
Radio: posizionamento dei canali Rai per aree di valore



Nota: la dimensione delle bolle indica il numero di citazioni per il canale; il posizionamento delle bolle indica la vicinanza di ciascun canale con i valori degli assi



Web: posizionamento dei canali Rai



Giudizio sulla complessiva offerta Web **6,5**



Web: posizionamento dei siti Rai per tratti di immagine

È utile

7,0

È affidabile

6,9

È innovativo

6,7

È utile per informarmi sulla programmazione tv/ radio e sulle novità in arrivo

6,7

È intuitivo, mi permette di trovare facilmente i contenuti/informazioni che cerco

6,5

Mi permette di vedere e rivedere i miei programmi preferiti in qualunque momento e posto

6,4

Mi da l'opportunità di interagire con gli altri e con i programmi/canali (per commenti/votazioni, etc..)

6,3

È unico

6,2

È il mio sito/portale preferito, non ci rinuncierei

4,7

Domanda 28

Ora pensi all'intera offerta web Rai. Quanto è d'accordo, in una scala da 1 a 10, sulle seguenti affermazioni?

Base: coloro che conoscono l'offerta web Rai – 1361 casi





Televideo: posizionamento per tratti di immagine

È utile



È affidabile



È facile da utilizzare/comodo da accedere



Mi tiene informato sulle principali notizie



Offre contenuti e servizi regionali/locali



Lo utilizzo per informarmi sulla programmazione televisiva



È unico



È innovativo



È il mio servizio preferito/non ci rinuncierei



Domanda 30

Quanto è d'accordo, in una scala da 1 a 10, sulle seguenti affermazioni sul TELEVIDEO RAI?

Base: coloro che utilizzano il televideo – 1133 casi

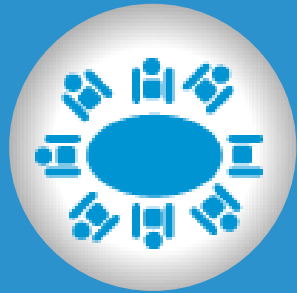
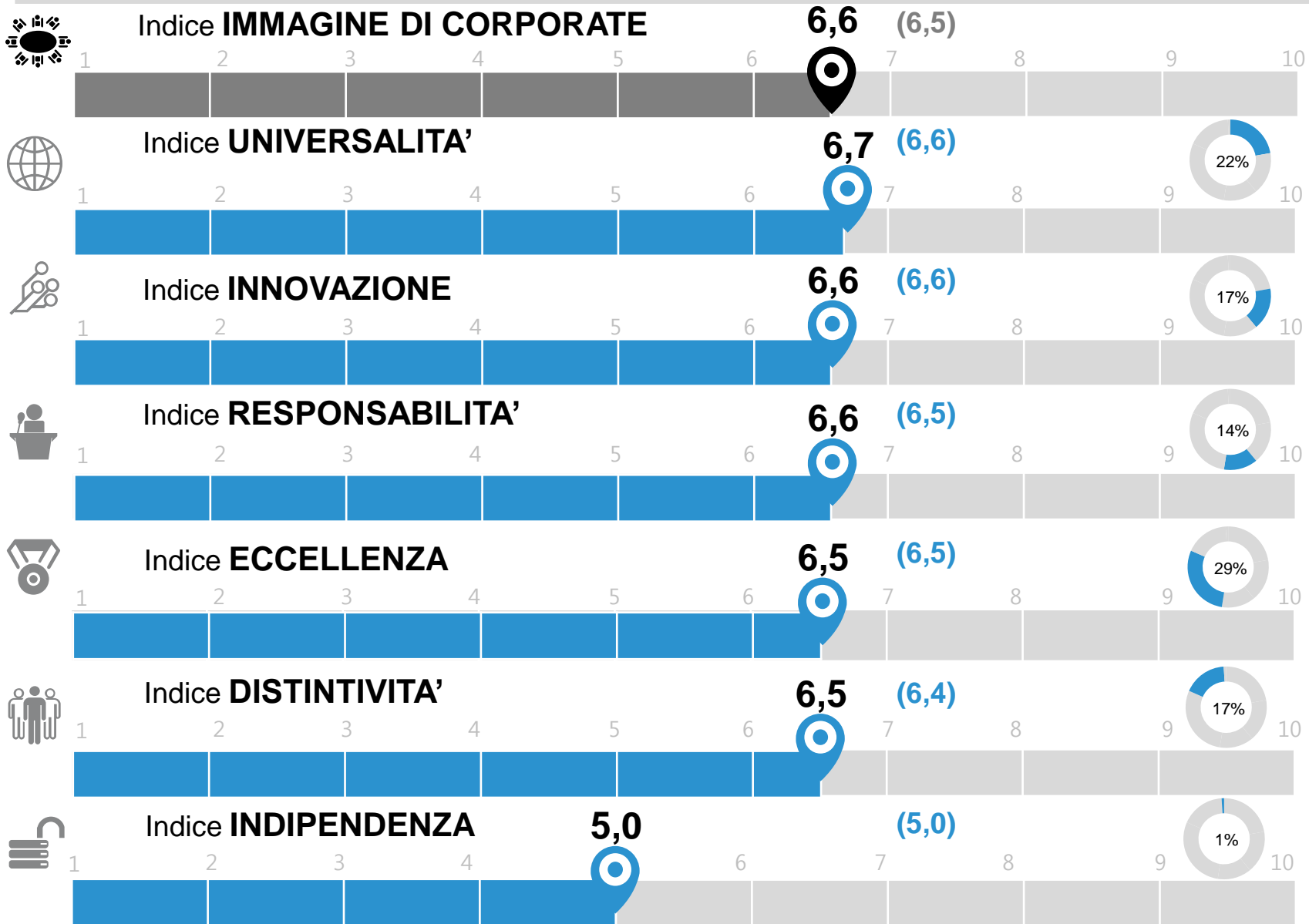


Immagine di corporate



Indice di Corporate Reputation – Piattaforme



Tra parentesi l'indice rilevato in primavera 2014.

Nota: sono riportati nel grafico ad anelli a destra i contributi in % di ciascuna area di analisi nella costruzione dell'indice di C.R. complessivo





Immagine di Corporate: indice 6,6



Valutazione dei sei criteri fondamentali dei media di Servizio Pubblico definiti dall'EBU ("PSM empowering society. A declaration on the core values of public service media" giugno 2012) e della Rai nel complesso.



Punti di forza

Sia i punti di forza che le debolezze sono pienamente confermati: universalità dove risultano maggiormente positivi gli elementi di azienda senza barriere/accessibile a tutti e in grado di soddisfare pubblici diversi con gusti diversi; innovazione dove l'offerta di contenuti su tanti mezzi diversi e l'offerta di programmi in alta definizione ottengono le valutazioni migliori; responsabilità in cui si evidenziano l'autorevolezza e la capacità di rappresentare le donne in modo appropriato e rispettoso; eccellenza in cui si segnala l'attenzione riservata all'offerta e alla tutela dei minori e la percezione di prodotti e servizi di qualità; distintività dove si distinguono l'archivio di programmi di valore e la tempestività nel fornire news attendibili.



Aree di miglioramento

Indipendenza che si conferma il tratto più critico nella percezione dell'azienda in particolare per quanto riguarda il legame con la politica e con il potere economico; innovazione editoriale, distintività rispetto all'offerta dei privati, valorizzazione e visibilità dei servizi innovativi sul web, accountability e la maggiore relazione con i cittadini.



La valutazione complessiva di Rai è confermata pari a 6,8 così come si evidenziano l'elevata la propensione a continuare a servirsi dei suoi prodotti e servizi in futuro, l'altrettanto elevata reputazione generale, e il valore medio inferiore della consigliabilità, la propensione a parlare bene di Rai. La percezione generale di Rai nell'immaginario collettivo mostra la valutazione **positiva di azienda storica**, di pubblica utilità, per tutti, una piacevole compagnia. Gli **elementi negativi** non cambiano: essere un po' old style ed esposta al mondo della politica.



Valutazione dei sei valori fondamentali dei media di Servizio Pubblico definiti dall'EBU

Universalità/Accessibilità/Pluralismo: 6,7

■ % da 1 a 5 ■ % da 6 a 7 ■ % da 8 a 10 ■ % non indica

É accessibile a tutti senza barriere anche con servizi e offerte specifiche per le persone diversamente abili



Offre una informazione accurata e completa sulla mia regione



Soddisfa pubblici diversi con gusti diversi



Copre tutti gli avvenimenti, non solo i più importanti



Rappresenta tutti gli orientamenti politici, i credo religiosi, le razze, le condizioni sociali, gli orientamenti sessuali, etc..



Domanda 38

Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni riguardanti la Rai?

Base: totale campione - 2565 casi



Valutazione dei sei valori fondamentali dei media di Servizio Pubblico definiti dall'EBU

Innovazione: 6,6

■ % da 1 a 5 ■ % da 6 a 7 ■ % da 8 a 10 ■ % non indica

Offre contenuti su tanti mezzi diversi (tv, radio, internet, smartphone, etc)



6,9

Offre programmi in alta definizione



6,8

Dà la possibilità di vedere e rivedere i programmi in contemporanea o in differita dal sito e su smartphone e tablet



6,8

E' innovativa e tecnologicamente all'avanguardia



6,7

Ha applicazioni per tablet e smartphone utili e interessanti



6,6

Mi fa conoscere nuovi attori, musicisti, artisti, scrittori, etc.



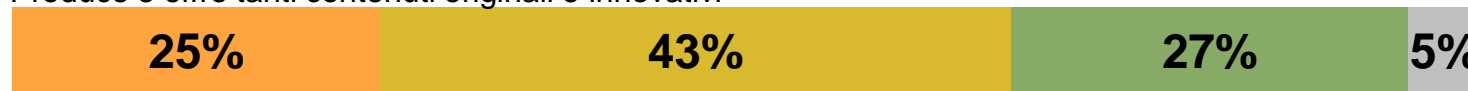
6,5

Svolge un ruolo rilevante nella conoscenza e nell'utilizzo delle nuove tecnologie



6,4

Produce e offre tanti contenuti originali e innovativi



6,4

Base: totale campione - 2565 casi



Valutazione dei sei valori fondamentali dei media di Servizio Pubblico definiti dall'EBU

Responsabilità/Autorevolezza: 6,6

■ % da 1 a 5 ■ % da 6 a 7 ■ % da 8 a 10 ■ % non indica

È autorevole



6,8

Rappresenta le donne in modo appropriato e rispettoso



6,8

È seria, affidabile, credibile



6,7

Favorisce e promuove l'integrazione culturale e sociale



6,5

Tutela la libertà di espressione



6,4

E' trasparente, informa i cittadini sulle proprie scelte editoriali (di produzione di programmi, di voti e conduttori, etc...) e sulla gestione aziendale



6,2

Domanda 42

Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni riguardanti la Rai?

Base: totale campione - 2565 casi

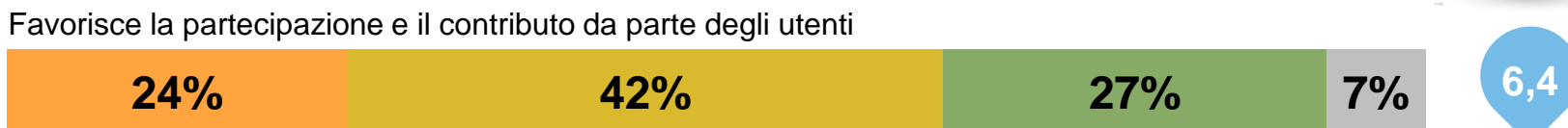
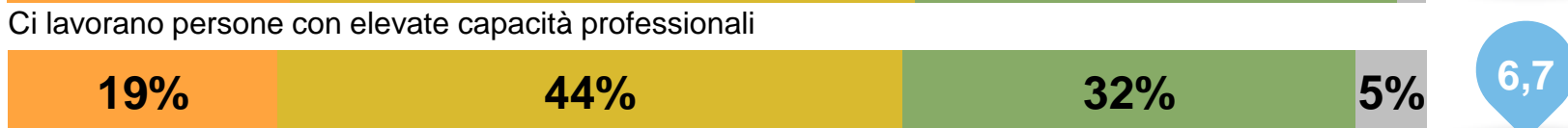




Valutazione dei sei valori fondamentali dei media di Servizio Pubblico definiti dall'EBU

Eccellenza: 6,5

■ % da 1 a 5 ■ % da 6 a 7 ■ % da 8 a 10 ■ % non indica



Domanda 39

Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni riguardanti la Rai?

Base: totale campione - 2565 casi



Valutazione dei sei valori fondamentali dei media di Servizio Pubblico definiti dall'EBU

Distintività: 6,5

■ % da 1 a 5 ■ % da 6 a 7 ■ % da 8 a 10 ■ % non indica

Ha un archivio di programmi di valore unico



7,0

Fornisce tempestivamente notizie attendibili su tutto ciò che accade nel mondo



6,9

Ha uno stile unico e inconfondibile, uno stile Rai



6,7

È un punto di riferimento nell'industria dei media



6,5

Offre contenuti e programmi di qualità indipendente dagli ascolti



6,2

Ha un'offerta più ampia e variegata rispetto alla concorrenza



5,9

Ha meno pubblicità rispetto ai concorrenti tv, radio e web commerciali



5,9

Domanda 41

Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni riguardanti la Rai?

