

Come afferrare Proteo. La prima Ricerca di Base sulla Radio





COME AFFERRARE PROTEO

La prima ricerca di base sulla radio

Ottobre 2015



» Tecnica **CATI** – Computer Assisted Telephone Interviewing

» **Universo** di riferimento: **popolazione** residente in Italia dai **14 anni in su** (pari a 52.903.250 individui)

» **Campione di 15.000 individui**, con interviste suddivise tra i due Istituti (7.500 casi per Istituto)

» Fieldwork: **13 aprile - 9 maggio**

» **Elaborazione** da parte di entrambi gli Istituti sul campione complessivo di **15.000 casi**

COME AFFERRARE PROTEO. LA PRIMA RICERCA DI BASE SULLA RADIO



1/5

1

La resilienza della radio. La radio ha risposto alle sollecitazioni dell'era digitale con una **grande capacità di reazione**. Rimane il mezzo "di tutti", **il secondo dopo la televisione**, con il vantaggio distintivo di coniugare *reach* elevatissime (**l'84% della popolazione ascolta** la radio) e target **pubblicitariamente pregiati**.

2

Pur in un contesto molto complesso, **l'ascolto della radio è in crescita** anche tra i **segmenti di pubblico più esposti alle nuove tecnologie**. Come **i giovani**: il **50%** dei 14-17enni e il **47%** dei 18-24enni dichiara che il tempo speso ascoltando la radio è aumentato rispetto a 3 anni fa. Come **l'élite**: per il **26%** l'ascolto della radio è aumentato rispetto a 3 anni fa.

COME AFFERRARE PROTEO. LA PRIMA RICERCA DI BASE SULLA RADIO



2/5

3

L'ascolto della radio **convive con la fruizione della musica on line** e anzi **si rafforza**.
Il 90% di chi consuma musica digitale (circa un quarto della popolazione) ascolta **anche la radio**.
I **giovani** lo fanno con maggiore intensità rispetto al passato: il **49%** dei 14-17enni e il **48%** dei 18-24enni ascoltatori di musica digitala dichiara che il tempo di ascolto è aumentato rispetto a 3 anni fa.

4

Un mezzo in sintonia con l'evoluzione tecnologica. I nuovi device hanno favorito la creazione di nuove modalità di contatto e relazione con il pubblico, che si **affiancano** a quelle tradizionali: il **20%** degli ascoltatori utilizza sia dispositivi classici sia nuovi. Si intensifica così il legame tra ascoltatore e mezzo: la durata media di ascolto della radio è di **149 minuti al giorno**, che **diventano 182** tra coloro che utilizzano entrambe le tipologie di dispositivi.

COME AFFERRARE PROTEO. LA PRIMA RICERCA DI BASE SULLA RADIO



3/5

5

La radio diventa sempre **più personal media** grazie alla flessibilità di accesso garantita dai **dispositivi mobili**, che si confermano strumenti essenziali nella **relazione con i target giovanili**: il **28%** dei 14-17enni, il **20%** dei 18-24enni e il **15%** dei 25-34enni ascolta la radio tramite tablet o smartphone.

6

La **relazione digitale** con gli ascoltatori è **poliedrica**. I **siti web** diventano **piattaforme aggiuntive** di ascolto (l'**8%** della popolazione li visita e il **4%** lo fa per ascoltare le **radio in streaming**); i **Social Media sono il nuovo volto della tradizionale community radiofonica**: il **14%** della popolazione visita le pagine Facebook delle radio o dei programmi e l'**11%** è **amico** di una radio su Facebook.

COME AFFERRARE PROTEO. LA PRIMA RICERCA DI BASE SULLA RADIO



4/5

7

24/7. La radio si ascolta **tutto il giorno** (in media **2,6** fasce orarie). A **Target diversi** corrispondono **fasce orarie diverse**, secondo stile di vita e attività quotidiane. Un mezzo davvero proteiforme.

8

24/7. La radio si ascolta **tutti i giorni**. Chi ascolta la radio lo fa **l'intera settimana (81%)**. Solo il 18% ascolta esclusivamente nei giorni feriali; solo l' 1% limita l'ascolto al week end.

COME AFFERRARE PROTEO. LA PRIMA RICERCA DI BASE SULLA RADIO



5/5

9

L'**auto** è un **importante** luogo di ascolto della radio, ma **non esaurisce** le occasioni di contatto. Solo il **21%** è **ascoltatore esclusivo in auto**, mentre il **22%** **non ascolta mai in auto**.

10

Il **legame tra luogo e dispositivo** di ascolto è sempre più **sorprendente**: ad esempio il **10%** dell'ascolto della radio **in casa** avviene tramite **smartphone, tablet o mp3**. Grazie anche ai **nuovi device** la radio **ti avvolge** in un intreccio inedito di situazioni e occasioni di ascolto.