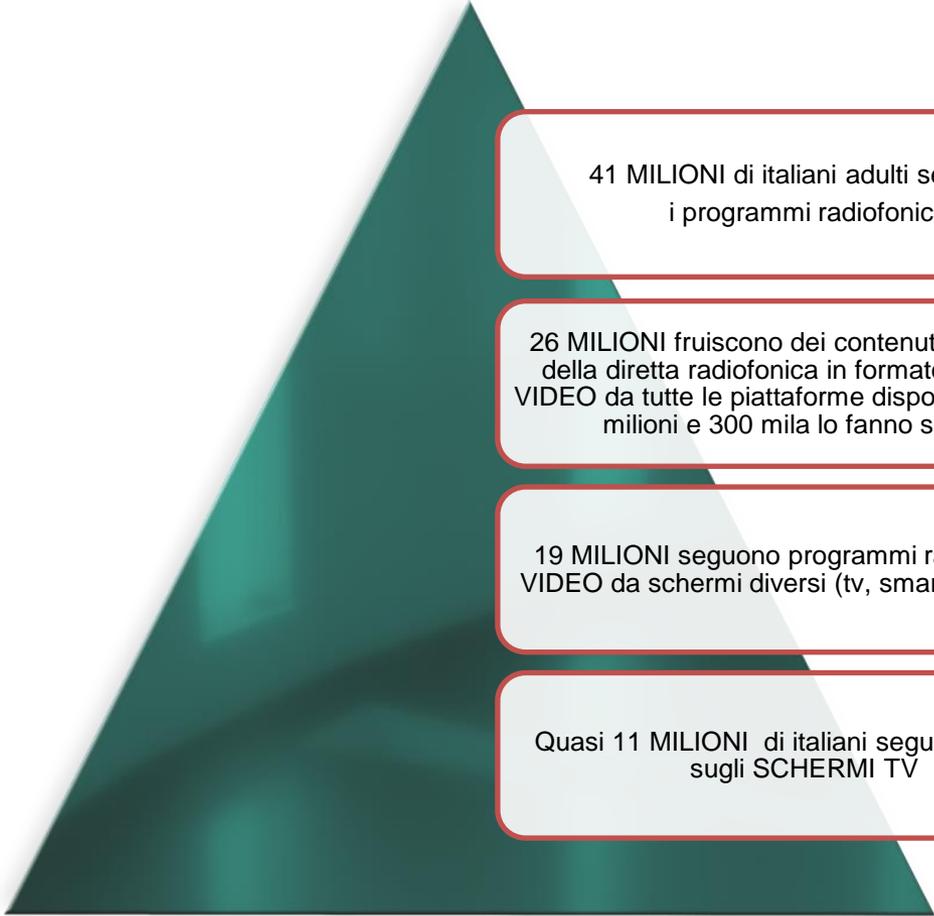




# LA TRANSIZIONE VERSO LA RADIOVISIONE

*Anna Italia, 18 marzo 2021*

# LA RADIO FENOMENO DI MASSA CAPACE DI CONIUGARE CONTINUITÀ E MODERNITÀ



41 MILIONI di italiani adulti seguono  
i programmi radiofonici

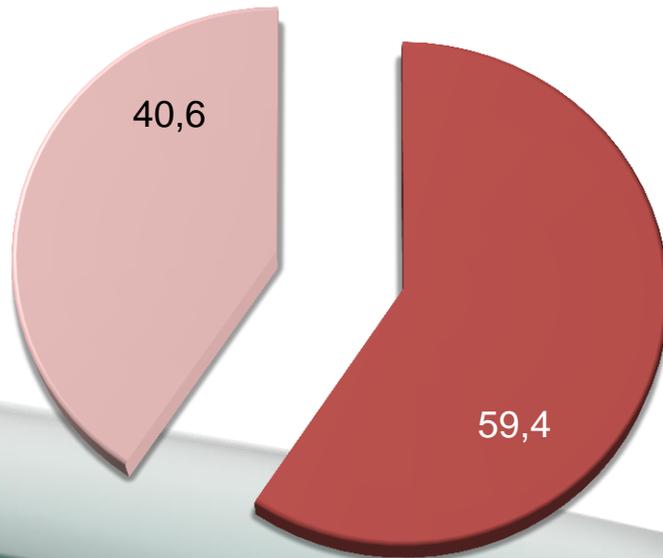
26 MILIONI fruiscono dei contenuti/programmi  
della diretta radiofonica in formato AUDIO O  
VIDEO da tutte le piattaforme disponibili, e 5  
milioni e 300 mila lo fanno spesso

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

Quasi 11 MILIONI di italiani seguono la radio  
sugli SCHERMI TV

# IL VALORE DELLA RADIO SI È SPOSTATO SUI CONTENUTI

Se dico “radio” a cosa pensa?