Base: totale campione - 2565 casi



Valutazione dei sei valori fondamentali dei media di Servizio Pubblico definiti dall'EBU

Indipendenza: 5,0

■ % da 1 a 5 ■ % da 6 a 7 ■ % da 8 a 10 ■ % non indica

Offre un'informazione corretta, obiettiva e imparziale



5,8

È indipendente dal potere economico



4,6

È indipendente dalla politica



4,3

Domanda 40

Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni riguardanti la Rai?

Base: totale campione - 2565 casi



La Rai nel complesso

■ % da 1 a 5
 ■ % da 6 a 7
 ■ % da 8 a 10
 ■ % non indica

Propensione futura (domanda 47)

In definitiva, sempre a proposito della Rai, su scala da 1 a 10 quanto... Potrebbe seguire i suoi programmi/servizi in futuro



Buona reputazione (domanda 47)

In definitiva, sempre a proposito della Rai, su scala da 1 a 10 quanto... Ha una buona reputazione complessiva.



Soddisfazione (domanda 46)

Se dovesse esprimere un giudizio complessivo sulla Rai, considerando tutti i settori in cui opera, che voto le darebbe da 1 a 10?



Consigliabilità (domanda 47)

In definitiva, sempre a proposito della Rai, su scala da 1 a 10 quanto... Ne parlerebbe bene a suoi amici e conoscenti.



Base: totale campione - 2565 casi



La Rai nel complesso: analisi della domanda aperta

La Rai è....



Domanda 49

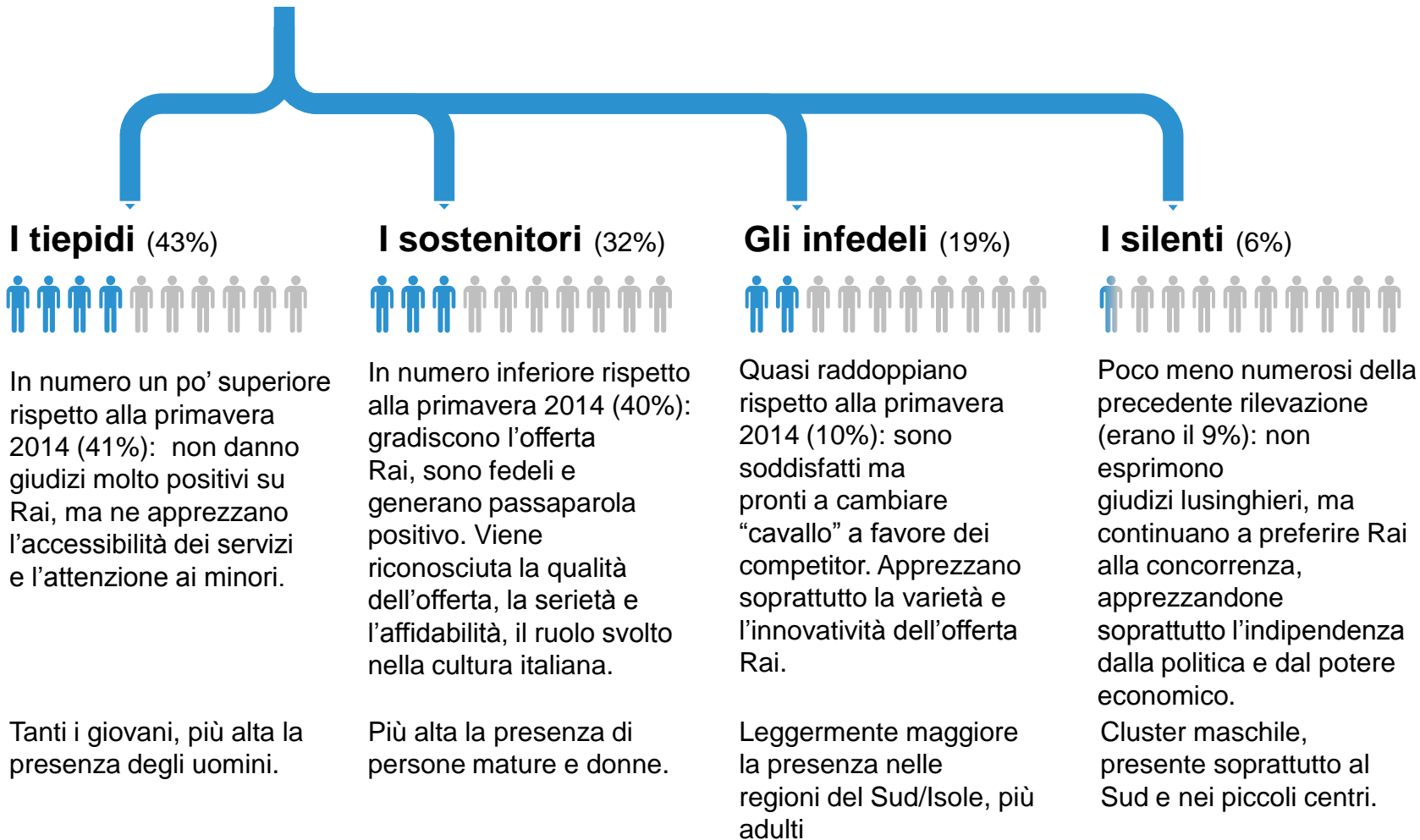
Se dovesse descrivere la Rai con parole sue come la descriverebbe? Secondo lei la Rai è...

Base: totale campione - 2565 casi

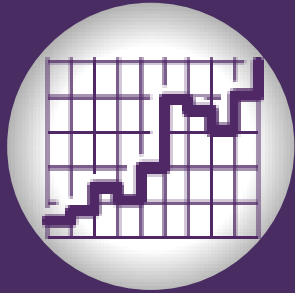


La Rai nel complesso: un'ipotesi di segmentazione del pubblico

L'analisi delle opinioni generali evidenzia la possibilità di **segmentare gli italiani in quattro gruppi**:



Base: totale campione - 2565 casi



Posizionamento competitivo



Gli indici



Indice **POSIZIONAMENTO COMPETITIVO**

6,5

(6,5)



Tra parentesi l'indice rilevato in primavera 2014.



Posizionamento Competitivo: indice 6,5



Indice **POSIZIONAMENTO COMPETITIVO** 6,5



Valutazione del posizionamento rispetto alle principali aziende italiane.



Punti di forza

Tra i tratti di immagine misurati su Rai e sulle altre principali aziende del mercato italiano quello che sicuramente connota l'azienda è la **responsabilità**. **Il livello di fiducia nell'informazione Rai è confermato come aspetto di eccellenza**, e anche in crescita rispetto a quanto rilevato in primavera 2014.



Aree di miglioramento

L'area dell'innovazione e soprattutto dell'indipendenza dalla politica, il rapporto di fiducia con i cittadini.

In termini di fiducia complessiva, Rai evidenzia sempre un valore leggermente inferiore rispetto alla media delle aziende e organizzazioni analizzate.



