

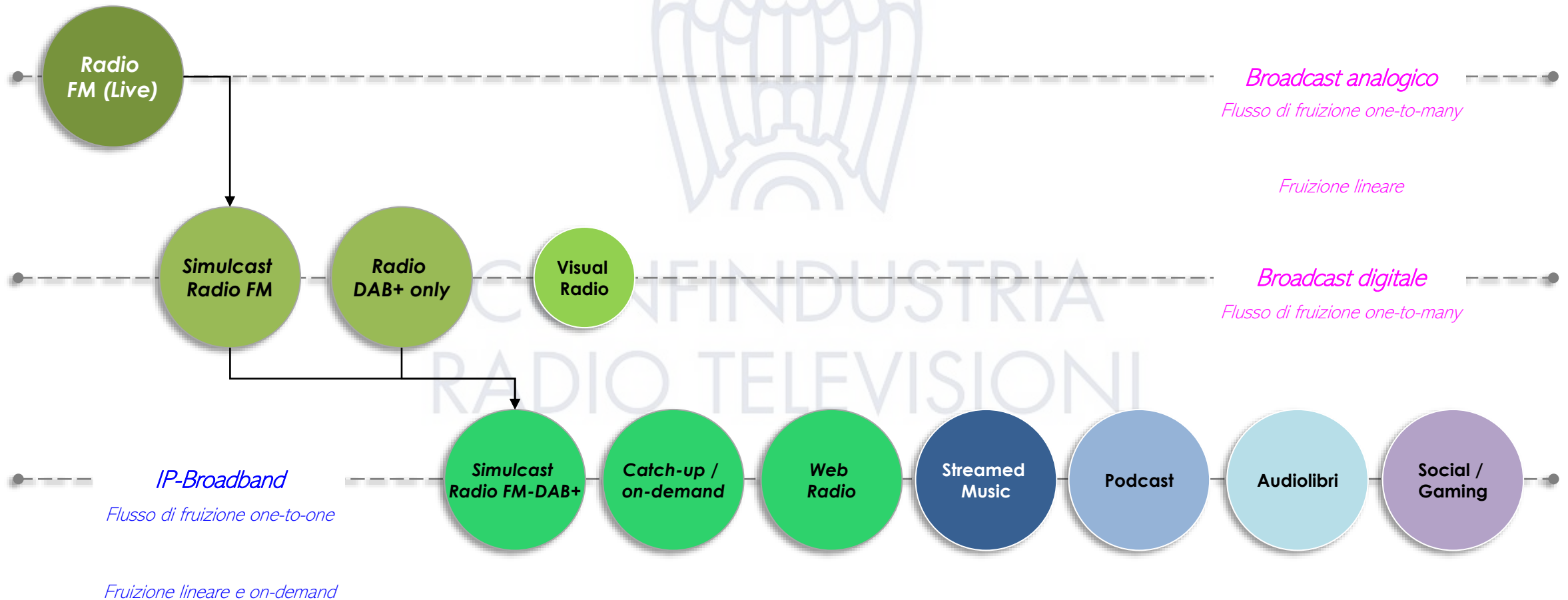
La radio nel nuovo ecosistema digitale

La Radio oltre la Radio

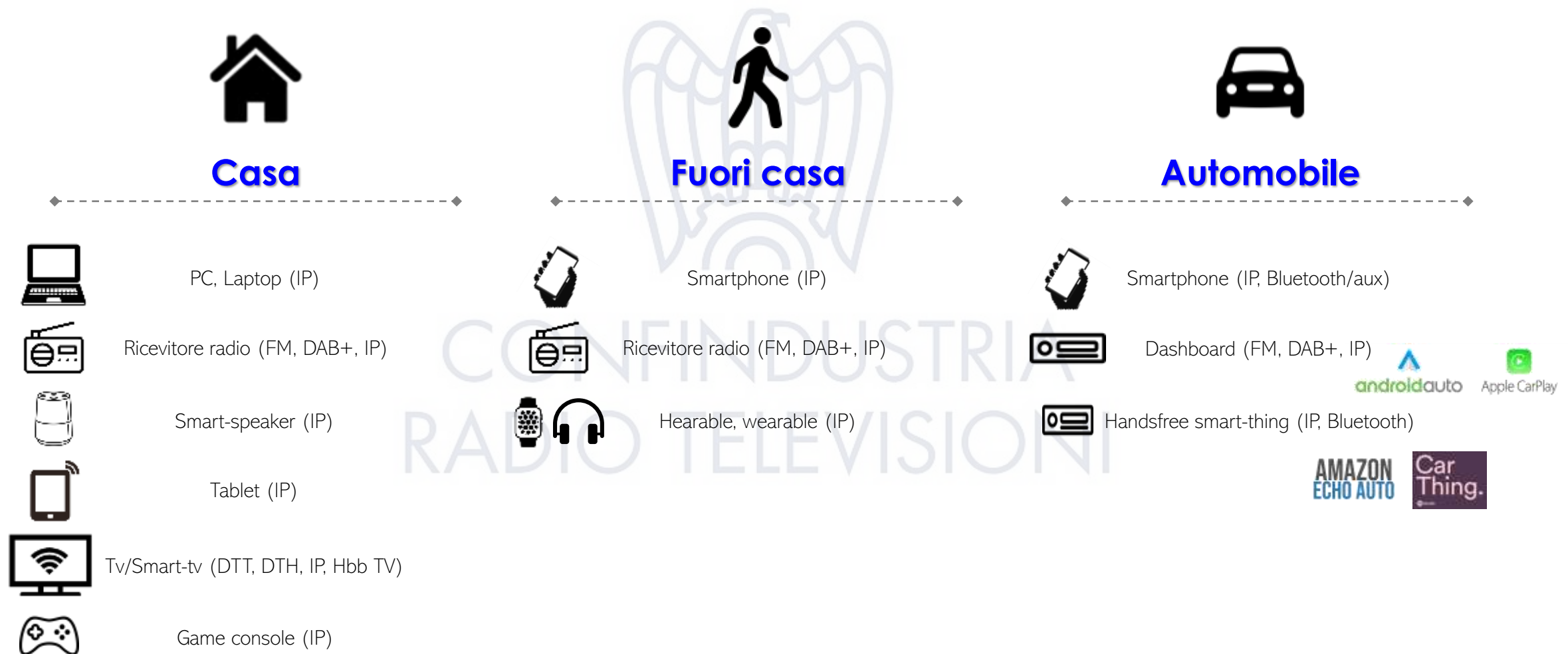
Negli ultimi 10 anni il mercato è cambiato profondamente



