

Monitoring dell'offerta RSI

Obiettivi

La verifica è uno degli strumenti cardine del processo qualitativo che si esprime attraverso diversi controlli esterni ed interni a tutti i livelli dell'azienda. Le richieste minime relative ai controlli sono descritte all'interno del "Sistema di garanzia della qualità dell'offerta SSR", un processo qualitativo e permanente che risponde direttamente alla Concessione rilasciata alla SSR e segnatamente all'articolo 4 sulle *Esigenze relative alla qualità dell'offerta e garanzia della qualità*.

I diversi controlli avvengono quotidianamente e puntualmente nelle Redazioni, nei Settori e nei Dipartimenti, dove risiedono le competenze e le responsabilità contenutistiche e formali dei programmi RSI.

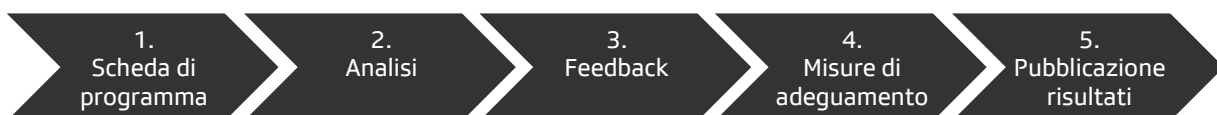
Il Monitoring dell'offerta RSI, istituito nel 2010, rappresenta un tassello complementare e non sostituisce alcuna misura di controllo preesistente. Organizzato dal settore *Segretariato generale* dello Stato maggiore *Sviluppo aziendale*, si prefigge di istituire un'analisi annuale uniforme ai tre media (TV, RADIO, WEB) interna ed esterna, in risposta alla seconda parte del punto 2.3 del "Sistema di garanzia della qualità dell'offerta SSR". L'obiettivo è di verificare da una parte la conformità dei prodotti RSI con i principi segnalati nell'articolo 4 della Concessione (*rilevanza, professionalità, indipendenza, varietà, accessibilità*), dall'altra favorire un costante miglioramento dell'offerta nel rispetto delle norme SSR.

Oltre al controllo dei contenuti e degli aspetti formali, il Monitoring dell'offerta RSI si propone di ribadire la cultura della verifica e del feedback, e di favorire lo scambio interdipartimentale di opinioni.

Il processo di Monitoring

Sono in genere otto i programmi esaminati annualmente. La scelta è prerogativa dei Dipartimenti e comunicata al Comitato direttivo RSI e alla Corsi (Consiglio del Pubblico).

Si svolge essenzialmente in cinque tappe:



1. Scheda di programma/prodotto

L'aderenza dell'offerta al proprio mandato è un punto essenziale della verifica, ogni prodotto viene dunque opportunamente confrontato con la "Scheda di programma/prodotto", un documento interno di cui sono dotate tutte le offerte RSI. Essa definisce obiettivi, target, linea editoriale, drammaturgia e procedure di verifica utilizzate dalla redazione nell'ambito del lavoro di tutti i giorni.

2. Analisi

Ciascuna analisi è composta da:

- un'analisi interna;
- un'analisi interna a indirizzo formale per i programmi TV;
- un'analisi esterna;
- una valutazione della PERFORMANCE QUANTITATIVA.

Per la configurazione della metodologia dell'analisi interna è stato favorito un approccio "extradipartimentale", tramite il coinvolgimento di redattrici*tori e produttrici*tori dei tre Dipartimenti di programma RSI (*Informazione, Cultura e Società, Sport*). Ogni offerta è scandagliata da un gruppo di sei valutatrici e valutatori. Chiamati a visionare/ascoltare/navigare la totalità del materiale richiesto (5/7 edizioni per i programmi a cadenza giornaliera, 4 edizioni per quelli settimanali) e a leggere le linee guida contenute nella scheda di programma, sono responsabili di una prima valutazione individuale di una serie di criteri volti a verificare l'impatto complessivo dell'offerta, l'aderenza del programma ai cinque principi qualitativi espressi nella Concessione (*rilevanza, professionalità, indipendenza, varietà, accessibilità*), l'opportunità di alcuni suoi ingredienti e la qualità sonora per i programmi radio. È richiesta pure l'esposizione di osservazioni libere e puntuali su quanto visto o ascoltato o navigato.