Posizionamento Competitivo di Rai

È prestigiosa



Opera con responsabilità



È competitiva



Ha la mia fiducia



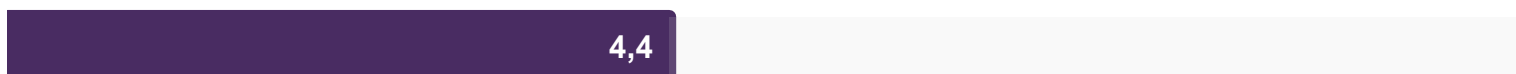
È innovativa



Mi piacerebbe lavorarci

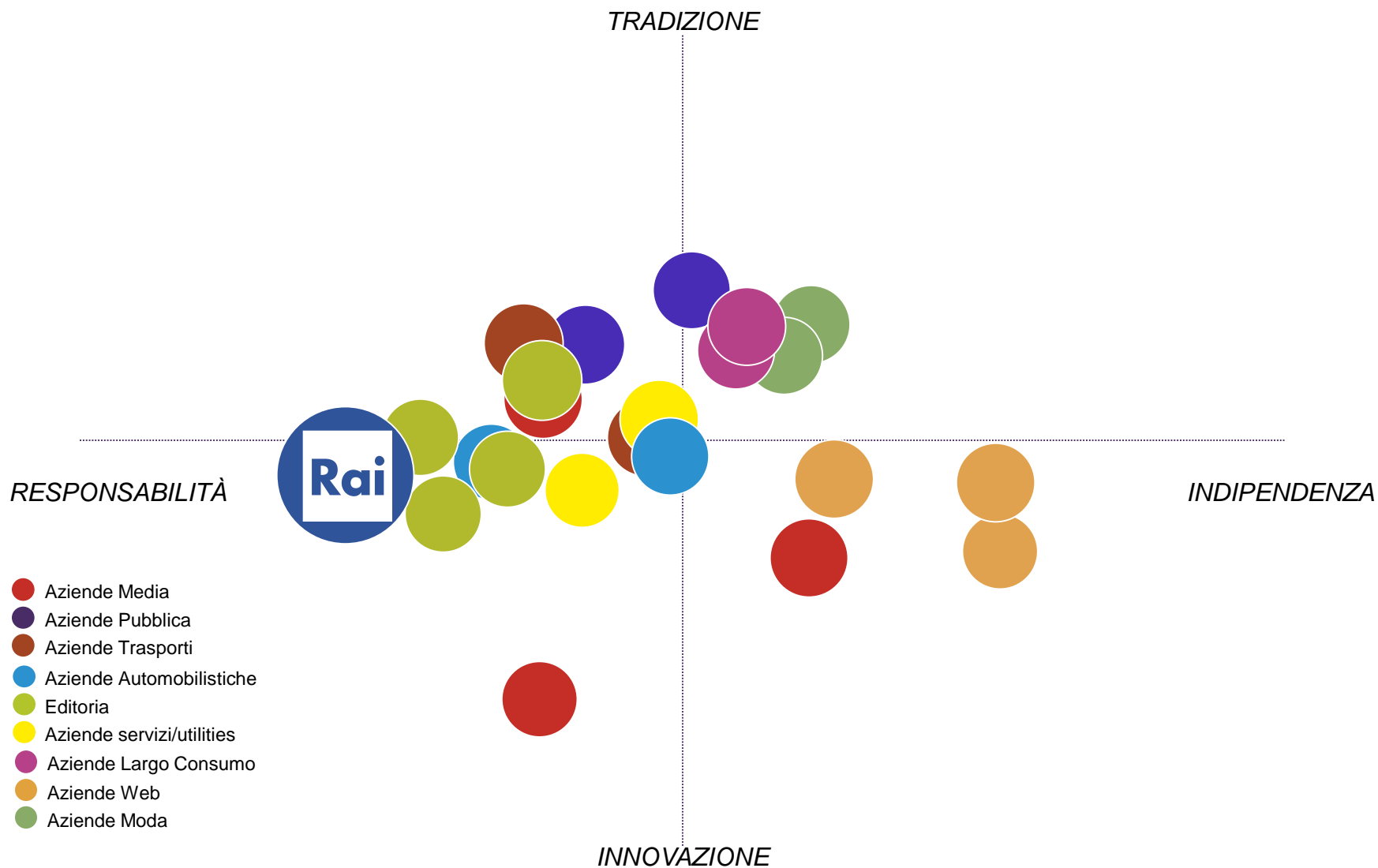


È indipendente dalla politica





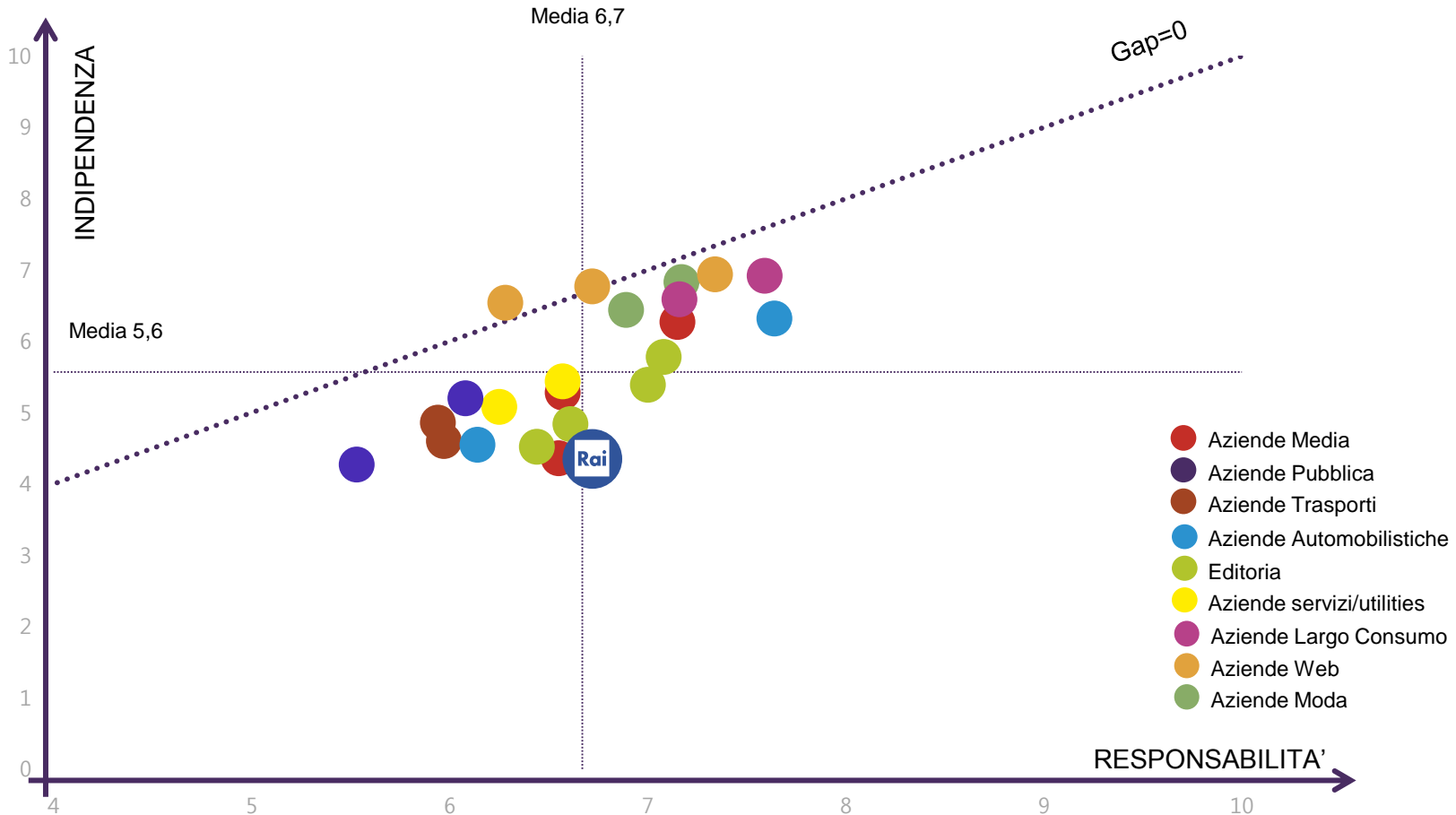
Il posizionamento competitivo delle aziende per aree valoriali



Nota: la dimensione delle bolle indica il numero di citazioni per l'azienda; il posizionamento delle bolle indica la vicinanza di ciascuna azienda con i valori degli assi



Posizionamento competitivo per Indipendenza e Responsabilità

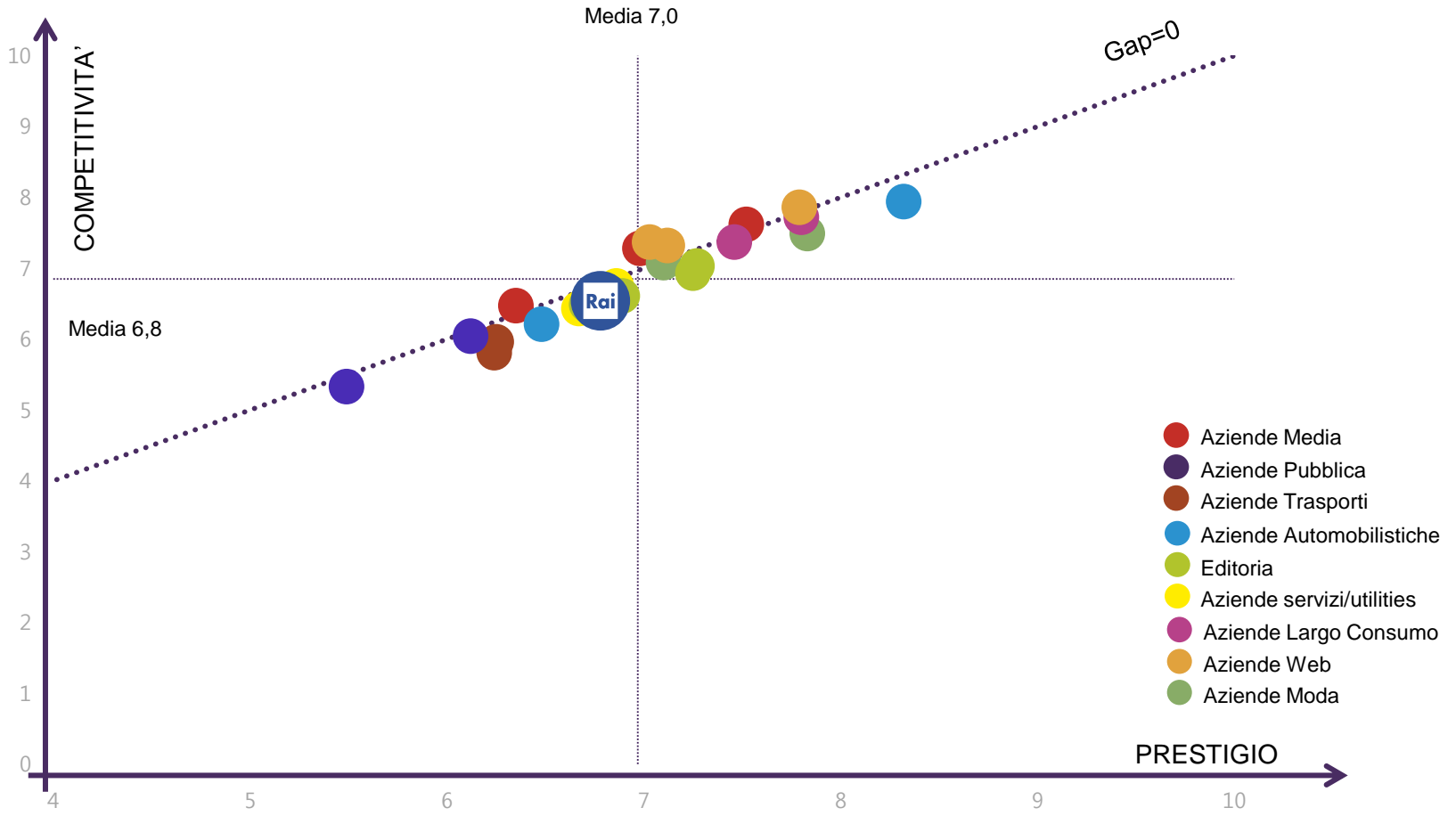


Domanda 44

Ora confrontiamo la Rai con altre realtà o aziende operanti in diversi settori/ambiti. Le leggerò alcune caratteristiche e per ognuna di queste dovrebbe indicare quanto è d'accordo su scala da uno a dieci. "È indipendente dalla politica" - "Opera con responsabilità"



Posizionamento competitivo per Competitività e Prestigio



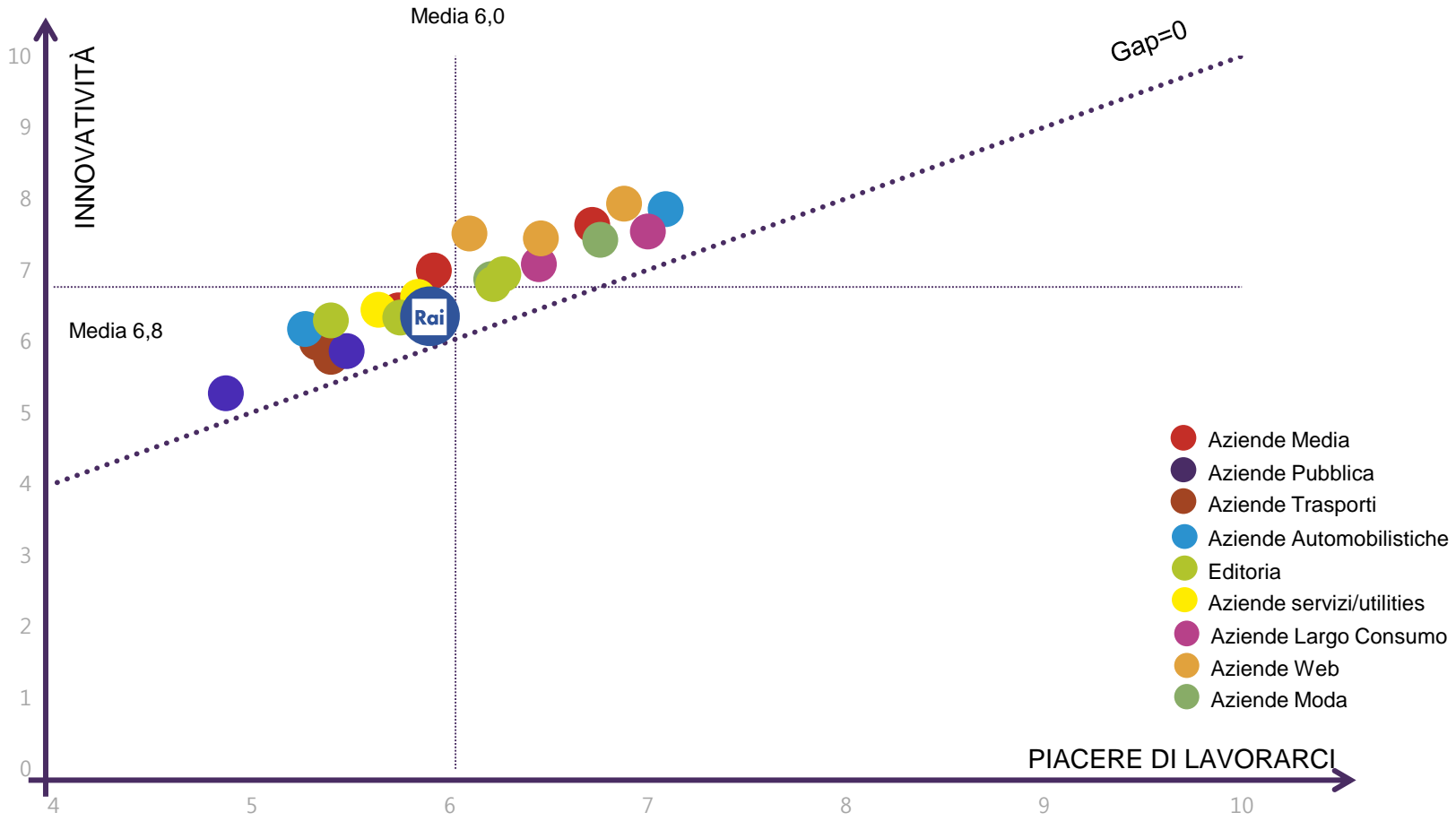
Domanda 44

Ora confrontiamo la Rai con altre realtà o aziende operanti in diversi settori/ambiti. Le leggerò alcune caratteristiche e per ognuna di queste dovrebbe indicare quanto è d'accordo su scala da uno a dieci. "È indipendente dalla politica" - "Opera con responsabilità"





Posizionamento competitivo per Innovatività e Piacere di lavorarci



Domanda 44

Ora confrontiamo la Rai con altre realtà o aziende operanti in diversi settori/ambiti. Le leggerò alcune caratteristiche e per ognuna di queste dovrebbe indicare quanto è d'accordo su scala da uno a dieci. "È indipendente dalla politica" - "Opera con responsabilità"





Posizionamento competitivo

Focus sulla fiducia



Fiducia nel Paese

Nel futuro dell'Italia



Nella società ed economia italiane



Nell'attività della pubblica amministrazione



Domanda 4

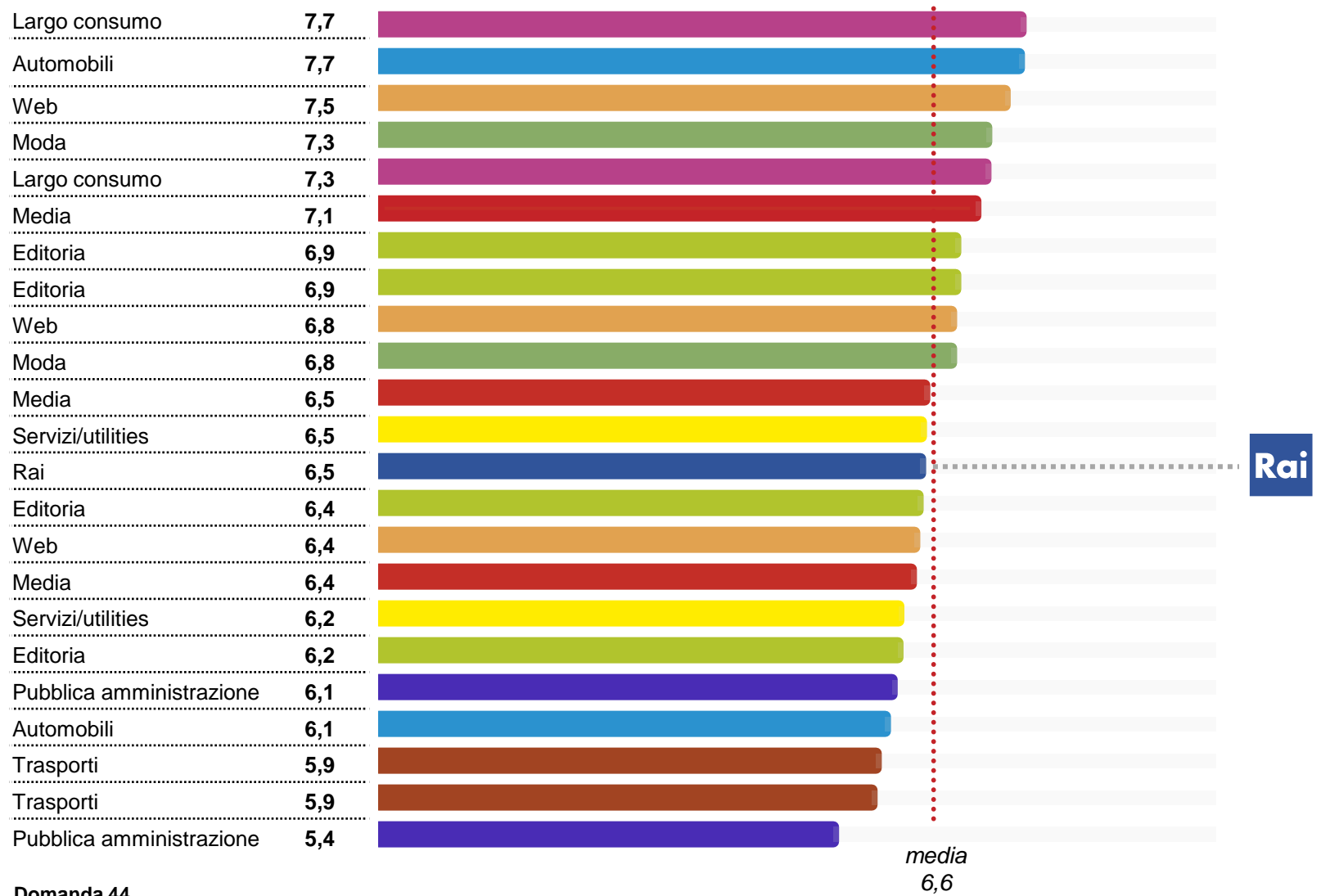
Oggi, In una scala da 1 a 10, quanta fiducia ha...