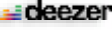
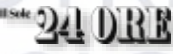
Più tecnologie distributive e nuovi formati oltre alla diretta



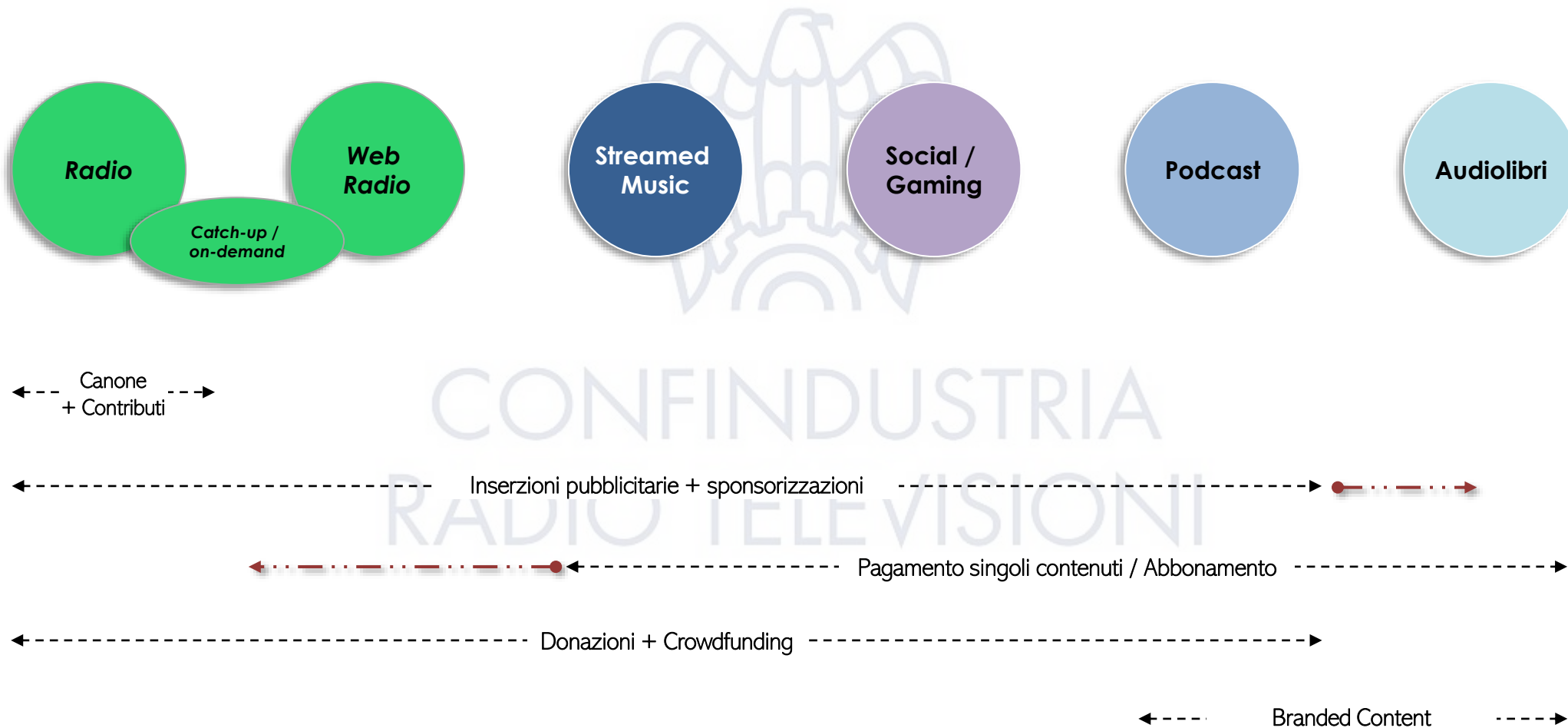
Si moltiplicano i punti di accesso ...



