



# **APPROFONDIMENTO SULL'ATTEGGIAMENTO DEGLI ASCOLTATORI NEI CONFRONTI DELL'EMITTENZA LOCALE Regione Emilia - Romagna**

***Indagine qualitativa e quantitativa  
Predisposta per conto di:***

**AERANTI-CORALLO**

le imprese radiotelevisive locali,  
satellitari e via internet



**Demoskopea**  
Ricerche che creano mercato



# La risposta Demoskopea: un approccio integrato, due metodologie in continuo dialogo tra loro



Per l'analisi dei dati, Demoskopea ha adottato un impianto di ricerca integrato, quali/quantitativo, così articolato:

## Fase qualitativa



- 2 Focus Group, equidistribuiti in :
- Uomini e Donne
- Giovani (20-40) e Maturi (45-60)
- Bologna e Provincia
- Ascoltatori di Emittenti Locali , Emittenti Nazionali



Bologna

100% Ascoltatori  
di Radio "ieri"

## Fase quantitativa



- 1000 contatti CATI a Popolazione 11 anni e oltre, rappresentativa della Emilia Romagna per sesso, età provincia e ampiezza centro; campione stratificato multistadio
- 707 interviste Campione di Ascoltatori radiofonici
- rilevazione 2010





## ***Principali risultati della ricerca***

# Il vissuto della radio è ricco è sfaccettato e dà vita ad un universo dove convivono felicemente più dimensioni valoriali

"... il mondo della radio mi stupisce sempre perché può contare su un'offerta inesauribile ... meglio la radio del digitale terrestre!"

"... quando ascolto la radio non mi annoio mai ... basta cambiare stazione e mi si apre un nuovo mondo!"

"... una finestra spalancata su quello che ci succede unita ad una buona dose di allegria e simpatia!"

"... la radio per me è principalmente musica, ma anche molto altro!"

"... la radio si può ascoltare da soli o in compagnia, in casa o fuori casa ... è meno vincolante della televisione!"

**varietà**  
**magia**  
**attualità**  
**modernità**  
**musica**  
**cultura**  
**risate**  
**compagnia**  
**intimità**  
**allegria**  
**immaginazione**  
**sport**  
**stupore!**  
**svago**  
**divertimento**  
**intrattenimento**  
**libertà**

# Motivi di ascolto delle radio Locali preferite

Per quali motivi ascolta ciascuna delle sue radio preferite, cioè che cosa trova in ciascuna di queste che, invece, altre radio non le danno?

- Citazioni spontanee -



- Valori % -

Locali (base = 275)

<b>IN GENERALE</b>	<b>20,4</b>
<i>Interessante, argomenti e programmi interessanti</i>	<b>1,8</b>
<i>Divertente, /programmi divertenti</i>	<b>6,2</b>
<i>Mi piace, e' la mia preferita</i>	<b>5,5</b>
<i>E' completa</i>	<b>1,5</b>
<i>Più professionale, piu' seria, affidabile</i>	<b>0,4</b>
<i>Fa compagnia, mi distrae</i>	<b>3,6</b>
<b>I PROGRAMMI/ PROGRAMMAZIONI</b>	<b>24,7</b>
<i>Le informazioni /notizie aggiornate / approfondimenti</i>	<b>5,5</b>
<i>Bei programmi/ bei programmi parlati</i>	<b>2,9</b>
<i>Argomenti culturali / programmi culturali</i>	<b>0</b>
<i>Informazioni sul traffico</i>	<b>0</b>
<i>Lo sport</i>	<b>1,1</b>
<i>Informazioni locali/e' della citta' la radio della città</i>	<b>14,5</b>
<i>Argomenti religiosi</i>	<b>0</b>
<b>LA MUSICA</b>	<b>58,2</b>
<i>Bella musica musica interessante</i>	<b>46,5</b>
<i>Musica italiana, belle canzoni italiane</i>	<b>5,1</b>
<i>Musica straniera</i>	<b>0</b>
<i>Bella musica degli anni 60-70 -80/ canzoni anni 60</i>	<b>4,4</b>
<b>I CONDUTTORI /I PERSONAGGI</b>	<b>10,5</b>

## RADIO PREFERITE

**Le Radio preferite: su dichiarazione fino a un massimo di 3 tra quelle ascoltate da parte di ciascun intervistato/o**

# ... il livello di offerta è mutevole anche all'interno di ciascun gruppo di riferimento, Locali vs. Nazionali!



L'intera offerta radiofonica è **composita** e tende a differenziarsi a seconda di **alcune variabili**, che influiscono sul profilo di **posizionamento** nonché sulla **tipologia** di **programmazione**