media
4,7

Base: totale campione - 2565 casi



Fiducia nelle Aziende



Domanda 44

Ora confrontiamo la Rai con altre realtà o aziende operanti in diversi settori/ambiti. Le leggerò alcune caratteristiche e per ognuna di queste dovrebbe indicare quanto è d'accordo su scala da uno a dieci. "Ha la mia fiducia"

Base: totale campione - 2565 casi



Fiducia nei principali mezzi di informazione

TV



Siti di informazione/Internet



Radio



Stampa (quotidiani, settimanali)



Domanda 44b

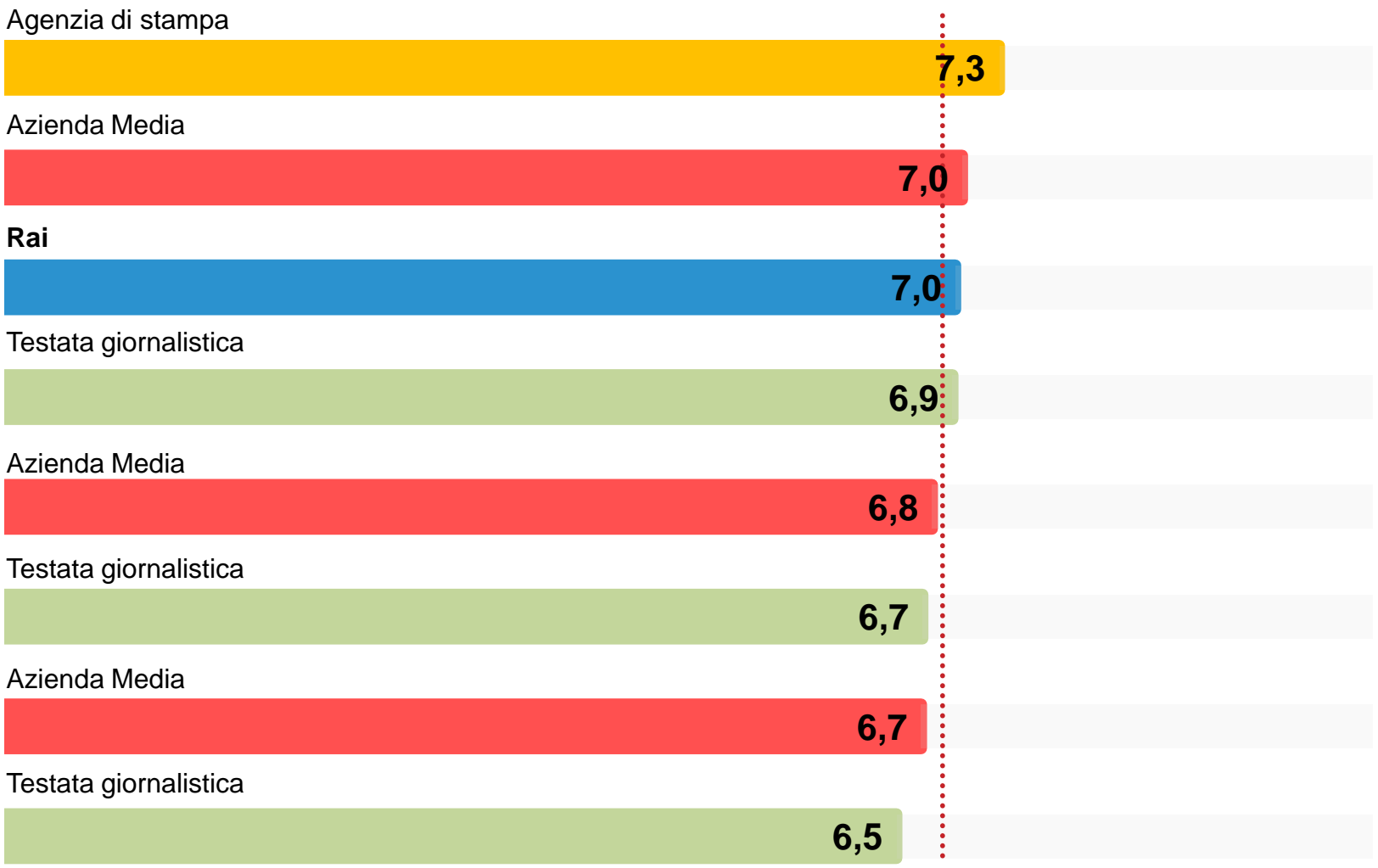
In una scala da 1 a 10, quanta fiducia ha nell'informazione fornita da...

media
6,7

Base: totale campione - 2565 casi

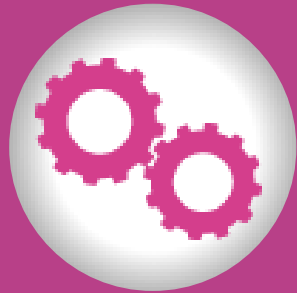


Fiducia nell'informazione fornita dalle principali aziende del settore



Domanda 45
 In una scala da 1 a 10, quanta fiducia ha nell'informazione fornita da...

Base: totale campione – 2565 casi



Metodologia e profilo campionario



Metodologia: Tecnica di intervista e di campionamento

L'indagine è stata realizzata attraverso 2.565 interviste personali a casa su un campione rappresentativo della popolazione italiana di almeno 14 anni.

Il campionamento è stato realizzato su tre stadi con stratificazione delle unità e con probabilità di selezione costanti (schema di campionamento PPS – Probability Proportional to Size):

primo stadio

sono stati selezionati con criteri probabilistici i comuni da strati predisposti per controllare la variabilità tra comuni;

secondo stadio

in ciascun comune selezionato e nei comuni con popolazione superiore a 100mila abitanti, è stato selezionato un numero costante di famiglie, così da poter avere una probabilità di selezione uguale per ogni unità inclusa nel campione

terzo stadio

sono stati selezionati gli individui da intervistare dentro le famiglie-campione.

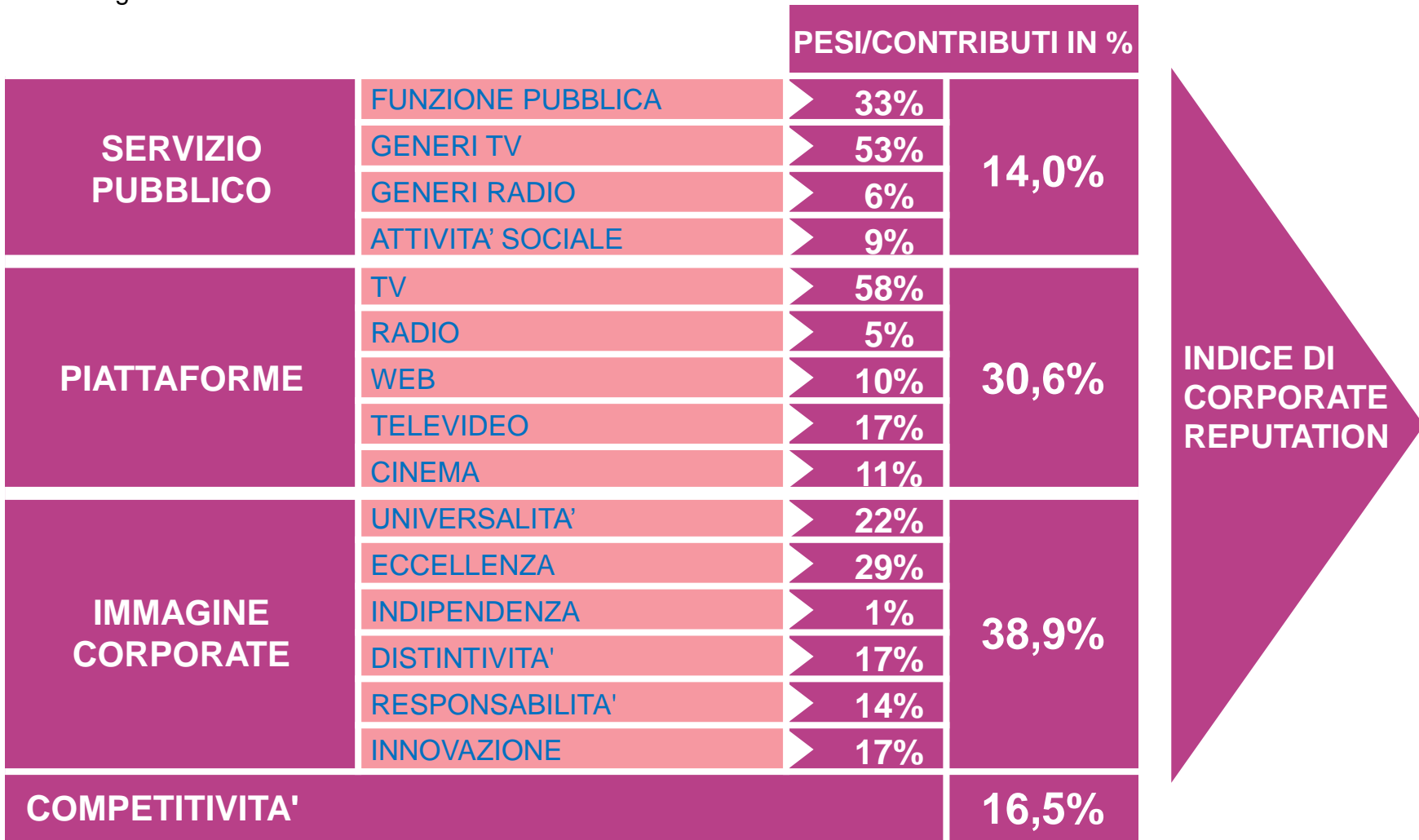
Nel complesso l'indagine è stata realizzata presso 200 comuni distribuiti su tutto il territorio italiano.

Le interviste sono state realizzate nel corso di due settimane nel mese di novembre 2014.



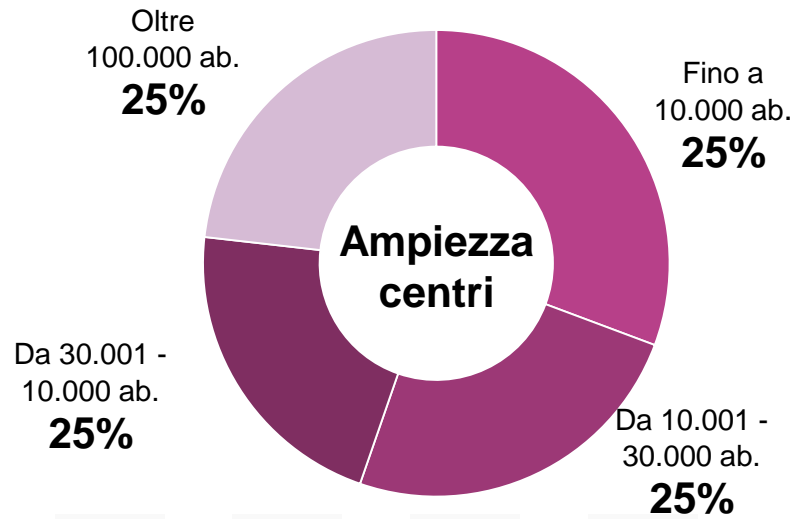
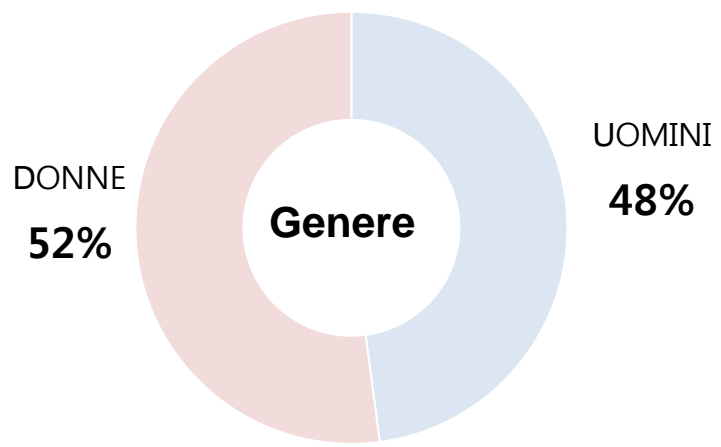
Metodologia: Il peso dei diversi elementi nella costruzione degli indici di C.R.

