Growth
from
Knowledge

L’ascolto della radio ai tempi del COVID-19

Presentazione dei principali risultati

Giorgio Licastro

GfK - Media Measurement

Obiettivi

Obiettivi **quantitativi**, allo scopo di consentire un confronto con il periodo precedente all'introduzione delle misure restrittive.

Obiettivi diretti a **qualificare** le nuove modalità di fruizione della radio con l'introduzione delle misure restrittive:

- Chi sono gli ascoltatori della radio ora;
- Qual è il vissuto della radio;
- Come è vissuto il tema dell'informazione via radio
- l'interazione degli ascoltatori con le trasmissioni;
- le esigenze funzionali ed emotive dell'ascoltatore e la capacità della radio di rispondervi;

© GfK

Metodologia

L’impostazione della ricerca

Modulo Rilevazione Passiva

Analisi dei dati oggettivi di ascolto della radio raccolti tramite rilevazione passiva

- ✓ Per misurare il cambiamento negli ascolti del mezzo radio prima e durante l’emergenza.
- ✓ Per rilevare i cambiamenti nei comportamenti digitali legati alla Radio.

6.696 individui
27 gennaio – 5 aprile

Modulo Ad Hoc

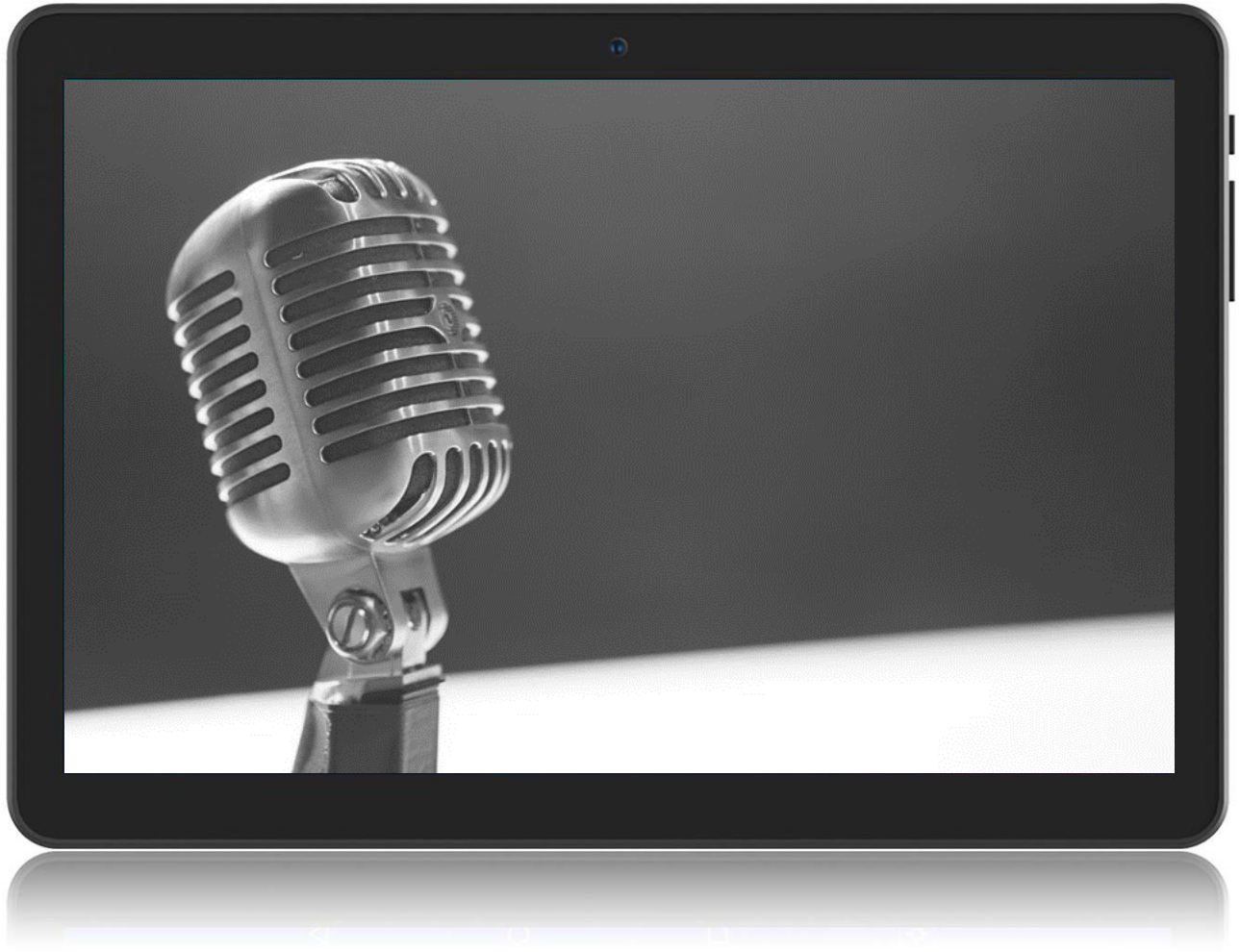
Survey ad hoc su Dialogatore

- ✓ Per rilevare informazioni sui device di ascolto.
- ✓ Per informazioni più qualitative: di opinione o comportamentali, ma non osservabili nei dati oggettivi raccolti tramite meter.

2.222 individui
3 – 6 aprile

© GfK

#iorestoacasa



La mobilità si riduce

Ma un quarto della popolazione si muove ancora per lavoro

Fonte: ***Modulo Ad Hoc***

52,4%

Lavorava fuori casa **prima** dell'entrata in vigore delle misure restrittive

5,2 giorni in media
Lavorati fuori casa

22,6%

Lavora fuori casa **dopo** l'entrata in vigore delle misure restrittive

2,1 giorni in media
Lavorati fuori casa

30,3%

ha diminuito i giorni in cui lavora/ha smesso di lavorare fuori casa tra il **24 febbraio e l'8 marzo**

66,4%

dal **9 marzo**

67,4%

Utilizza meno l'auto dopo l'entrata in vigore delle misure restrittive

A01. Prima dell'entrata in vigore delle misure restrittive della mobilità, quanti giorni alla settimana lei lavorava fuori casa (ossia si recava al suo posto di lavoro / si spostava per lavoro)?
A04. E dopo l'entrata in vigore delle misure restrittive della mobilità, quanti giorni alla settimana lei lavora fuori casa (ossia si reca al suo posto di lavoro / si sposta per lavoro)?
A07. Sa indicare da quando ha diminuito i giorni in cui lavora fuori casa o ha smesso di lavorare fuori casa?
A09. Parliamo del suo utilizzo dell'auto. Prima dell'entrata in vigore delle misure restrittive con che frequenza utilizzava l'auto come conducente o anche come passeggero?
A10. Parliamo del suo utilizzo attuale dell'auto. Dopo l' entrata in vigore delle misure restrittive con che frequenza utilizza l'auto come conducente o anche come passeggero?

© GfK

Chi continua a lavorare fuori casa si sposta in auto

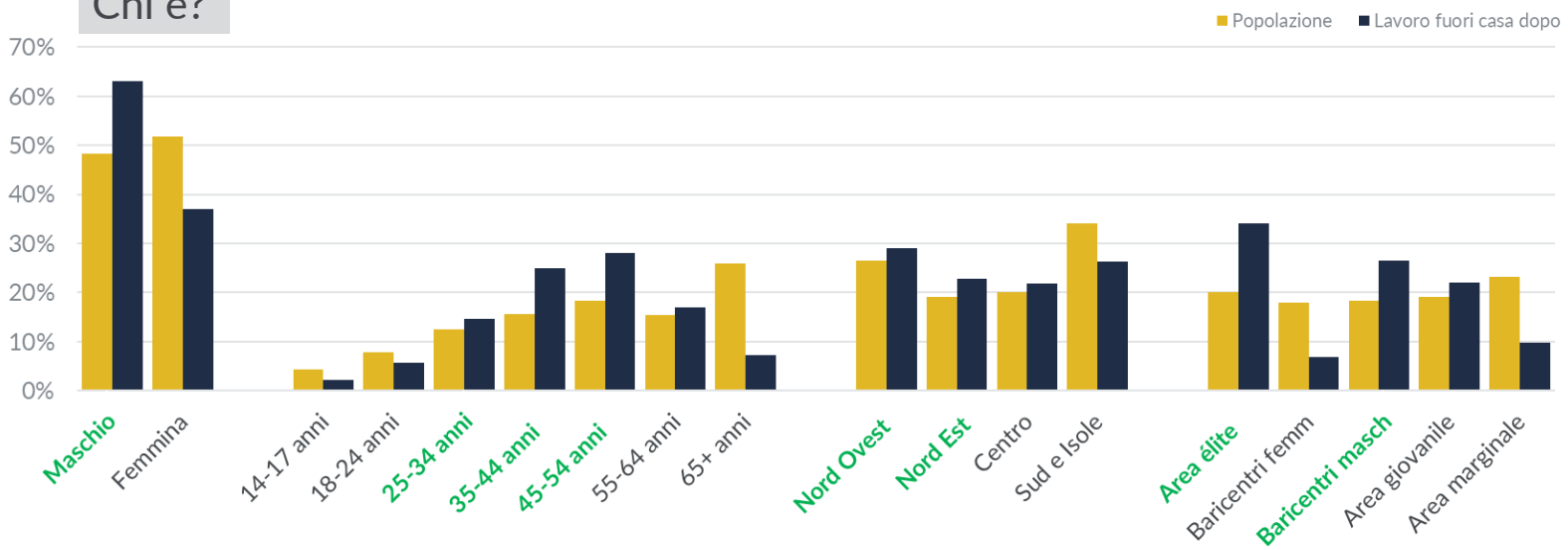
Fonte: ***Modulo Ad Hoc***

22,6%

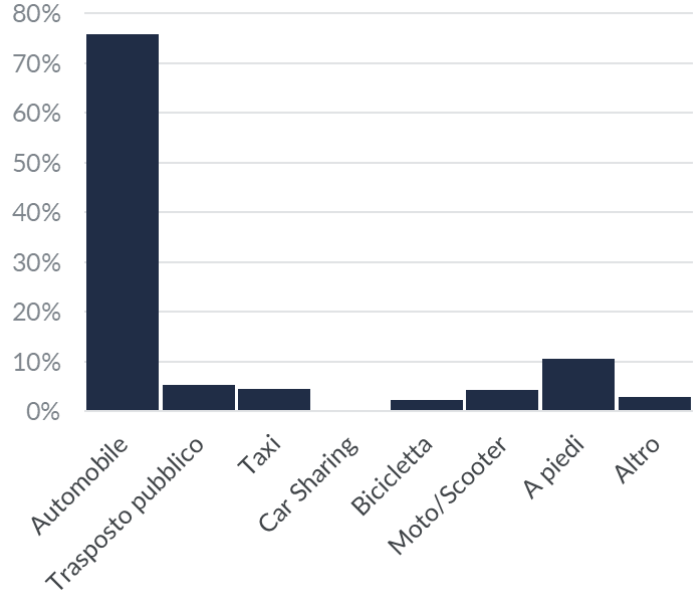
Lavora fuori casa dopo l'entrata in vigore delle misure restrittive

100%

Chi è?



Come si muove?

