



Nobody's Unpredictable



Convegno "Radio locali: imprese di qualità nel mercato dei media italiani"



Illustrazione dei risultati di un'analisi secondaria dei dati Audiradio realizzata da Ipsos e finalizzata alla determinazione del ruolo e della rilevanza complessivi dell'emittenza radiofonica locale rispetto alle radio nazionali, pubbliche e private

- Per una riflessione sulla realtà attuale delle radio locali e delle syndication in Italia abbiamo fatto ricorso ai dati più recenti dell'indagine ufficiale sul mezzo radiofonico in Italia, cioè l'edizione 2003 di Audiradio.
- A tal fine abbiamo confrontato i dati relativi alla popolazione italiana di almeno 11 anni con quelli del mezzo radio nel complesso, delle radio nazionali e, appunto, delle radio locali e delle syndication.
- Va ricordato che, a differenza delle radio nazionali, che sono tutte presenti in Audiradio, soltanto una parte – circa il 10% - delle radio locali viene rilevata, quindi i dati che vedremo rappresentano soltanto una quota limitata di questo comparto radiofonico così vasto.
- Pensiamo però che questo limite oggettivo, imposto dalle caratteristiche dell'indagine, non tolga valore all'analisi e alle indicazioni che se ne possono trarre perché la quota di emittenti rilevate presenta una diversificazione di caratteri – localizzazione, formato, target – che ben rappresenta la varietà dei soggetti che compongono l'universo della radiofonia locale.

- Quanto abbiamo detto a proposito del limitato numero di emittenti locali rilevate da Audiradio è particolarmente importante quando si considerano i volumi di ascolto complessivi.
- Il dato già considerevole di 15 milioni di ascoltatori nel giorno medio e di 26,5 milioni nei 7 giorni risulta infatti ancora più notevole se si considera quante emittenti non vengono rilevate e quindi quali volumi di ascolto sfuggono alla nostra conoscenza.
- Prima di analizzare i dati, permettetemi un cenno al fenomeno sociale che più di altri ha caratterizzato gli ultimi vent'anni: il localismo
- *Il localismo* è un concetto sfuggente e talvolta un po' ambiguo, che corre dal campanilismo al folklore, dai prodotti dell'artigianato locale al bisogno di appartenenza, dalla famiglia all'organizzazione territoriale.
- Per sfuggire all'ambiguità, possiamo definire il localismo come una particolare forma di attaccamento alle proprie radici e al proprio territorio, da parte degli individui che si riconoscono come facenti parte di una collettività, di un aggregato territoriale specifico.
- Il localismo è un fenomeno che ha investito non solo l'Italia ma che in Italia ha assunto una rilevanza maggiore probabilmente per la più debole identità nazionale che ci porta ed essere, nel contempo, localisti ed europeisti, ci porta a far coesistere le istanze locali con quelle globali.

- Il localismo – presente in tutto il paese con articolazioni diverse - rappresenta un nuovo modello identificativo dell'individuo che si riconosce nella comunità in cui è inserito, il proprio comune, la propria provincia (raramente la propria regione o macroregione).
- La riscoperta del legame con il proprio territorio determina cambiamenti di più ampia portata: innanzitutto la valorizzazione delle risorse locali, dall'imprenditoria alla cultura nelle sue varie espressioni, dalle risorse turistiche alle tradizioni alimentari; in secondo luogo il rafforzamento del legame con chi risiede nella propria zona (due intervistati su tre sentono più vicine le persone che fanno un lavoro diverso e hanno idee diverse ma risiedono nella propria regione rispetto alle persone che fanno lo stesso lavoro, hanno le stesse idee ma abitano in una regione diversa); infine, l'accentuazione del concetto di qualità della vita e, quindi, l'attenzione posta all'ambiente (dal verde cittadino alla qualità dell'aria), al decoro urbano, alla vivibilità del proprio quartiere. Il localismo in taluni casi si manifesta con atteggiamenti di chiusura, di ripiegamento difensivo, di preoccupazione per le novità e i cambiamenti, ma qui il discorso si farebbe lungo.