**CONTENUTI:  
INFORMAZIONE  
vs.  
INTRATTENIMENTO**



l'emittente che punta sull'**informazione** predilige il "**parlato**" come forma comunicativa mentre l'emittente che punta all'**intrattenimento** sceglie "**altri linguaggi**", primo tra tutti la **musica** e la **risata**

**APPROCCIO:  
STRUTTURA  
vs.  
FLESSIBILITA'**



l'emittente che si basa su una **struttura organizzativa** più **articolata** appare **meno libera** di apportare **variazioni in corso d'opera** al **palinsesto** di quanto invece possa fare un'emittente con una **struttura più snella** e quindi anche **più flessibile**



**... a livello di entertainment sono più o meno vincenti a seconda della capacità di coinvolgere il proprio pubblico!**



**Una radio moderna ed emotivamente coinvolgente è tale quando si propone attraverso un palinsesto distintivo che alterna momenti di svago a tematiche di attualità, il tutto condito da una scelta musicale piacevole, mai scontata.**





# ***ABITUDINI DI ASCOLTO DELLE RADIO LOCALI***



# Frequenza di ascolto

All'ncirca, quanti giorni alla settimana le capita di ascoltare ciascuna delle radio che mi ha detto di preferire?

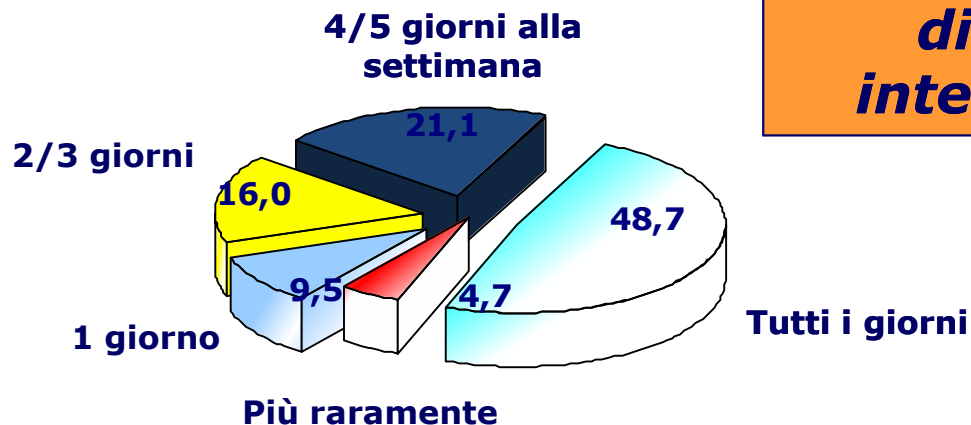


- Valori % -

## Radio preferite

**Locali**  
(base = 275)

**Le Radio preferite:  
su dichiarazione  
fino a un massimo  
di 3 tra quelle  
ascoltate da parte  
di ciascun  
intervistata/o**



# Momenti di ascolto

Di solito, ascolta ciascuna delle sue radio preferite.....



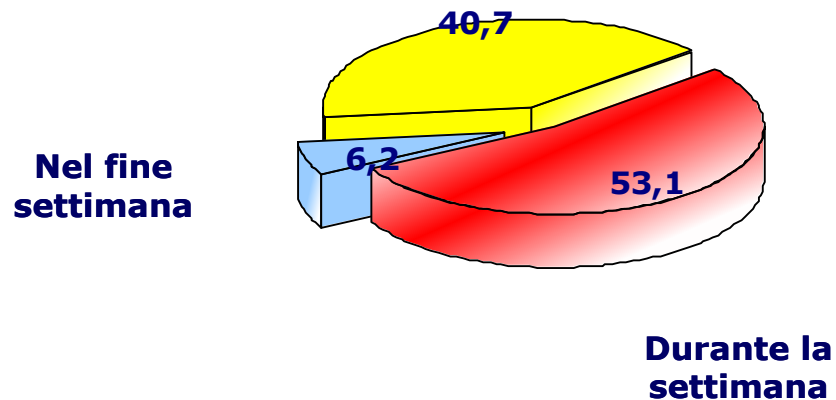
- Valori % -

## Radio preferite

### Locali

(base = 275)