All'analisi individuale segue una discussione di gruppo di tre ore moderata dal settore *Segretariato generale*, settore che si occupa pure della stesura di un resoconto sulle opinioni comuni e soluzioni condivise emerse nel gruppo.

I criteri sono per quanto possibile trasversali ai tre media, con variazioni imposte e dettate dalla specificità del singolo medium o dal genere di programma. La scala di valutazione è costituita da tre passi: da rivedere imperativamente, da migliorare, da mantenere.

Per i programmi TV si aggiunge l'analisi interna degli aspetti formali da parte di un profilo esperto, in genere un regista RSI con esperienza pluriennale. La metodologia è sempre la stessa (lettura della scheda di programma, visionamento, valutazione tramite formulario con criteri definiti e formulazione di osservazioni puntuali), eccezion fatta per la griglia di valutazione, circoscritta all'impatto complessivo dell'offerta, comune a quella del gruppo interno, e a un focus sulle scelte e la realizzazione formale.

La verifica esterna è demandata a un esperto esterno riconosciuto per ogni medium. La metodologia d'analisi ricalca quella precedente (lettura della scheda di programma, visionamento/ascolto/navigazione dell'offerta, valutazione tramite formulario con criteri definiti e formulazione di osservazioni puntuali), eccezion fatta nuovamente per la griglia di valutazione, circoscritta unicamente all'impatto complessivo dell'offerta, comune alle precedenti due valutazioni.

Un catalogo parziale di criteri sondati dalle tre analisi è riportato in coda al presente documento (pagina 9).

A complemento delle analisi professionali sono segnalati i dati di performance quantitativa. Il riscontro di pubblico e le tendenze in atto sono delineati tramite l'osservazione degli indici d'ascolto radio e tv, del traffico e del consumo delle offerte online.

In aggiunta, per i programmi lineari che si esprimono con un'appendice forte sulla rete, sono commissionate a un esperto professionale esterno riconosciuto le analisi sull'offerta online.

3. Feedback

In osservanza dei principi di feedback segnalati dal "Sistema di garanzia della qualità dell'offerta SSR", i risultati emersi dalle valutazioni sono consegnati alla Direzione, ai*alle Responsabili di Dipartimento e alle*ai Responsabili delle testate esaminate.

Sono inoltre condotti degli incontri cui partecipano la *Direzione*, lo Stato maggiore *Sviluppo aziendale*, i valutatori esterni, una o un rappresentante del gruppo interno, i delegati della *Regia TV* e del *Coordinamento RADIO* e Responsabili di Dipartimento, di settore e di testata. Lo scambio professionale permette di approfondire le criticità e individuare infine i margini di miglioramento.

La condivisione dei risultati alla redazione è di competenza della linea, vale a dire della*del Responsabile di testata in primo luogo o delle*dei Responsabili di settore e/o Dipartimento.

4. Misure di adeguamento

All'acquisizione delle valutazioni del Monitoring, le*i Responsabili di Dipartimento e le*i Responsabili delle offerte esaminate concordano congiuntamente degli obiettivi e, a seguire, delle proposte di adeguamento negli ambiti di loro competenza (linea editoriale, procedure di verifica interne alla redazione, concetto audio e video, estensione online, risorse umane, formazione ecc.) all'interno del formulario "Misure di adeguamento". La Direzione Programmi verifica le misure proposte.

In autunno un secondo formulario – "Valutazione di raggiungimento delle misure di adeguamento" – riassume gli obiettivi fissati e verifica l'implementazione avvenuta delle misure di adeguamento definite in precedenza.

5. Pubblicazione dei risultati e degli adeguamenti

I risultati principali del Monitoring interno così come le misure introdotte in risposta alle criticità emerse sono integrati nel "Rapporto di gestione SRG SSR" pubblicato in tedesco e in francese all'indirizzo <http://www.srgssr.ch/de/publikationen/geschaeftsbericht/>.

