il mensile di AERANTI-CORALLO

TeleRadioMagazine

Supplemento al periodico
quindicinale TeleRadiofax

Numero 1
MAGGIO 2023

Rossignoli e Bardelli sui temi cruciali per il settore radiotelevisivo locale

La radio deve difendere il suo ruolo in auto

NAB 2023 Edizione del Centenario: una visione globale e locale

IBC2023: annunciati i temi della Tv di domani

2023, un anno cruciale per l'emittenza locale

Marco Rossignoli e Luigi Bardelli parlano delle sfide per l'emittenza radiotelevisiva locale: digitale radiofonico DAB+, transizione al DVB-T2/HEVC, prominence nei dispositivi di ricezione Tv e Radio, e molto altro.

Nasce oggi il nuovo strumento di comunicazione edito da Aeranti-Corallo rivolto alle imprese del proprio sistema associativo e agli stakeholder del comparto radiotelevisivo italiano.
Si chiama **TeleRadioMagazine** ed è il supplemento mensile al periodico quindicinale **TeleRadioFax**, rinnovato nella veste grafica, che dal 1999 garantisce informazione di categoria agli operatori del settore. Ogni mese sarà ospitato un protagonista del mondo istituzionale afferente al settore radiotelevisivo.
Come primo numero, diamo il via a questa iniziativa sentendo il coordinatore di Aeranti-Corallo e presidente Aeranti, avvocato **Marco Rossignoli**, e il componente dell'esecutivo Aeranti-Corallo e presidente Corallo, dottor **Luigi Bardelli**.

Perché TeleRadioMagazine?

TeleRadioMagazine: Innanzitutto, chiediamo il perché di questa novità editoriale, perché un nuovo strumento mensile di informazione?

Marco Rossignoli: Nel quadro dell'azione rappresentativa di Aeranti-Corallo, abbiamo deciso di implementare la già ben strutturata attività di informazione della nostra federazione, affiancando questo supplemento mensile al periodico quindicinale TeleRadioFax e alle centinaia di circolari che inoltriamo annualmente alle imprese del nostro sistema associativo. L'obiettivo che ci prefiggiamo è quello di approfondire i temi di maggiore interesse nel nostro comparto nell'attuale momento di profondo, continuo cambiamento. Per questo il TeleRadioMagazine presterà attenzione non solo agli aspetti normativi e regolamentari del settore, ma anche alla tecnologia, un terreno su cui si concentra in buona misura l'interesse degli imprenditori,

> "L'obiettivo che ci prefiggiamo è quello di approfondire i temi di maggiore interesse nel nostro comparto"

sia dal punto di vista delle ambizioni produttive, sia su quello, anche più strategico, della distribuzione dei contenuti prodotti.

Luigi Bardelli: Quando la complessità è grande, diventa importante impegnarsi maggiormente nel garantire adeguati strumenti di narrazione e comprensione della realtà. Questo aiuta le imprese ad avere una visione d'insieme e ad orientare meglio le scelte individuali. Il TeleRadioFax resta il quindicinale attento all'informazione di servizio, un foglio leggero, ma efficace per seguire l'attualità dei temi e le scadenze del settore specificamente italiano. Il TeleRadioMagazine sarà uno spazio per ospitare voci autorevoli, trattare alcune notizie sempre di settore, ma di maggior respiro, anche europee ed internazionali.

I temi del momento

TRM: Approfittiamo dell'incontro per una sintesi delle 'parole chiave' su cui è focalizzato il dibattito in ambito radiotelevisivo. Come prima parola, quale sceglieresti?

LB: Non per fare facili giochi di parole, ma il primo termine che mi sento di evidenziare è quello della cosiddetta '**prominence**', come spesso accade un anglicismo che abbiamo adottato e che significa 'risalto, importanza'. L'Agcom ha avviato ad inizio anno una consultazione pubblica sulle linee guida e sulle prescrizioni regolamentari che hanno lo scopo di garantire la prominence dei servizi di media audiovisivi e radiofonici di interesse generale.