Sia durante la settimana che nel fine settimana



Durante la settimana

Nel fine settimana

# Tempo dedicato all'ascolto

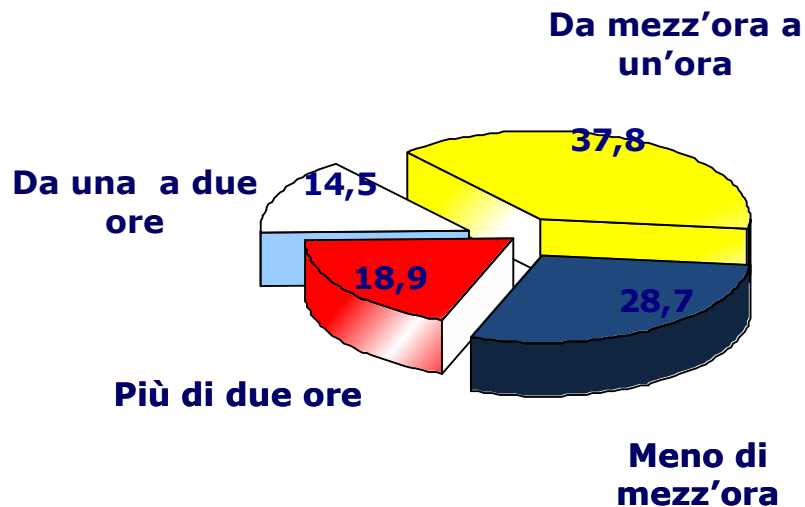
Quanto tempo dedica mediamente all'ascolto delle sue radio preferite?



- Valori % -

**Radio preferite**

**Locali**  
(base = 275)



# Fasce orarie di ascolto

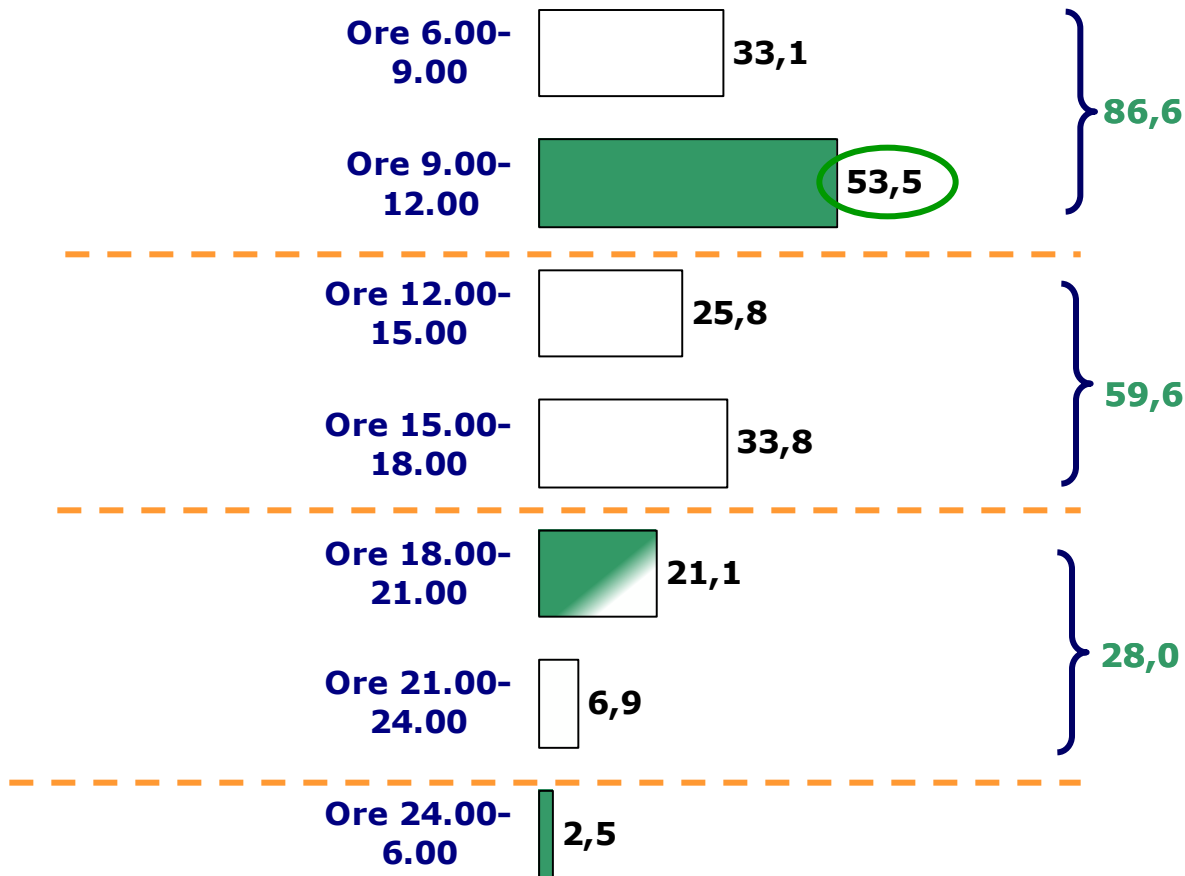
In ciascuna delle fasce orarie che ora le leggerò, tra le sue radio preferite, quale ascolta, anche solo per pochi minuti?