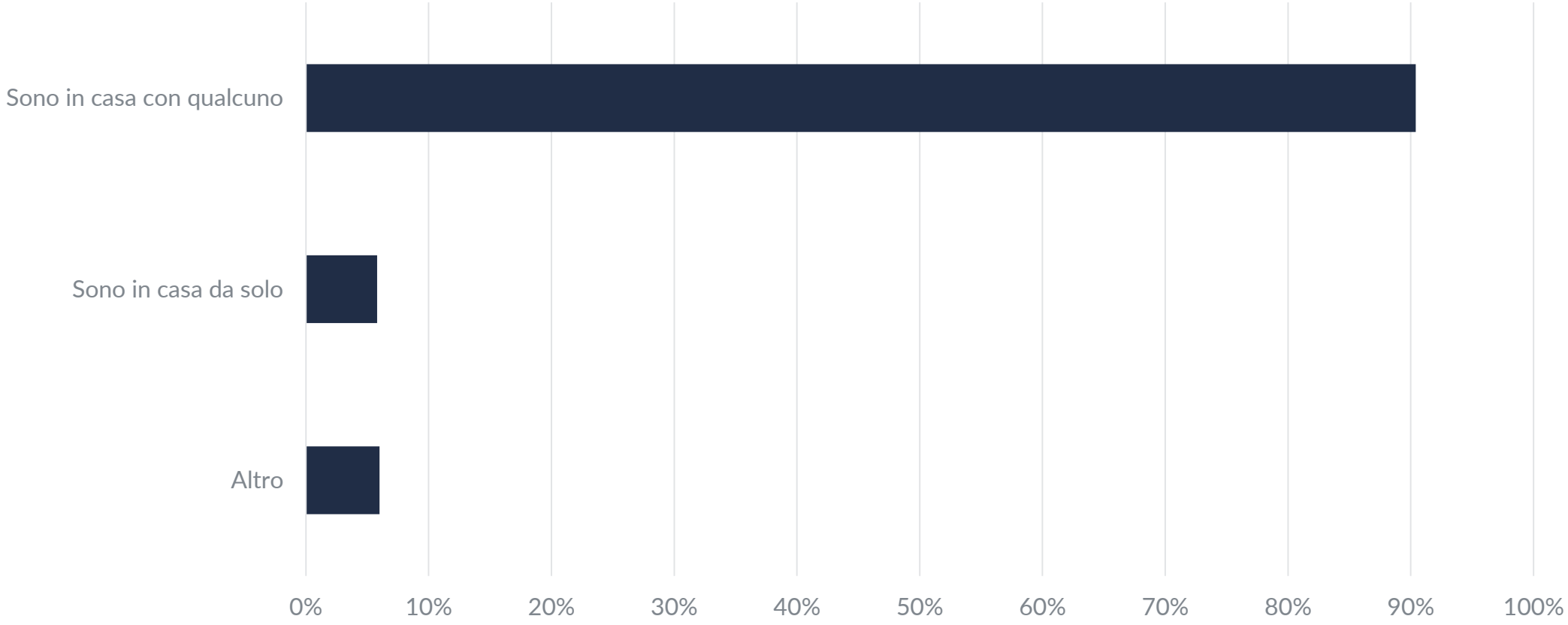


A04. E dopo l'entrata in vigore delle misure restrittive della mobilità, quanti giorni alla settimana lei lavora fuori casa (ossia si reca al suo posto di lavoro / si sposta per lavoro)?
A08. Dopo l'entrata in vigore delle misure restrittive della mobilità, con quale mezzo si reca attualmente sul posto di lavoro?

© GfK

Il lockdown si passa in compagnia

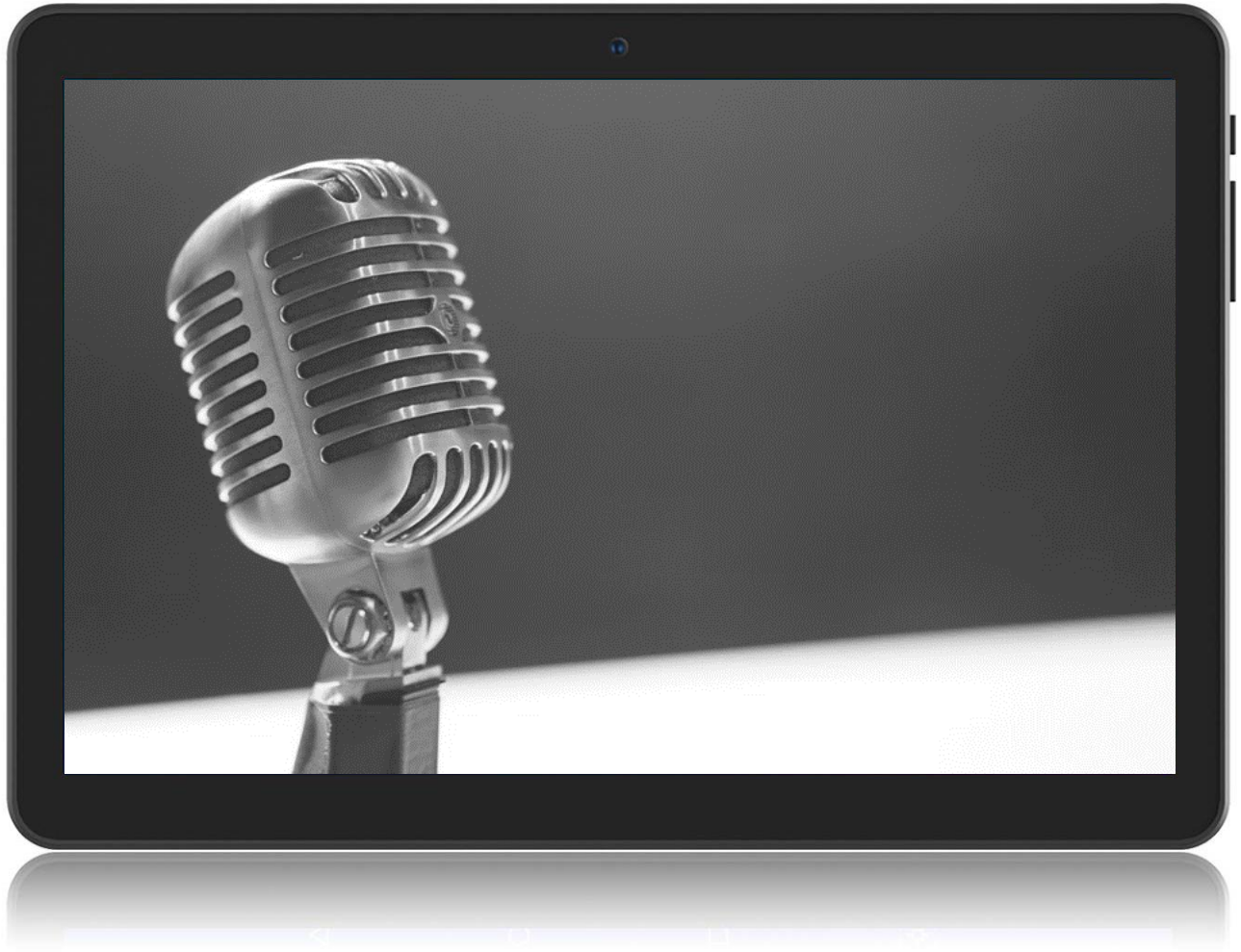
Fonte: ***Modulo Ad Hoc***



A11. E quale delle seguenti affermazioni descrive la sua situazione attuale?

© GfK

E la radio?



La minore mobilità ha sicuramente avuto un impatto sugli ascoltatori della radio, ma tutto sommato contenuto

Fonte: **Modulo Ad Hoc**

Fonte: **Modulo Rilevazione Passiva**

-17,0%
di ascoltatori radio a totale

-19,1%
di ascoltatori almeno una volta la settimana

-20,2 %
Reach giorno medio

81,1% di chi ascoltava «prima» continua ad ascoltare «dopo»

2,4% inizia ad ascoltare «dopo»

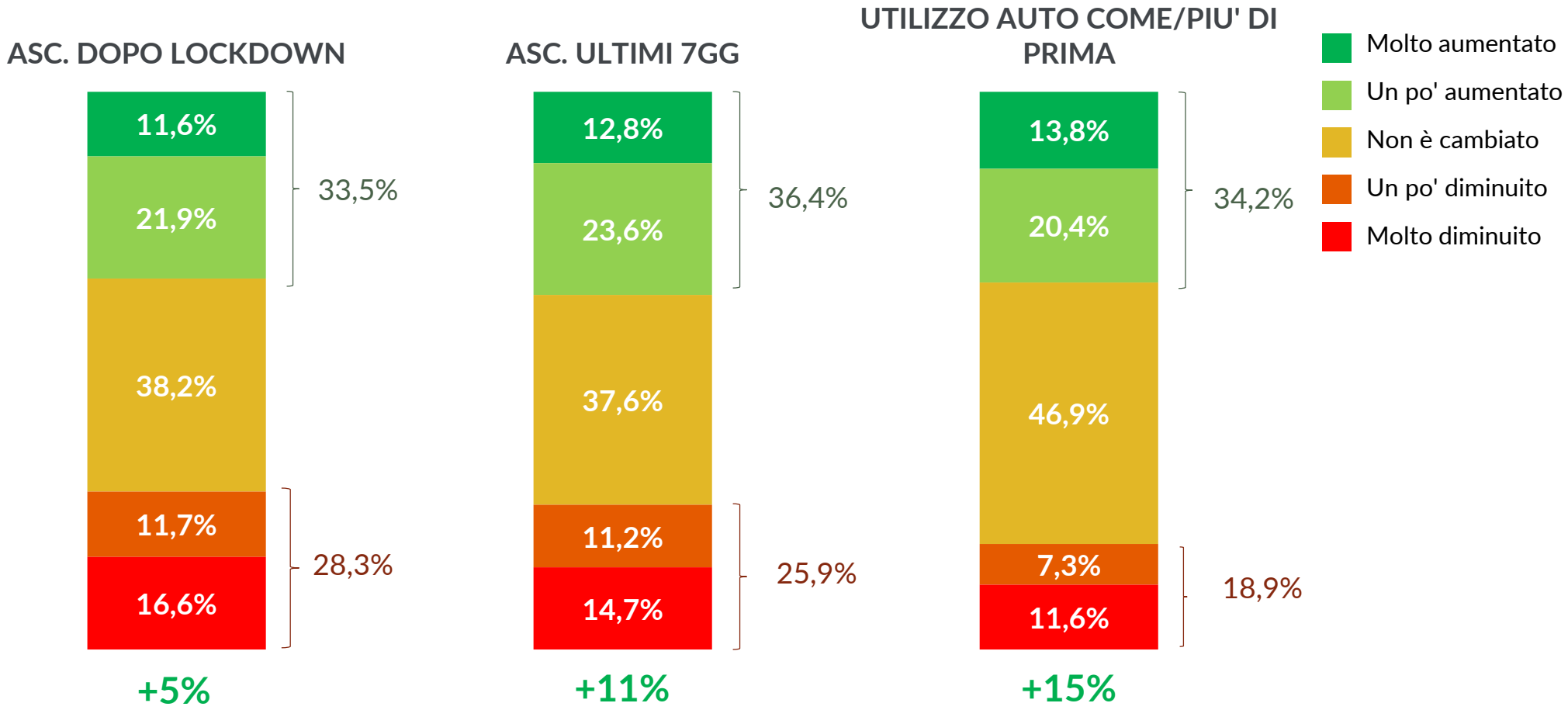
BASE: TOTALE POPOLAZIONE

B01. Pensi al periodo precedente all'entrata in vigore delle misure restrittive. Con che frequenza le capitava di ascoltare la radio?
B02. E con che frequenza le capita di ascoltare la radio in questi giorni, dopo l'entrata in vigore delle misure restrittive?

© GfK

Tempi di fruizione stabili tra chi ascolta in questo periodo e in aumento tra gli ascoltatori negli ultimi 7 giorni e tra chi ancora si muove in auto

Fonte: ***Modulo Ad Hoc***



B12. E pensando a quanto ha ascoltato la radio in questo periodo, dopo l'entrata in vigore delle misure restrittive, rispetto al periodo precedente, lei direbbe che il tempo che dedica all'ascolto della radio in generale è:

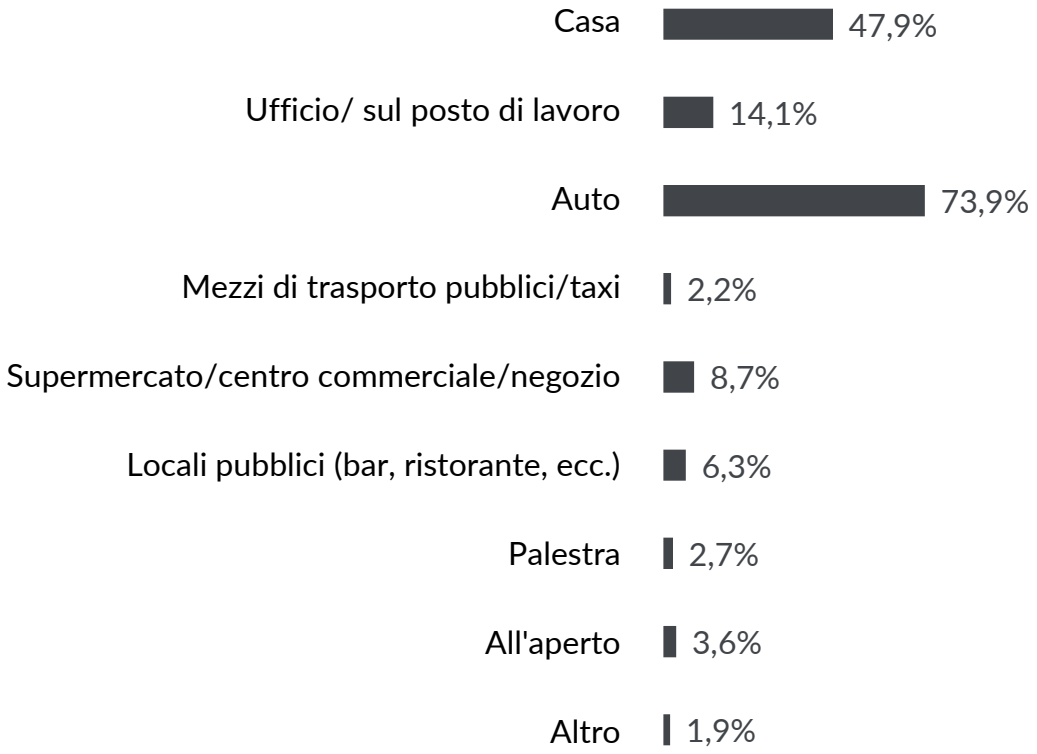
© GfK

L'ascolto della radio diventa soprattutto casalingo, ma quello in auto è ancora presente

