

*Uno sguardo ai siti web  
delle radio locali*

**RadioTv Forum 2011**

**Roma, 24 maggio 2011**

## Sommario

- 1) Elementi di contesto
- 2) Analisi siti web delle radio locali
- 3) Device incumbent, privacy e dintorni
- 4) Conclusioni

- 1) Elementi di contesto
- 2) Analisi siti web delle radio locali
- 3) Device incumbent, privacy e dintorni
- 4) Conclusioni

# L'ascolto audio/radio degli italiani

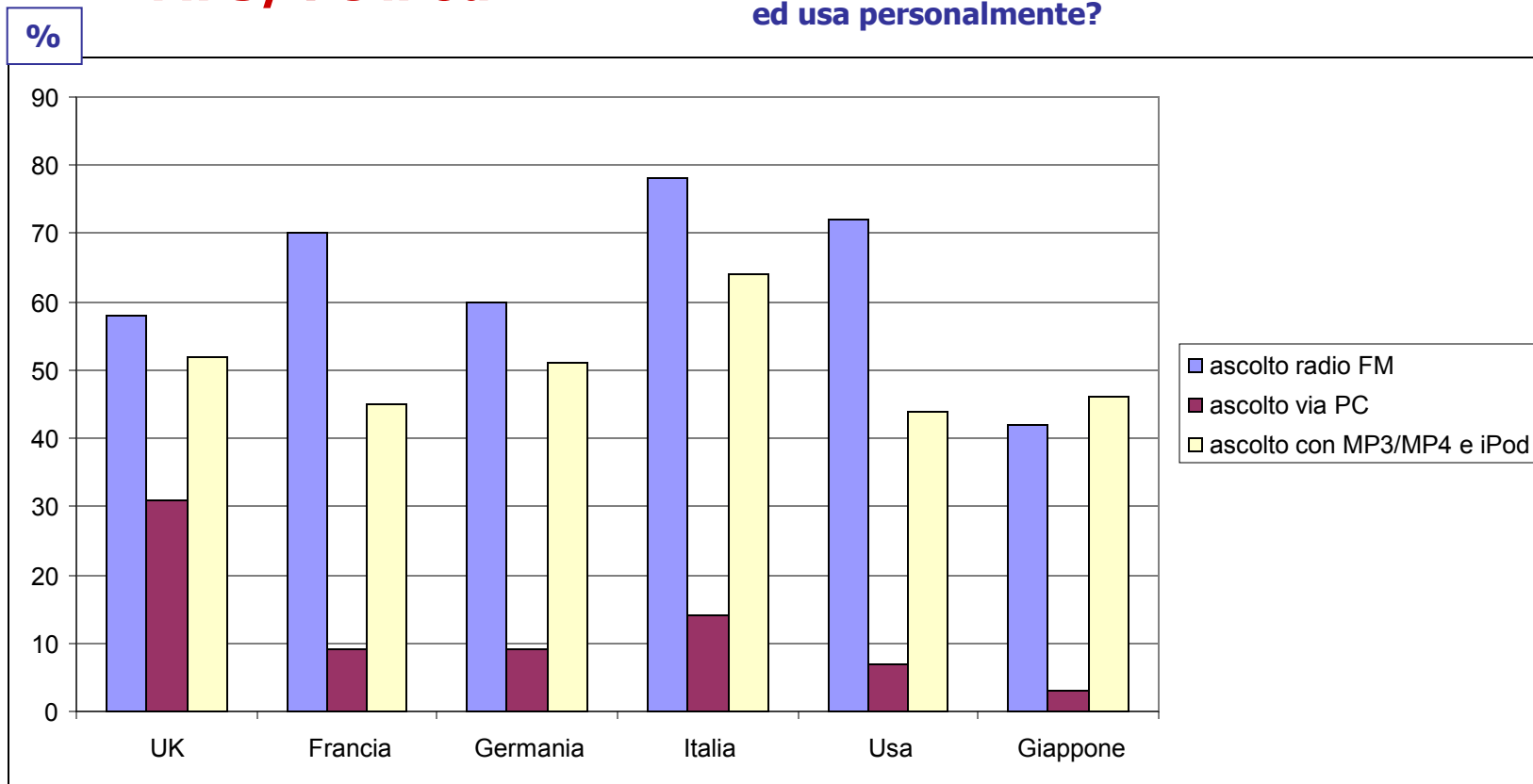
***OFCOM International Communication Market Report dic 2010 . Key points ricerca:***

- ***In Europa sono gli italiani che utilizzano maggiormente i personal media player (MP3 , MP4 e iPod) ...64%***
- ***Gli italiani che ascoltano la radio dal cellulare sono pari al 31%***
- ***Ascolto in Italia di MP3 track dal cellulare è pari al 33% (valore più alto in Europa)***
- ***Il 74% degli italiani ascoltano regolarmente la radio ..il 54% la ascolta su supporti hi-fi/CD***

# L'ascolto audio/ radio

- Gli italiani sono primi in Europa nell'ascolto di MP3/4 e iPod**

Domanda: Quale dei seguenti apparecchi lei possiede ed usa personalmente?