Le pagine "Qualità" di ciascuna unità aziendale sono accompagnate dai resoconti dei lavori dei Consigli del Pubblico delle Società cooperative regionali (CORSI per la RSI). Il Consiglio del Pubblico della CORSI è infatti puntualmente informato sui programmi presi in esame ed effettua contemporaneamente una propria verifica indipendente.

Le offerte monitorate dal 2010 a oggi

2021

| Offerta | Medium | Canale | Giorno diffusione | Orario | Edizioni monitorate | Ore monitorate |
|-----------------------------|--------|-----------------|-------------------|----------|---------------------|----------------|
| Il Quotidiano | TV | RSI LA 1 | Lu-Do | 19.00 | 7 | 4h 50' |
| Notiziari | RADIO | Rete Uno | Lu-Do | Ogni ora | 3 giorni | 2h 50' |
| Capriccio | RADIO | Rete Due | Lu-Ve | 9.30 | 5 | 13h 00' |
| Puoi cucinarlo anche tu | TV | RSI LA 1 | Lu-Do | 19.00 | 7 | 3h 30' |
| Vacanze a km 0 | TV | RSI LA 1 | Lu-Do | 19.00 | 7 | 3h 15' |
| Zerovero | TV | RSI LA 1 | Lu-Ve | 18.10 | 5 | 4h 30' |
| Tempi supplementari | RADIO | Rete Tre | Lu | 19.20 | 4 | 3h 00' |
| RSI Sport online | WEB | Sito/Social/App | Lu-Do | Cont. | 7 giorni | 3h 30' |
| Totale ore esaminate | | | | | | 38h 25' |

2020

| Offerta | Medium | Canale | Giorno diffusione | Orario | Edizioni monitorate | Ore monitorate |
|-----------------------------|--------|----------|-------------------|-----------------------|---------------------|----------------|
| Telegiornale 20.00 | TV | RSI LA 1 | Lu-Do | 20.00 | 7 | 3h 50' |
| Radiogiornale 12.30 | RADIO | Rete Uno | Lu-Do | 12.30 | 7 | 2h 40' |
| Alice | RADIO | Rete Due | Sa | 14.35 | 4 | 6h 20' |
| Clandestini per scelta | RADIO | Rete Due | Gi | 11.00 | 4 | 2h 00' |
| Filo diretto | TV | RSI LA 1 | Lu-Ve | 12.00/12.45 /17.00 | 5 | 9h 40' |
| Borotalk | TV | RSI LA 1 | Ma | 22.50 | 4 | 3h 40' |
| C'era una volta... oggi | RADIO | Rete Uno | Lu-Ve | 16.00 | 5 | 10h 30' |
| La domenica sportiva | TV | RSI LA 2 | Do | 18.00 | 4 | 6h 50' |
| La domenica sprint | TV | RSI LA 2 | Do | 19.45 | 4 | 1h 10' |
| Totale ore esaminate | | | | | | 46h 40' |

2019

| Offerta | Medium | Canale | Giorno diffusione | Orario | Edizioni monitorate | Ore monitorate |
|----------------------------------|--------|----------------|-------------------|--------|---------------------|----------------|
| Cronache della Svizzera italiana | RADIO | Rete Uno | Lu-Do | 18.00 | 7 | 2h 50' |
| RSI News (sito, app, social) | WEB | rsi.ch/news | Lu-Do | Cont. | 7 giorni | 3h 30' |
| Domani è un altro giorno | RADIO | Rete Due | Ve | 11.00 | 4 | 4h 20' |
| Canale Cultura | WEB | rsi.ch/cultura | Lu-Do | Cont. | 7 giorni | 2h 20' |
| Via col venti | TV | RSI LA 1 | Lu-Ve | 20.40 | 5 | 2h 20' |
| Baobab | RADIO | Rete Tre | Lu-Ve | 16.00 | 5 | 5h 20' |
| SPAM | WEB | Fb/Insta | Lu-Do | Cont. | 7 giorni | 1h 45' |
| Afterhockey + Sport e musica | RADIO | Rete Uno | Irregolare | irr. | 4 + 1 | 5h 00' |
| Il gioco del mondo | TV | RSI LA 1 | Do | 19.15 | 4 | 2h 20' |
| Totale ore esaminate | | | | | | 29h 35' |