- Valori % -

**Locali**  
(base = 275)

**Radio preferite**



# Luoghi di ascolto

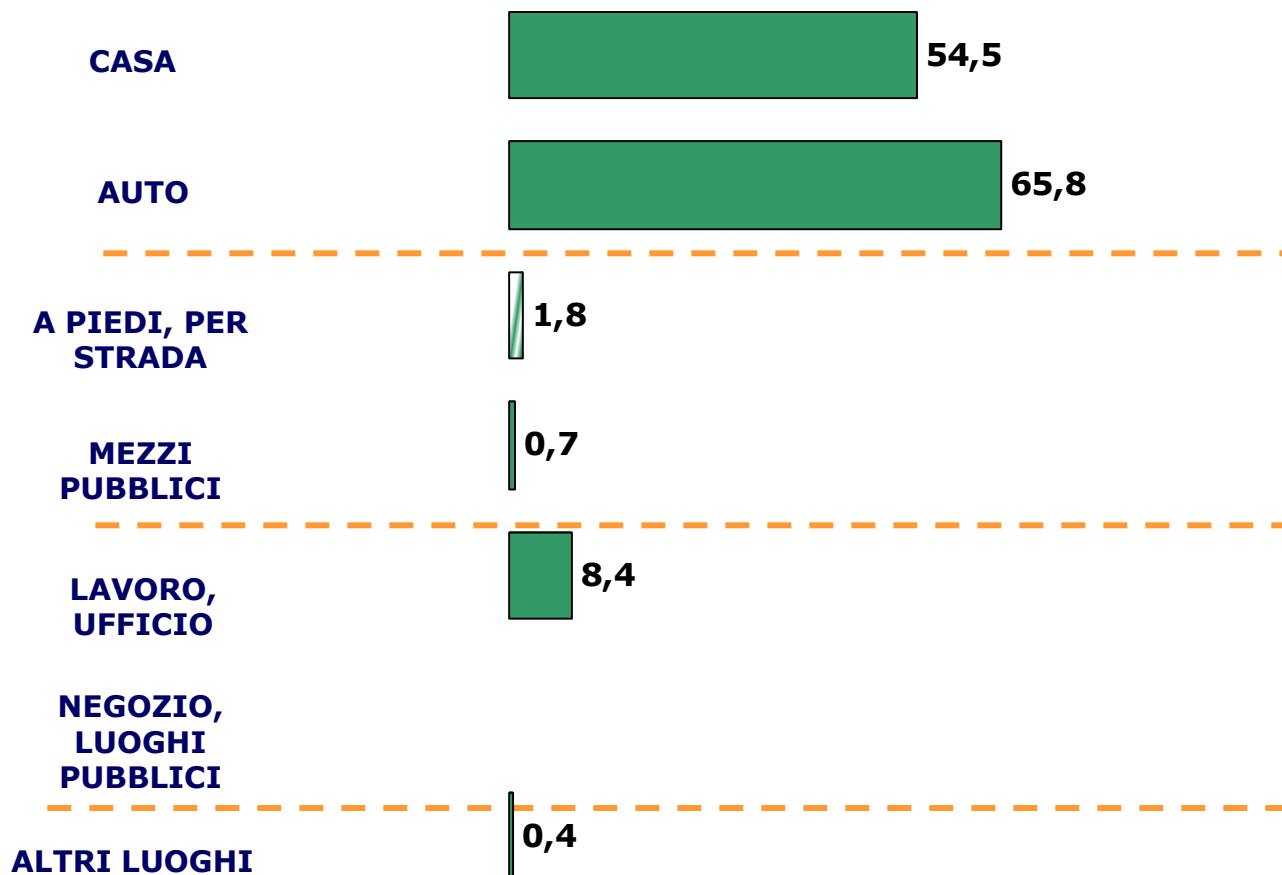
In quali luoghi ascolta abitualmente ciascuna delle sue radio preferite?