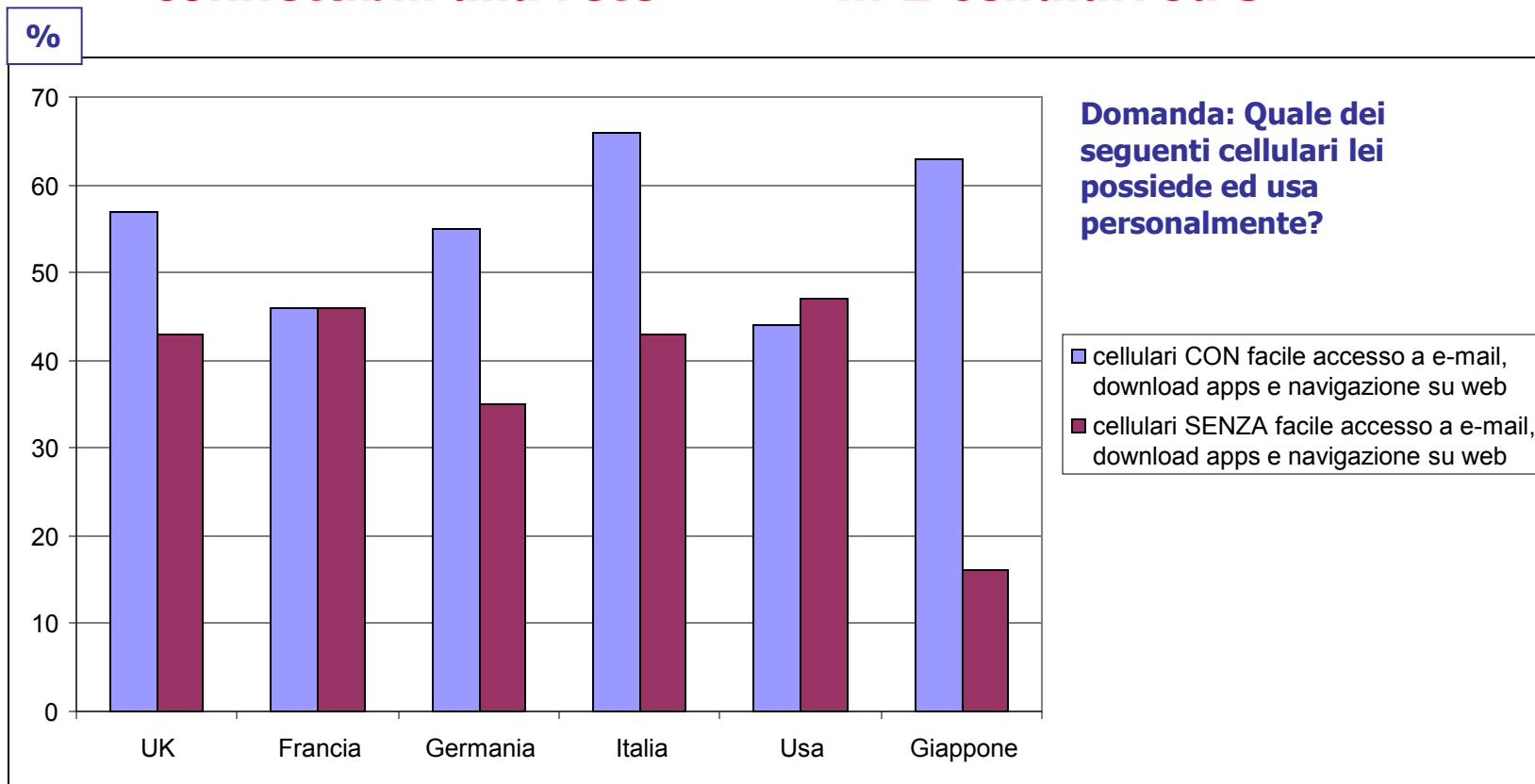


(\*) OFCOM International Communication  
Market Report dic 2010

Base dati= adulti maggiorenni che usano Internet  
UK=1016, F=1017, Ger=1014, Italia=1002,  
USA=1017, Giap=1001

