



***Primo Piano - Censis, i nuovi media, nasce la “Radiovisione”: 19 milioni gli italiani seguono la radio in formato video. Un record.***

**Roma - 18 mar 2021 (Prima Pagina News) Secondo una ricerca del Censis 41 milioni di italiani ogni giorno seguono la radio tradizionale, ma ci sono almeno 19 milioni di italiani che la radio non solo la sentono ma la guardano anche. Questi sono i dati emblematici della ricerca "La transizione verso la radiovisione", presentata oggi da Massimiliano Valerii, Direttore Generale del Censis, e Anna Italia del Censis, e discussa da Roberto Arditti, Davide Giacalone, Emilio Carelli e Maurizio Gasparri.**

La radio fenomeno di massa, capace di coniugare continuità e innovazione. Per gli analisti del Censis, la radio è e rimane un fenomeno di massa. Sono più di 41 milioni gli italiani che seguono programmi radiofonici. Di questi, 27 milioni utilizzano anche dispositivi alternativi all'apparecchio tradizionale e all'autoradio. Sono numeri – spiegano gli analisti del Censis- che dimostrano che “la radio è riuscita a rigenerarsi nel tempo, ibridandosi con gli altri media e sintonizzandosi sui nuovi stili di vita degli italiani. La radio è riuscita a conservare il suo valore tradizionale adattandosi ai tempi e oggi accompagna la vita di fasce di pubblico trasversali per età, condizione economica e status sociale”. Non solo questo, c'è molto di più nel report del Censis. La radio, infatti, è il più social dei media. Cosa significa? E' abbastanza chiaro – spiega il Direttore Generale del Censis Massimiliano Valeri: “La radio è dentro la vita degli italiani e chi la utilizza si sente parte di una comunità. Il 63% di chi segue i programmi radiofonici attiva almeno una forma di interazione con essi. Il 23% visita il sito delle emittenti di proprio gradimento, il 20% segue i profili social di programmi e di conduttori, il 19% ha scaricato una app che consente di fruire i contenuti che preferisce sullo smartphone. Il 12% degli utenti condivide i contenuti radio sui social network personali e il 13% condivide i video dei programmi. Tra chi segue le dirette, il 20% invia messaggi sms o WhatsApp oppure e-mail durante le trasmissioni e il 10% telefona in diretta. Forte è la componente on demand, rappresentata da chi segue i programmi su YouTube (18%) e scarica i podcast (12%)”. Ma questa mattina alla cerimonia di presentazione di questa ricerca che farà molto discutere il mondo della comunicazione non solo italiana, si è parlato anche molto del ruolo della radio in tempo di Covid. Durante il primo lockdown – ha spiegato Anna Italia, autrice dell'indagine— “ il 30,5% degli italiani si è informato almeno una volta al giorno sulla pandemia e sulle regole da rispettare attraverso la programmazione radiofonica. Nella forzata reclusione casalinga il 30% dei radioascoltatori ha dedicato più tempo all'ascolto in casa rispetto al periodo pre-Covid. I dati sull'ascolto medio giornaliero nel secondo semestre del 2020 rispetto allo stesso periodo del 2019 sono chiari: a fronte di un calo del numero di ascoltatori dall'autoradio, dovuto alle limitazioni alla mobilità, e di una tenuta dell'apparecchio tradizionale,



crescono tutti gli altri device. Nell'ultimo anno gli spettatori dei canali televisivi della radio in un giorno medio sono aumentati dell'8%". Fino ad arrivare al boom della radiovisione. Nessuno di noi lo avrebbe mai immaginato forse, ma oggi – ci assicurano gli esperti del Censis: "La radiovisione è una realtà in crescita, che sta vivendo un vero e proprio boom grazie alla modalità simulcast crossmediale, cioè alla possibilità di fruire dei contenuti radio contemporaneamente su qualsiasi dispositivo". Pensate che sono circa 19 milioni gli italiani che seguono programmi radiofonici in formato video attraverso uno schermo: tv, smartphone o pc. Di questi, quasi 11 milioni – dimostra il report del Censis- seguono la radiovisione sugli schermi tv. Illusione? Assolutamente no, rispondono gli analisti del Censis. Anzi, per loro "la visual radio non è un fuoco di paglia, destinato a spegnersi dopo la pandemia, ma è fortemente in sintonia con le aspettative degli italiani. Il 52% dichiara che vorrebbe avere sempre di più la possibilità di fruire dei contenuti radiofonici su device diversi anche in formato video. E il 50% di chi segue la radiovisione la trova piacevole, il 27,5% coinvolgente, il 24% innovativa". Come dire? Che il passaggio dal mezzo ai contenuti è compiuto. "Oggi quello che conta - precisa lo studio degli analisti del Censis- non è l'apparecchio radio in sé, ma i contenuti, di cui gli utenti vogliono poter fruire attraverso qualsiasi device, in ogni luogo, in qualsiasi momento, per intero o a spezzoni, in diretta e on demand. Il 59% degli italiani associa alla radio determinate trasmissioni che seguirebbe anche su device diversi dall'apparecchio tradizionale". Ma anche "il passaggio dal mezzo alla piattaforma di contenuti fruibili in ogni luogo e da ogni device è ormai compiuto. L'85% degli italiani ne è consapevole e ne dà un giudizio positivo. E le percentuali raggiungono il 95% tra i giovani millennial, il 95% tra gli imprenditori e i liberi professionisti, il 92% tra gli studenti". Per Anna Italia e Massimiliano Valeri "la crossmedialità non si discute. L'89% degli italiani è convinto che la partita degli ascolti si vinca sul piano della qualità dei contenuti e dei programmi proposti e non su quello degli apparecchi che li veicolano. L'87% pensa che la multicanalità sia la logica evoluzione dei cambiamenti intervenuti negli stili di vita e nelle modalità di consumo della popolazione. Il 72% vuole poter seguire i contenuti radio in qualsiasi momento della giornata e in ogni luogo, a prescindere dal device utilizzato. Il dibattito che ne è poi scaturito ha solo confermato un dato fondamentale, e cioè che la radio è vita, è la vita di tutti noi, e che bene ha fatto il Censis ad affrontare una analisi così complessa ma anche così affascinante, perché la storia del Paese è passata- e passa ancora di più ogni giorno- attraverso la radio. O meglio, un tempo passava solo attraverso la radio, oggi invece passa ancora di più attraverso la radiovisione, il nuovo media. Bravi davvero gli analisti del Censis. Siamo certi di fare cosa gradita a chi volesse approfondire il tema, allegando qui di seguito il link di questo interessantissimo report firmato da Anna Italia. [https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/presentazione\\_rtl\\_18032021.pdf](https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/presentazione_rtl_18032021.pdf) [https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/La%20transizione%20verso%20la%20radiovisione\\_Rapporto%20finale.pdf](https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/La%20transizione%20verso%20la%20radiovisione_Rapporto%20finale.pdf)

*di Pino Nano Giovedì 18 Marzo 2021*