... entrano «nuovi» soggetti nella produzione e distribuzione

Indipendenti	Radiofonici	Tecnologici / Web	Produttori / factory	Quotidiani / Agenzie	Librari	Televisivi
- Content producer - Artisti - Scrittori - Giornalisti - Influencer - Personaggi pubblici	       	                 	         	       	     	   

Si allargano i modelli di finanziamento



Dimensione nazionale e locale, pubblica e privata della radio

Emittenza nazionale

- Operatore di servizio pubblico
- 12 società commerciali
 - 3 presenti anche in ambito locale (Mediaset, RDS, Kiss Kiss)
 - 7 appartenenti a gruppi editoriali (RAI, Mediaset, Gedi, 24Ore)
- Associazione (Radio Maria APS)
- 21 emittenti nazionali FM/DAB+
 - 5 radio di Servizio Pubblico
 - 15 radio di natura commerciale
 - 1 radio comunitaria (Radio Maria)
- 20 emittenti DAB+ native
- 14 canali visual radio
- oltre 100 webradio

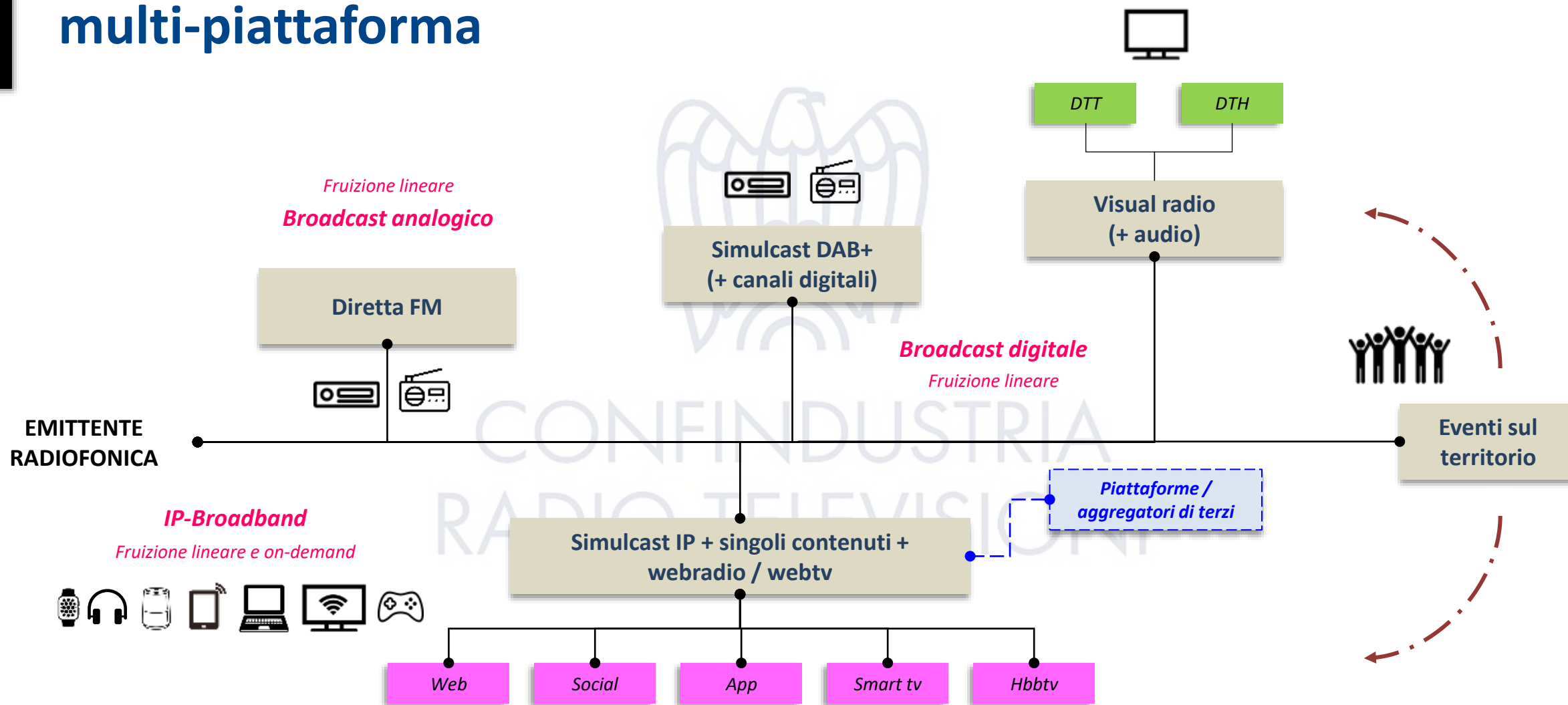
Emittenza locale

- Il comparto delle radio locali risulta essere una realtà fortemente parcellizzata, composta principalmente da piccole e “micro” imprese (società di capitali -persone) a cui si aggiungono associazioni e enti.
- Una serie di Gruppi radiofonici con marchi regionali e interregionali (*superstation*) concentrati principalmente nel nord d'Italia.
- L'insieme delle emittenti radiofoniche locali (FM + DAB) è rappresentato complessivamente da poco più di 900 editori per circa 1.660 programmi (marchi)
 - I marchi radiofonici a carattere commerciale sono oltre 1.200 (76%), quelli a carattere comunitario circa 400 (24%);
- ✓ Per l'annualità 2022 sono 487 i marchi ammessi ai contributi a sostegno dell'emittenza radio locale (DPR 146/2017), di cui 152 commerciali (146 società di capitali).