# Cellulari vs rete

- L'Italia ha il maggior numero di cellulari facilmente connettabili alla rete ... 2 cellulari su 3**

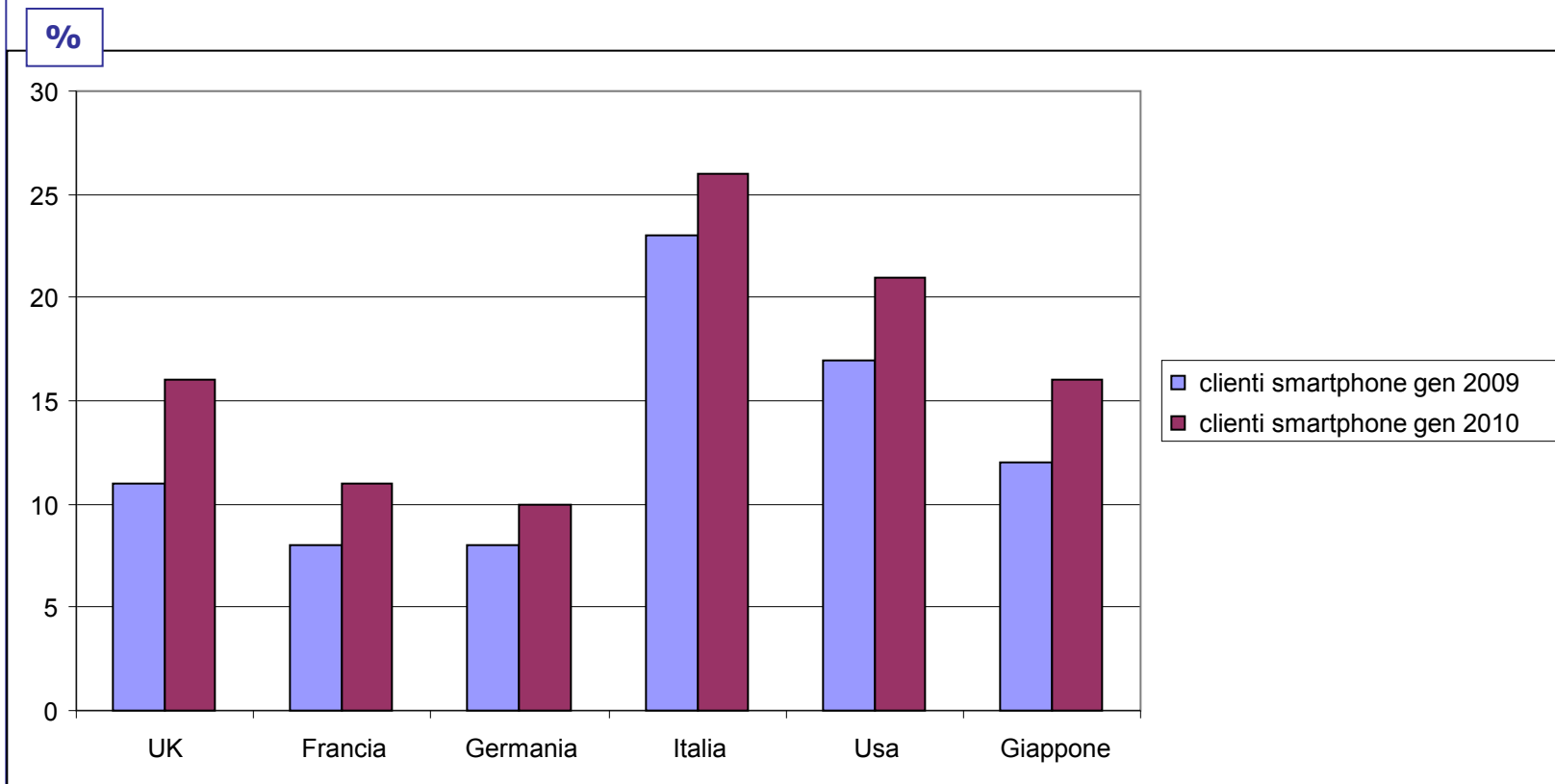


(\*) OFCOM International Communication  
Market Report dic 2010

Base dati= adulti maggiorenni che usano Internet  
UK=1016, F=1017, Ger=1014, Italia=1002,  
USA=1017, Giap=1001

# Italiani e smartphone

- L'Italia è ampiamente leader in Europa nel mercato smartphone con un trend in crescita***