- Valori % -

**Locali**  
(base = 275)

**Radio preferite**



# Tipi di programmi ascoltati

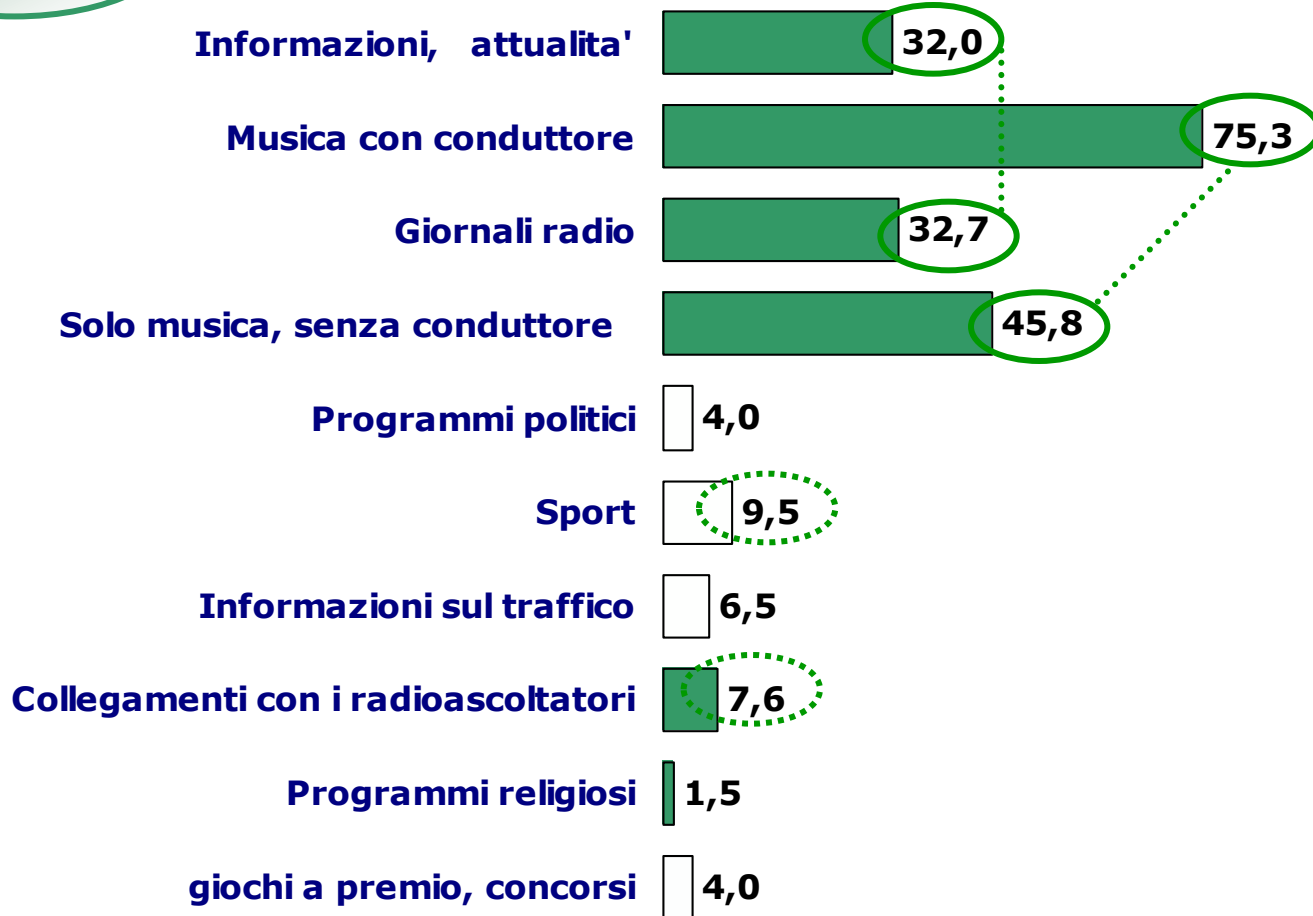
Che tipo di programma ascolta, per ciascuna delle sue radio preferite?