Fonte: ***Modulo Ad Hoc***

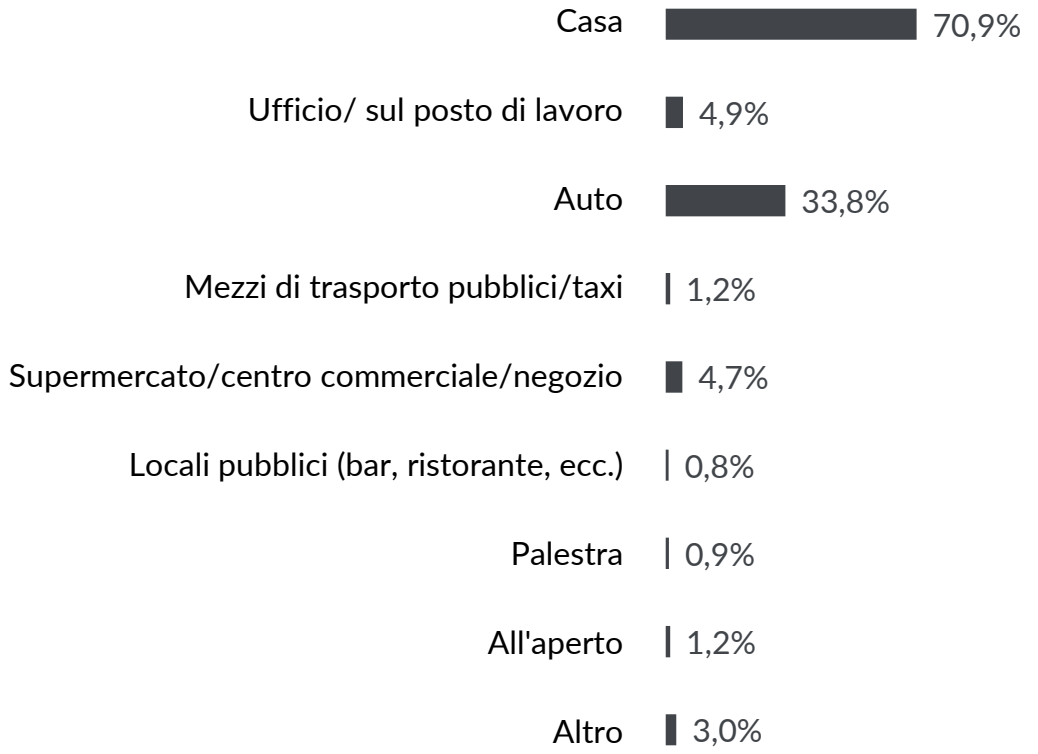
ASCOLTATORI PRIMA

N° MEDIO DI LUOGHI **1,6**



ASCOLTATORI DOPO

N° MEDIO DI LUOGHI **1,2**



© GfK

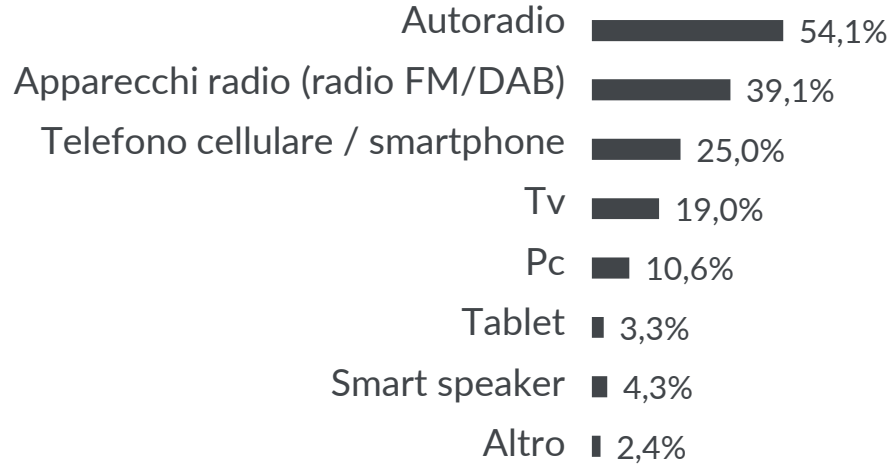
Dal drive-time al sofa-time

Per continuare ad ascoltare durante il lockdown si attivano tutti i device a disposizione

Fonte: ***Modulo Ad Hoc***

ASCOLTATORI PRIMA

N° MEDIO DI DEVICE USATI **1,6**



Uomini: autoradio. Donne: apparecchi radio e tv.

14-24: smartphone. 25-34: tutto tranne apparecchi radio. 55+: apparecchi radio.

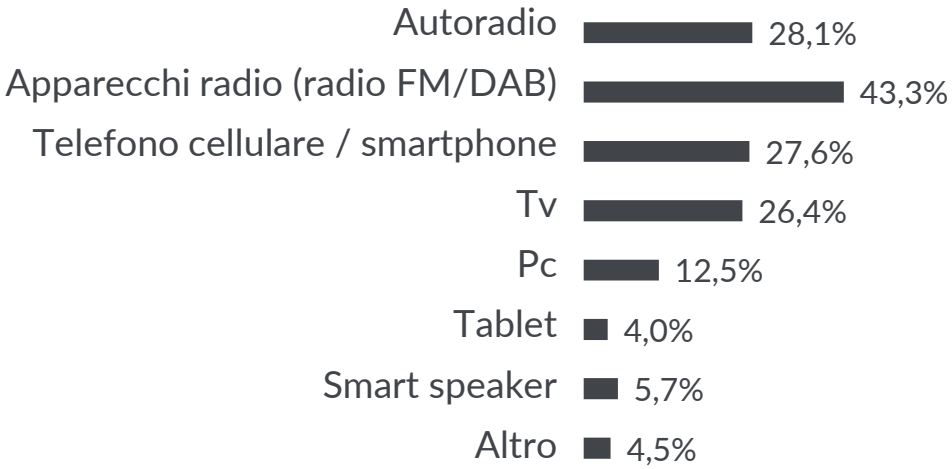
Nord: autoradio. Sud: tv

Élite: tutto tranne tv. Baricentri Femminili: tv. Baricentri Maschili: autoradio.
Area Giovanile: mezzi digital. Area marginale: apparecchi radio

In casa da solo: pc e apparecchi radio.

ASCOLTATORI DOPO

N° MEDIO DI DEVICE USATI **1,5**



Si rafforzano i comportamenti del prima.
Esplode per tutti i target la tv,
spesso affiancata da tablet e smart speaker – pur ricordando la bassa diffusione di questi ultimi due device.

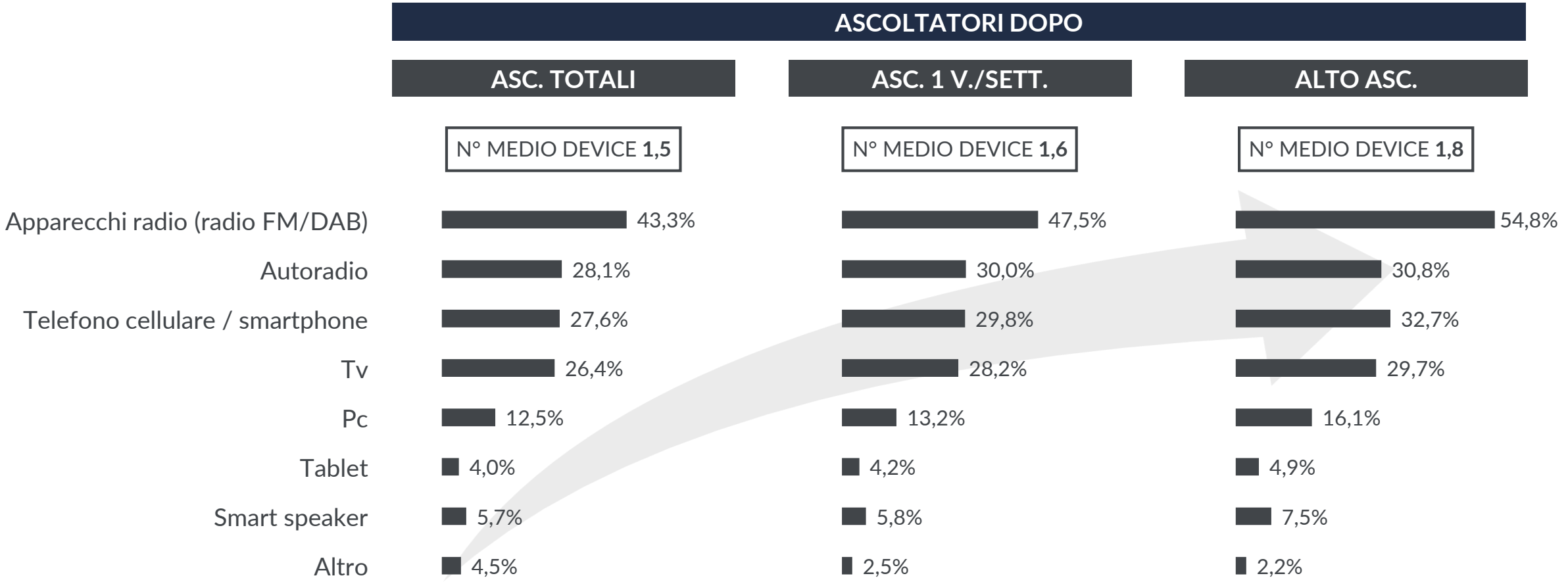
I giovani affiancano allo smartphone il pc.

B05. E sempre prima dell'entrata in vigore delle misure restrittive con quali dei seguenti dispositivi lei ascoltava la radio?
B09. E sempre in questi giorni, dopo l'entrata in vigore delle misure restrittive, con quali dei seguenti dispositivi lei ascolta la radio?

© GfK

E più si ascolta, più device si attivano

Fonte: ***Modulo Ad Hoc***

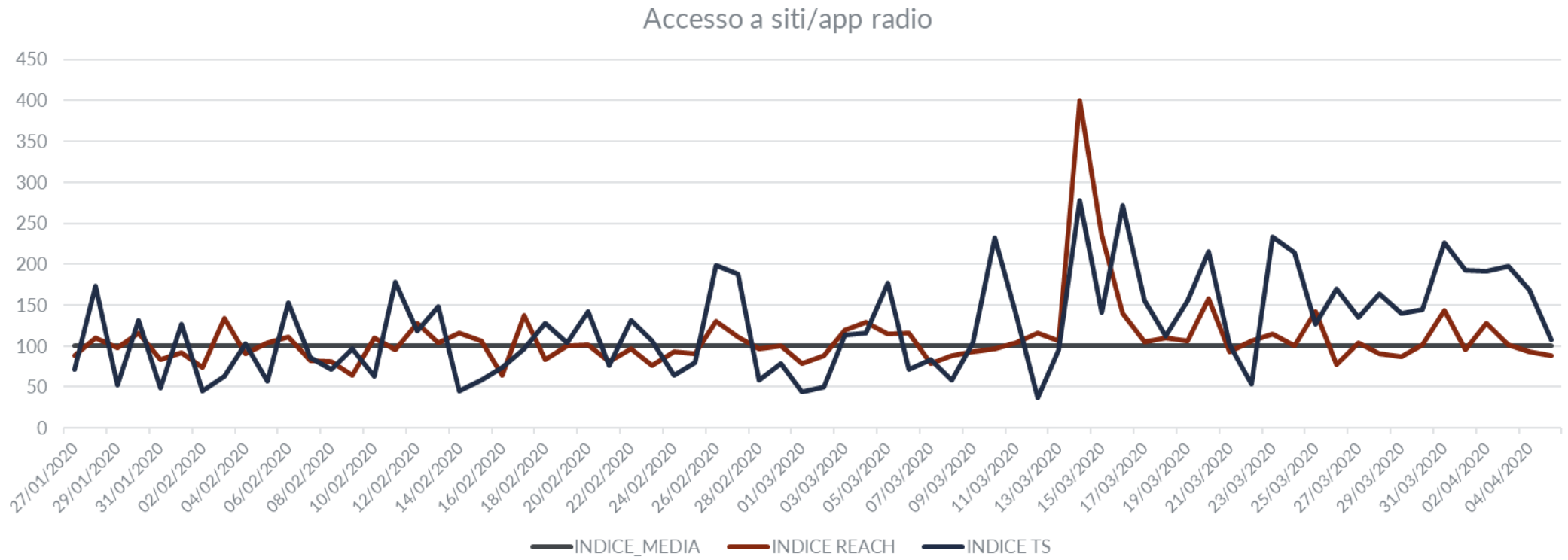


B09. E sempre in questi giorni, dopo l'entrata in vigore delle misure restrittive, con quali dei seguenti dispositivi lei ascolta la radio?