(\*) OFCOM International Communication  
Market Report dic 2010

Persone con età > 13 anni.  
dati comScore MobiLens

# Top 10 siti web visitati in Italia nel 2010

***In Italia è in corso una marcata tendenza al social networking***

2010 vs 2008		
1	Google	=
2	Facebook	(new entry)
3	MSN	-1
4	YouTube	+4
5	Virgilio	-1
6	Yahoo	-1
7	Microsoft	-4
8	Libero	-2
9	Wikipedia	-=
10	Blogger	(new entry)

(\*) OFCOM International Communication  
Market Report dic 2010

Dati: The Nielsen Company.  
Agosto 2010 Il +/- denota la  
variazione con agosto 2008



# Modalità d'uso del cellulare

%

**Domanda:**

**Quali delle seguenti attività  
sono da lei svolte  
settimanalmente usando  
il cellulare?**

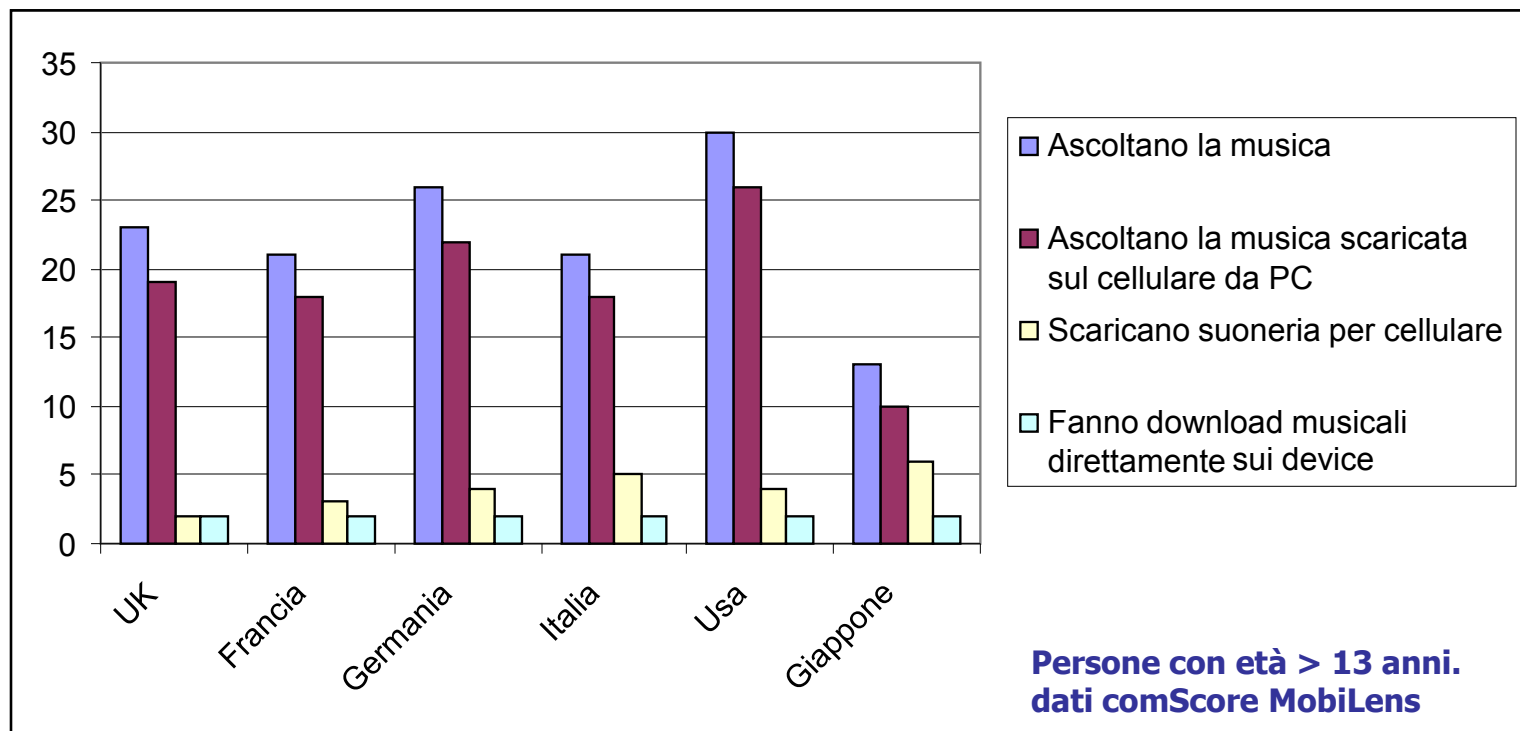
SMS	83
Chiamate vocali	75
Accesso a Internet	21
Giochi	18
Ascolto MP3	18
Social Network	10
E-mail (no sms)	13
MMS	19
Instant messaging	11
Ascolto FM radio	18
Location Apps (google map,..)	7
Vedere video clip	4
Download Apps	5
Upload foto/video	4
Vedere programmi TV	2
Spedire/ricevere video clip	2
Videochiamate	5
Ascolto podcast	1