L'analisi delle interviste ha portato alla costruzione di un indice di Corporate Reputation, e di quattro indici di dettaglio relativi alle diverse aree di esplorazione, elaborati con il modello di analisi ad equazioni strutturali PLS Path Modelling.

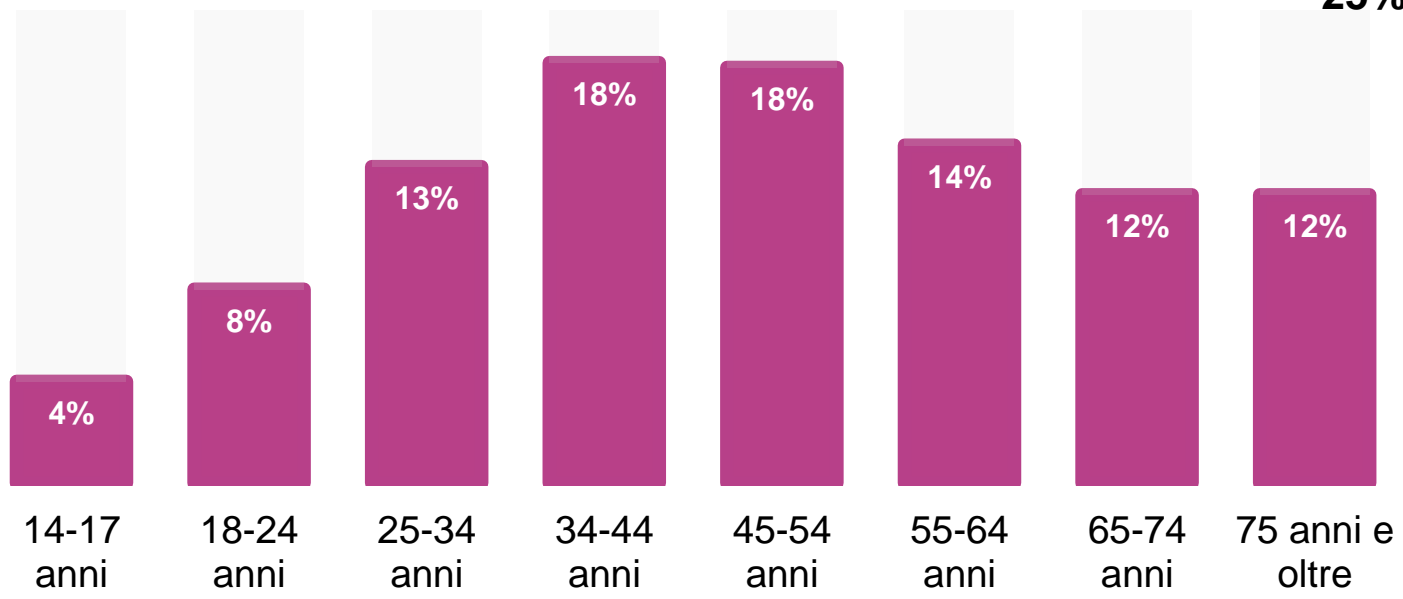




Profilo campionario: variabili sociodemografiche



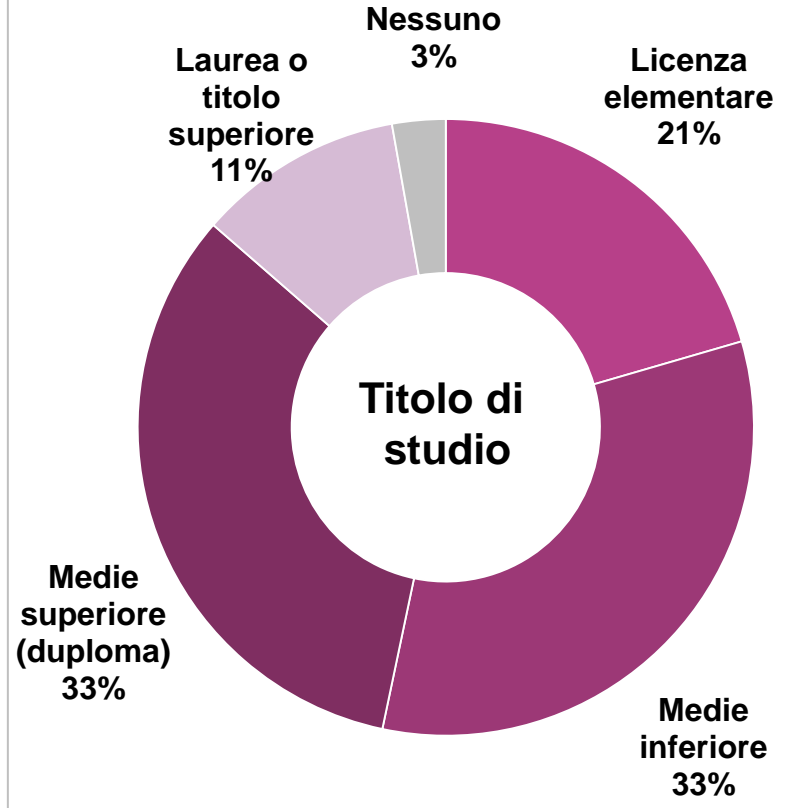
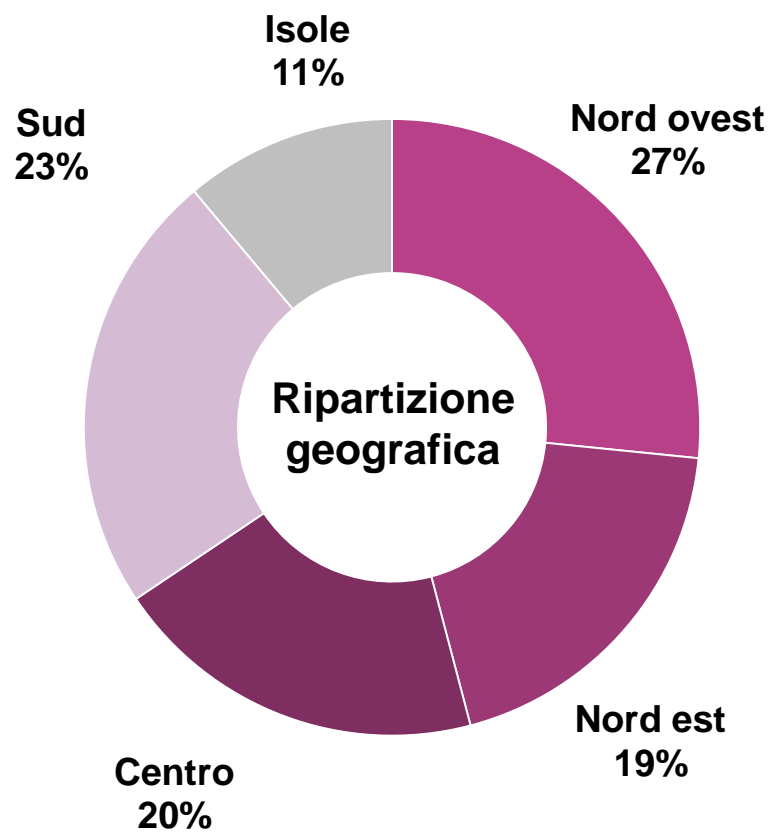
Età



Base: totale campione - 2565 casi



Profilo campionario: variabili sociodemografiche

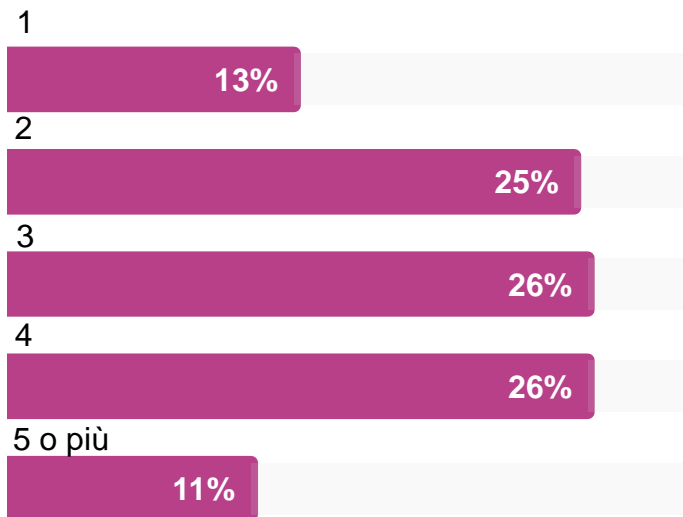


Base: totale campione - 2565 casi

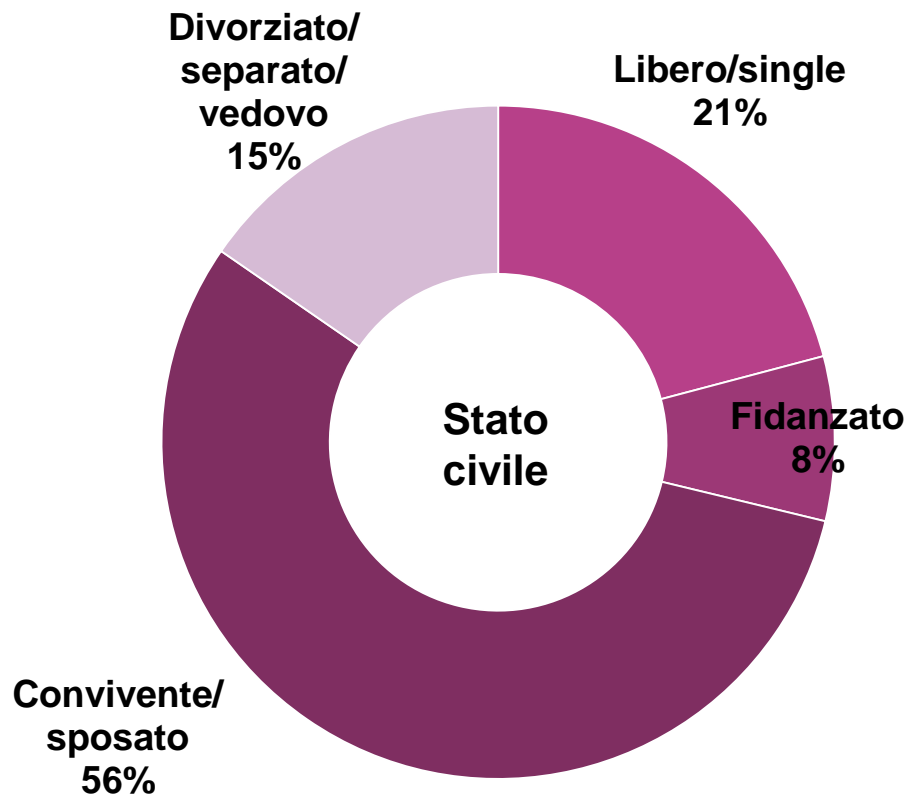
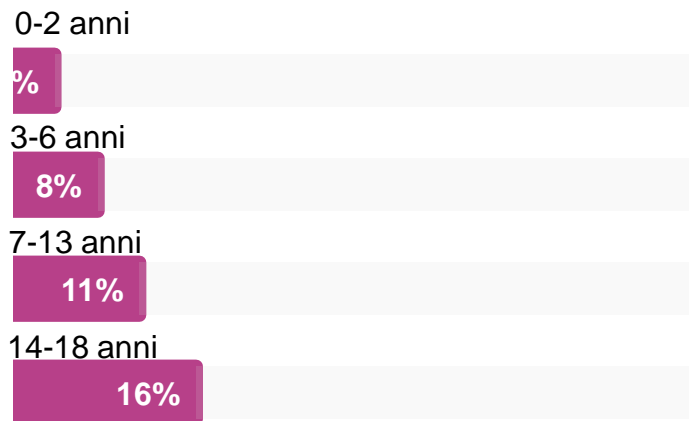