Oltre 3.000 dipendenti di cui poco più della metà appartengono al comparto locale



Radio ibrida, omnicanale e multi-piattaforma





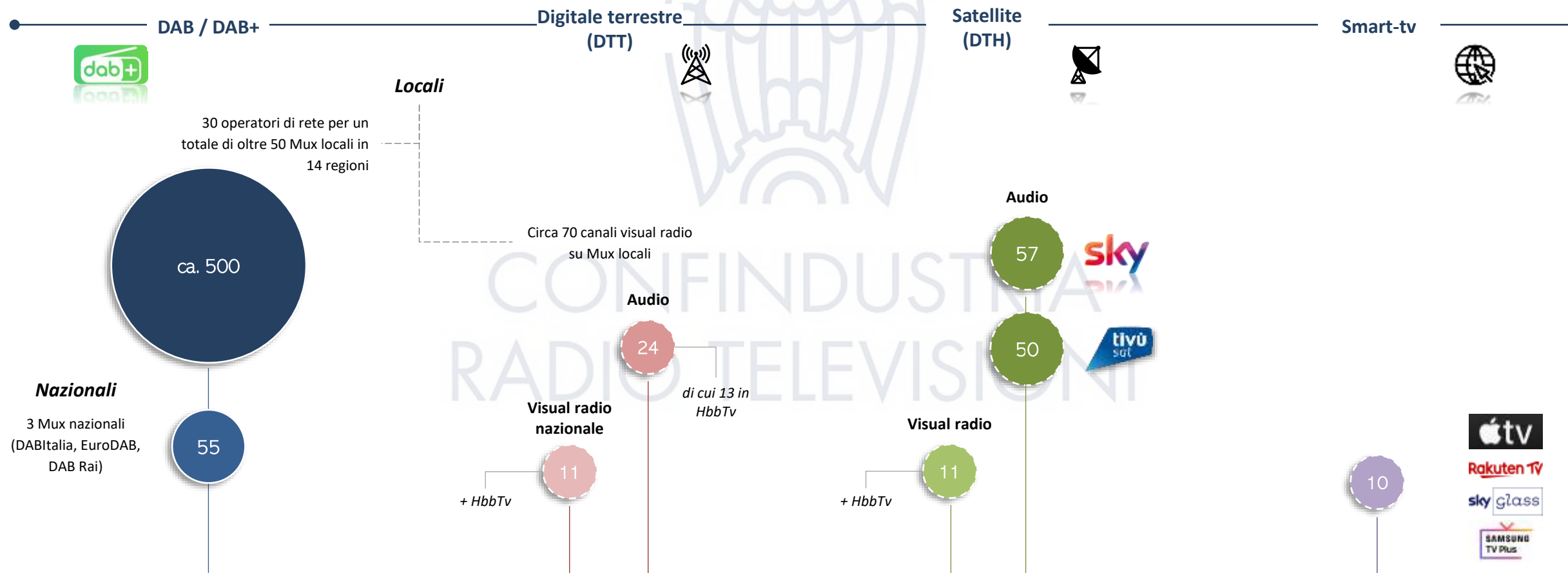
Sviluppo e diffusione della DAB+ in Italia

- *Gratuito (free-to-air)*
 - *Migliore qualità del segnale audio*
 - *Moltiplicazione delle proposte editoriali / canali radio*
 - *No gatekeeper soggetti terzi*
 - *Affidabile e indipendente, anche in momenti di emergenza*
 - *Servizi multimediali innovativi (slide show, dynamic label...)*
 - *Ottimizzazione nell'uso dello spettro*
 - *Potenza di emissione ridotta, minore inquinamento elettromagnetico*
 - *Minori costi operativi e di trasmissione*
- 3 operatori nazionali (RAI, EuroDAB, Dab Italia) e 26 locali attivi in 14 regioni per c. 680 impianti complessivi (61% nazionali)
 - Copertura: 88% della popolazione; 95% delle principali arterie stradali (6.500 Km)
 - penetrazione indoor pari al 13% delle abitazioni (34% in De e 66% in UK)

Dal 1° gennaio 2020 tutti i ricevitori radiofonici venduti sono dotati di un'interfaccia DAB+ (L. 205/2017)