MR: In tema di prominence riteniamo, in primo luogo, che debba essere confermato l'obbligo rigoroso di installazione del sistema di numerazione LCN su ogni dispositivo idoneo alla ricezione del segnale televisivo digitale terrestre. Inoltre, riteniamo che, su tutti i dispositivi connessi, debbano essere individuate anche ulteriori soluzioni tecniche che garantiscano adeguata accessibilità e visibilità ai contenuti dell'emittenza televisiva e radiofonica locale con la previsione contemporanea su ogni tipologia di dispositivo di svariate modalità di fruizione di tali contenuti. Infatti, le soluzioni ipotizzate dallo schema di provvedimento che l'Agcom ha sottoposto a consultazione pubblica non appaiono idonee ad evitare il rischio di marginalizzazione della emittenza televisiva locale rispetto a quella nazionale.

Soluzioni tecniche adeguate devono, inoltre, essere individuate per l'accesso ai contenuti radiofonici a bordo delle autovetture dove l'ascolto di tali contenuti è particolarmente intenso. Aeranti-Corallo ritiene, altresì, necessario che tutti i telecomandi dei dispositivi idonei alla ricezione del segnale televisivo digitale terrestre debbano essere obbligatoriamente dotati dei tasti numerici per l'accesso alla numerazione LCN e che tali tasti siano utilizzabili dall'utente in qualsiasi ambiente del dispositivo.

Inoltre nessun telecomando dovrebbe contenere tasti per l'accesso diretto ai servizi a pagamento.

Non solo prominence

TRM: Il tema della prominence è rilevante, ma certo non è il solo...

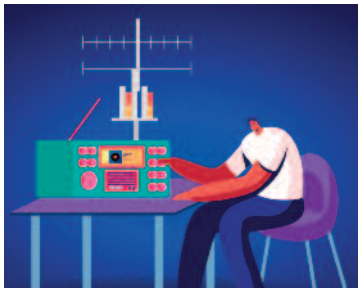
LB: La modalità d'accesso ai programmi è una questione molto delicata e riguarda il ruolo dell'emittenza locale e la valorizzazione o meno dei suoi palinsesti, ma sul tavolo c'è anche una questione tecnologica assai importante relativa alla distribuzione dei programmi stessi. La transizione al digitale televisivo di seconda generazione ha generato numerosi problemi tecnici alle emittenti televisive locali, molti dei quali oggi non hanno ancora trovato un'adeguata soluzione.

MR: Inoltre, va mantenuta in via esclusiva la banda 470 -694 Mhz per la diffusione televisiva terrestre ed è assolutamente necessario che venga fissata al più presto e comunque entro il corrente anno la data per il passaggio definitivo dell'intero sistema televisivo nazionale (tv nazionali e tv locali) alle trasmissioni con tecnologia DVB-T2/HEVC. Infatti, con le attuali trasmissioni in DVB-T/MPEG-4 l'emittenza televisiva locale ha spazi radioelettrici troppo ridotti per poter diffondere i programmi con adeguata qualità tecnica. Tale situazione sta causando gravi danni al nostro comparto con evidenti ricadute in termini occupazionali e di pluralismo informativo. La fissazione della data per il passaggio al DVBT-2/HEVC genererà, peraltro, una forte accelerazione della vendita dei televisori e dei decoder idonei alla ricezione della nuova tecnologia, con la conseguenza che l'utenza giungerà sicuramente organizzata all'appuntamento con la transizione. Sul punto occorre, altresì, considerare che negli ultimi anni vi è già stato un forte sviluppo del mercato delle smart-tv che sono predisposte anche per la ricezione DVB-T2/HEVC.

Venendo alla radio

TRM: Non solo la televisione, ma anche il comparto radiofonico italiano sta vivendo una transizione.