2018

| Offerta | Medium | Canale | Giorno diffusione | Orario | Edizioni monitorate | Ore monitorate |
|--------------------------------|--------|----------|-------------------|-----------|---------------------|----------------|
| Info Notte | TV | RSI LA 1 | Lu-Do | 23.00 | 8 | 1h 50' |
| Radiogiornali 7.00 e 8.00 | RADIO | Rete Uno | Lu-Do | 7.00/8.00 | 10 | 2h 10' |
| Modem | RADIO | Rete Uno | Lu-Ve | 8.20 | 5 | 2h 55' |
| Superalbum | TV | RSI LA 2 | Sa | 20.40 | 4 | 7h 20' |
| Reteduecinque | RADIO | Rete Due | Lu-Ve | 13.45 | 4 | 13h 00' |
| Alta fedeltà, una vita da cani | TV | RSI LA 1 | Ve | 21.05 | 4 | 5h 00' |
| Gustando | RADIO | Rete Uno | Sa | 14.00 | 4 | 8h 00' |
| Studio Europa League | TV | RSI LA 2 | Gi | 18.30 | 4 | 8h 20' |
| Totale ore esaminate | | | | | | 48h 35' |

2017

| Offerta | Medium | Canale | Giorno diffusione | Orario | Edizioni monitorate | Ore monitorate |
|-----------------------------|--------|----------|-------------------|--------|---------------------|----------------|
| Tempi moderni | TV | RSI LA 1 | Ve | 22.20 | 4 | 2h 00' |
| Radiogiornale 18.30 | RADIO | Rete Uno | Lu-Do | 18.30 | 7 | 2h 10' |
| Paganini | TV | RSI LA 1 | Do | 10.30 | 4 | 8h 00' |
| Finestra aperta 17.00 | RADIO | Rete Due | Lu-Ve | 17.00 | 5 | 7h 30' |
| Voci dipinte | RADIO | Rete Due | Do | 10.30 | 4 | 4h 00' |
| #CELAPOSSOFARE | TV | RSI LA 2 | Lu | 20.10 | 4 | 3h 00' |
| Tutorial | RADIO | Rete Uno | Lu-Ve | 09.00 | 5 | 10h 00' |
| Studio Champions League | TV | RSI LA 2 | Ma-Me | 20.20 | 4 | 8h 10' |
| Totale ore esaminate | | | | | | 44h 50' |

2016

| Offerta | Medium | Canale | Giorno diffusione | Orario | Edizioni monitorate | Ore monitorate |
|-----------------------------|--------|--------------|-------------------|--------|---------------------|----------------|
| Albachiara | RADIO | Rete Uno | Lu-Ve | 06.00 | 5 | 10h 00' |
| Grigioni sera | RADIO | Rete Uno | Lu-Ve | 19.00 | 5 | 35' |
| Il giardino di Albert TV | TV | RSI LA 1 | Do | 18.10 | 4 | 3h 20' |
| Il giardino di Albert RADIO | RADIO | Rete Due | Sa | 18.00 | 4 | 2h 00' |
| Ridotto dell'opera | RADIO | Rete Due | Sa | 13.30 | 4 | 4h 00' |
| Cuochi d'artificio | TV | RSI LA 1 | Lu-Ve | 16.55 | 5 | 5h 00' |
| Millevoci | RADIO | Rete Uno | Lu-Ve | 11.05 | 5 | 4h 35' |
| Sport Web | WEB | rsi.ch/sport | Lu-Do | Cont. | 7 giorni | 3h 20' |
| Totale ore esaminate | | | | | | 32h 50' |