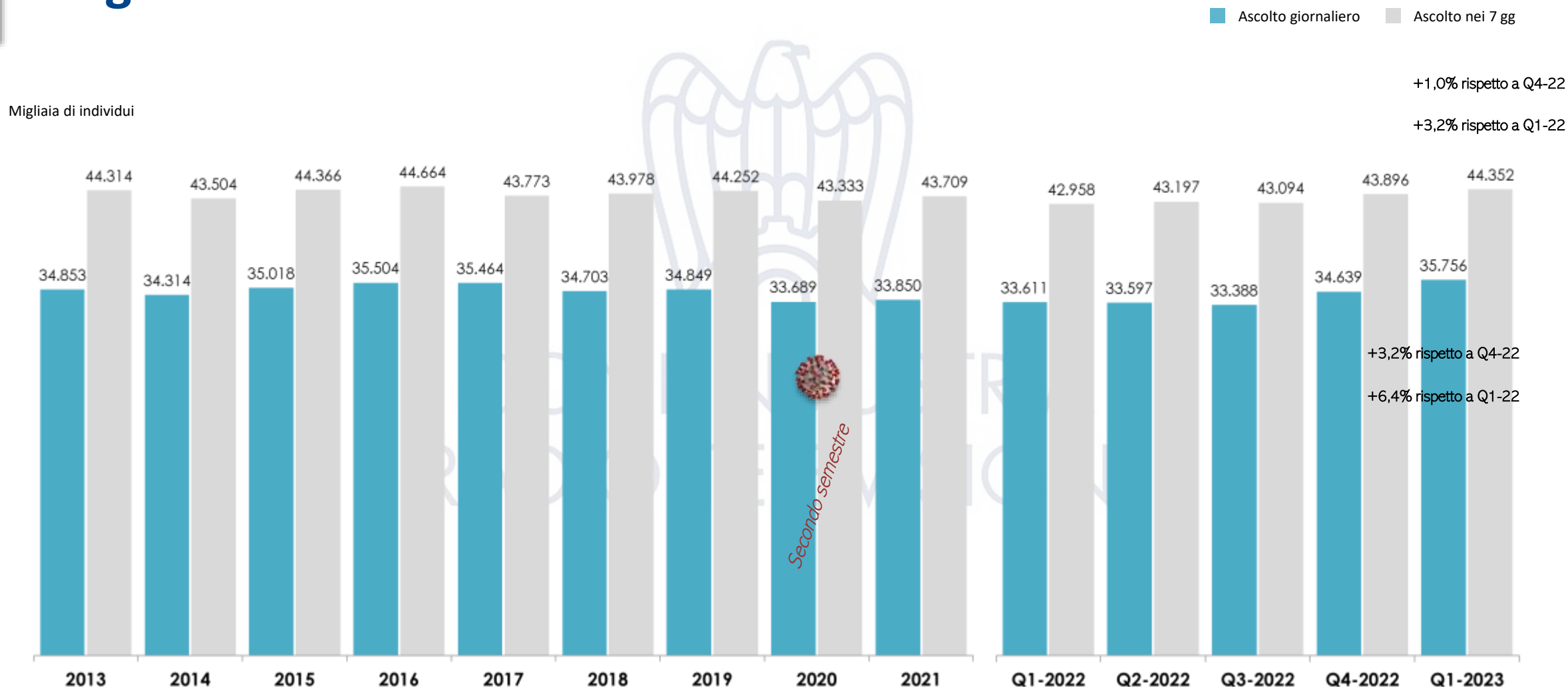
Emittenti radio sulle piattaforme broadcasting e broadband



Presenza digitale dei principali operatori radio nazionali

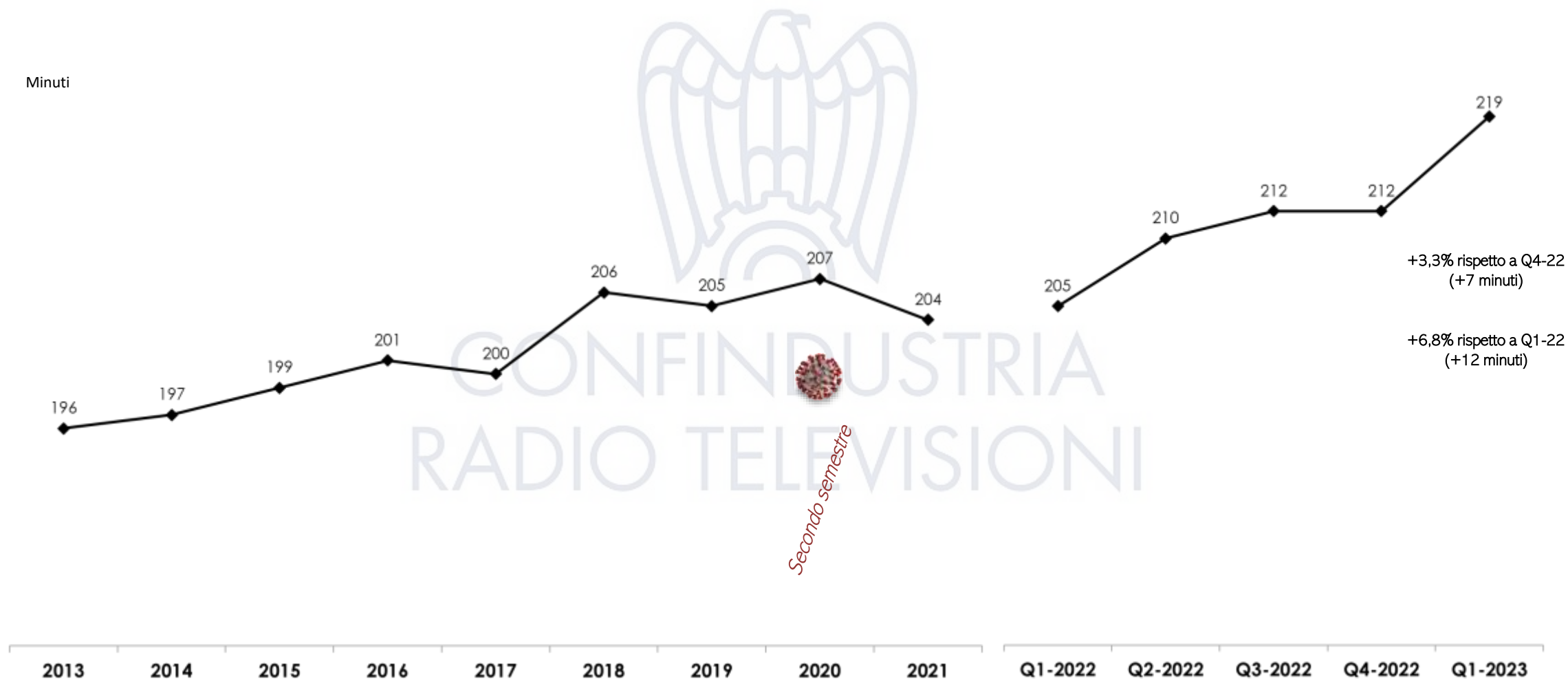
	Emittenti bandiera	Tematiche	Locali - regionali	Podcast	Video / social	Aggregatori
Gruppo Mediaset	   	  	 			
GEDI (Elemedia + Gedi Visual)	  					
Gruppo RDS – Radio Dimensione Suono		 	   		 	
CNMedia			  			
Rai - Radio Televisione italiana						
RTL 102.5 Hit Radio						
Altri editori	   					