© GfK

In effetti l'accesso a siti e app delle radio cresce in maniera importante, soprattutto in termini di tempo di fruizione

*Fonte: **Modulo Rilevazione Passiva***



+ 24%

Reach nel giorno medio

+61%

Time Spent giorno medio

BASE: TOTALE POPOLAZIONE

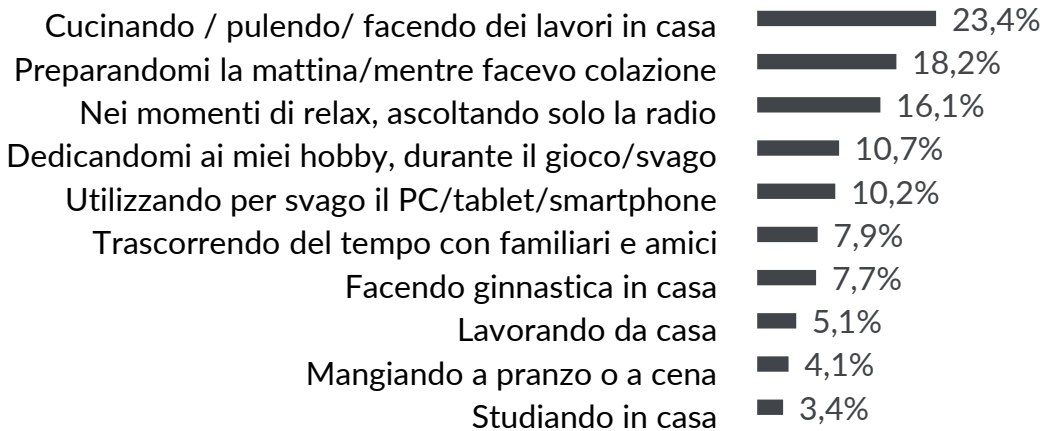
© GfK

E in casa la radio accompagna ancora più di prima le diverse attività

Fonte: **Modulo Ad Hoc**

ASCOLTATORI PRIMA

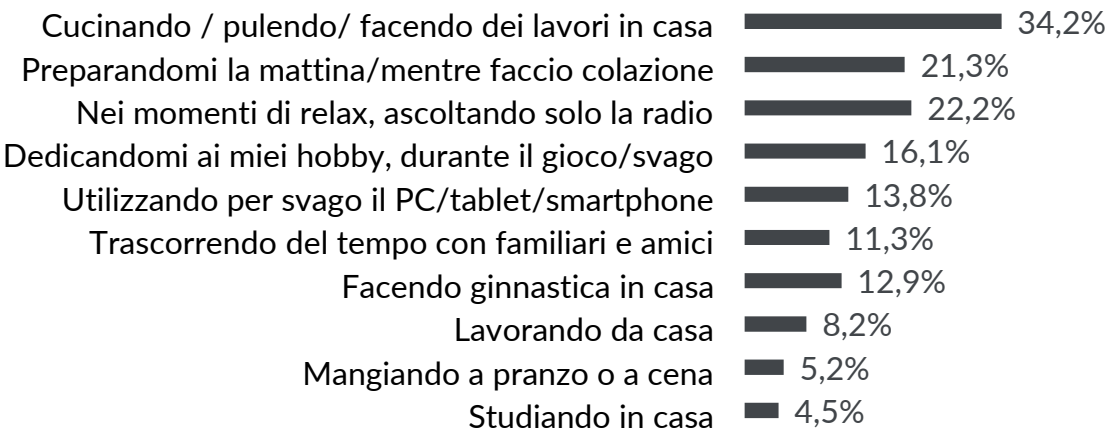
N° MEDIO DI OCCASIONI **1,1**



- Uomini: svago e ascolto esclusivo. Donne: lavoro (sia professionale che domestico) e convivialità (durante i pasti, coi familiari).
- 14-24: ascolto più pervasivo, eccetto lavoro in casa (sia professionale che domestico). 55+: sfondo alla routine domestica (faccende, colazione e pasti).
- Nord: lavoro da casa. Centro: sfondo ai proprio passatempi. Sud: ascolto esclusivo.
- Élite: ascolto pervasivo. Area Giovanile: durante lo studio e l'attività fisica.
- In casa da solo: uso pervasivo ad eccezione dell'ascolto esclusivo e dei momenti di relax.

ASCOLTATORI DOPO

N° MEDIO DI OCCASIONI **1,5**



- Generale aumento dell'ascolto durante l'attività fisica.
- Uomini: in virtù del forzato aumento del tempo casalingo, iniziano ad ascoltarla di sfondo al lavoro (sia professionale che domestico).
- 14-24: incrementano l'ascolto in concomitanza dello svolgimento di attività fisica. Le età centrali, prima prive di particolari accentuazioni, iniziano ad ascoltare lavorando e nei momenti familiari condivisi. 55+: iniziano ad includere la radio anche nei momenti di svago, forse prima riservati ad altro.
- Nord: ancor di più durante il lavoro. Centro e Sud: estendono ai momenti di svago.
- Élite: rafforza il lavoro. Bar. Maschili: estendono a lavoro domestico e condivisione.
- In casa da solo: amplia ai momenti di svago.
- Chi ora è costretto a muoversi meno/lavorare fuori meno, se prima si limitava al lavoro, ora amplia a momenti di convivialità familiare.

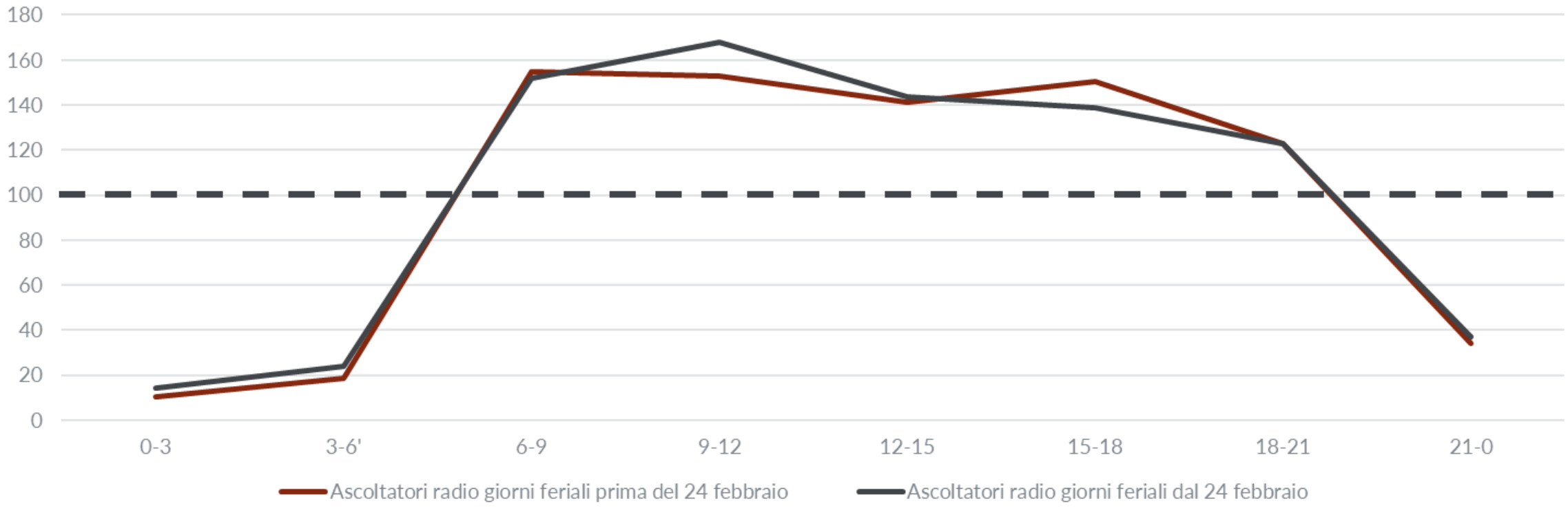
B04. E sempre prima dell'entrata in vigore delle misure restrittive, in quali delle seguenti occasioni ascoltava la radio in casa?
B08. E sempre dopo l'entrata in vigore delle misure restrittive, in quali delle seguenti occasioni ascolta la radio in casa?

