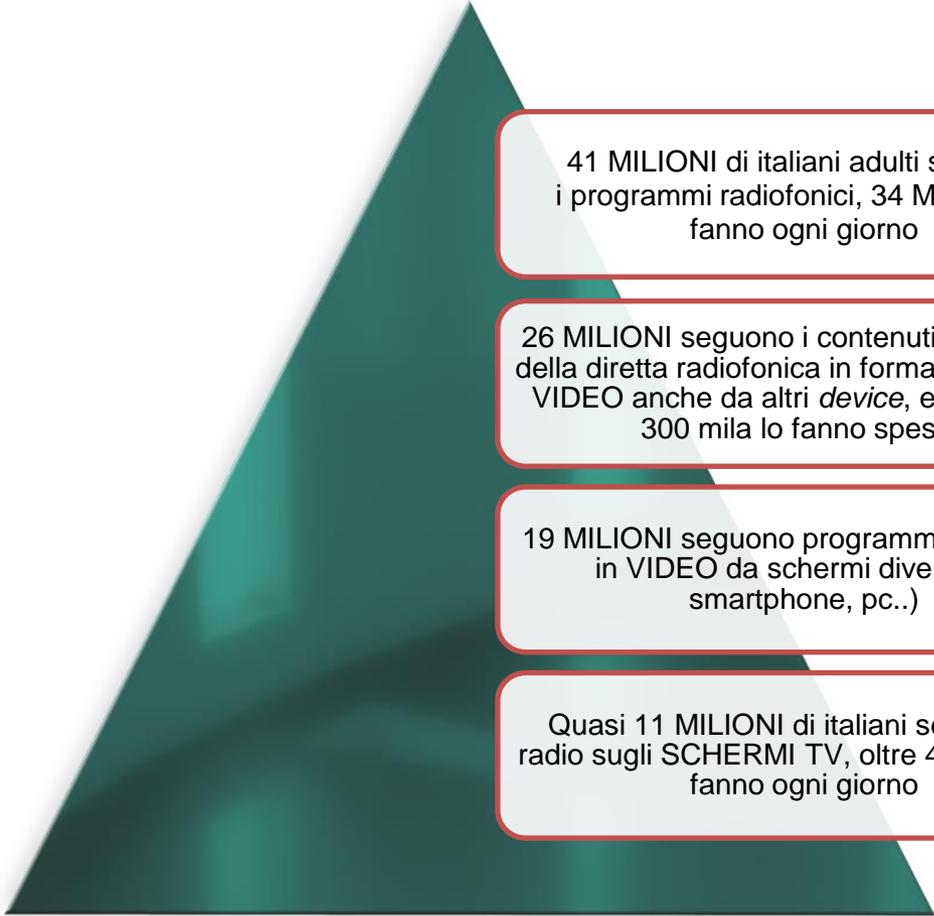




2° Rapporto  
**LA TRANSIZIONE  
VERSO LA RADIOVISIONE**  
**Contenuti e protagonisti  
del nuovo media**

*Anna Italia, 12 ottobre 2021*

# LA RADIO, OGGI



41 MILIONI di italiani adulti seguono i programmi radiofonici, 34 MILIONI lo fanno ogni giorno

26 MILIONI seguono i contenuti/programmi della diretta radiofonica in formato AUDIO O VIDEO anche da altri *device*, e 5 milioni e 300 mila lo fanno spesso

19 MILIONI seguono programmi radiofonici in VIDEO da schermi diversi (tv, smartphone, pc..)

Quasi 11 MILIONI di italiani seguono la radio sugli SCHERMI TV, oltre 4 MILIONI lo fanno ogni giorno

# LA RADIOVISIONE

## IN SINTONIA CON GLI ITALIANI

- Circa **19 milioni** di italiani seguono programmi radiofonici in video da schermi diversi (tv, smartphone, pc..), quasi **11 milioni** seguono la radiovisione sugli schermi Tv e oltre 4 milioni lo fanno ogni giorno
- **5 milioni** di italiani hanno seguito per la prima volta la radiovisione nell'ultimo anno
- Il **51,5%** di chi segue la radiovisione lo fa solo da casa, il **26,4%** in casa e fuori e il **22,2%** solo in altri luoghi diversi da casa
- Il **52,1%** degli italiani dichiara che vorrebbe avere sempre di più la possibilità di fruire dei programmi e dei contenuti radiofonici su device diversi anche in formato video
- L' **84,1%** degli italiani pensa che la radiovisione sia un nuovo media che combina i contenuti della radio con le infinite possibilità di visione e di ascolto dal vivo e in diretta

# IL VALORE DELLA RADIO/1: AFFIDABILITÀ E CREDIBILITÀ

*«Il successo dei programmi radiofonici è dato dalla credibilità ed affidabilità dei loro contenuti»*



# IL VALORE DELLA RADIO/2: REDAZIONE, DIRETTA, PUBBLICO

- *L'85,2% degli italiani ritiene che la radio abbia una forte componente social nell'interazione in diretta con il proprio pubblico.*
- *Il 90,1% degli italiani pensa che ci sia differenza tra i programmi e i contenuti radio, che si realizzano grazie alle redazioni fatte di professionisti, e le piattaforme on demand che offrono esclusivamente play list di musica personalizzata.*

# LA SFIDA (VINTA) DELLA PANDEMIA

*Andamento della fiducia degli italiani nei diversi media negli ultimi dodici mesi*

Media	Aumentata	Rimasta uguale	Diminuita	Totale
Stampa (compresi i quotidiani online)	2,7	79,3	18,0	100,0
Tv	5,8	79,5	14,7	100,0
<b>Radio</b>	<b>6,1</b>	82,6	11,3	100,0
Siti web (esclusi i quotidiani online), blog, forum online	2,5	74,6	23,0	100,0
Social network	3,4	70,5	26,2	100,0
				Valori%

# IL FUTURO DELLA RADIO

- *Il futuro della radio non sono le piattaforme di musica a pagamento: lo pensa il **63,1%** degli italiani, con percentuali che superano il **50%** anche tra i più giovani.*
- ***Il segreto del successo degli editori, anche nel futuro, starà sempre più nella loro capacità di cogliere i cambiamenti nei gusti e negli stili di vita degli italiani e di trasferirli all'interno di una piattaforma che, necessariamente, sarà sempre più ricca di opzioni e di proposte.***

CENSIS