Aumentano gli ascolti radio negli ultimi trimestri

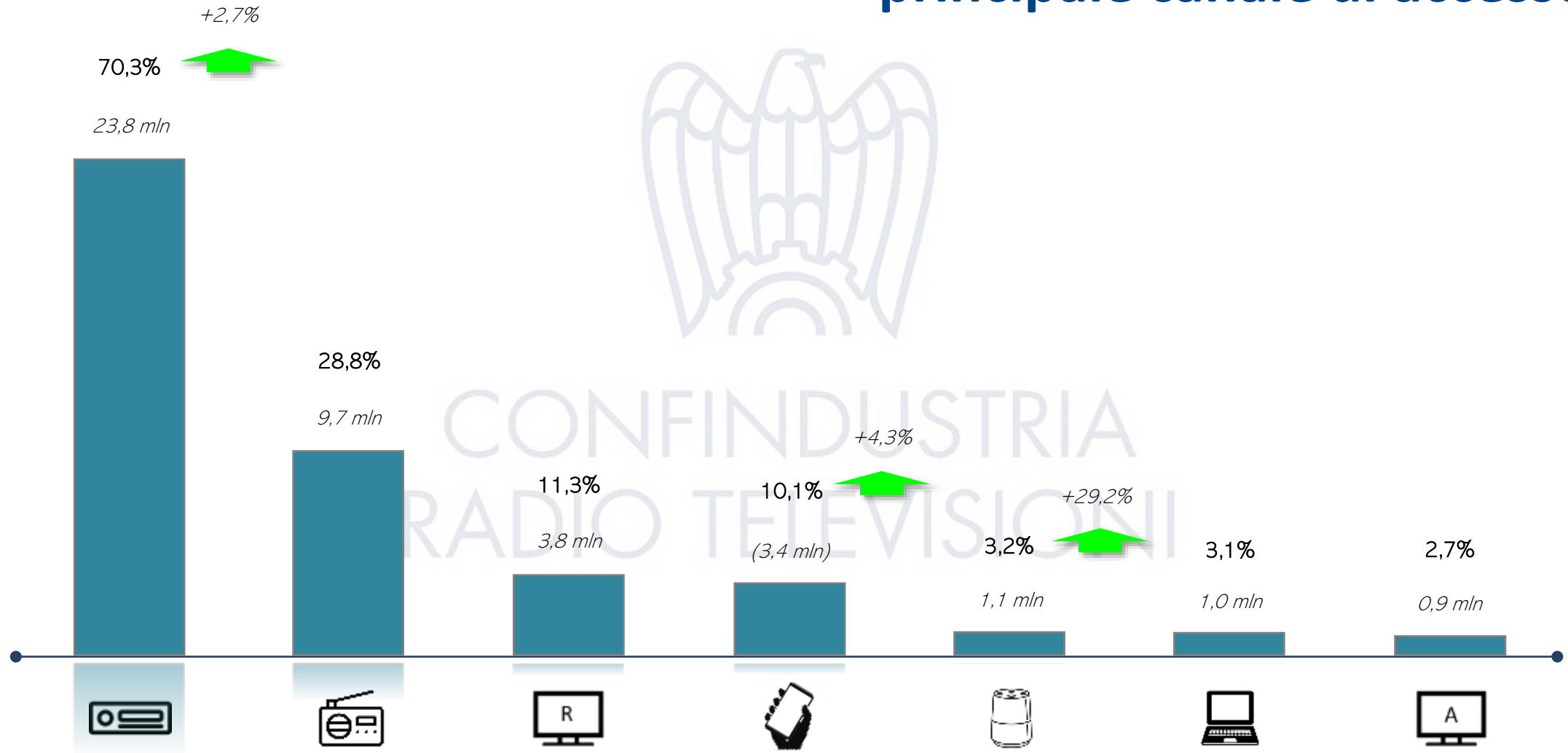


... e anche il tempo di ascolto nel giorno medio