MR: Parlando di radiofonia, va chiarito senza esitazione che l'avvio delle



I TEMI CALDI DELLA RADIO

- il rilascio dei diritti d'uso definitivi delle frequenze digitali anche per l'emittenza locale
- l'avvio del DAB+ in parallelo alla tutela della diffusione in FM
- la salvaguardia degli equilibri radioelettrici in FM raggiunti con i Paesi esteri confinantii
- il sostegno agli investimenti tecnologici attraverso il Fondo istituito presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri

trasmissioni radiofoniche digitali DAB+ debba avvenire senza neppure immaginare che possa sostituire le trasmissioni analogiche FM. Queste ultime vanno tutelate anche rispetto alle pretese avanzate in alcune sedi internazionali; gli attuali equilibri radioelettrici in Fm sono stati raggiunti negli anni anche con i Paesi esteri confinanti e vanno conservati e salvaguardati; anche perché, agendo diversamente, assisteremmo alla penalizzazione di molte reti di trasmissione radiofoniche italiane. Le recentissime linee guida relative alle procedure di assegnazione dei diritti d'uso per le reti locali DAB+, rappresentano un passaggio molto importante per uno sviluppo ordinato delle trasmissioni radiofoniche digitali, che valorizza il ruolo degli editori radiofonici locali. Con l'assegnazione di tali diritti di uso l'emittenza radiofonica locale potrà affiancare le trasmissioni digitali DAB+ alle trasmissioni FM analogiche e alle trasmissioni IP in una logica di diffusione multipiattaforma. Finalmente l'emittenza locale può passare dalla fase di sperimentazione in alcune limitate aree geografiche alle trasmissioni a regime su tutto il territorio nazionale realizzando così una presenza nel mercato radiofonico digitale analoga a quella del mercato analogico, dove la radiofonia locale ha oltre 19 milioni di ascoltatori nel giorno medio, con cinque regioni dove la radio più ascoltata è una radio locale.

LB: Pertanto è molto importante che le trasmissioni digitali radiofoniche vadano a regime con il rilascio, nel più breve tempo possibile, dei diritti d'uso definitivi anche per le emittenti locali, così da evitare il rischio di essere svantaggiate rispetto all'emittenza radiofonica nazionale. Comunque sarà necessario individuare risorse aggiuntive nelle regioni dove c'è scarsità di frequenze rispetto alle necessità.

Conclusioni

TRM: Qualche nota conclusiva sulle urgenze del settore?

MR: Posso dire senza dubbio che tema cruciale per l'intero sistema è quello relativo ai **contributi di cui al DPR 146/2017**. Parliamo di risorse indispensabili ed è importantissimo che tale forma di sostegno per l'emittenza locale, commerciale e comunitaria venga confermata senza alcun ulteriore taglio della relativa copertura finanziaria. Su questo tema Aeranti-Corallo sarà particolarmente attenta.

LB: Per concludere, una nota sulla riforma del Codice Media e minori e sulle norme per la Par Condicio. Non ha senso che per il settore radio e tv valgano regole particolarmente restrittive, quando poi vediamo che alle altre piattaforme digitali, a internet ed ai social network in primis sia consentita una totale mancanza di regole e si registrino blandi controlli. Anche questa è una disparità a danno delle nostre imprese radiotelevisive che chiediamo sia corretta. Lo chiediamo nell'interesse delle emittenti, ma anche e maggiormente nell'interesse dei cittadini.

I TEMI CALDI DELLA TV

- la definizione di una data certa, al massimo entro l'anno, per il passaggio alle trasmissioni in DVB-T2 HEVC per tutti gli operatori, sia nazionali sia locali
- il mantenimento della copertura finanziaria di cui al DPR 146/2017 a sostegno dell'emittenza locale, commerciale e comunitaria
- sul tema della 'prominence' va garantita adeguata accessibilità ai contenuti delle tv locali

Da Las Vegas le grandi sfide per i broadcaster

La **NAB (National Association of Broadcasters) ha celebrato i suoi cento anni** guardando al futuro. Gli ultimi tre anni sono stati davvero duri, oltre ogni immaginazione, eppure hanno determinato grandi trasformazioni nel settore dei media elettronici. Ora gli addetti ai lavori sono determinati nel tenere il passo col cambiamento, ma anche a mettere a frutto economicamente le molte nuove opportunità che si sono aperte.
Il **NAB Show 2023**, dal 15 al 19 aprile scorsi, ha offerto la più ampia vetrina mondiale di idee e soluzioni tecnologiche per conseguire questi obiettivi, ma anche una ricca messe di conferenze ed incontri, per una visione strategica dei temi caldi del momento. Lo slogan è stato "**Create, Connect and Capitalize**", cioé "Crea, Connetti e Capitalizza". A questi tre filoni è stato integrato lo spazio "**Intelligent Content**", un aspetto emergente del business radiotelevisivo che mette al centro i dati e l'enorme valore che questi hanno acquisito nel ciclo di vita dei contenuti audiovisivi. Una novità in termini organizzativi è stata la West Hall: un vero e proprio '**Broadcast District**'.