- A determinati contenuti, programmi, trasmissioni radiofoniche che segue o seguirebbe anche su device diversi dall'apparecchio radio (in televisione, su pc, smartphone, smart speaker ecc.)
- All'apparecchio radio al quale non vuole rinunciare e da cui vuole avere contenuti, programmi, trasmissioni

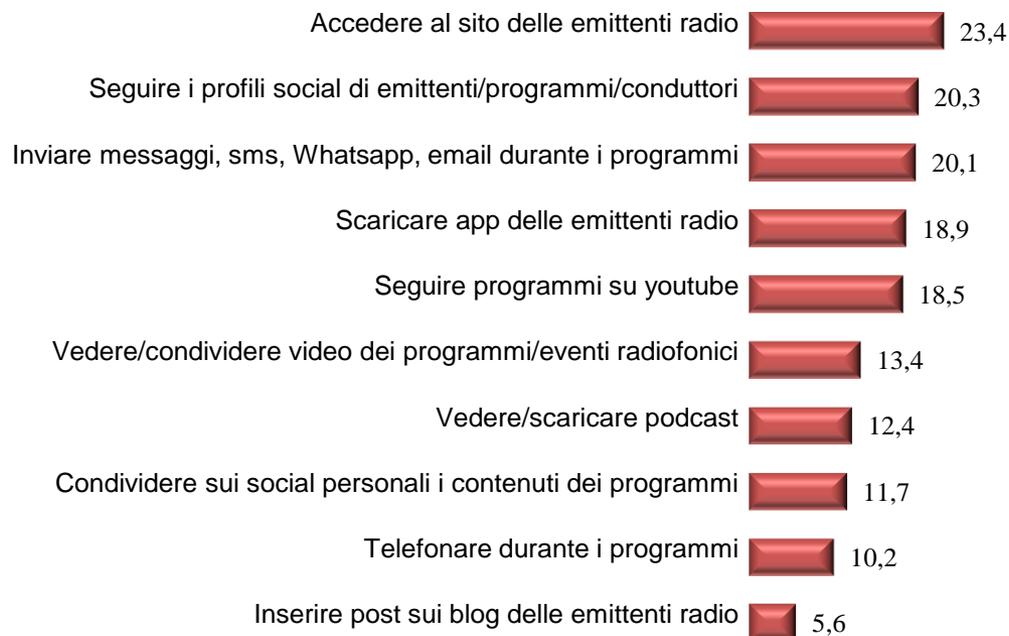
# LA MULTICANALITÀ: PRENDO QUELLO CHE VOGLIO QUANDO VOGLIO, DOVE VOGLIO

- *l'84,9% degli italiani dà un giudizio positivo sulla possibilità di seguire programmi/contenuti/trasmissioni (televisivi, radiofonici, video) in contemporanea su diversi device (95,5% tra i millennials)*
- *l'86,9% pensa che la multicanalità sia la logica evoluzione dei cambiamenti negli stili di vita e nelle modalità di consumo e di fruizione degli italiani*
- *Il 71,8% dichiara che ci sono contenuti radio che vuole poter seguire in qualsiasi momento della giornata e in ogni luogo, a prescindere dal device*
- *Il 71,1% è convinto che i contenuti della radio si adattino ad essere seguiti su altri device*

# IL BOOM DELLA RADIOVISIONE AL DI LÀ ED OLTRE LA PANDEMIA

- *Quasi **26 milioni di italiani adulti** fruiscono dei contenuti/programmi della diretta radiofonica in formato audio o video da tutte le piattaforme disponibili, e 5 milioni e 300 mila lo fanno spesso*
- *Circa **19 milioni** seguono programmi radiofonici in video da schermi diversi (tv, smartphone, pc..) e quasi **11 milioni** seguono la radiovisione sugli schermi Tv*
- *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*
- ***5 milioni** di italiani hanno seguito per la prima volta la radiovisione nell'ultimo anno*
- *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*

# LA RADIO, IL PIÙ SOCIAL DEI MEDIA



***La radio è dentro  
la vita degli italiani  
e il 63% di chi segue i  
programmi radiofonici  
ha attivato almeno  
una forma  
di interazione  
con gli stessi***

# CONCLUSIONI

- *La radio è fenomeno di massa, capace di cogliere fasce di pubblico trasversali per età, condizione sociale, condizione economica*
- *Con la radiovisione la radio ha attraversato il guado della modernità e il pubblico l'ha seguita: è stata capace di rigenerarsi nelle modalità di fruizione e nei contenuti mantenendo la sua capacità di stare dentro le vite degli italiani e di avere un contatto diretto con il suo pubblico rendendolo partecipe e protagonista della programmazione*

# CONCLUSIONI

- *La transizione verso la radiotelevisione è già compiuta ed irreversibile perché risponde al bisogno del pubblico di poter fruire dei contenuti della diretta radiofonica su device diversi, in ogni luogo e momento della giornata, e perché gli italiani si aspettano nel futuro di poter avere sempre più contenuti visual*
- *La radiotelevisione si colloca sulla frontiera più avanzata dell'attuale panorama audiovisivo, come nuovo media capace di coniugare le esigenze ed il soggettivismo dei radiospettatori con la ritrovata centralità del palinsesto radiofonico*

WENSIS