- Valori % -

**Locali**  
(base = 275)

**Radio preferite**





# Mezzo utilizzato per l'ascolto

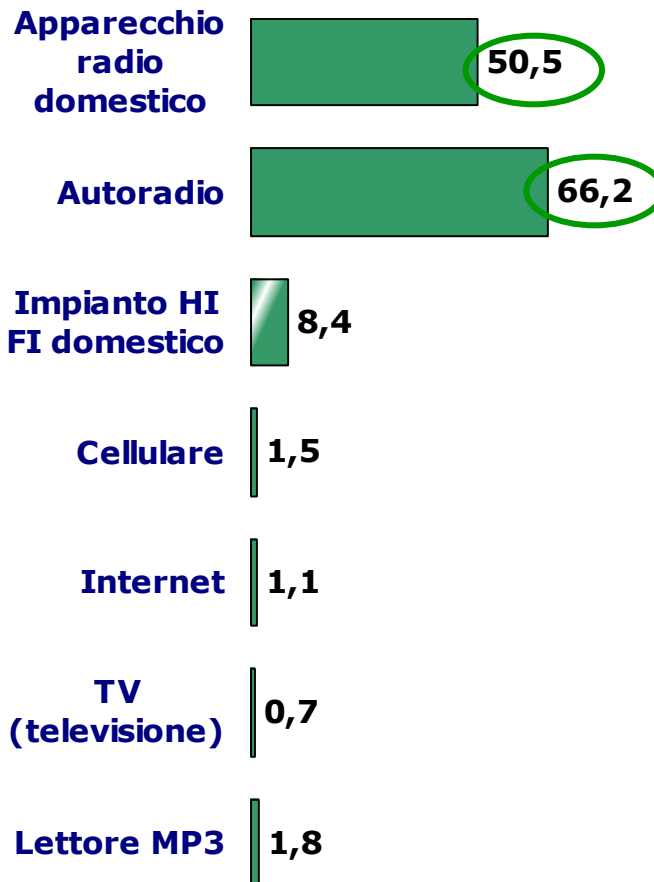
Quale mezzo utilizza, di solito, per ascoltare ciascuna delle sue radio preferite?



- Valori % -

**Locali**  
(base = 275)

**Radio preferite**





## ***Il profilo dell'ascoltatore radiofonico***

# Motivi di ascolto della radio

In generale, lei direbbe che ascolta la radio soprattutto perché.....

- Risposte suggerite-



- Valori % -

Base: totale campione : 707

<b>Tiene compagnia</b>	<b>86,0</b>
<b>E' divertente</b>	<b>43,7</b>
<b>Aiuta a passare il tempo</b>	<b>39,7</b>
<b>Consente di fare altro mentre la si ascolta</b>	<b>38,6</b>
<b>Fornisce informazioni</b>	<b>35,4</b>
<b>Consente di essere sempre aggiornati un po' su tutto</b>	<b>28,9</b>
<b>E' uno strumento di arricchimento culturale</b>	<b>12,4</b>
<b>Fa sentire vicini agli altri, non ci si sente mai soli</b>	<b>11,7</b>
<b>Mi fa sentire vicino ai miei valori religiosi</b>	<b>4,0</b>
<b>Mi consente di coltivare i miei interessi politici</b>	<b>3,3</b>





# Il vissuto del media radio cambia in funzione delle abitudini di fruizione, individuando così diversi tipi di stili di approccio!

La radio nel panorama mediatico è un media che pur conservando tutto il fascino del suo passato, si è sempre saputo rinnovare, interpretando correttamente le esigenze espresse dal proprio pubblico. In questo senso, grazie a questo **carattere così duttile**, il suo vissuto cambia e si **"modella"** sulla base di quelle che sono le **abitudini di fruizione espresse dal campione**:



***E altre tipologie ancora, come: gli "Innovatori" legati alle novità e tendenze, i "Fan del Territorio" che sentono il territorio e sono legati alle radici, o ancora i "Fratelli di Radio", o i Socialmente "caldi" che amano far parte di una comunità....***

# AUTODEFINIZIONE DI ASCOLTATORE

*Pensando alla radio in generale, lei direbbe di essere un ascoltatore...*



Locali (base = 275)

% MOLTO D'ACCORDO

<b>Attento e informato</b>	25,1
<b>Fedele alla mia radio preferita</b>	44,0
<b>Infedele, piace zapping</b>	15,3
<b>Vivo la radio come svago e divertimento</b>	55,6
<b>Mi interessa se tratta di politica e interessi pubblici</b>	13,5
<b>Amo le radio impegnate</b>	14,9
<b>Cerco nella radio novità e nuove tendenze</b>	20,0
<b>Piace radio che mi fa sentire parte del territorio</b>	38,5
<b>Deve essere un contatto con tutta l'Italia</b>	27,3
<b>Modo per partecipare a dibattiti</b>	23,3
<b>Per partecipare a giochi, quiz e concorsi</b>	8,7
<b>Mi fa sentire parte di una comunità</b>	30,9