© GfK

Di conseguenza cambia la curva di ascolto

Fonte: *Modulo Rilevazione Passiva*

Indice calcolato sulla media di ascoltatori di ciascun periodo

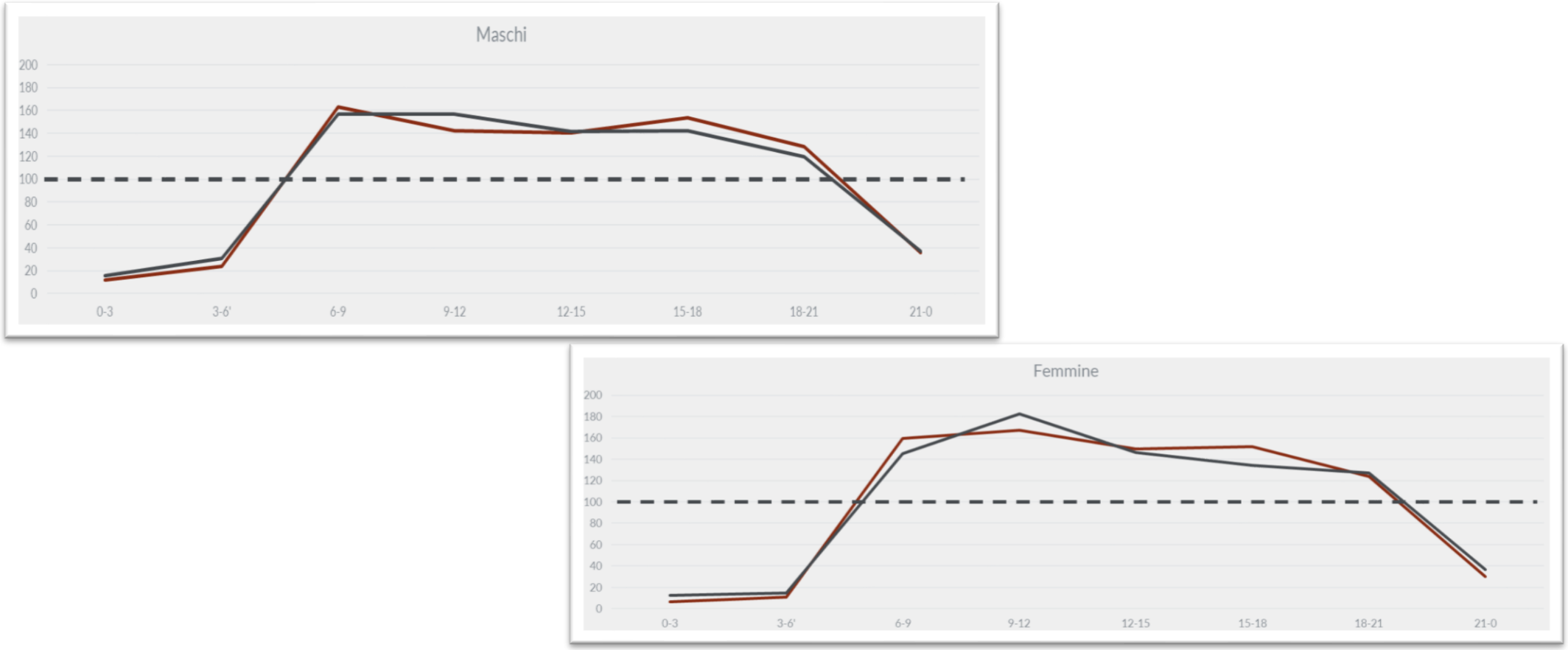


BASE: ASCOLTATORI DI CIASCUN PERIODO

© GfK

Con interessanti caratterizzazioni per genere…

Fonte: *Modulo Rilevazione Passiva*

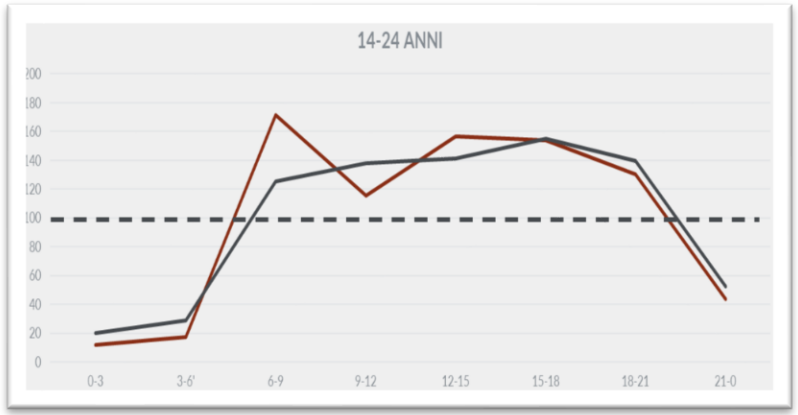


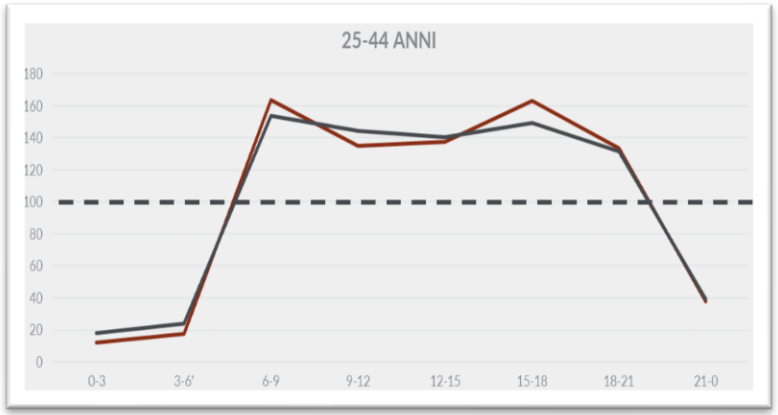
BASE: ASCOLTATORI DI CIASCUN PERIODO

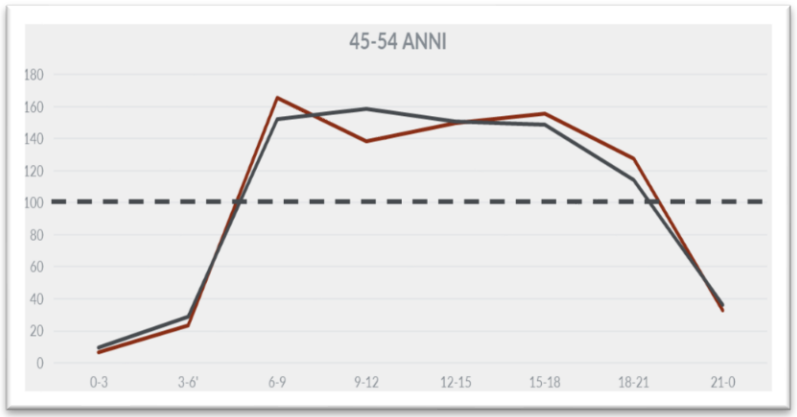
© GfK

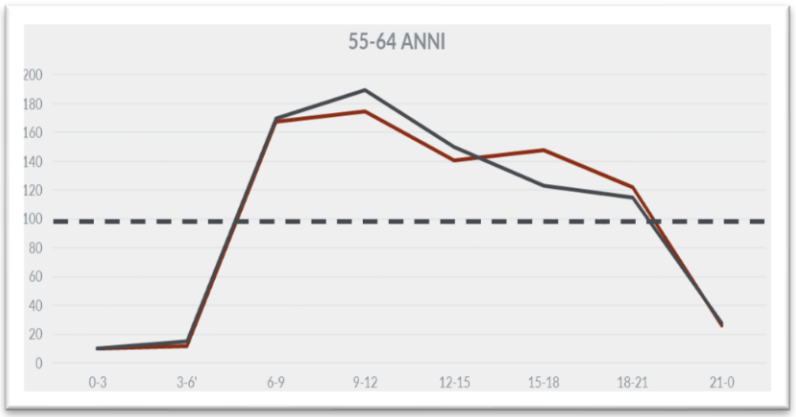
…e fasce di età

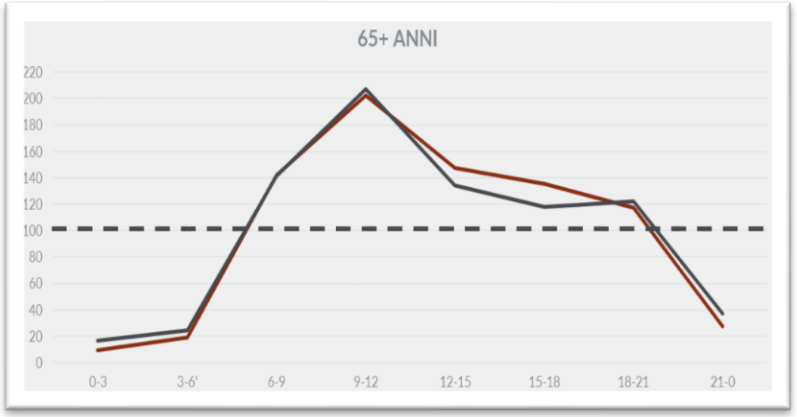
Fonte: *Modulo Rilevazione Passiva*











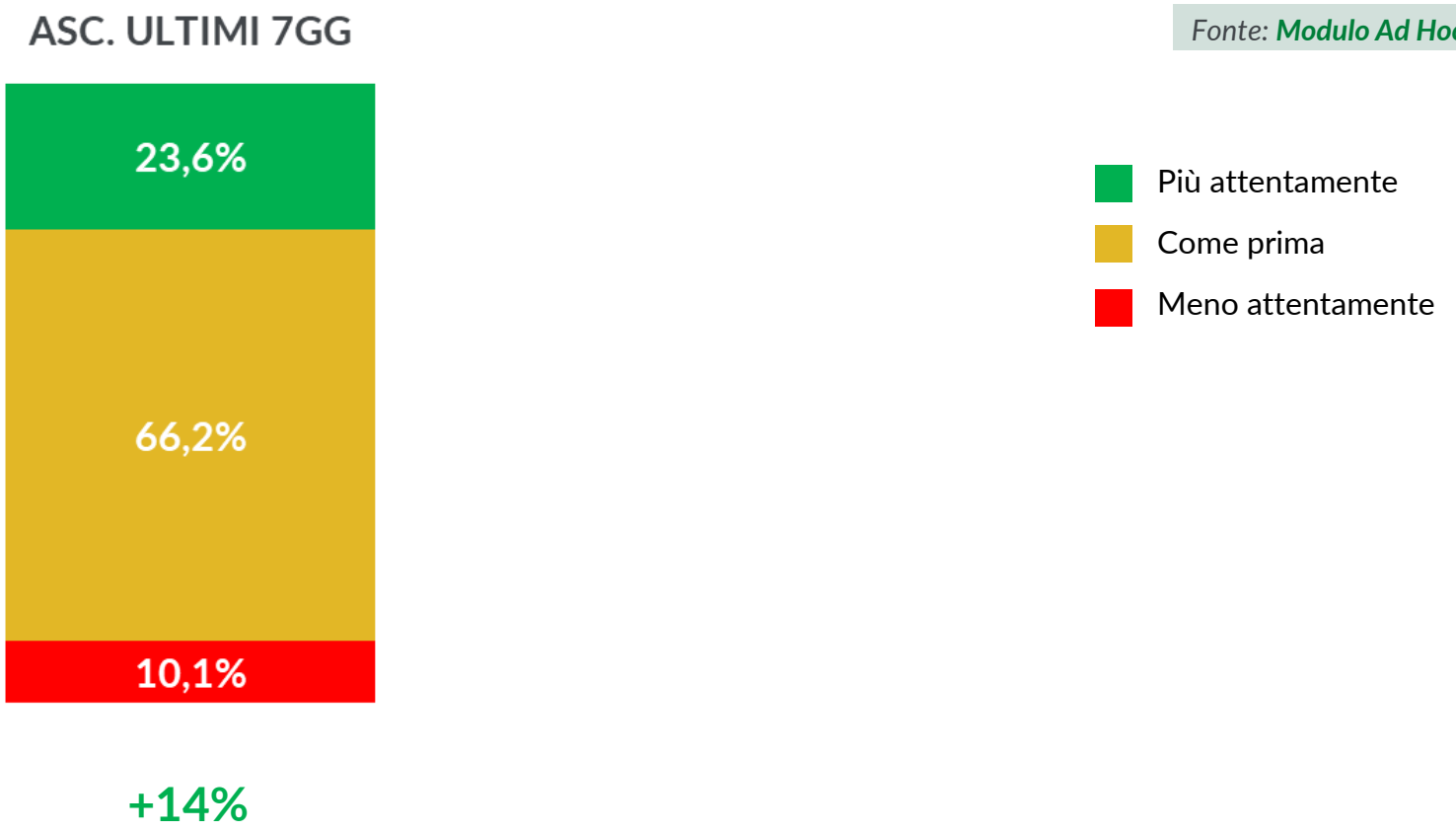
Prima del 24 febbraio (feriale) Dopo il 24 febbraio (feriale)

BASE: ASCOLTATORI DI CIASCUN PERIODO

© GfK

La radio si ascolta con più attenzione….

Fonte: ***Modulo Ad Hoc***

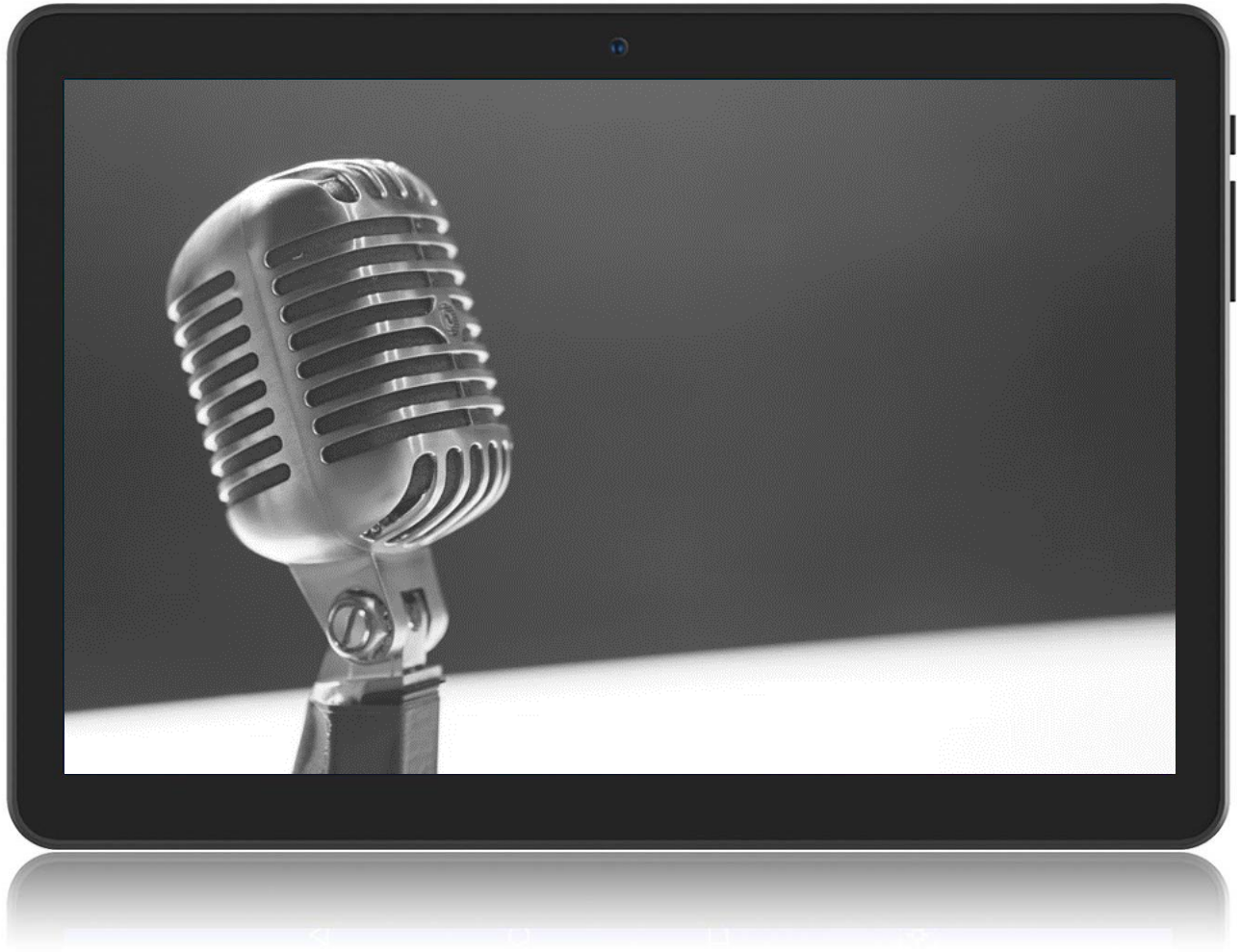


BASE: ASCOLTATORI DOPO L'INTRODUZIONE DI MISURE RESTRITTIVE

B13. Pensi al suo ascolto della radio nel periodo successivo all'introduzione delle misure restrittive. Lei direbbe che rispetto al periodo precedente lei ascolta la radio:

© GfK

La radio contro il virus



Cosa rappresenta la radio in tempi normali?