2015

| Offerta | Medium | Canale | Giorno diffusione | Orario | Edizioni monitorate | Ore monitorate |
|-----------------------------|--------|------------|-------------------|--------|---------------------|----------------|
| Il Quotidiano | TV | RSI LA 1 | Lu-Do | 19.00 | 7 | 3h 45' |
| Turné | TV | RSI LA 1 | Sa | 19.10 | 4 | 2h 20' |
| News Web | WEB | rsi.ch/new | Lu-Do | Cont. | 7 giorni | 2h 30' |
| Geronimo | RADIO | Rete Due | Lu-Gi | 11.35 | 4 | 1h 40' |
| Black Jack | TV | RSI LA 1 | Lu-Ve | 20.40 | 5 | 2h 05' |
| Diritti e Rovesci | RADIO | Rete Uno | Lu-Ve | 9.05 | 5 | 4h 35' |
| Sport non stop | TV | RSI LA 2 | Do | 13.30 | 4 | 10h 25' |
| Totale ore esaminate | | | | | | 27h 20' |

2014

| Offerta | Medium | Canale | Giorno diffusione | Orario | Edizioni monitorate | Ore monitorate |
|-----------------------------|--------|----------|-------------------|----------|---------------------|----------------|
| Telegiornale sera | TV | RSI LA 1 | Lu-Do | 20.00 | 5 | 2h 20' |
| Notiziari | RADIO | Rete Uno | Lu-Do | Ogni ora | 95 | 4h 45' |
| Storie | TV | RSI LA 1 | Do | 20.40 | 4 | 4h 40' |
| Babilonia | RADIO | Rete Due | Do | 15.35 | 4 | 4h 00' |
| Linea Rossa TV | TV | RSI LA 2 | Do | 22.40 | 4 | 2h 40' |
| Linea Rossa RADIO | RADIO | Rete Tre | Me | 17.15 | 4 | 1h 55' |
| Ventidisport TV/WEB | TV | RSI LA 2 | Lu | 20.30 | 4 | 1h 20' |
| Ventidisport RADIO | RADIO | Rete Uno | Lu | 20.30 | 4 | 1h 20' |
| Totale ore esaminate | | | | | | 23h 00' |

2013

| Offerta | Medium | Canale | Giorno diffusione | Orario | Edizioni monitorate | Ore monitorate |
|-----------------------------|--------|----------|-------------------|--------|---------------------|----------------|
| Falò | TV | RSI LA 1 | Gi | 21.05 | 4 | 5h 20' |
| Modem | RADIO | Rete Uno | Lu-Ve | 08.30 | 5 | 2h 30' |
| Paganini | TV | RSI LA 1 | Do | 10.30 | 4 | 8h 00' |
| Moby Dick | RADIO | Rete Due | Sa | 10.00 | 4 | 8h 00' |
| Colazione con Peo | TV | RSI LA 1 | Sa-Do | 08.00 | 4 | 8h 00' |
| Radiopeo | RADIO | Rete Uno | Lu,Gi | 19.10 | 4 | 1h 20' |
| La domenica sportiva | TV | RSI LA 2 | Do | 19.30 | 4 | 1h 20' |
| Rete Uno Sport | RADIO | Rete Uno | Lu-Do | vari | 20 | 2h 00' |
| Totale ore esaminate | | | | | | 36h 30' |

2012

| Offerta | Medium | Canale | Giorno diffusione | Orario | Edizioni monitorate | Ore monitorate |
|----------------------------------|--------|----------|-------------------|--------|---------------------|----------------|
| Patti chiari | TV | RSI LA 1 | Ve | 21.05 | 4 | 4h 40' |
| Meteo principale | TV | RSI LA 1 | Lu-Do | 20.40 | 5 | 20' |
| Cronache della Svizzera italiana | RADIO | Rete Uno | Lu-Do | 18.00 | 5 | 2h 05' |
| Superalbum | TV | RSI LA 2 | Sa | 21.00 | 4 | 6h 00' |
| Sabato pian piano | RADIO | Rete Due | Sa | 17.00 | 4 | 2h 00' |
| S-Quot | TV | RSI LA 1 | Me | 13.10 | 4 | 4h 00' |
| Radio S-Quot | RADIO | Rete Tre | Me | 20.00 | 4 | 3h 00' |
| Studio Champions League | TV | RSI LA 2 | Ma-Me | 20.30 | 4 | 5h 00' |
| Sport e musica | RADIO | Rete Uno | irregolare | 19.45 | 3 | 6h 45' |
| Totale ore esaminate | | | | | | 33h 50' |