# Profilo del campione: *indici di concentrazione*



## Radio preferite

**Totale campione**  
(base = 707)

**Locali**  
(base = 275)

%

**INDICI DI CONCENTRAZIONE**

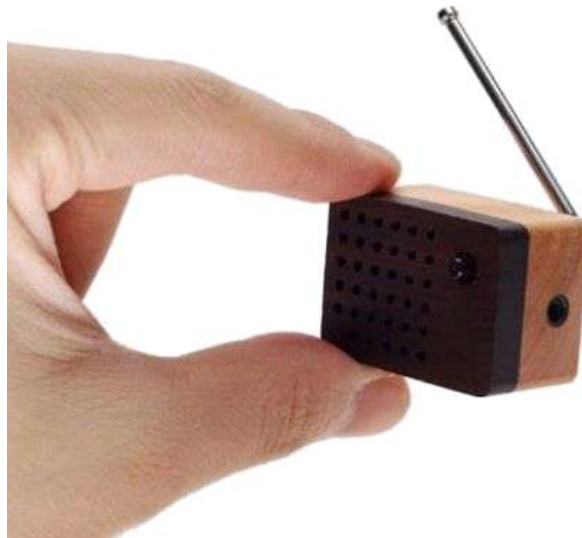
		Total campione (base = 707)	Locali (base = 275)
		%	INDICI DI CONCENTRAZIONE
<b>Sesso</b>	<b>UOMINI</b>	47,0	99
	<b>DONNE</b>	50,2	101
	<b>RAGAZZI/E</b>	2,8	89
<b>Eta'</b>	<b>14 ANNI</b>	2,8	89
	<b>15-24 ANNI</b>	8,8	91
	<b>25-44 ANNI</b>	34,1	106
	<b>45-64 ANNI</b>	29,1	111
	<b>65 ANNI E OLTRE</b>	25,2	84
	<b>ETA' MEDIA anni</b>	49,1	48,5
	<b>LAUREA</b>	12,6	80
<b>Scolarita'</b>	<b>UNIVERSITA'</b>	8,3	57
	<b>DIPLOMA SUPERIORE</b>	46,4	106
	<b>DIPLOMA INFERIORE</b>	22,7	120
	<b>ELEMENTARE/NESSUN TITOLO</b>	10,0	87



## Radio preferite

		Totale campione (base = 707)	Locali (base = 275)
		%	INDICI DI CONCENTRAZIONE
<b>Ruolo in famiglia</b>	<b>CAPOFAMIGLIA</b>	42,7	93
	<b>NON CAPOFAMIGLIA</b>	57,5	106
<b>Professione</b>	<b>IMPRENDITORE, DIRIG., LIBERO PROF.</b>	8,1	94
	<b>INSEGNANTE, IMPIEGATO</b>	19,6	98
	<b>OPERAIO</b>	11,1	141
	<b>STUDENTE</b>	11,8	90
	<b>CASALINGA</b>	14,9	105
	<b>PENSIONATO</b>	23,3	91





## ***Il profilo della radio locale***



# La radio locale ha fatto la storia delle radio libere ...

- la Radio Locale come “simbolo” di Autonomia e Libertà (dalla programmazione nazionale)
- “privata” nella forma e nella sostanza
- con la Sede in Città
- a stretto contatto con il Pubblico, vicina agli ascoltatori
- facendosi portavoce di Gruppi e realtà diverse (culturali, politiche...)





- **Radio Locale = voce del popolo e di quella determinata Area Territoriale**
- **usa un gergo dialettale e crea un senso di appartenenza e integrazione es. tra "Bolognesi", e tra chi viene da fuori...ma si vuol sentire bolognese**
- **favorisce "l'interazione" da casa (concorsi e musica su richiesta..)**
- **pubblicità ed eventi "locali" legati al territorio...**





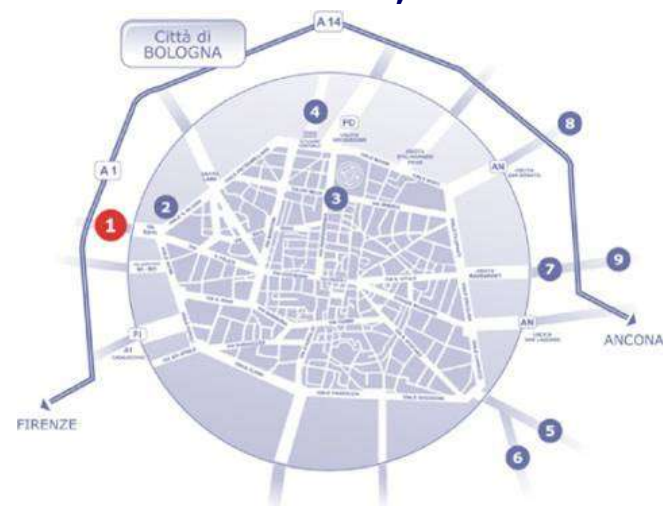
- la Radio Locale *forma e fa crescere* una nuova generazione di speaker che:

- imparano il mestiere in una piccola realtà , mentre in un'emittente più grande non verrebbe concesso
- giustificati dal proprio pubblico, convinto che i migliori speaker sono nati tutti così...
- perdonati per defaillances e ingenuità , visto che "*domani saranno personaggi di successo...*"