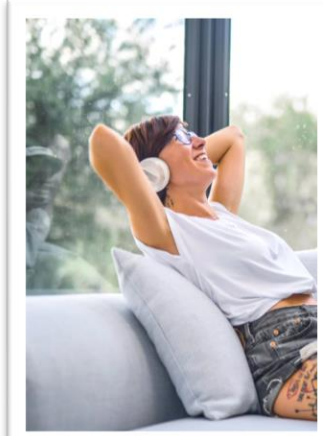
Fonte: **Modulo Ad Hoc**

TOP 3

Un'amica, un supporto e sempre vicina

62,2%

68,3% In quarantena solo 68,2% Laureati



Relax, allegria, emozione

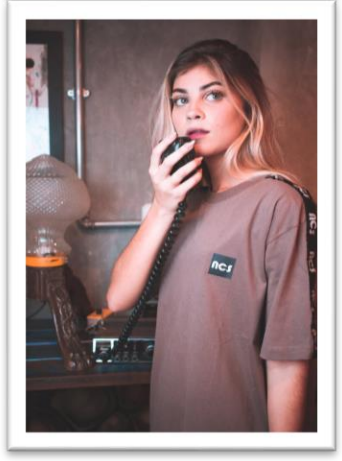
58,9%

65,0% Baricentri femminili 62,2% Elite

Fonte di informazione sul mondo

46,5%

51,1% Età: 55-64 53,6% Elite



Partecipazione e confronto

43,5%

54,7% Età: 14-17 50,0% Elite

Base: ASCOLTATORI RADIO SIA PRIMA CHE DOPO L'INTRODUZIONE DI MISURE RESTRITTIVE
C01. Per ciascuna delle frasi che seguono mi dica quanto è adatta – in base alla sua personale esperienza - a descrivere il ruolo della radio.
Per rispondere attribuisca un valore da 1 a 10 dove "1" indica "per nulla" e "10" indica "moltissimo/del tutto adatta…

© GfK

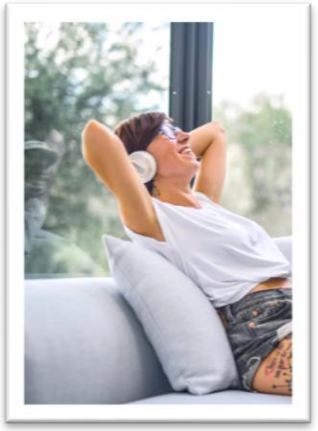
E come cambia? Diventa ancora più importante come fonte di compagnia e svago

Fonte: **Modulo Ad Hoc**

TOP 3

Un'amica, sempre vicina e a supporto

62,2%



Relax, allegria, emozione

58,9%

In questo periodo la radio

SALDO +/- IMPORTANTE

- …mi fa compagnia, mi fa sentire meno solo **+33**
- …è sempre a disposizione, vicina nella giornata **+22**
- …mi rassicura e mi conforta **+8**
- .. mi rilassa, mi riposa **+ 29**
- .. mi rallegra, migliora il mio umore **+32**
- .. mi emoziona **+9**

Base: ASCOLTATORI RADIO SIA PRIMA CHE DOPO L'INTRODUZIONE DI MISURE RESTRITTIVE

C01. Per ciascuna delle frasi che seguono mi dica quanto è adatta – in base alla sua personale esperienza - a descrivere il ruolo della radio. Per rispondere attribuisca un valore da 1 a 10 dove "1" indica "per nulla" e "10" indica "moltissimo/del tutto adatta…

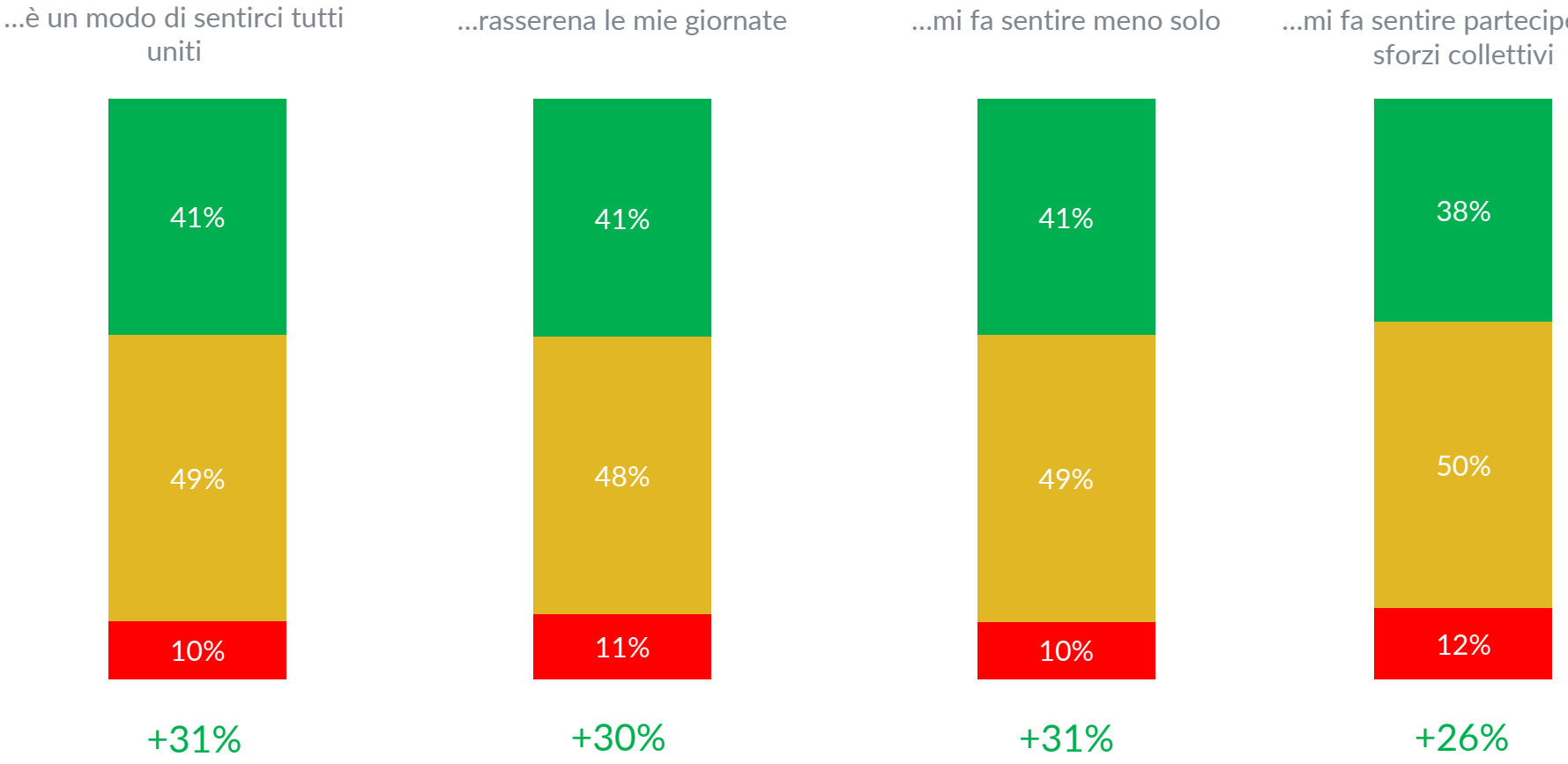
C02. Per ciascuna delle seguenti funzioni della radio, mi dica se è diventata più importante per lei, in questi ultimi giorni, durante le restrizioni dovute all'epidemia di Coronavirus

© GfK

La musica alla radio contribuisce a rimanere positivi e uniti

*Fonte: **Modulo Ad Hoc***

Ascoltare la musica alla radio…



Base: ASCOLTATORI RADIO SIA PRIMA CHE DOPO L'INTRODUZIONE DI MISURE RESTRITTIVE

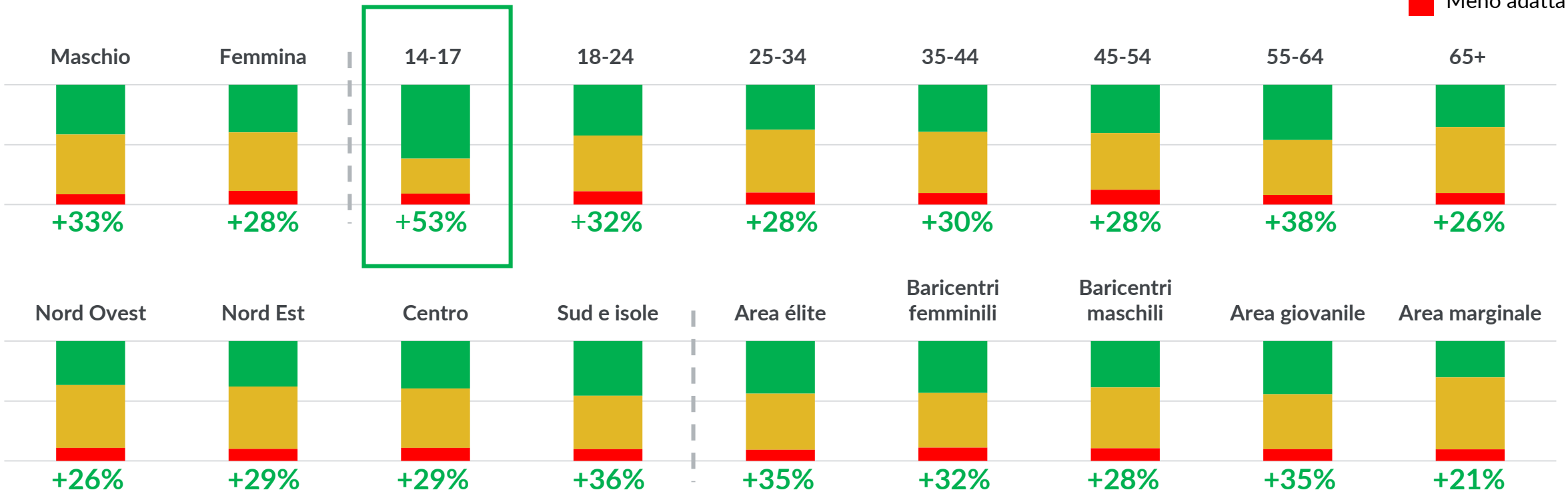
C03. Direbbe che questa affermazione è più o meno adatta a descrivere il ruolo della musica in radio nella sua vita quotidiana di oggi rispetto al periodo precedente all'emergenza sanitaria del Coronavirus?