2011

| Offerta | Medium | Canale | Giorno diffusione | Orario | Edizioni monitorate | Ore monitorate |
|-----------------------------|--------|-------------|-------------------|--------|---------------------|----------------|
| Il Quotidiano | TV | RSI LA 1 | Lu-Do | 19.00 | 5 | 2h 30' |
| Radiogiornale 12.30 | RADIO | Rete Uno | Lu-Do | 12.30 | 5 | 2h 05' |
| Info web | WEB | info.rsi.ch | Lu-Do | Cont. | 5 giorni | 2h 30' |
| Cult TV | TV | RSI LA 1 | Do | 22.00 | 4 | 1h 40' |
| Foglio volante 18.00 | RADIO | Rete Due | Lu-Ve | 18.00 | 5 | 1h 40' |
| Piattoforte | TV | RSI LA 1 | Lu-Ve | 17.10 | 5 | 3h 55' |
| Le consulenze | RADIO | Rete Uno | Lu-Ve | 12.55 | 5 | 2h 55' |
| Rete Uno Sport Magazine | RADIO | Rete Uno | Do | 13.00 | 4 | 2h 00' |
| Totale ore esaminate | | | | | | 19h 05' |

2010

| Offerta | Medium | Canale | Giorno diffusione | Orario | Edizioni monitorate | Ore monitorate |
|-----------------------------|--------|--------------|-------------------|--------|---------------------|----------------|
| Telegiornale sera | TV | RSI LA 1 | Lu-Do | 20.00 | 5 | 2h 30' |
| Il giardino di Albert | TV | RSI LA 1 | Do | 18.10 | 4 | 3h 08' |
| Mille voci | RADIO | Rete Uno | Lu-Ve | 11.00 | 5 | 4h 35' |
| Baobab | RADIO | Rete Tre | Lu-Ve | 17.00 | 5 | 5h 00' |
| Sport web | WEB | sport.rsi.ch | Lu-Do | Cont. | 5 giorni | 5h 00' |
| Totale ore esaminate | | | | | | 20h 13' |

Catalogo criteri (non esaustivo)

IMPATTO COMPLESSIVO DELL'OFFERTA

| | DA RIVEDERE | DA MIGLIORARE | DA MANTENERE | non applicabile |
|--|-------------|---------------|--------------|-----------------|
| FORMAT | | | | |
| Appeal | | | | |
| Capacità di fidelizzazione | | | | |
| Originalità e valore innovativo | | | | |
| Carattere distintivo rispetto alla concorrenza | | | | |
| Carattere distintivo nell'ambito dell'offerta RSI | | | | |
| Tenuta del format/dell'offerta a lungo termine | | | | |
| Completezza e portata dell'offerta online | | | | |
| Riconoscibilità del brand RSI Sport sui diversi canali | | | | |
| Ricchezza emozionale (tensione, sorpresa, autenticità) | | | | |
| Coerenza tematica e stilistica tra i diversi contenuti/vettori | | | | |
| Coerenza tematica e stilistica nel corso di una puntata/giornata | | | | |
| Coerenza tematica e stilistica tra puntate/giorni | | | | |
| Durata | | | | |
| Ritmo | | | | |
| Tenuta di interesse nel corso di una puntata/giornata, efficacia drammaturgica | | | | |
| Tenuta di interesse di un singolo contenuto, efficacia drammaturgica (testi e contenuti audio e video) | | | | |
| Capacità di comunicare con il pubblico (accessibilità, empatia e capacità di generare attenzione) | | | | |
| Partecipazione del pubblico e interattività | | | | |
| Impatto complessivo sito | | | | |
| Impatto complessivo APP | | | | |
| Impatto complessivo Facebook | | | | |
| Impatto complessivo Instagram | | | | |
| Impatto complessivo Twitter | | | | |
| REALIZZAZIONE | | | | |
| Impatto visivo | | | | |
| Impatto audio | | | | |
| Coerenza concetto visuale e/o audio con contenuti | | | | |
| Qualità video | | | | |
| Qualità audio (livelli audio, sonorizzazione, gestione delle linee telefoniche e dei doppiaggi) | | | | |
| Assemblaggio complessivo | | | | |
| Gestione degli snodi | | | | |
| Impatto visivo complessivo (stile, grafica, efficacia) | | | | |
| Coerenza concetto visuale con contenuti | | | | |
| Qualità video inserti (qualità tecnica, fotografia, montaggio, grafica) | | | | |
| Qualità audio inserti (livelli audio, sonorizzazione, gestione dei doppiaggi) | | | | |
| Durata e ritmo (dei contenuti video o audio) | | | | |
| Qualità testi e/o post (scrittura, stile, efficacia) | | | | |