- Mi preme viceversa sottolineare i cambiamenti determinati da questo importante fenomeno sociale nei media i quali in molti casi hanno colto nuove opportunità adeguando la propria offerta. Pensiamo non solo alle radio ma anche ai quotidiani o alle tv locali. Si coglie il tentativo di valorizzare le specificità del mezzo locale valorizzando la cronaca, la politica locale, le rubriche di servizio; e ancora, leggendo i fatti nazionali o internazionali in una prospettiva locale, intervistando l'opinion leader locale o evidenziando le implicazioni locali dei fatti nazionali o internazionali. Ebbene, la nuova offerta che molti mezzi locali hanno saputo proporre rappresenta il tentativo di sottrarsi ad un ruolo secondario, per certi versi ancillare, rispetto ai grandi mezzi nazionali.

- L'analisi dei dati riserva notevoli sorprese per chi guarda alla radiofonia locale con lo sguardo annebbiato da stereotipi e vecchi pregiudizi su questa forma di radiofonia.
- Il primo dato che può sorprendere riguarda l'ascolto giovanile, che per le radio locali e le syndication pesa di più sia rispetto al totale del mezzo radiofonico che alle radio nazionali nel loro insieme.
- Ciò smentisce il luogo comune che associa le radio locali ai segmenti di ascolto adulti e maturi, in contrapposizione alle radio nazionali commerciali che si indirizzano in maggioranza ai target giovanili. Si dimentica, infatti, che tra le radio locali accanto a formati più parlati e orientati all'informazione di servizio, ci sono emittenti capaci di soddisfare il bisogno di ascolto musicale e di intrattenimento del pubblico giovane con vantaggi specifici legati alla localizzazione dell'emittente (es. i programmi di dediche).
- Di fatto, dunque, le fasce superiori di età sono relativamente meno importanti per le radio locali e le syndication che per le radio nazionali e la radio nel suo complesso.

- E' vero che l'ascolto giovanile della radio nel suo complesso subisce una progressiva erosione, come ci dice il confronto dei dati 2001, 2002 e 2003 che non mostriamo qui per non appesantire l'esposizione.
- Questo fenomeno, che con tutta probabilità è riconducibile all'affermazione di mezzi alternativi di diffusione e di ascolto della musica (i canali TV specializzati come MTV prima ancora che l'MP3), tende a bilanciare la composizione per età dell'ascolto della radio locale che però è a tutt'oggi prevalentemente giovane.

- La composizione dell'ascolto per sesso non è altrettanto sorprendente di quello per età, ma ci rivela una peculiarità di non secondaria importanza della radiofonia locale.
- Notiamo infatti che lo sbilanciamento tipico dell'ascolto della radio in Italia sul pubblico maschile è meno pronunciato per le radio locali e le syndication rispetto a quelle nazionali.
- Inoltre – e questo è un dato che ci auguriamo che gli inserzionisti pubblicitari abbiano ben chiaro – i responsabili acquisto sono nettamente più numerosi tra gli ascoltatori delle radio locali e delle syndication.

- Per quanto riguarda il livello socio-economico – definito in termini di posizione professionale – le radio locali mostrano un profilo tendenzialmente più popolare rispetto alle radio nazionali, dove le reti RAI contribuiscono con una quota di professionisti e dirigenti decisamente superiore alla media della popolazione.
- Va detto però che, se è vero che la quota degli operai è particolarmente elevata, allo stesso tempo le professioni di livello superiore sono di poco inferiori alla media nazionale.
- Se si considera poi la bassa incidenza della quota di pensionati - sia rispetto al dato nazionale sia nel confronto con le radio nazionali - si può concludere che le radio locali e le syndication sono capaci di attrarre un pubblico composito, dinamico e non meno qualificato delle radio nazionali.

- Una indicazione chiara del valore che l'emittenza radiofonica locale riveste per il pubblico proviene dalla significativa quota di ascoltatori esclusivi, cioè che quando ascoltano la radio scelgono esclusivamente radio locali.
- Anche se il confronto con le radio nazionali nel complesso e con le radio RAI in particolare può sembrare sfavorevole, ci sembra che un 30% di ascoltatori esclusivi, cioè quasi 5.000.000 di individui che nel giorno medio scelgono esclusivamente radio del loro territorio, costituisca un dato di grande interesse e importanza.