(\*) OFCOM International Communication  
Market Report dic 2010

**Base dati= adulti maggiorenni che usano Internet**  
**UK=1016, F=1017, Ger=1014, Italia=1002,**  
**USA=1017, Giap=1001**

# Ascolto musica, cellulari e device

- I dati italiani sono in linea con quelli degli altri paesi top***

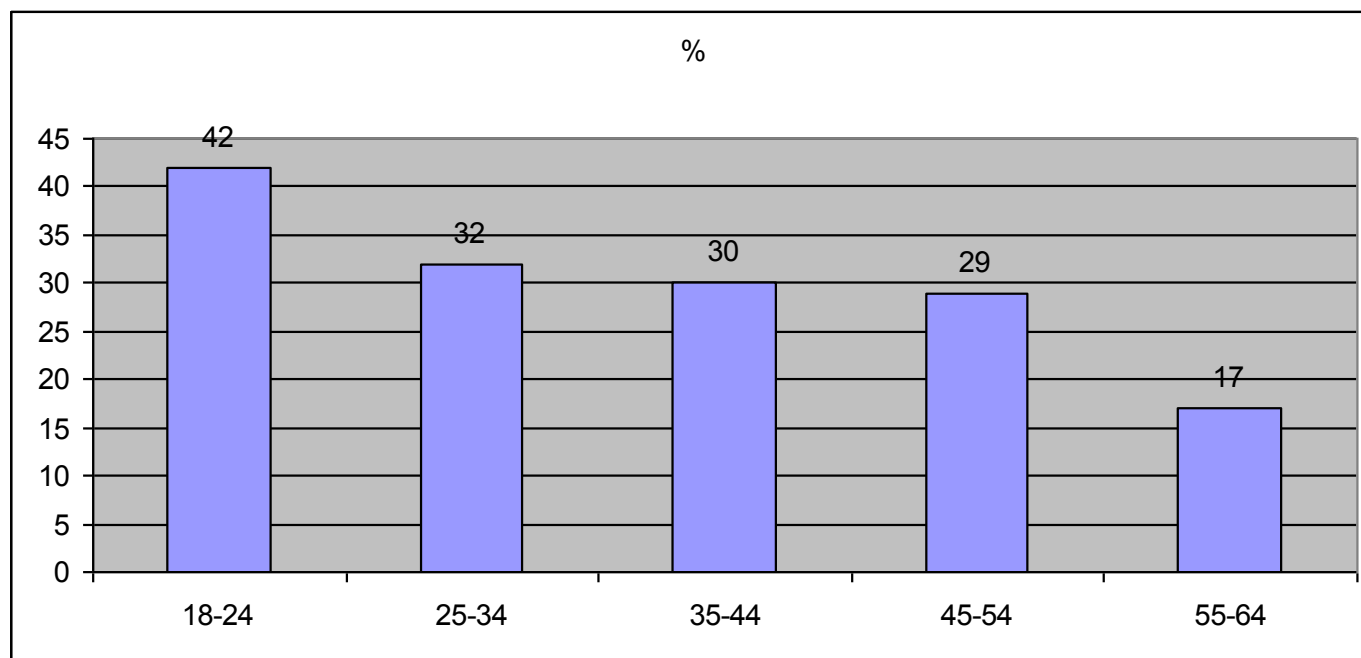


(\*) OFCOM International Communication Market Report dic 2010

# Ascolto musica e cellulari

- **Accesso alla rete via cellulare dagli utilizzatori di Internet in Italia**

Adulti maggiorenni che utilizzano Internet  
(1002 rispondenti italiani)



Incremento %  
sul 2008

+23

+11

+11

+14

+7

(\*) OFCOM International Communication Market Report dic 2010

1) Elementi di contesto

2) Analisi siti web delle radio locali

3) Device incumbent, privacy e dintorni

4) Conclusioni

# Analisi siti web delle radio locali

## *Campione analizzato*

*100 siti di radio locali individuati*

*in modo casuale*

*tra gli associati di Aeranti Corallo*

*Periodo: mar - apr 2011*

# Elementi oggetto di analisi

**Aggiornamento**  
**Affollamento pagine**  
**Classifiche**  
**Streaming**  
**News**

**Navigabilità**  
**Palinsesto leggibilità**  
**Web-cam**  
**Presenza frequenze**  
**Eventi/concerti**  
**E-commerce**  
**Social network**