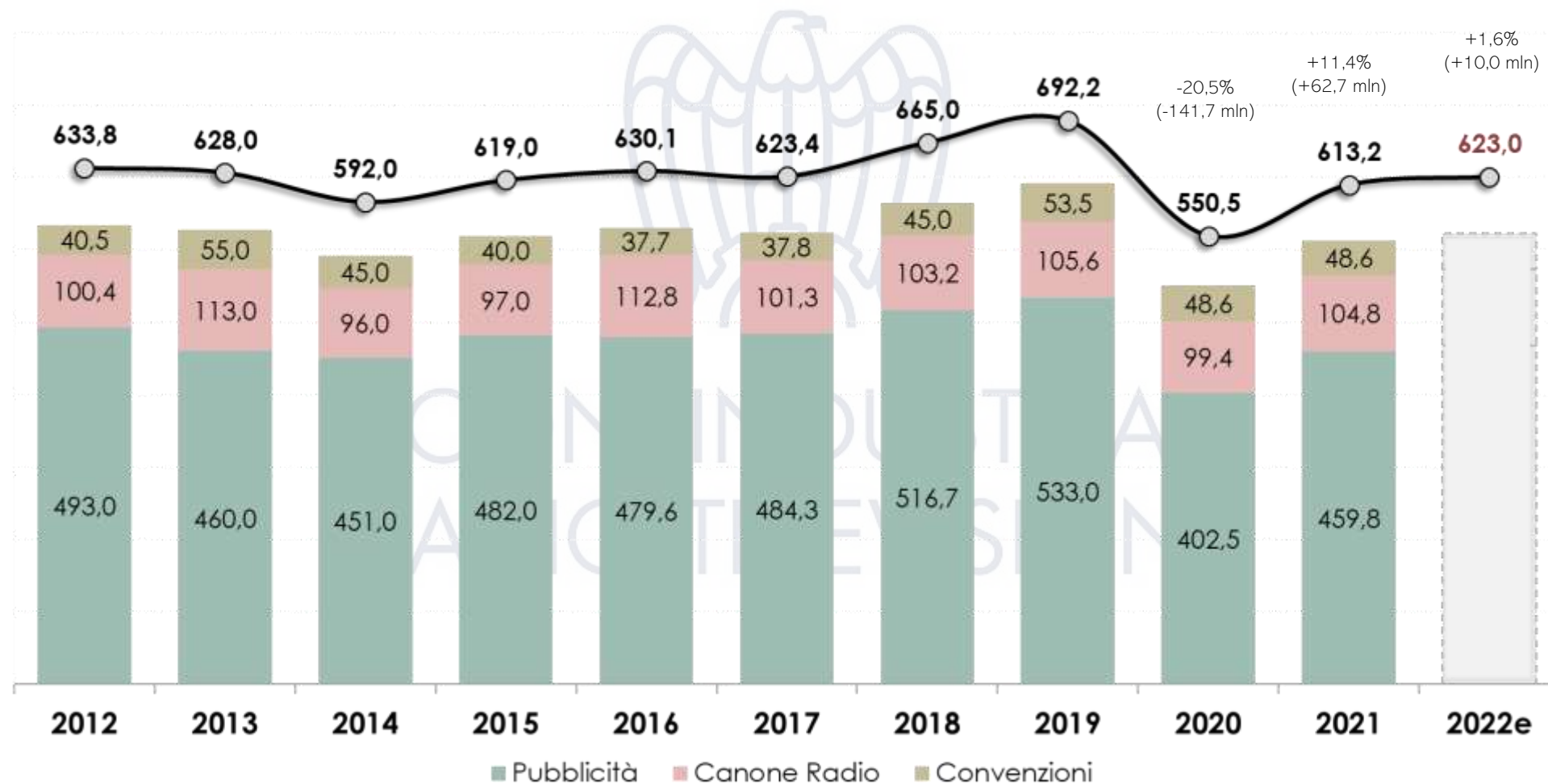
Minuti



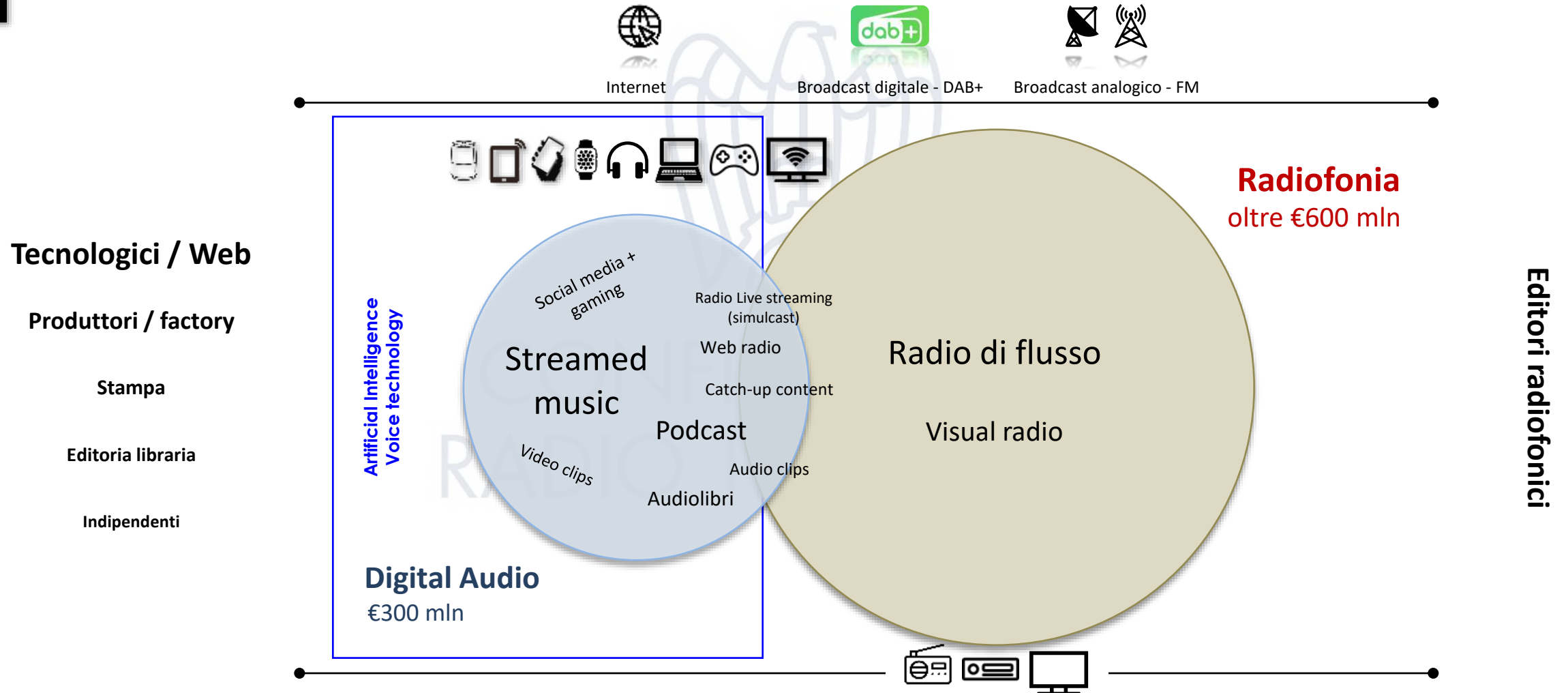
L'autoradio (e l'automobile) si conferma il principale canale di accesso