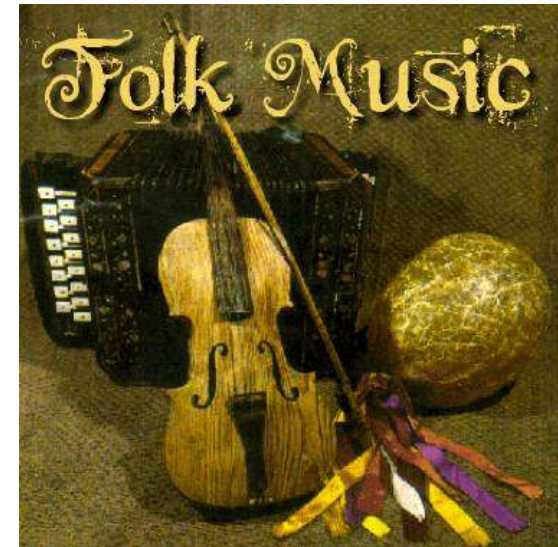
- alcune Radio Locali sono percepite come Radio Nazionali in tutto e per tutto...
- molte volte si percepiscono forti le limitazioni territoriali , il segnale della Radio Locale “va e viene”, diventa poco affidabile seguire i programmi in movimento...
- la pubblicità è spesso troppa e non sempre di elevata qualità
- in alcuni casi l’offerta musicale è maggiormente tradizionale, poco commerciale e segmenta il target



## ... che alla lunga tende ad assumere un profilo di immagine dai contorni più "rustici e caserecci"



- alcune Radio Locali appaiono folcloristiche e per alcuni poco appealing (classi più esigenti e colte...)
- viene riconosciuta una certa "innocenza e ingenuità", ma gli errori con Palinsesti poco strutturati e ripetizioni sono sinonimo di un investimento non all'altezza delle aspettative, soprattutto quelle dei giovani, sempre più esigenti e informati.....



# IMMAGINE

Ora dovrebbe dirmi, **pensando alle radio locali che lei conosce**, quali frasi, fra quelle che leggerò, a suo parere, si adattino meglio



% di attribuzione

## Locali (base = 578)

<b>Danno spazio a realtà locali</b>	<b>84,6</b>
<b>Parlano linguaggio del territorio</b>	<b>82,0</b>
<b>Conduttori poco esperti, ma promettenti</b>	<b>59,0</b>
<b>Dinamiche e innovative</b>	<b>26,0</b>
<b>Troppa pubblicità</b>	<b>38,1</b>
<b>Spazio al pubblico a casa</b>	<b>39,1</b>
<b>Orientate a fornire servizi utili al cittadino</b>	<b>39,3</b>
<b>Moderne, attente alle nuove tendenze</b>	<b>26,3</b>
<b>Simpatiche</b>	<b>39,3</b>
<b>Offrono tanti programmi diversi</b>	<b>26,0</b>
<b>Lanciano detti e modi di dire, che fanno tendenza</b>	<b>29,6</b>
<b>Promuovono gruppi e movimenti musicali indipendenti</b>	<b>35,1</b>
<b>Tradizionali</b>	<b>44,6</b>
<b>Più caserecce, ma più simpatiche</b>	<b>70,6</b>
<b>Danno spazio alla pubblicità locale</b>	<b>72,8</b>





---

***Abbiamo individuato alcune tipologie di Radio Locali presenti in Emilia Romagna , su un campione ridotto che potrà in futuro ripetersi in forma allargata , dando risultati più completi....***

---



## ...alcuni esempi :

### **Le radio nazionali nella forma, ma locali nella sostanza**

Si tratta di radio che vengono percepite al medesimo tempo come **nazionali** grazie **all'estensione del segnale** che **risulta percepibile in più aree geografiche**, e come **locali** per la grande attenzione data allo **sviluppo promozionale** delle singole **aree territoriali**

### **Le radio politicamente schierate**

Si tratta di radio che hanno fatto una **precisa scelta politica ed ideologica** e la promuovono attraverso una **tipologia di programmazione più di nicchia, per nulla commerciale**

### **Le radio all'insegna di tradizione e folclore**

Si tratta delle radio che, o per ragioni storiche, o culturali o musicali, si sono imposte nel panorama attraverso un'**offerta** volta alla **valorizzazione del territorio circostante...**

**Attendiamo le... "Altre Radio Locali".....  
il futuro ci dirà con quali caratteristiche...  
magari più dinamiche, innovative e dedicate ai giovani...**



***GRAZIE!***