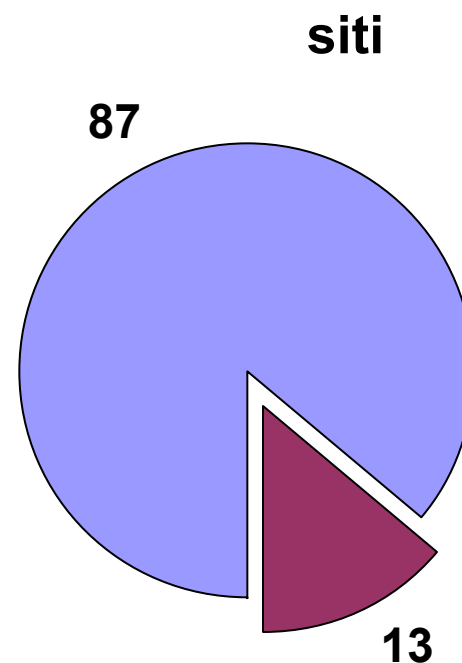
**Interviste**  
**Video**  
**Foto**  
**Sport**  
**Podcast**  
**Meteo**

# Analisi siti web delle radio locali

***87 siti sono attivi e navigabili***

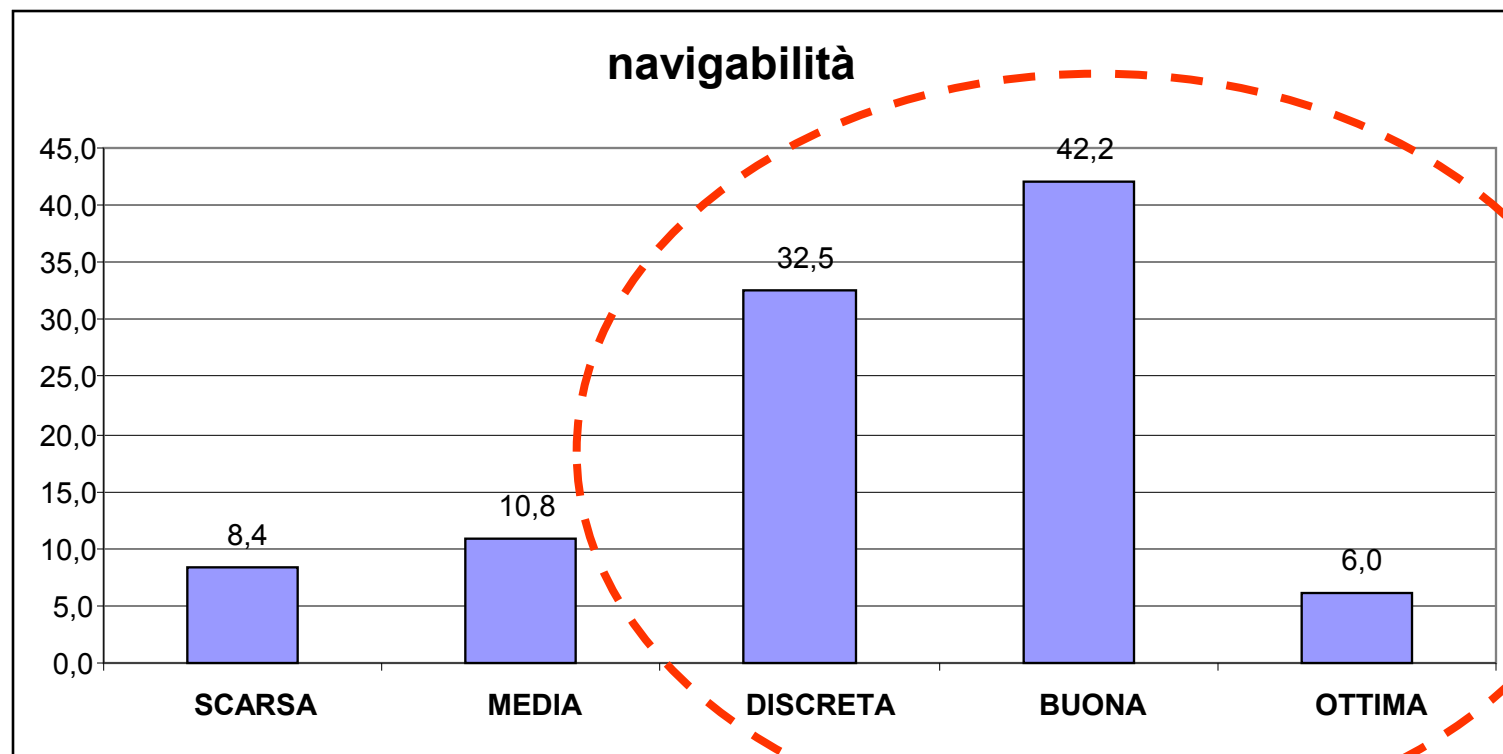
***13 siti presentano alcuni problemi:***