Un mercato in crescita sopra i 600 milioni dopo la pandemia

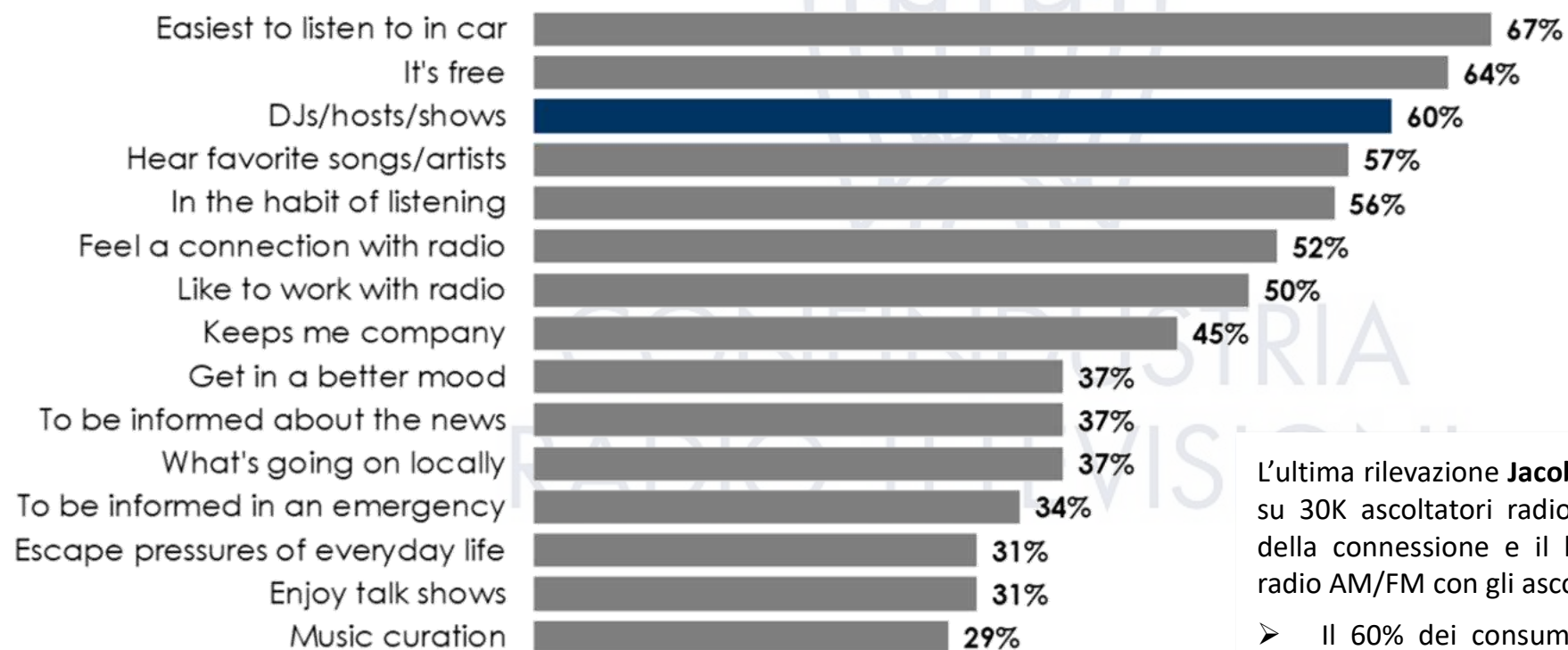


La radio vale due terzi del nuovo ecosistema digitale



La personalità della radio, un elemento che va oltre l'algoritmo

Among those who listen to AM/FM radio, % who say this is the main reason they listen



L'ultima rilevazione **Jacobs Media Techsurvey 2023** effettuata su 30K ascoltatori radio AM/FM in Usa rivela l'importanza della connessione e il link emotivo delle personalità della radio AM/FM con gli ascoltatori.

- Il 60% dei consumatori dichiara che i dj / conduttori sono la ragione principale per cui ascoltano la radio AM/FM.



Grazie!

Stay tuned

www.confindustriaradiotv.it