| MULTIMEDIALITÀ | | | | |
|--|--|--|--|--|
| Valore aggiunto delle estensioni online <i>(o dell'offerta su più vettori per web)</i> | | | | |
| Complementarietà e coerenza tra le varie declinazioni/offerte | | | | |
| Rilanci/Autopromozione tra le varie declinazioni/offerte | | | | |

ADESIONE AI PRINCIPI DELLA CONCESSIONE

| RILEVANZA | | | | |
|---|--|--|--|--|
| Valore dell'offerta in relazione al mandato di Servizio pubblico | | | | |
| Capacità di stimolare riflessione, dibattito, formare opinioni | | | | |
| Capacità di stimolare evasione o l'immaginario | | | | |
| Contributo alla coesione nazionale (comprensione reciproca tra regioni, culture e comunità del paese) | | | | |
| Contributo alla formazione e al sapere | | | | |
| Scelta dei contenuti (rilevanza) | | | | |
| Legame con l'attualità | | | | |
| Chiarezza e completezza della scheda di programma/prodotto | | | | |
| Aderenza complessiva alla scheda di programma/prodotto | | | | |
| INDIPENDENZA | | | | |
| Imparzialità e indipendenza percepite | | | | |
| Produzione propria e ricerca | | | | |
| VARIETÀ | | | | |
| Scelta dei contenuti (varietà, equilibrio, attrattività) <i>(o delle domande per giochi e quiz)</i> | | | | |
| Scelta degli ospiti in studio e/o intervistati dei contributi registrati (varietà, equilibrio) <i>(o dei concorrenti per quiz o giochi)</i> | | | | |
| Varietà territoriale | | | | |
| Attenzione alle sensibilità | | | | |
| Rappresentazione adeguata dei sessi | | | | |
| Valorizzazione delle diversità e delle minoranze | | | | |
| PROFESSIONALITÀ | | | | |
| Attendibilità/affidabilità percepita | | | | |
| Veridicità e correttezza dei contenuti <i>(o domande e risposte per quiz o giochi)</i> | | | | |
| Tempestività | | | | |
| Contestualizzazione dei contenuti <i>(o formulazione delle domande per giochi e quiz)</i> | | | | |
| Trattamento dei contenuti (approfondimento e completezza) <i>(o delle risposte per giochi e quiz)</i> | | | | |
| Pluralismo ed equilibrio delle opinioni | | | | |
| Rispetto della dignità degli ospiti e degli intervistati <i>(o dei concorrenti per quiz o giochi)</i> | | | | |
| Distinzione dei fatti dalle opinioni | | | | |
| Efficacia comunicativa (comprensibilità e appeal) | | | | |
| Correttezza linguistica | | | | |
| Approfondimento tramite correlate e link (quantità, varietà, pertinenza) | | | | |
| Procedure di verifica segnalate nella scheda di programma/prodotto | | | | |
| ACCESSIBILITÀ | | | | |
| Coerenza e accessibilità contenuti con gli obiettivi e il target previsti <i>(o domande per giochi e quiz)</i> | | | | |
| Coerenza della modalità comunicativa rispetto ai contenuti e al target | | | | |