Profilo campionario: variabili sociodemografiche

Composizione familiare



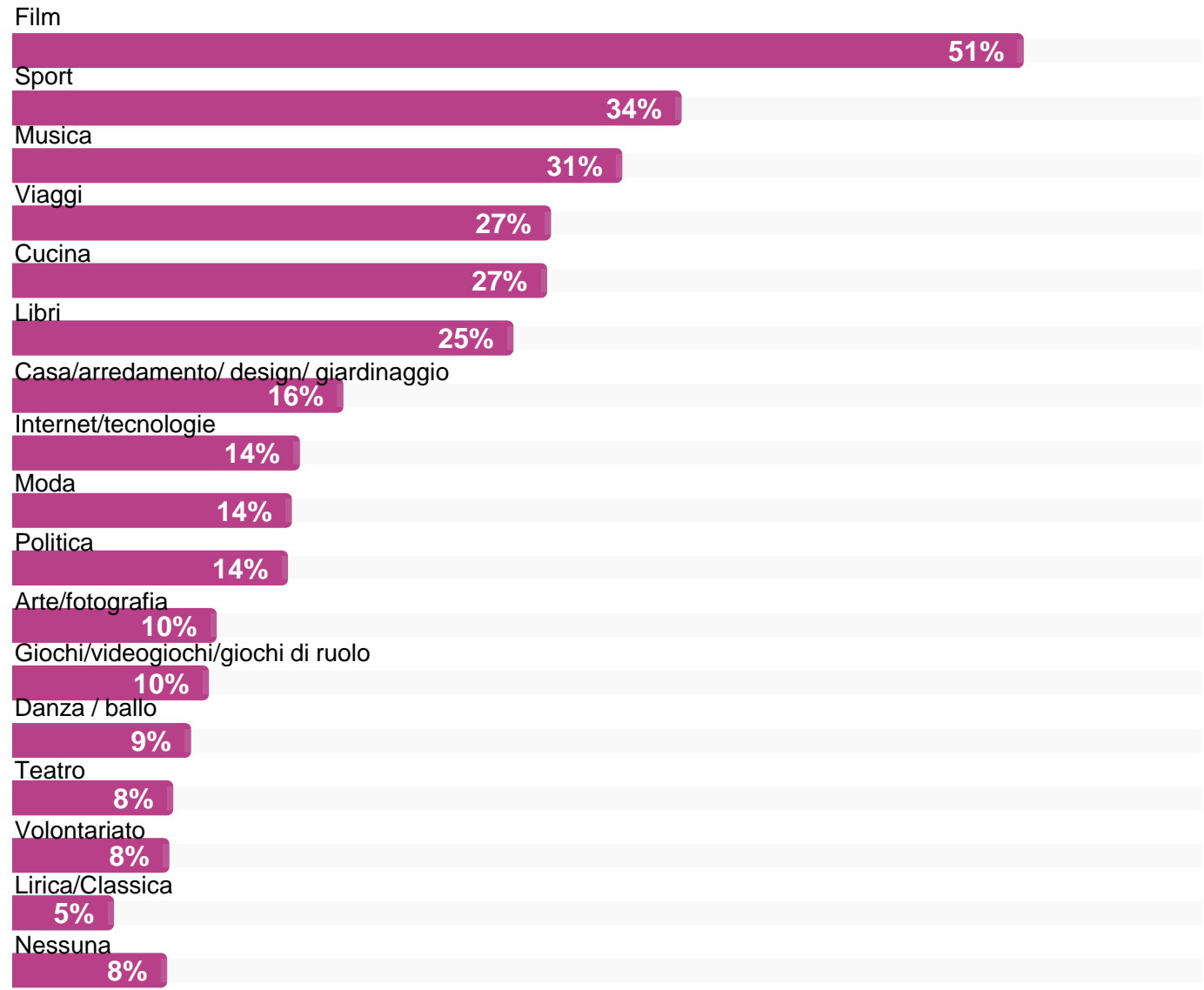
Presenza di minori in famiglia



Base: intervistati con famiglie di almeno 2 persone – 2240 casi



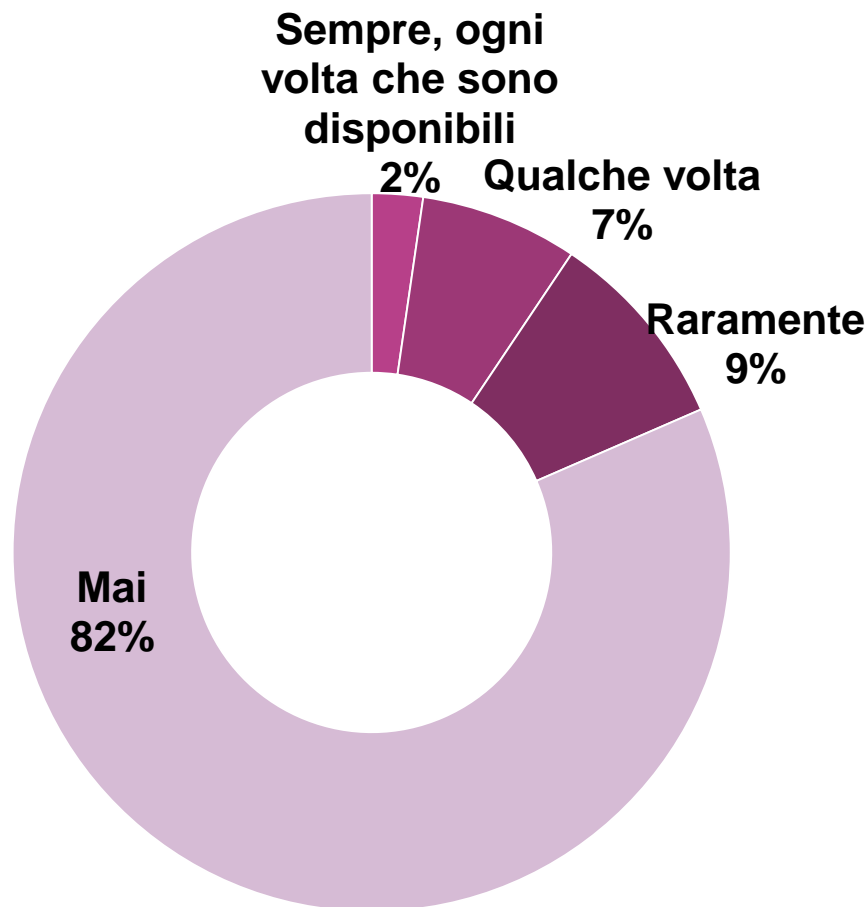
Profilo campionario: Attività del tempo libero



Base: totale campione - 2565 casi **Domanda 2** Tra le seguenti attività del tempo libero, quali la appassionano? (possibili più risposte)



Profilo campionario: Frequenza utilizzo sottotitoli e audio-descrizioni



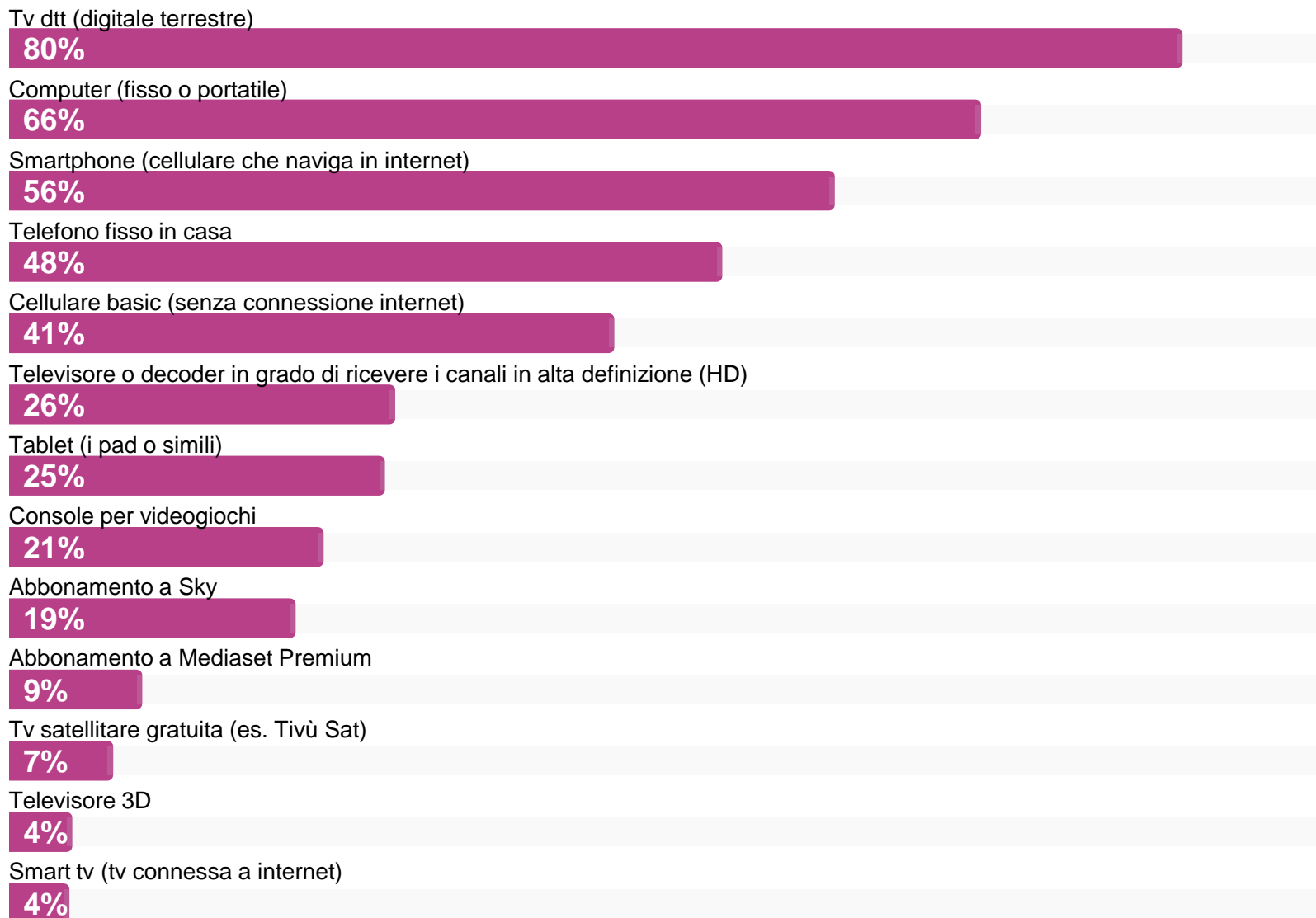
Domanda 10

Con quale frequenza le capita di usufruire dei sottotitoli o dell'audio-descrizione dei programmi Rai, quando sono disponibili?

Base: totale campione - 2565 casi



Profilo campionario: Attività del tempo libero



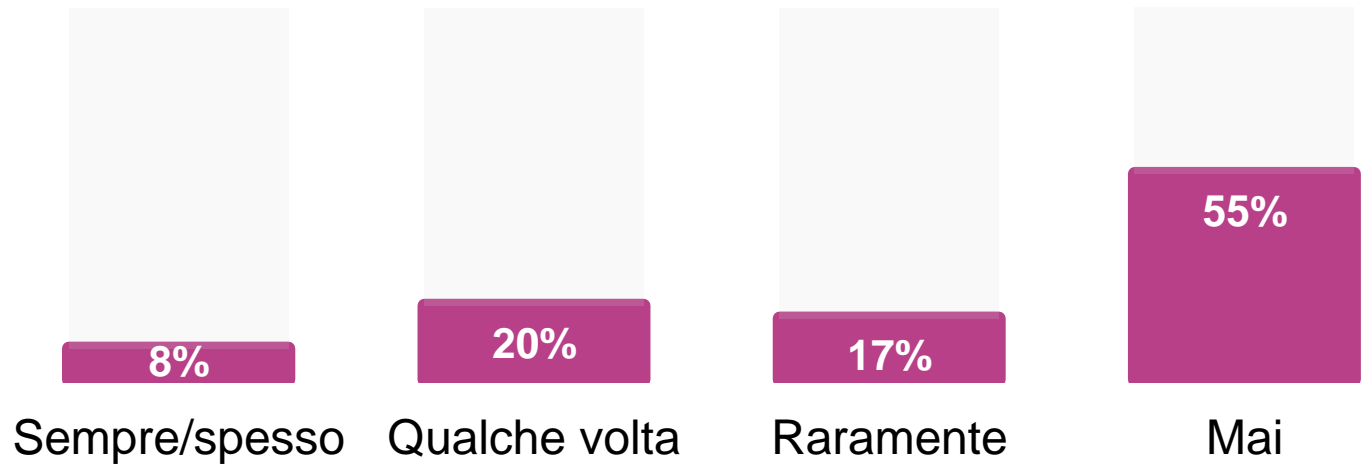
Base: totale campione - 2565 casi

Domanda 2 Tra le seguenti attività del tempo libero, quali la appassionano? (possibili più risposte)



Profilo campionario: Utilizzo tablet o smartphone durante visione TV

Domanda 3 Mentre guarda la televisione le capita di usare contemporaneamente un tablet o uno smartphone?



Base: totale campione - 2565 casi

Allegato

Questionario usato nell'indagine



- Operaio comune, manovale, bracciante
- Agricoltore
- Rappresentante e lavoratore autonomo in genere
- Casalinga
- Pensionato
- Studente
- Disoccupato/in cerca di occupazione
- Altro, cioè _____

S7. Quante persone vivono nella sua famiglia? (intervistato compreso ed escluse persone di servizio, pensionanti e familiari assenti da oltre 6 mesi)

□□□

(Se più di una persona in famiglia)

S8. Quante persone della sua famiglia hanno...