Il broadcasting va messo al centro

Nella sessione di benvenuto, **Curtis LeGeyt** (presidente e CEO della NAB) ha fatto il punto sullo stato del broadcasting: "Siamo qui per riflettere sugli ultimi 100 anni, mentre raccogliamo la sfida di innovare per continuare ad essere rilevanti per il nostro pubblico nel futuro. Esordendo con la radio, LeGeyt ha detto che "abbiamo un ruolo da svolgere ricordando al pubblico e alle case automobilistiche la nostra rilevanza. La radio vanta una penetrazione che qualsiasi servizio di streaming si farebbe in quattro per avere". Venendo ai media locali radiotv, LeGeyt ha proseguito: "I canali locali svolgono un ruolo insostituibile anche nelle situazioni di crisi. Tutti vanno in giro con un cellulare e in caso di un qualche disastro può succedere di ricevere un avviso sul telefono. Ma cosa dice quell'avviso? 'Sintonizzati sui tuoi media locali'! Le trasmissioni locali fanno sempre del loro meglio perché hanno persone sul territorio che conoscono la propria comunità e che sanno come parlare dei problemi che la comunità sta affrontando, a prescindere dai diversi background politici o socioeconomici. Penso che

ciò che è veramente unico del broadcasting, soprattutto locale, è che supporta ogni comunità nel suo stare insieme e nel risolvere insieme i problemi".

Informazione locale, un valore da difendere

"Non potrebbe esserci momento più importante per difendere l'importanza del lavoro svolto dai giornalisti locali - ha detto LeGeyt-. Sappiamo che in questo clima spesso i giornalisti sono soggetti a violenze, molestie e trolling sui social media. Viviamo in un clima in cui tutti vogliono confondere le idee con le fake news. Bisogna sempre ricordare non solo alle comunità, ma anche ai responsabili politici, che spesso sono i giornalisti locali a rimboccarsi le maniche ed assicurarsi che le comunità abbiano le informazioni di cui hanno bisogno".

Competere con i grandi player globali

Curtis LeGeyt ha poi toccato il tema della sfida con i grandi player globali: "Dobbiamo innovare per competere in un mondo in cui i colossi tecnologici hanno cambiato tutto, per quanto riguarda il mercato pubblicitario e la nostra capacità di generare risorse da reinvestire nei contenuti. Hanno cambiato tutto e il pubblico sta migrando online, utilizzando le loro piattaforme anche per accedere ai contenuti televisivi e radiofonici. Hanno così tanto potere di mercato che possono determinare i termini di accesso che, a nostro avviso, non offrono un equo compenso per i nostri contenuti, nonostante siamo noi ad indirizzare un enorme traffico verso i loro siti. Quindi, alla luce di questa realtà, gli organismi regolamentari hanno una grande ruolo da svolgere, nel pensare alle attuali normative sulla proprietà dei media, sia tv che radio. Queste normative devono essere modernizzate per riflettere la realtà del mercato odierno, in cui le emittenti non competono semplicemente con altre emittenti.

Siamo in competizione con tutti". "Comunque - ha concluso LeGeyt - è l'innovazione che ci consentirà di migliorare la connessione iperlocale con le nostre comunità. Questo deve essere il nostro vantaggio competitivo! Concentriamoci ogni giorno sull'innovazione, sia in televisione che in radio".