© GfK

La musica alla radio fa sentire uniti tutti i target, ma soprattutto i più giovani

…è un modo per sentirci tutti uniti (+31%)

Fonte: ***Modulo Ad Hoc***



Base: ASCOLTATORI RADIO SIA PRIMA CHE DOPO L'INTRODUZIONE DI MISURE RESTRITTIVE

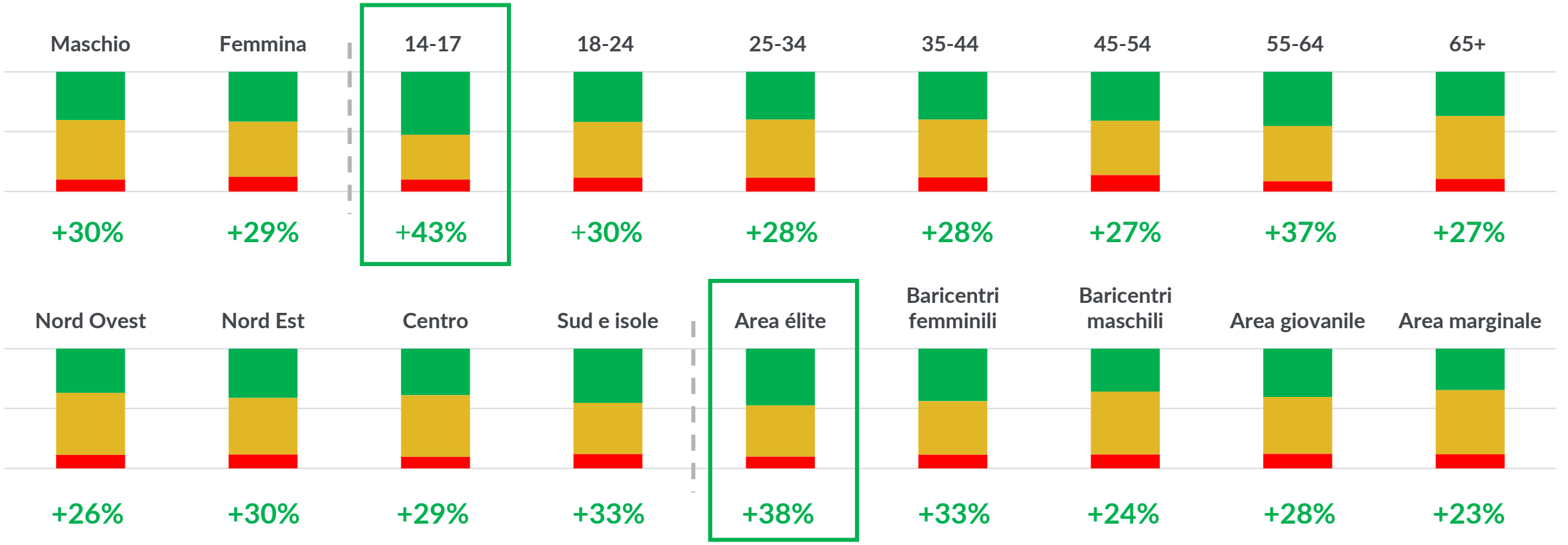
C03. Direbbe che questa affermazione è più o meno adatta a descrivere il ruolo della musica in radio nella sua vita quotidiana di oggi rispetto al periodo precedente all'emergenza sanitaria del Coronavirus?

© GfK

La musica alla radio rasserena le giornate di tutti, con particolare efficacia sui giovanissimi

…rasserena le mie giornate (+30%)

Fonte: ***Modulo Ad Hoc***



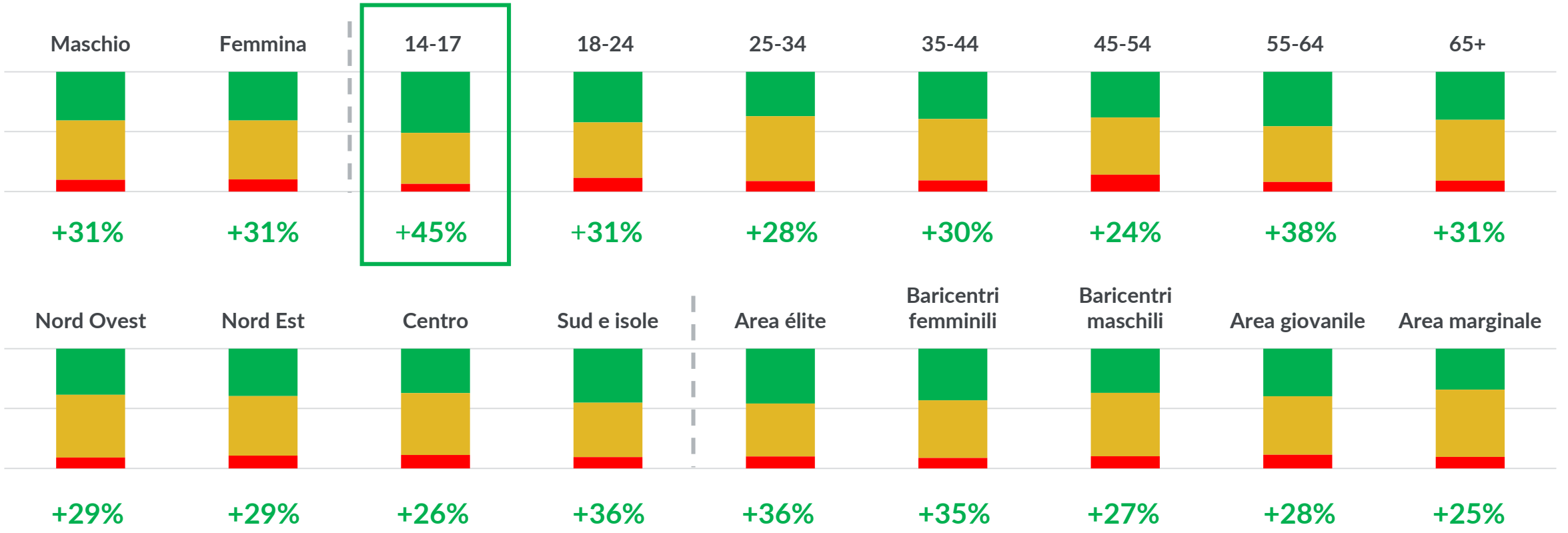
C03. Direbbe che questa affermazione è più o meno adatta a descrivere il ruolo della musica in radio nella sua vita quotidiana di oggi rispetto al periodo precedente all'emergenza sanitaria del Coronavirus?

© GfK

La Musica alla radio fa sentire meno soli…

…mi fa sentire meno solo (+31%)

Fonte: ***Modulo Ad Hoc***



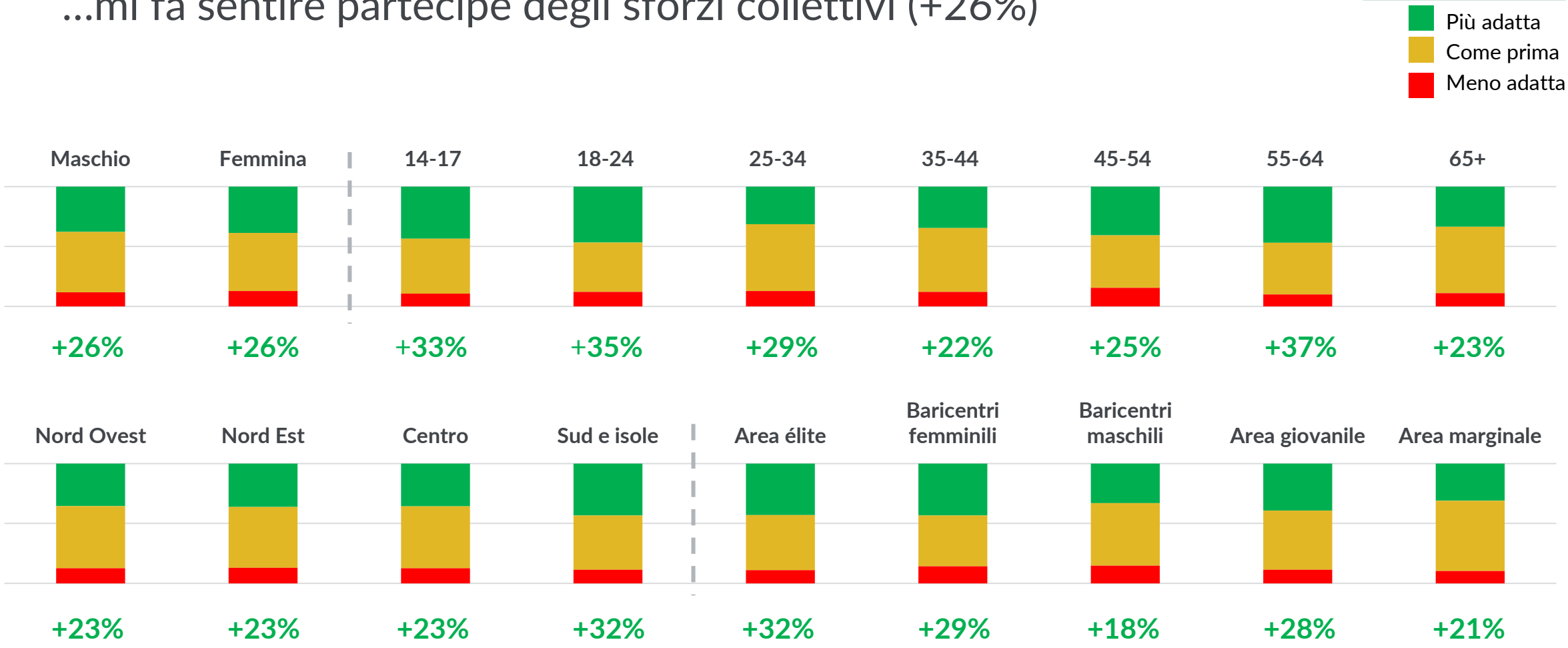
C03. Direbbe che questa affermazione è più o meno adatta a descrivere il ruolo della musica in radio nella sua vita quotidiana di oggi rispetto al periodo precedente all'emergenza sanitaria del Coronavirus?

© GfK

…e crea un forte senso di partecipazione tra tutti i target

…mi fa sentire partecipe degli sforzi collettivi (+26%)

Fonte: ***Modulo Ad Hoc***



C03. Direbbe che questa affermazione è più o meno adatta a descrivere il ruolo della musica in radio nella sua vita quotidiana di oggi rispetto al periodo precedente all'emergenza sanitaria del Coronavirus?

© GfK

È anche informazione credibile

Fonte: ***Modulo Ad Hoc***

TOP 3

Fonte di informazione sul mondo

46,5%

In questo periodo la radio

.. mi informa in maniera completa e tempestiva

+ 8

.. mi permette di approfondire i temi del momento

+8

SALDO +/- IMPORTANTE

La radio è credibile, degna di fiducia

41,0%

+15

Base: ASCOLTATORI RADIO SIA PRIMA CHE DOPO L'INTRODUZIONE DI MISURE RESTRITTIVE

C01. Per ciascuna delle frasi che seguono mi dica quanto è adatta – in base alla sua personale esperienza - a descrivere il ruolo della radio. Per rispondere attribuisca un valore da 1 a 10 dove "1" indica "per nulla" e "10" indica "moltissimo/del tutto adatta…

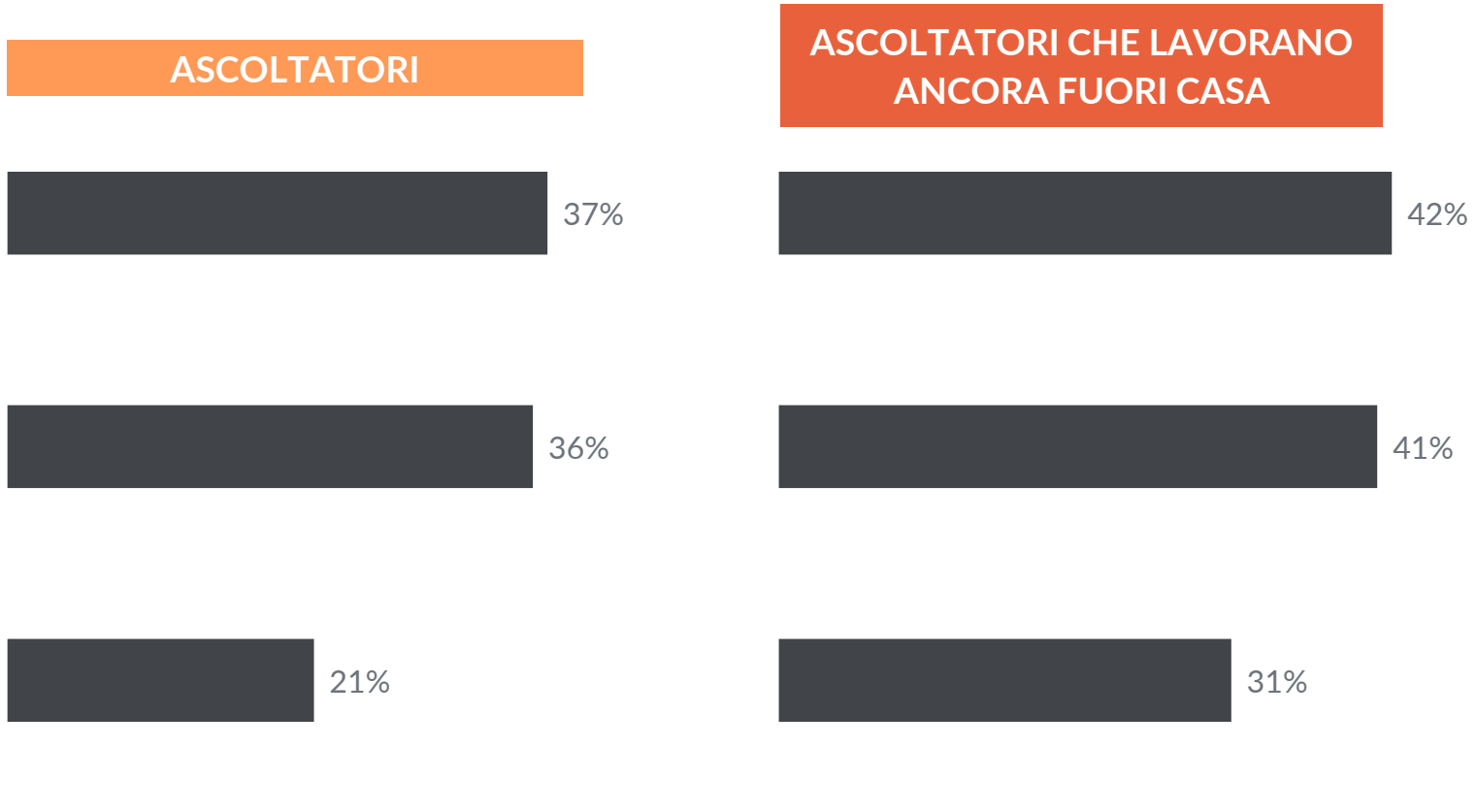
C02. Per ciascuna delle seguenti funzioni della radio, mi dica se è diventata più importante per lei, in questi ultimi giorni, durante le restrizioni dovute all'epidemia di Coronavirus