- Da 0 a 2 anni □□□
- Da 3 a 6 anni □□□
- Da 7 a 13 anni □□□
- Da 13 a 18 anni □□□

S9. Quale delle seguenti condizioni descrive meglio la sua situazione ?

- Libero/single
- Fidanzato
- Convivente/sposato
- Separato/divorziato/vedovo

S10 Con quale frequenza le capita di usufruire dei sottotitoli o dell'audio-descrizione dei programmi Rai, quando sono disponibili?

- Sempre, ogni volta in cui sono disponibili
- Qualche volta
- Raramente
- Mai

1. SEZIONE INTRODUTTIVA

D1 Quali di queste apparecchiature tecnologiche/abbonamenti possiede? POSSIBILI PIÙ RISPOSTE

	Sì	No
Tv dtt (digitale terrestre)	1	2
Abbonamento a Mediaset Premium	1	2
Tv satellitare gratuita (es. Tivù Sat)	1	2
Abbonamento a Sky	1	2
Smart tv (tv connessa a internet)	1	2
Televisore o decoder in grado di ricevere i canali in alta definizione (HD)	1	2
Televisore 3D	1	2
Computer (fisso o portatile)	1	2
Tablet (i pad o simili)	1	2
Console per videogiochi	1	2
Cellulare basic (senza connessione internet)	1	2
Smartphone (cellulare che naviga in internet)	1	2
Telefono fisso in casa	1	2

D2 Tra le seguenti attività del tempo libero, quali la appassionano? (Possibili più risposte)

- Sport
- Musica
- Lirica/Classica
- Film
- Libri
- Arte/fotografia
- Danza / ballo
- Teatro
- Moda
- Politica
- Volontariato
- Cucina
- Viaggi
- Giochi/videogiochi/giochi di ruolo
- Casa/arredamento/design/giardinaggio
- Internet/tecnologie
- Nessuna

D3 Mentre guarda la televisione le capita di usare contemporaneamente un tablet o uno smartphone?

- Molto (Sempre/spesso)
- Abbastanza (Qualche volta)
- Poco (Raramente)
- Per niente (Mai)

2. IL SERVIZIO PUBBLICO

D4 Oggi, in una scala da 1 a 10, quanta fiducia ha...

ROTAZIONE	1= minim o	2	3	4	5	6	7	8	9	10= massimo	Non sa
Nella società ed economia italiane											
Nel futuro dell'Italia											
Nell'attività della pubblica amministrazione											

D5 Parliamo del servizio pubblico. Cosa e' per lei un servizio pubblico? Quali caratteristiche deve avere? (approfondire, segnalare la prima, la seconda e la terza indicazione)

1. _____
2. _____
3. _____

D6 Ecco alcune affermazioni di altri intervistati relative al servizio pubblico nella comunicazione (tv, radio e web). Quanto è d'accordo con ciascuna affermazione? Esprima il suo giudizio con una scala da 1 a 10, dove 1 indica che lei e' "per niente d'accordo" e 10 che e' "totalmente d'accordo".

Il servizio pubblico e'...

Ruotare Items	Voto da 1 a 10	Non indica
Un'attività che soddisfa i bisogni della collettività	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	11
Un contributo alla vita quotidiana del cittadino	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	11
Un'attività che soddisfa e rappresenta i bisogni delle realtà locali e delle minoranze sociali, culturali e linguistiche	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	11
Un servizio rappresentativo dell'identità nazionale	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	11
Offre prodotti e servizi che non troveresti mai in un servizio privato	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	11

D7 Sempre utilizzando una scala da 1 a 10, lei quanto e' d'accordo con le seguenti affermazioni: la Rai ...

Ruotare Items	Voto da 1 a 10	Non indica
Soddisfa i bisogni della collettività	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	11

Dà un contributo alla vita quotidiana del cittadino	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	11
Svolge un'attività che soddisfa e rappresenta i bisogni delle realtà locali e delle minoranze sociali, culturali e linguistiche	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	11
È rappresentativa della nazione/dell'identità nazionale	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	11
Offre prodotti e servizi che non troveresti mai in un servizio privato	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	11

3. TV

D8 Quanto è importante per lei che la Rai sia presente con i suoi canali in televisione?

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

- Non indica 11

D9 Conosce i seguenti canali televisivi Rai? Per ciascuno, in particolare lo conosce...

ROTAZIONE	LIVELLO CONOSCENZA			
	Lo conosco molto bene	Lo conosco abbastanza bene	L'ho solo visto o sentito nominare	Non lo conosco affatto/mai visto
Rai 1	1	2	3	4
Rai 2	1	2	3	4
Rai 3	1	2	3	4
Rai 4	1	2	3	4
Rai 5	1	2	3	4
Rai News24	1	2	3	4
Rai Movie	1	2	3	4
Rai Premium	1	2	3	4
Rai Gulp	1	2	3	4
Rai Yoyo	1	2	3	4
Rai Scuola	1	2	3	4
Rai Storia	1	2	3	4
Rai Sport 1/RaiSport2	1	2	3	4

D10 Se dovesse esprimere sempre su scala da 1 a 10 un giudizio complessivo sui seguenti canali tv, lei che voto darebbe a ... (COMPAGIONO SOLO I CANALI CONOSCIUTI, RUOTARE ITEM)

TELEVISIONE	Voto da 1 a 10	Non indica
Rai 1	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Rai 2	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Rai 3	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Rai 4	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Rai 5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Rai Premium	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Rai Movie	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Rai Yoyo	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Rai Gulp	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Rai Storia	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Rai News24	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Rai Sport 1/Rai Sport 2	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Rai Scuola	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11

D11 Ora pensi ai seguenti canali televisivi Rai. Lei quanto è d'accordo, in una scala da 1 a 10, sulle seguenti affermazioni riguardanti ciascun canale?

(compaiono solo i canali tv conosciuti)

DA TESTARE

Rai1 Rai2 Rai3 Rai4 Rai5 Rai Premium Rai Movie Rai Yoyo Rai Gulp
Rai Storia Rai News24 Rai Sport1/Rai Sport2 Rai Scuola

RUOTARE ITEMS	(11 NON INDICA)
E' innovativo	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' unico	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' utile	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' affidabile	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' il mio canale preferito/non ci rinuncierei	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10

D12a In quanto Servizio Pubblico, quanto ritiene importante che Rai trasmetta i seguenti generi televisivi? Risponda sempre utilizzando una scala 1 a 10

Ruotare items	Voto da 1 a 10	Non indica
Informazione nazionale (tg, approfondimento informativo, attualità)	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Cultura (scienza, arte, prosa/teatro, ...)	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Intrattenimento (musicali, quiz, varietà, reality, etc.)	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Sport	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Programmi per bambini	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Film	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Serie tv Italiane	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Telefilm stranieri	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Programmi di utilità al cittadino (meteo,viabilità)	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Programmi e informazione regionale/locale	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11

D12b E quanto ritiene soddisfacente la programmazione televisiva Rai su questi stessi generi? Risponda sempre utilizzando una scala 1 a 10

Ruotare items	Voto da 1 a 10	Non indica
Informazione nazionale (tg, approfondimento informativo, attualità)	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Cultura (scienza, arte, prosa/teatro, ...)	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Intrattenimento (musicali, quiz, varietà, reality, etc.)	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Sport	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Programmi per bambini	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Film	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Serie tv Italiane	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Telefilm stranieri	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Programmi di utilità al cittadino (meteo,viabilità)	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Programmi e informazione regionale/locale	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11

(se conosce almeno un canale televisivo Rai)

D13 E considerando in complesso la Rai come emittente televisiva, lei che voto le darebbe da 1 a 10.

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

- NON INDICA 11

(A TUTTI)

D14 Se dovesse esprimere sempre su scala 1 a 10 un giudizio complessivo sui seguenti canali televisivi commerciali, lei che voto darebbe a ... (ruotare item)

	Voto da 1 a 10	Non indica/ Non conosce
Canale5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Rete4	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Italia1	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
La7	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
MTV	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
TV2000	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
MediasetExtra	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
DMax	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Focus	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Italia2	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Iris	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Cielo	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
La5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
La7D	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
RealTime	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Giallo	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
LaEffe	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
SkyTg24	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
TgCom24	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
DeeJayTv	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
TopCrime	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Fine Living	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Sky Sport/Sky Calcio	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Mediaset Premium Calcio	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Sportitalia	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11

4. RADIO

D15 Quanto è importante per lei che la Rai sia presente con i suoi canali in radio?

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

- NON INDICA 11

D16 Conosce i seguenti canali radiofonici Rai?

RADIO	Lo conosco molto bene	Lo conosco abbastanza bene	L'ho solo visto o sentito nominare	Non lo conosco affatto/mai sentito
RAIRadio1	1	2	3	4
RAIRadio2	1	2	3	4
RAIRadio3	1	2	3	4
RAI Isoradio	1	2	3	4
RAI GRParlamento	1	2	3	4

(Per ogni emittente conosciuta)

D17 E se dovesse esprimere, sempre su scala 1 a 10, un giudizio complessivo sui seguenti canali radiofonici Rai , che giudizio darebbe?

RADIO	Voto da 1 a 10	Non indica
-------	----------------	------------

RAIRadio1	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
RAIRadio2	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
RAIRadio3	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
RAI Isoradio	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
RAI GRParlamento	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11

D18 Ora pensi alle seguenti emittenti radiofoniche Rai. Lei quanto è d'accordo, in una scala da 1 a 10, sulle seguenti affermazioni riguardanti ciascun canale?
(compaiono solo le emittenti radio conosciute)

DA TESTARE

RadioRai1 RadioRai2 RadioRai3 IsoRadio

RUOTARE ITEMS	(11 NON INDICA)
E' innovativo	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' unico	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' utile	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' affidabile	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' il mio canale preferito/non ci rinuncerei	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Offre un'ampia, buona e riconoscibile offerta musicale	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10

(Se conosce almeno una emittente Radio Rai)

D19a In quanto Servizio Pubblico, quanto ritiene importante che Rai Trasmetta i seguenti generi radiofonici? Risponda sempre utilizzando una scala 1 a 10

Ruotare items	Voto da 1 a 10	Non indica
Informazione (gr, approfondimento informativo, attualità, meteo, viabilità/onda verde)	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Cultura (scienza, arte, libri, etc..)	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Intrattenimento (show radiofonici)	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Musica classica/lirica	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Musica leggera	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Programmi di utilità al cittadino (meteo, viabilità/onda verde)	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Programmi e informazione regionale/locale	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11

D19b E quanto ritiene soddisfacente la programmazione radiofonica Rai su questi stessi generi? Risponda sempre utilizzando una scala 1 a 10

Ruotare items	Voto da 1 a 10	Non indica
Informazione (gr, approfondimento informativo, attualità, meteo, viabilità/onda verde)	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Cultura (scienza, arte, libri, etc..)	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Intrattenimento (show radiofonici)	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Musica classica/lirica	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Musica leggera	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Programmi di utilità al cittadino (meteo, viabilità/onda verde)	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Programmi e informazione regionale/locale	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11

(se conosce almeno una emittente Radio Rai)

D20 E considerando in complesso la Rai come emittente radiofonica, lei che voto le darebbe? Me lo indichi sempre con un voto da 1 a 10.

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

- NON INDICA 11

(A TUTTI)

D21 Se dovesse esprimere sempre su scala 1 a 10 un giudizio complessivo sulle seguenti emittenti radiofoniche commerciali, lei che voto darebbe a ... (ruotare item - rilevare random 1/3 delle emittenti radio)

	Voto da 1 a 10	Non indica/ Non conosce
Rti102.5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
RDS	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
RadioDeejay	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Radio101	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Radio 24	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Radio Italia	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Radio 105	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Radio Capital	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Radio Kiss Kiss	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Radio Monte Carlo	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
Virgin Radio	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11
M2o	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	11

5. WEB

D22 Quanto è importante per lei che la Rai sia presente con i suoi programmi e servizi sul web?

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

D22b Conosce il servizio Rai.tv che permette di fruire dell'offerta tv e radio Rai sia da pc che come applicazione su smartphone, tablet e smart tv?

- Molto bene
- Abbastanza bene
- L'ho solo sentito nominare
- Non lo conosco affatto

(solo a chi conosce Rai.tv su web)

D23 Se dovesse esprimere un giudizio complessivo in una scala da 1 a 10 su Rai.tv, ovvero sull'offerta internet di Rai, come fornitore di contenuti in diretta o in differita attraverso internet con un pc, uno smartphone o un tablet, che voto darebbe?

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

(A TUTTI)

D24 Conosce il sito/portale Rai.it (che contiene informazioni sull'azienda e le sue iniziative e attività; la guida ai programmi tv e radio; informazioni sui canali, programmi tv e radio; informazioni sui personaggi; anticipazioni sulle trasmissioni in arrivo; etc..)?