AES EUROPE 2023
AUDIO ENGINEERING CONVENTION
75 YEARS

AGENDA MAG/GIU 2023

• THE MEDIA PRODUCTION AND TECHNOLOGY SHOW
Tecnologia broadcast
10-11 Maggio
Londra, UK
mediaproductionshow.com

• AES EUROPE
Audio professionale
13-15 Maggio
Aalto University, Espoo
Helsinki, Finlandia
aeseurope.com

• CABSAT
Broadcast e satellite
16-18 Maggio
WTC, Dubai
www.cabsat.com

• ANGACOM
Broadband, Tv e online
23 - 25 Maggio
Colonia, Germania
https://angacom.de/en

• NAM DUBROVNIK
Contenuti televisivi
5 - 8 Giugno
Dubrovnik, Croazia
https://neweumarket.com

Il ruolo della radio nelle nuove autovetture

Al NAB di quest'anno s'è sentito un neologismo brutto, ma efficace: "screenificazione" delle nuove auto. Sempre più i costruttori di autovetture sviluppano soluzioni a bordo dei veicoli che garantiscono un'esperienza audiovisiva senza soluzione di continuità. Parliamo di ricezione ibrida, che integra segnali via etere (i cosiddetti OTA, Over The Air) e via IP. La ricezione FM tradizionale è ancor oggi la maggior fonte di audio in auto, ma negli anni e in modo presumibilmente progressivo cederà terreno alle sorgenti audio digitali. Aeranti-Corallo, così come le altre associazioni rappresentative dei broadcaster in Europa e nel mondo, sta quindi operando attivamente, affinché le trasmissioni radiofoniche mantengano la loro prominence sul cruscotto degli autoveicoli.

Radioplayer in pole position

Radioplayer Worldwide a livello globale è un'organizzazione supportata solo da emittenti radiofoniche e che agisce per loro conto al fine di assicurare alla radio la prominence nelle auto.
Radioplayer mira a creare partnership a lungo termine con le case automobilistiche e a collaborare per la creazione di un'esperienza radiofonica ibrida di alto livello .
Radioplayer ha attualmente importanti partnership con **Gruppo VW**, **BMW Group** e **Renault** che utilizzano i metadati delle emittenti dalla loro Worldwide Radioplayer API (WRAPI) per alimentare le radio ibride in **oltre il 41%** delle auto oggi vendute in Europa.
La sicurezza dei dati aziendali, inclusi i contenuti aggregati delle emittenti, è un requisito fondamentale per qualsiasi organizzazione che operi in questo settore. La piattaforma Radioplayer è stata creata da sviluppatori che hanno anche lavorato per il National Cyber Security Centre del Regno Unito e vantano le più aggiornate metodologie e best practice per prevenire, rilevare, monitorare e mitigare ogni attacco alla sicurezza del sistema. Radioplayer è anche certificato TISAX (Trusted Information Security Assessment Exchange), una procedura di sicurezza creata e gestita dalle case automobilistiche e dall'industria automobilistica in generale.
La certificazione si basa sui principi della norma ISO 27001, lo standard internazionale che descrive le best practice per un ISMS (sistema di gestione della sicurezza delle informazioni).

Player Editori Radio s.r.l. (PER) è la società che rappresenta la radiofonia italiana nazionale e locale. PER s.r.l. (della quale Aeranti-Corallo è socia) si impegna per lo sviluppo del settore radiofonico nazionale nella fase di complessa trasformazione digitale che stiamo vivendo. La società è in partnership con Radioplayer Worldwide ed è la licenziataria esclusiva per l'Italia della piattaforma tecnologica Radioplayer.

I protagonisti nel mercato globale

Per offrire una più che sintetica panoramica dei protagonisti nel mondo della radio ibrida nel suo complesso, a parte Radioplayer, dobbiamo in primis parlare di **RadioDNS**, l'organizzazione no profit che ha sviluppato standard tecnici aperti per i servizi radio ibridi; un approccio utilizzato per supportare alcune funzionalità di base in alcune marche automobilistiche.

La cosiddetta "zona radiodns.org" (i server) contiene i record DNS che traducono i parametri radiofonici in nomi di dominio completi e consente la localizzazione di servizi IP affidabili e verificati associati alla trasmissione. RadioDNS definisce gli standard tecnici delle diverse applicazioni (ad es. le informazioni sui servizi e sui programmi) usate per trasportare metadati e contenuti dalle stazioni radio ai dispositivi degli utenti finali, inoltre definisce accordi in base ai quali i metadati e i contenuti delle radio possono essere utilizzati dai fornitori di tecnologia e/o dai dispositivi degli utenti finali.