- pagina statica (solo streaming)***
- link vuoto***
- pagina con soli link***
- sito del gruppo editoriale***
- sito in costruzione***
- non si apre***



# Analisi siti web delle radio locali

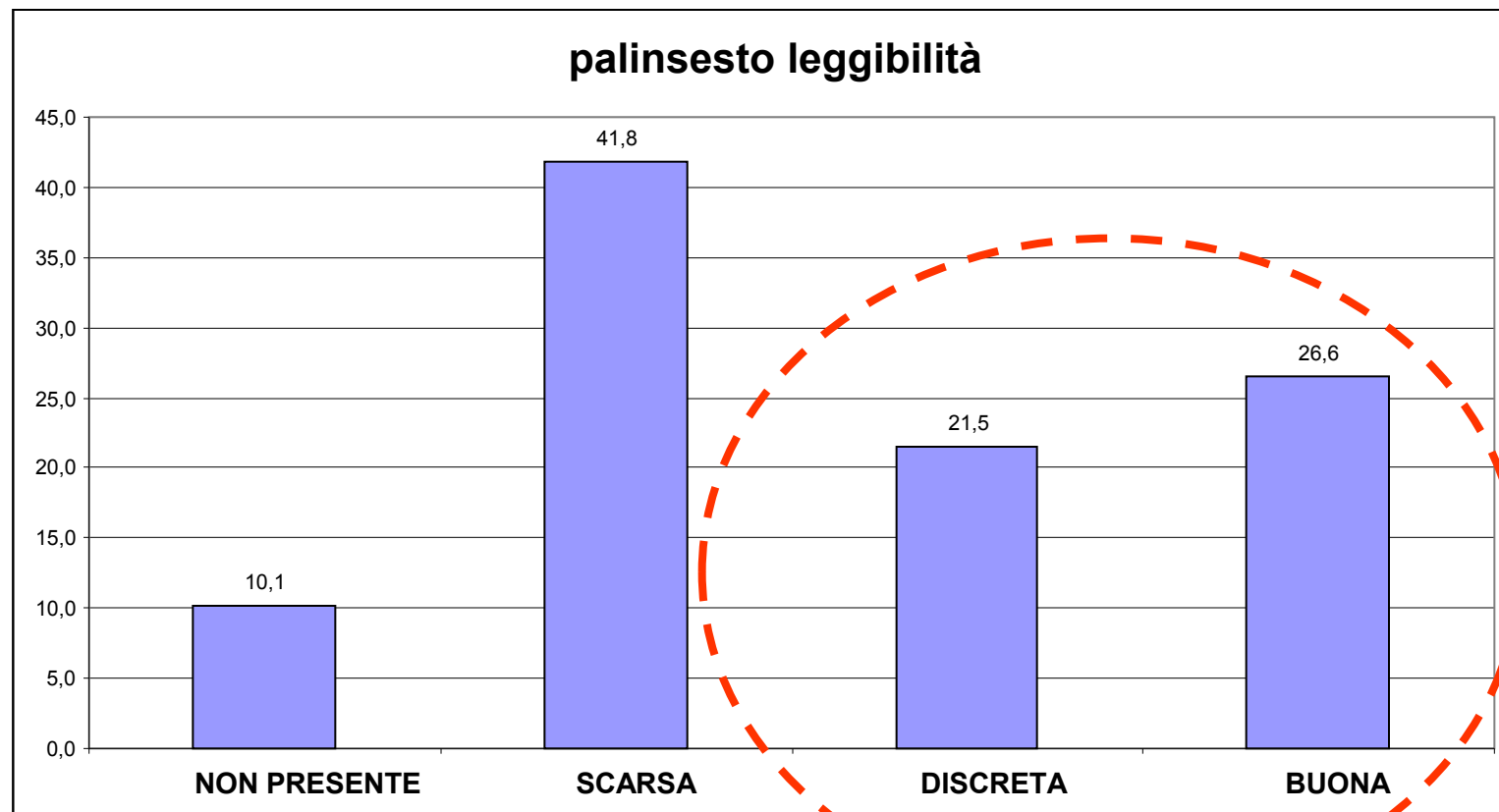
*in circa l'80% dei casi la navigabilità dei siti permette un facile orientamento*