© GfK

La radio rimane una fonte fidata anche per le informazioni legate al COVID, soprattutto per chi si muove ancora

Fonte: **Modulo Ad Hoc**

TOP 3

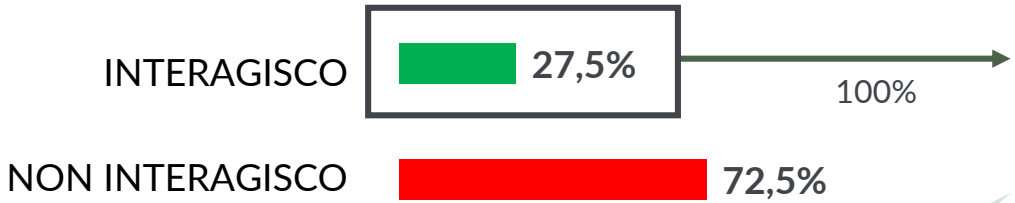


C04. Parliamo ancora di radio come fonte di informazione relativamente all'emergenza sanitaria del Coronavirus. Dovrebbe indicare quanto è d'accordo o in disaccordo con le seguenti affermazioni. Per rispondere attribuisca un valore da 1 a 10 dove "1" indica "per nulla d'accordo" e "10" indica "completamente d'accordo"

© GfK

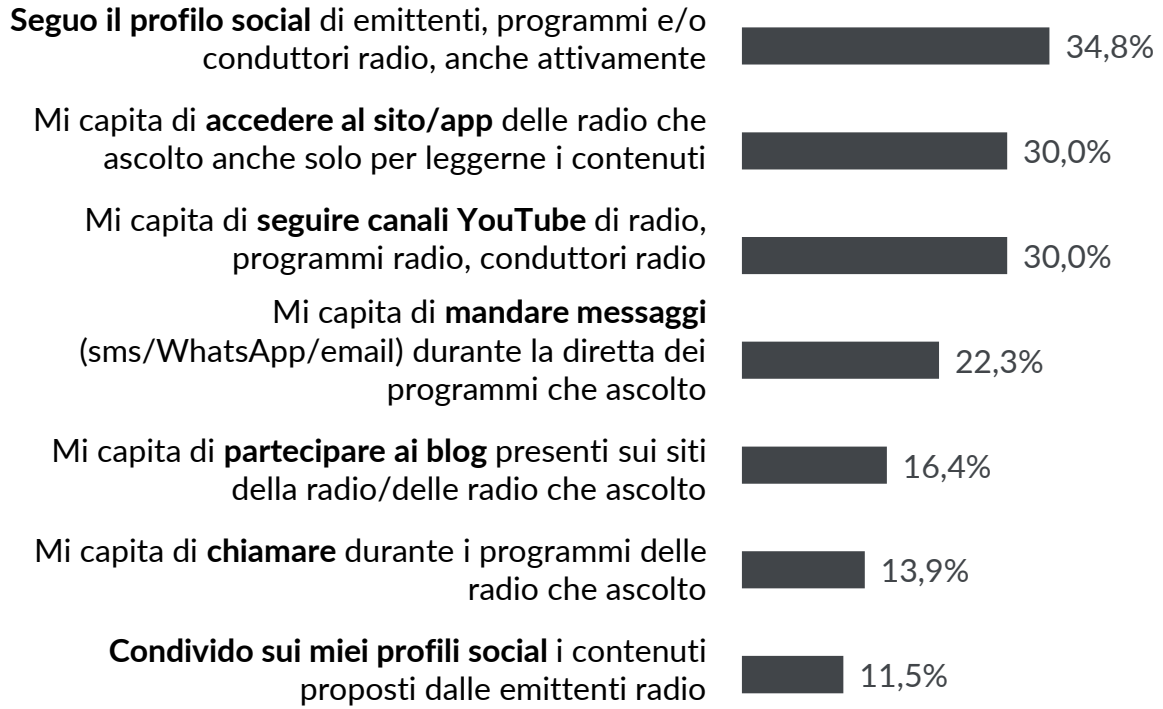
… con oltre un quarto degli ascoltatori che interagiscono con emittenti e programmi

Fonte: ***Modulo Ad Hoc***



14-24 prediligono canali YouTube.
25-34 frequentano anche blog e pagine social.
45+ preferiscono chiamare o mandare messaggi.

N° MEDIO DI INTERAZIONI **1,6**



Base: ASCOLTATORI RADIO DOPO L'INTRODUZIONE DI MISURE RESTRITTIVE

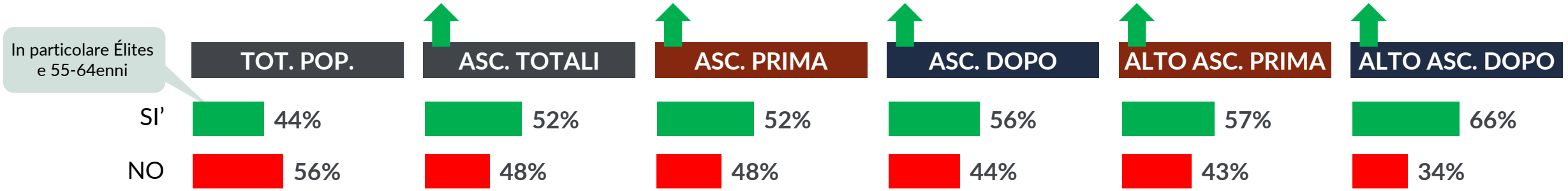
C07 In quali delle seguenti modalità le capita di interagire con le radio nell'ultimo periodo, dopo l'entrata in vigore delle misure restrittive?

© GfK

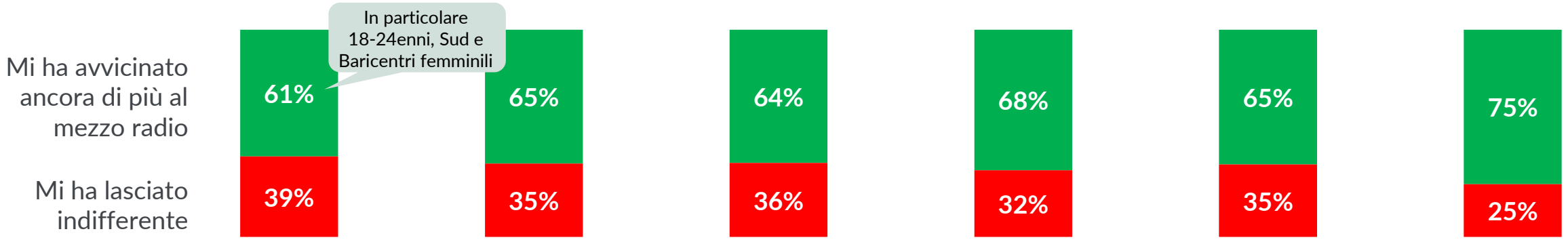
Molto apprezzata anche l'iniziativa «La Radio per l'Italia», che ha avvicinato ancora di più gli ascoltatori al mezzo

Fonte: *Modulo Ad Hoc*

C08. Venerdì 20 Marzo alle ore 11.00, c'è stata un'iniziativa chiamata "**La Radio per l'Italia**": tutte le radio italiane hanno trasmesso contemporaneamente 4 brani.
Ne era a conoscenza?



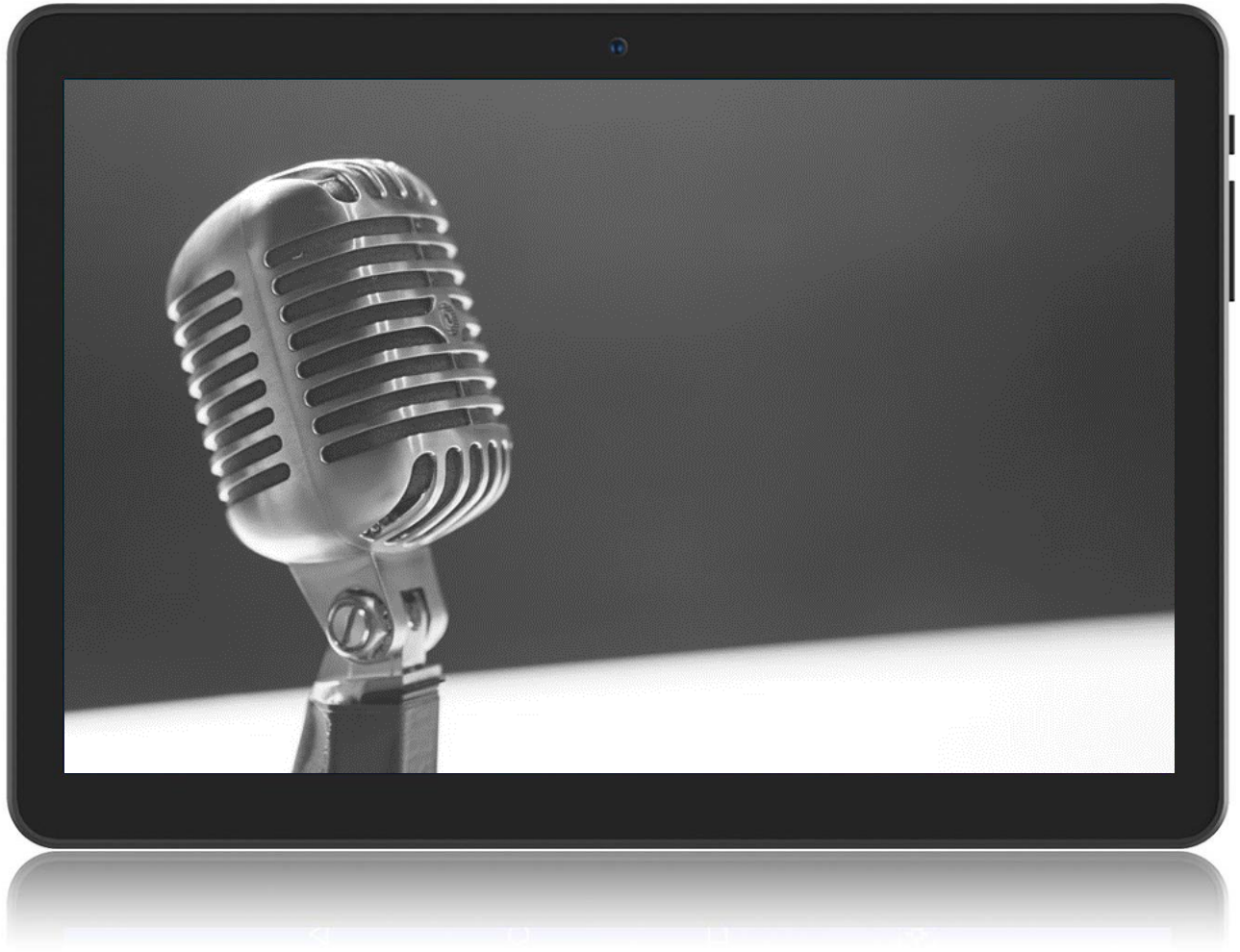
C09. E che **impatto** ha avuto questa iniziativa su di lei?



Base: TOTALE POPOLAZIONE

© GfK

Quindi, in sintesi…



Growth
from
Knowledge

Grazie

giorgio.licastro@gfk.com