Per fornire servizi e tecnologia di supporto alla radio ibrida, segnaliamo poi **Cariad**, del gruppo Volkswagen, che intende trasformare l'auto in un'esperienza integrata con i contenuti digitali audiovisivi. Inoltre **Xperi Corporation** propone la sua soluzione DTS AutoStage, una piattaforma multimediale indipendente progettata per garantire che la radio possa competere con i servizi offerti dalle tecnologie digitali pure-play globali, quali Apple Music, Amazon Music e Spotify (solo per citarne alcuni).

Queste piattaforme offrono contenuti ricchi e vari, un'esperienza utente globale coerente e il vantaggio di un'unica piattaforma. DTS AutoStage è stato progettato per offrire questi stessi vantaggi alle emittenti e ai produttori di automobili, ma con un focus sulla trasmissione radiofonica e garantendo che sulle emittenti stesse si focalizzino i maggiori vantaggi. Rilevante è anche **Radioline** che è 'solo' un aggregatore, ma dispone di un database di radio e podcast con oltre centomila fornitori di contenuti ubicati in 161 paesi.

In qualità di azienda tecnologica, infine, con una tecnologia brevettata, c'è l'azienda **Quu** che consente alle stazioni radio di far visualizzare programmi dinamici e messaggi commerciali sui cruscotti dei veicoli. Il sistema di gestione dei contenuti è basato sul cloud di Quu e rende facile per gli utenti della stazione programmare o sincronizzare contenuti di testo ed immagini. Quu distribuisce questi contenuti integrativi per le trasmissioni radio, sia RDS sia digitali, in modo personalizzato, in base alla capacità ed alle apparecchiature della singola stazione.

IBC2023: ecco gli 8 temi clou del futuro

L'**IBC Accelerator Media Innovation Program** ogni anno riflette su alcune soluzioni innovative per l'industria televisiva. Anche quest'anno ha scelto gli otto temi che guideranno l'edizione 2023, ad Amsterdam dal 15 al 18 settembre. I progetti selezionati saranno presentati nel contesto dell'**IBC 2023 Innovation Stage**.

Progetti al centro dell'attenzione

Authenticated Data Standard mira a definire un sistema standardizzato di distribuzione dei dati per garantire che, man mano la programmazione viene distribuita su diverse piattaforme, i proprietari dei contenuti possano mantenere inalterati la qualità e i metadati associati ai contenuti audiovisivi, pur passando da una piattaforma tecnologica all'altra.

Synthetic Humans for the Metaverse utilizza una serie di tecnologie all'avanguardia per generare avatar fotorealistici che possono essere integrati in una produzione audiovisiva virtuale, anche associandoli ad ospiti in carne ed ossa. Per animare gli avatar in tempo reale, si utilizzano il movimento del corpo associato ad una voce clonata o ad un audio originale, utilizzando l'intelligenza artificiale, l'apprendimento automatico e la realtà aumentata.

Real-Time XR Sport Edge utilizza al massimo la tecnologia 5G XR per l'acquisizione e la distribuzione ad alta velocità di contenuti sportivi live. Scopo del progetto è quello di utilizzare la realtà estesa (XR) per produrre contenuti in un ambiente immersivo dalla grafica fotorealistica di eccellente qualità, nella quale inserire pubblicità virtuale, l'audio spaziale e grafiche 3D in tempo reale, con la latenza più bassa possibile. Programmi dal vivo che siano fruibili anche attraverso visori per realtà virtuale (VR), computer, dispositivi mobili e piattaforme over-the-top (OTT).

Connect & Produce Anywhere si propone di sviluppare un cloud distribuito e un sistema di edge computing per produrre da remoto un evento sportivo dal vivo. Il progetto mira ad ottimizzare l'uso delle risorse in luoghi con limitata larghezza di banda per la connessione.

Responsive Narrative Factory promette di sviluppare con facilità contenuti personalizzati, fornendo in tempo reale un'edizione 'su misura' per ogni spettatore, attraverso l'utilizzo estremamente rapido dei metadati associati ai contenuti. L'obiettivo è quello di creare in modo veloce ed economico molteplici versioni di uno stesso contenuto audiovisivo.