- Molto bene
- Abbastanza bene
- L'ho solo sentito nominare
- Non lo conosco affatto

(solo a chi conosce Rai.it)

D25 Se dovesse esprimere un giudizio complessivo, sempre su scala 1 a 10, sui contenuti del sito Rai.it (informazioni sull'azienda e le sue iniziative e attività; qualità della guida ai programmi tv e radio; informazioni su canali, programmi tv e radio; informazioni sui personaggi, anticipazioni sulle trasmissioni in arrivo; etc...) lei che voto darebbe?

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

*NON INDICA 11

D26 Conosce il sito/portale RaiNews.it (che contiene tutte le ultime notizie in tempo reale: news e aggiornamenti su politica, cronaca, esteri, economia, sport e attualità; spettacolo, cultura e società; il collegamento ai portali dei telegiornali Rai e al canale tv all news, etc.).

- Molto bene
- Abbastanza bene
- L'ho solo sentito nominare
- Non lo conosco affatto

(solo a chi conosce RaiNews.it)

D27 Se dovesse esprimere un giudizio complessivo, sempre su scala 1 a 10, sui contenuti del sito RaiNews.it lei che voto darebbe?

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

*NON INDICA 11

(solo a chi conosce l'offerta web Rai, a D22B, o D24 o D26)

D28 Ora pensi all'intera offerta web Rai (Rai.it /Rai.tv/Rainews.it) . Lei quanto è d'accordo, in una scala da 1 a 10, sulle seguenti affermazioni?

RUOTARE ITEMS	(11 NON INDICA)
E' innovativo	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' unico	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' utile	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' affidabile	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' il mio sito/portale preferito, non ci rinuncierei	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Mi permette di vedere e rivedere i miei programmi preferiti in qualunque momento e posto	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' intuitivo, mi permette di trovare facilmente i contenuti/informazioni che cerco	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Mi dà l'opportunità di interagire con gli altri e con i programmi/canali (per commenti/votazioni, etc..)	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' utile per informarmi sulla programmazione tv/ radio e sulle novità in arrivo	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10

6. TELEVIDEO

D29 Quanto è importante per lei che la Rai offra un servizio di Teletext/televideo?

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

D29b Conosce il servizio Televideo Rai (che contiene news, informazioni, guide ai programmi, etc..?)

- Molto bene
- Abbastanza bene
- L'ho solo sentito nominare
- Non lo conosco affatto

(Se conosce Televideo Rai)

D29c Quanto utilizza il questo servizio?

- Più volte al giorno
- Una volta al giorno
- Una volta alla settimana
- Una volta al mese
- Mai

(Se utilizza Televideo Rai)

D29d Se dovesse esprimere sempre da 1 a 10 un giudizio sul servizio Televideo Rai, lei che voto darebbe?

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

- NON INDICA 11

(Se utilizza Televideo Rai)

D30 Quanto è d'accordo, in una scala da 1 a 10, sulle seguenti affermazioni sul TELEVIDEO RAI?

RUOTARE ITEMS	(11 NON INDICA)
E' innovativo	
E' unico	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' utile	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' affidabile	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' il mio servizio preferito/non ci rinuncierei	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' facile da utilizzare/comodo da accedere	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Offre contenuti e servizi regionali/locali	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Mi tiene informato sulle principali notizie	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Lo utilizzo per informarmi sulla programmazione televisiva	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10

7. ALTRI SETTORI

CINEMA

D31 Quanto è importante per lei che la Rai si occupi di produrre e distribuire film al cinema e in dvd?

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

D31b Sa che Rai è un produttore e distributore di film in sala, sul web e in dvd/home video con il nome RaiCinema/O1distribution?

RAICINEMA/O1 DISTRIBUTION	Sì	No
---------------------------	----	----

(solo a chi conosce RAICINEMA/O1 DISTRIBUTION)

D32 Se dovesse esprimere sempre da 1 a 10 un giudizio su RaiCinema/O1distribution come produttore e distributore di film in sala, sul web e in home video che voto le darebbe?

RAICINEMA/O1DISTRIBUTION

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

*NON INDICA 11

EDITORIA

D33 Quanto è importante per lei che la Rai sia anche un editore di libri, riviste, dvd di fiction e cartoni animati?

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

D33b Sa che Rai è un editore di libri, riviste, dvd di fiction e cartoni animati con il marchio con il marchio RaiEri?

RAIERI	Sì	No
--------	----	----

(solo a chi conosce)

D34 Se dovesse esprimere sempre da 1 a 10 un giudizio su RaiEri come editore di libri e homevideo?

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

*NON INDICA 11

ATTIVITA' A SFONDO SOCIALE

D35 Quanto è importante per lei che la Rai svolga attività a sfondo sociale (campagne per raccolte fondi, servizi per i diversamente abili, etc..)?

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

D35b Sa che Rai svolge numerose attività a sfondo sociale (con il nome Rai per il sociale/ Rai Segretariato sociale)?

Rai per il sociale/ Rai Segretariato sociale	Sì	No
--	----	----

(A chi conosce Rai per il sociale)

D36 Come valuta le seguenti attività a sfondo sociale svolte da Rai?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Non so, non conosco
promozione di iniziative a sfondo benefico quali le raccolte fondi											
servizi per i diversamente abili (sottotitolazione e audio-descrizione, servizi multimediali interattivi per bambini non vedenti: audio racconti, favole musicali, etc..).											
trasmissione gratuita di campagne di sensibilizzazione a temi sociali e pubblicità progresso											
Trasmissione gratuita di spot istituzionali (es: per la Presidenza del Consiglio)											
iniziative di sensibilizzazione su tematiche sociali nei programmi e sul sito in collaborazione con le associazioni no profit/onlus											

ORCHESTRA/AUDITORIUM

D37 Quanto è importante per lei che la Rai abbia un'orchestra e un auditorium per l'esecuzione di musica sinfonica?

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

D37b Conosce l'orchestra e l'auditorium Rai ?

	Sì	No
--	----	----

BIBLIOTECHE/ARCHIVI

D37c Quanto è importante per lei che la Rai gestisca archivi di filmati e musiche e biblioteche accessibili al pubblico?

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

D37d Conosce gli archivi e le biblioteche Rai?

	Sì	No
--	----	----

MUSEO

D37e Quanto è importante per lei che la Rai gestisca un museo sulla storia della tv e della radio in Italia?

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

D37f Conosce il Museo della Tv e della radio Rai a Torino?

	Sì	No
--	----	----

**8. AREA REPUTAZIONE
(A TUTTI)**

Pensi alla Rai in generale, le leggerò ora alcune affermazioni fatte da altri intervistati. Lei mi dovrebbe dire quanto è d'accordo, in una scala da 1 a 10 dove 1 significa che non è per niente d'accordo e 10 che è totalmente d'accordo.

(ROTAZIONE BLOCCHI – ROTAZIONE FRASI ALL'INTERNO DEI BLOCCHI)

UNIVERSALITA'/ACCESSIBILITA'/PLURALISMO:

D38 Quanto è d'accordo con e seguenti affermazioni riguardanti la Rai?

RUOTARE ITEMS	Voto da 1 a 10 (11 NON INDICA)
È accessibile a tutti senza barriere anche con servizi e offerte specifiche per le persone diversamente abili	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Copre tutti gli avvenimenti, non solo i più importanti	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Soddisfa pubblici diversi con gusti diversi	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10

Rappresenta tutti gli orientamenti politici, i credo religiosi, le razze, le condizioni sociali, gli orientamenti sessuali, etc..	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Offre una informazione accurata e completa sulla mia regione	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10

ECCELLENZA

D39 E quanto è d'accordo, in una scala da 1 a 10, con le seguenti affermazioni riguardanti la Rai?

RUOTARE ITEMS	Voto da 1 a 10 (11 NON INDICA)
Offre un contributo importante alla cultura italiana	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
È un'azienda in cui mi piacerebbe lavorare	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Offre prodotti e servizi di qualità	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Ci lavorano persone con elevate capacità professionali	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' gestita da dirigenti competenti e meritevoli	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Favorisce la partecipazione e il contributo da parte degli utenti	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' particolarmente attenta all'offerta/tutela dei bambini	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10

INDIPENDENZA:

D40 Pensi ancora alla Rai in generale, quanto è d'accordo, in una scala da 1 a 10, con le seguenti affermazioni sulla Rai?

RUOTARE ITEMS	Voto da 1 a 10 (11 NON INDICA)
È indipendente dalla politica	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
È indipendente dal potere economico	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Offre un'informazione corretta, obiettiva e imparziale	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10

DISTINTIVITA' DALLA CONCORRENZA UNICITÀ/RICONOSCIBILITA':

D41 E quanto è d'accordo, in una scala da 1 a 10, su queste affermazioni circa la Rai fatte da altri intervistati?

RUOTARE ITEMS	Voto da 1 a 10 (11 NON INDICA)
E' un punto di riferimento nell'industria dei media	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Ha un archivio di programmi di valore unico	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Ha meno pubblicità rispetto ai concorrenti tv, radio e web commerciali	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Fornisce tempestivamente notizie attendibili su tutto ciò che accade nel mondo	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Ha uno stile unico e inconfondibile, uno stile Rai	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Ha un'offerta più ampia e variegata rispetto alla concorrenza	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Offre contenuti e programmi di qualità indipendentemente dagli ascolti	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10

RESPONSABILITÀ/AUTOREVOLEZZA:

D42 E quanto è d'accordo, in una scala da 1 a 10, su queste altre affermazioni riguardanti la Rai?

RUOTARE ITEMS	Voto da 1 a 10 (11 NON INDICA)
Tutela la libertà di espressione	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Rappresenta le donne in modo appropriato e rispettoso	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' trasparente, informa i cittadini sulle proprie scelte editoriali (di produzione di programmi, di volti e conduttori, etc..) e sulla gestione aziendale	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10

E' seria, affidabile, credibile	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' autorevole	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Favorisce e promuove l'integrazione culturale e sociale	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10

INNOVAZIONE

D43 E quanto è d'accordo, in una scala da 1 a 10, su queste ultime affermazioni riguardanti la Rai?

RUOTARE ITEMS	(11 NON INDICA)
Offre contenuti su tanti mezzi diversi (tv, radio, internet, smartphone, etc)	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Offre programmi in alta definizione	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Dà la possibilità di vedere e rivedere i programmi in contemporanea o in differita sul sito e su smartphone e tablet	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Ha applicazioni per tablet e smartphone utili e interessanti	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
È innovativa e tecnologicamente all'avanguardia	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Mi fa conoscere nuovi attori, musicisti, artisti, scrittori, etc..	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Svolge un ruolo rilevante nella conoscenza e nell'utilizzo delle nuove tecnologie	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Produce e offre tanti contenuti originali e innovativi	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10

9. POSIZIONAMENTO COMPETITIVO (A TUTTI)

D44 Ora confrontiamo la Rai con altre realtà o aziende operanti in diversi settori/ambiti. Le leggerò alcune caratteristiche e per ognuna di queste dovrebbe indicare quanto è d'accordo su scala da uno a dieci.

DA TESTARE

Rai (SEMPRE)

ALTRE AZIENDE: RILEVARE RANDOM 1/3 DELLE AZIENDE

Mediaset	Sky	La7	Servizio Sanitario Nazionale	Telecom Italia	Alitalia
Trenitalia	Poste Italiane	Enel	Fiat	Benetton	Armani
Feltrinelli	Corriere della sera	Repubblica	Ferrari	Barilla	Google
Youtube			Ferrero		Facebook

RUOTARE ITEMS	(11 NON INDICA)
È indipendente dalla politica	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Mi piacerebbe lavorarci	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
È competitiva	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Ha la mia fiducia	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
È innovativa	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
E' prestigiosa	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Opera con responsabilità	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10

D44b In una scala da 1 a 10, quanta fiducia ha nell'informazione fornita da...

ROTAZIONE	1= mini mo	2	3	4	5	6	7	8	9	10= massimo	Non sa
TV											
Radio											
Stampa (quotidiani, settimanali)											
Siti di informazione/ Internet											

D45 In una scala da 1 a 10, quanta fiducia ha nell'informazione fornita da...

ROTAZIONE	1= minim o	2	3	4	5	6	7	8	9	10= massimo	Non sa
Rai											
Mediaset											
La7											
Repubblica											
Corriere della sera											
Il Sole 24ore											
Ansa											
Sky											

10. SEZIONE OVERALL

D46 Se dovesse esprimere un giudizio complessivo sulla Rai, considerando tutti i settori in cui opera, che voto le darebbe da 1 a 10?

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

NON INDICA 11

D47 In definitiva, sempre a proposito della Rai, su scala da 1 a 10 quanto ...

	1= minim o	2	3	4	5	6	7	8	9	10= massimo	Non sa
Ha una buona reputazione complessiva											
Ne parlerebbe bene ai suoi amici e conoscenti											
Potrebbe seguire i suoi programmi /servizi in futuro											

D49 C'è qualcosa che non trova in Rai, con riferimento sia a programmi che a servizi, e che invece vorrebbe?

(Intervistatore: approfondire)

- Non indica

D49B E se dovesse descrivere la Rai con parole sue, come la descriverebbe? Secondo lei la Rai e'...?

(Intervistatore: approfondire)

- Non indica

L'INTERVISTA E' FINITA. LA RINGRAZIAMO PER LA COLLABORAZIONE.