

Da: @info Tavolo Editori Radio <info@tavoloeditoriradio.it>
Inviato: giovedì 16 aprile 2020 18:17
A: '@info Tavolo Editori Radio'
Oggetto: Comunicato stampa

Rimettiamo comunicato stampa relativo alla ricerca “L’ascolto della Radio ai tempi del COVID-19”.

Cordiali saluti

Marco Rossignoli
Presidente CdA TER - Tavolo Editori Radio srl



*Tavolo Editori Radio srl
Corso Sempione n. 27 - 20145 Milano
C.f. e Partita IVA 09468140968
Capitale sociale Euro 160.000,00 interamente versato
Tel. 0039-02-31993522
Web www.tavoloeditoriradio.it*

Le informazioni contenute nella presente comunicazione e i relativi allegati sono riservate e sono, comunque, dirette esclusivamente ai destinatari sopraindicati. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, ai sensi dell'art. 616 del Codice Penale, del Regolamento Europeo 2016/679 (GDPR) e del Decreto Legislativo n. 196/2003 e successive modificazioni. Se avete ricevuto questo messaggio per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente per telefono allo 02 31993522 o inviando un messaggio all'indirizzo e-mail info@tavoloeditoriradio.it.

CORONAVIRUS, RICERCA GfK, GLI ITALIANI NON RINUNCIANO ALLA RADIO

E' stata presentata oggi la ricerca curata dall'istituto GfK Italia, “L’ascolto della Radio ai tempi del COVID – 19”, commissionata da TER, Tavolo Editori Radio, società che cura la rilevazione degli indici di ascolto radiofonici in Italia, costituita dalla quasi totalità delle emittenti pubbliche e private, nazionali e locali della radiofonia italiana.

L'emergenza sanitaria ha fortemente condizionato le abitudini quotidiane determinando effetti non trascurabili sulla mobilità in auto (il 67% della popolazione utilizza meno l'auto) e sui percorsi verso il lavoro (il 30% della popolazione non si reca più al lavoro fuori casa), costringendo tra le mura domestiche gran parte della popolazione.

L'impatto sugli ascolti delle radio è molto contenuto – si legge nella ricerca - con un calo del 17%, pressoché compensato dall'aumento del tempo medio di ascolto cresciuto dell'11% (sull'ascolto degli ultimi 7 giorni).

“Alla riduzione netta dell'ascolto tramite autoradio corrisponde un aumento dell'ascolto attraverso tutti gli altri device – dice Giorgio Licastro, Responsabile Area Media di GfK Italia - non soltanto la classica radio FM, alla quale si stanno affiancando gli apparecchi DAB+, ma anche la TV, lo smartphone e il PC (con riscoperta da parte delle fasce giovanili); crescono pure tablet e smart speaker, i quali, pur partendo da basi contenute nel periodo pre-crisi, vedono tassi di incremento analoghi a quelli degli altri device”.

Particolare menzione merita l'accesso digitale attraverso siti e app radio, sia che si tratti di piattaforme proprietarie, sia che si tratti di aggregatori. L'accesso digitale con le nuove necessità di collegamento al mezzo radio – continua la ricerca - vede un incremento importante: +24% di reach e + 61% di tempo speso. La nuova domesticità plasma le modalità di ascolto della radio.

“Rilevante in casa è l'inedita presenza maschile e delle donne lavoratrici – sottolinea Giorgio Licastro - che aumenta le occasioni di esposizione (da 1,1 a 1,5 al giorno) e spinge verso l'alto, nella lista delle attività, l'ascolto mentre si lavora, mentre si fa ginnastica, nei momenti di relax. Le aree che maggiormente migliorano dopo l'inizio dell'emergenza sono proprio quelle rassicuranti della vicinanza e del comfort, come antidoto alla solitudine forzata; e contemporaneamente quelle che agiscono sullo stato di benessere, sull'umore, sull'emozione”.

In questo, il ruolo della musica ascoltata alla radio appare fondamentale: veicola un senso di comunità, di partecipazione collettiva, di serenità nonostante tutto. La costrizione a casa ha avuto effetti non trascurabili sull'ascolto della radio, senza tuttavia minarne il ruolo grande protagonista nella comunicazione di massa.

La sua capacità di presentare un mix unico di emozione, vicinanza, empatia e informazione credibile, unita alla possibilità di essere fruita in qualsiasi momento della giornata la rendono difficilmente sostituibile.

La radio è un mezzo a cui gli Italiani non rinunciano – si legge nella ricerca - piuttosto, ne ricalibrano l'uso in funzione dei nuovi stili e delle nuove abitudini, favoriti, in questo, da un mezzo che è in grado di sfruttare vecchie e nuove tecnologie per consentire l'ascolto anche in modi innovativi e diversi rispetto al passato.

La crisi ha favorito la relazione con il mezzo, soprattutto in termini di vicinanza, di veicolo di emozioni positive e secondariamente anche di informazione, di partecipazione e confronto. La musica ascoltata alla radio appare fondamentale, contribuendo al senso di comunità, di partecipazione collettiva, di serenità. Il ruolo informativo della radio non è meno rilevante, assolvendo sia il compito della presenza tempestiva e del realtime, sia quello dell'approfondimento e

dell'autorevolezza.

In questo periodo di isolamento forzato aumentano gli ascoltatori che creano interazione. L'iniziativa «La Radio per l'Italia» - conclude la ricerca - è stata ampiamente riconosciuta e apprezzata come modo di ulteriore avvicinamento al mezzo.