SINGOLI INGREDIENTI

| CONDUZIONE | | | | |
|---|--|--|--|--|
| Competenza e autorevolezza | | | | |
| Chiarezza del ruolo <i>(o dei ruoli in caso di conduzione multipla)</i> | | | | |
| Efficacia comunicativa | | | | |
| Gestione degli elementi del programma (ospiti, pubblico, snodi, impaginazione, ...) | | | | |
| Empatia | | | | |
| OSPITI E/O INTERVISTATI CONTRIBUTI REGISTRATI (O CASTING CONCORRENTI) | | | | |
| Competenza e autorevolezza <i>(o competenza per il livello di difficoltà delle domande)</i> | | | | |
| Efficacia comunicativa | | | | |
| DIALOGO CON IL PUBBLICO | | | | |
| Partecipazione del pubblico e interattività | | | | |
| Ruolo e opportunità dell'eventuale pubblico in studio (o in location) | | | | |
| SPECIFICITÀ SITO | | | | |
| Coerenza dell'offerta con il target del vettore | | | | |
| Portata dell'offerta (quantità e varietà contenuti, frequenza di aggiornamento) | | | | |
| Adeguatezza della modalità comunicativa (linguaggio, stile) al vettore | | | | |
| Architettura | | | | |
| Funzionalità (chiarezza, accessibilità, navigabilità) | | | | |
| Appeal grafico e qualità (titolazione video inclusa) | | | | |
| Capacità di comunicare e creare interazione con il pubblico (accessibilità ed empatia) | | | | |
| Contenuti specifici (non di origine broadcast) (quantità, qualità) | | | | |
| SPECIFICITÀ SOCIAL (FACEBOOK, INSTAGRAM e/o TWITTER) | | | | |
| Coerenza dell'offerta con il target del vettore | | | | |
| Portata della presenza (quantità e varietà contenuti, frequenza di aggiornamento) | | | | |
| Adeguatezza della modalità comunicativa (linguaggio, stile) al social | | | | |
| Capacità di comunicare e creare interazione con il pubblico (accessibilità ed empatia) | | | | |
| Moderazione (qualità ed efficacia) | | | | |
| Contenuti specifici (non di origine broadcast) (quantità, qualità) | | | | |
| SPECIFICITÀ APP | | | | |
| Coerenza dell'offerta con il target del vettore | | | | |
| Portata dell'offerta (quantità e varietà contenuti, frequenza di aggiornamento) | | | | |
| Adeguatezza della modalità comunicativa (linguaggio, stile) al vettore | | | | |
| Architettura | | | | |
| Funzionalità (chiarezza, accessibilità, navigazione) | | | | |
| Appeal grafico e qualità (titolazione video inclusa) | | | | |
| Capacità di comunicare e creare interazione con il pubblico (accessibilità ed empatia) | | | | |
| Contenuti specifici (non di origine broadcast) (quantità, qualità) | | | | |

CONCETTO VISUALE E SONORO

| CONCETTO VISUALE | | | | |
|---|--|--|--|--|
| Coerenza visuale complessiva | | | | |
| Scenografia | | | | |
| Montaggio delle singole sequenze | | | | |
| Movimenti di camera in studio e nei servizi | | | | |
| Utilizzo di steadycam, drone, dolly, ecc. | | | | |
| Gestione dello spazio e impostazione inquadrature | | | | |
| Luci | | | | |
| Contributi/Rubriche (immagine, costruzione, montaggio, caratterizzazione, durata) | | | | |
| Grafica e titoli | | | | |
| Styling (costumi, trucco e parruccho) | | | | |
| CONCETTO SONORO | | | | |
| Coerenza sonora complessiva | | | | |
| Rapporto musica parlato | | | | |
| Musica e suoni (scelta, varietà) | | | | |
| Gestione annunci e disannunci | | | | |
| Tappeti sonori | | | | |
| Grafica sonora (sigla, jingle, ...) | | | | |