5G Motion Capture for Live Performance & Animation esplora l'uso del 5G per costruire reti a bassissima latenza che consentano la creazione di nuove esperienze coinvolgenti per il pubblico presente a uno spettacolo dal vivo o che partecipa in remoto da un altro luogo. Il progetto mira anche a sfruttare la tecnologia 5G per portare, per esempio, personaggi animati vivaci e interattivi ai bambini negli ospedali, indipendentemente dalla loro ubicazione geografica.

Gallery Agnostic Live Media Production vuole modernizzare le produzioni audiovisive attraverso metodi di lavoro ibridi ed indipendenti dai dispositivi utlizzati, si trovino questi in studio oppure nel cloud.

Real-Time Interactive Streaming Personalizes Live Experiences mira a dimostrare che è possibile ottenere entrate aggiuntive attraverso la profilazione degli spettatori di eventi, grandi o piccoli che siano, in diretta. Il progetto esplorerà e creerà un'esperienza di nuova generazione per la visione delle manifestazioni dal vivo, con interattività in tempo reale al fine di garantire nuovi flussi di entrate per i fornitori di contenuti che abbiano acquistato i diritti degli eventi sportivi, ma anche di spettacoli di intrattenimento o di altri eventi in diretta.

INDAGINI NEL MONDO

La radio in UK è sempre più smart

Rajar è l'indagine sull'ascolto per il mercato UK. I dati 2022 sull'audience radiofonica del Regno Unito hanno mostrato che nell'ultimo trimestre **49,7 milioni di adulti**, pari all'89% della popolazione adulta, si sono sintonizzati su una o più stazioni radio, con una durata di ascolto medio settimanale poco oltre le 20 ore.

La quota di coloro che si sono sintonizzati utilizzando un dispositivo digitale è rimasta costante rispetto all'indagine precedente (74%). C'è stato un modesto aumento nell'utilizzo di tablet e telefoni cellulari come device per l'ascolto della radio, mentre ha sorpreso il notevole aumento dell'uso degli **smart speaker**, che ha raggiunto la significativa quota del 64%, rispetto al 53% precedente.

Tra questa specifica fascia di utenza, il 32% ascolta radio via smart speaker quotidianamente, mentre prima era solo il 22%.

TELERADIOMAGAZINE - SUPPLEMENTO MENSILE DEL PERIODICO QUINDICINALE TELERADIOFAX

Editore: Aeranti-Corallo – Sede operativa: piazza Gioacchino Belli 2 (Palazzo Confcommercio) 00153 Roma
Comitato Esecutivo: avv. Marco Rossignoli (Coordinatore) e dr. Luigi Bardelli • Direttore Responsabile: Fabrizio Berrini • Ufficio stampa e redazione: Andrea Rivetta - TeleRadioMagazine è un supplemento mensile del periodico quindicinale TeleRadioFax, iscritto al n.3/99 in data 11.02.1999 del Registro Periodici del Tribunale di Ancona, realizzato in Ancona unicamente su supporto informatico e diffuso per via telematica (online e a mezzo posta elettronica)
Aeranti-Corallo aderisce alla Confcommercio – Imprese per l'Italia – **Web**: www.aeranticorallo.it - **Twitter**: @aeranticorallo **Linkedin**: Aeranti-Corallo
Facebook: www.facebook.com/aeranti.corallo **YouTube**: www.youtube.com/@aeranticorallo-radiotvlocali

Informazione ai fini della privacy: il trattamento dei dati personali dei destinatari del periodico quindicinale TeleRadioFax e del relativo supplemento mensile TeleRadioMagazine avviene conformemente all'informativa pubblicata nel sito web www.aeranticorallo.it, sezione "TeleRadioFax". Qualora vogliate revocare il consenso a ricevere il TeleRadioFax e il supplemento TeleRadioMagazine e vogliate chiedere la cancellazione dei Vostri dati, rispondete direttamente alla mail alla quale è allegato il presente periodico indicando nell'oggetto "**CANCELLAMI**".

AERANTI-CORALLO rappresenta 599 imprese* del settore radiotelevisivo locale.

Le notizie di settore su **www.aeranticorallo.it** e sui canali social

* *Dato al 18 aprile 2023*

IMAGE LICENSED BY Freepik

AERANTI-CORALLO

Le imprese radiotelevisive locali, satellitari e via internet