- Concludiamo questa analisi con uno sguardo alla curva dell'ascolto elaborata per fasce di 1 ora.
- La curva dell'ascolto totale ci mostra a colpo d'occhio quanto differisce la distribuzione dell'ascolto delle radio locali da quelle nazionali, soprattutto per quanto riguarda il mattino, cioè la parte della giornata in cui si cumula buona parte dell'ascolto della radio e su cui si concentra quindi l'attenzione degli inserzionisti.
- La curva di ascolto delle radio locali non presenta il picco di ascolto tra le 7.00 e le 9.00 tipico delle radio nazionali (particolarmente consistente per RadioUno e RadioDue RAI) e il conseguente brusco calo di ascolto.
- Le radio locali mostrano invece una tenuta costante per tutta la mattina, grazie a una ripresa dopo le 9.00 che riporta l'ascolto ai livelli della fascia oraria precedente.
- Uno sguardo ai dati del 2002, che non mostriamo qui per non dilungarci troppo, indica anzi che le radio locali e le syndication tengono l'ascolto e anzi lo incrementano, soprattutto nella fascia 8.00-9.00, mentre le radio nazionali vedono erodersi l'ascolto nella fascia più preziosa, dalle 7.00 alle 8.00.

- Il confronto delle curve di ascolto per sesso ci spiegano cosa c'è dietro a questo peculiare andamento dell'ascolto delle radio locali e delle syndication.
- Mentre per le radio nazionali le differenze per sesso riguardano più che altro i volumi di ascolto e non l'andamento complessivo, per le radio locali le due curve sono sostanzialmente differenti, particolarmente per quanto riguarda il mattino, dove si evidenzia una diversa dinamica di ascolto per gli uomini e le donne.
- Infatti, come per le radio nazionali, gli uomini realizzano il picco del prime time tra le 7.00 e le 9.00 ma, mentre per le radio nazionali l'arrivo nei luoghi di lavoro si traduce in un brusco calo di ascolto, nel nostro caso l'ingresso delle donne compensa l'uscita degli uomini e continua a crescere fino a realizzare il picco più importante della giornata alle 11.00.
- Dunque, esiste una platea maschile di dimensioni non trascurabili che sceglie le radio locali per la funzione importantissima di accompagnamento e informazione legata all'avvio della giornata e al trasferimento al luogo di lavoro.

- Il pubblico femminile, invece, sceglie la radio locale come accompagnamento per l'intera mattinata. Un aspetto, questo, che ci viene confermato dal fatto che il tempo di ascolto delle radio locali è maggiore tra le donne rispetto agli uomini, al contrario di quanto accade per le radio nazionali.

- In sintesi, dunque, le radio locali e le syndication dimostrano di rappresentare una realtà peculiare, con un valore specifico rispetto alle radio nazionali sia per profilo di ascolto che per la qualità dell'audience che raggiungono.
- In particolare abbiamo osservato che:
 - § aggregano un pubblico prevalentemente giovanile;
 - § rispetto alle radio nazionali hanno un ascolto più bilanciato per sesso e particolarmente radicato nelle abitudini del pubblico femminile e tra i responsabili acquisto;
 - § hanno un ascolto tendenzialmente più popolare rispetto alle radio nazionali, ma non meno dinamico e qualificato della popolazione italiana;
 - § possono vantare un grado di fedeltà e di valorizzazione specifica non trascurabile, come indicato dalla quota di ascoltatori esclusivi;
 - § al mattino, fascia di maggior valore per il mezzo radiofonico, non soffrono del calo di ascolto che caratterizza le radio nazionali ma presentano volumi costanti, con un interessante avvicendamento di target maschili e femminili.
- La radio locale dimostra quindi di svolgere una funzione specifica, che non è sovrapponibile a quella delle radio nazionali.