# Analisi siti web delle radio locali

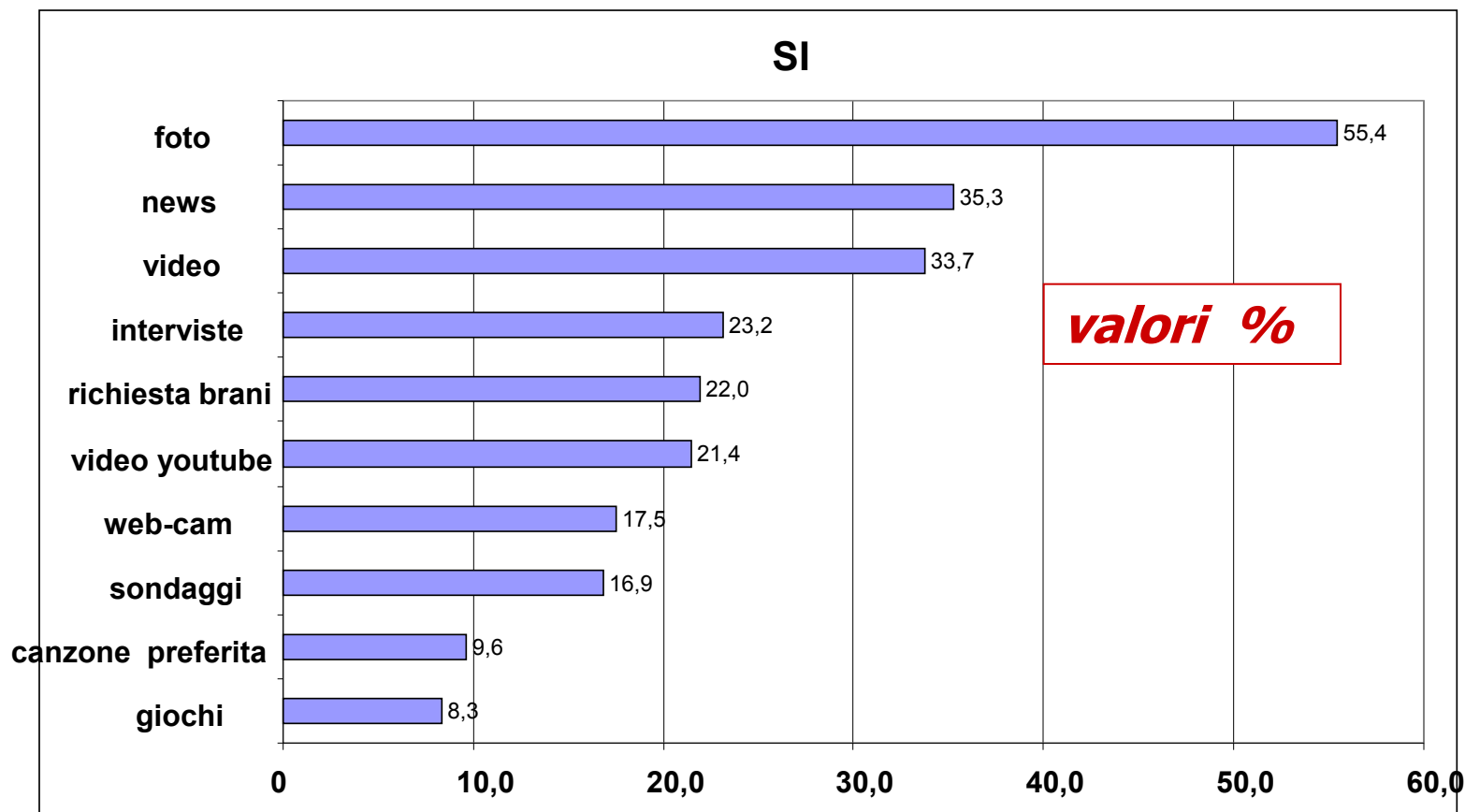
*La leggibilità del palinsesto è buona nel 50% dei casi*



# Analisi siti web delle radio locali

## Modalità di relazione con gli ascoltatori:

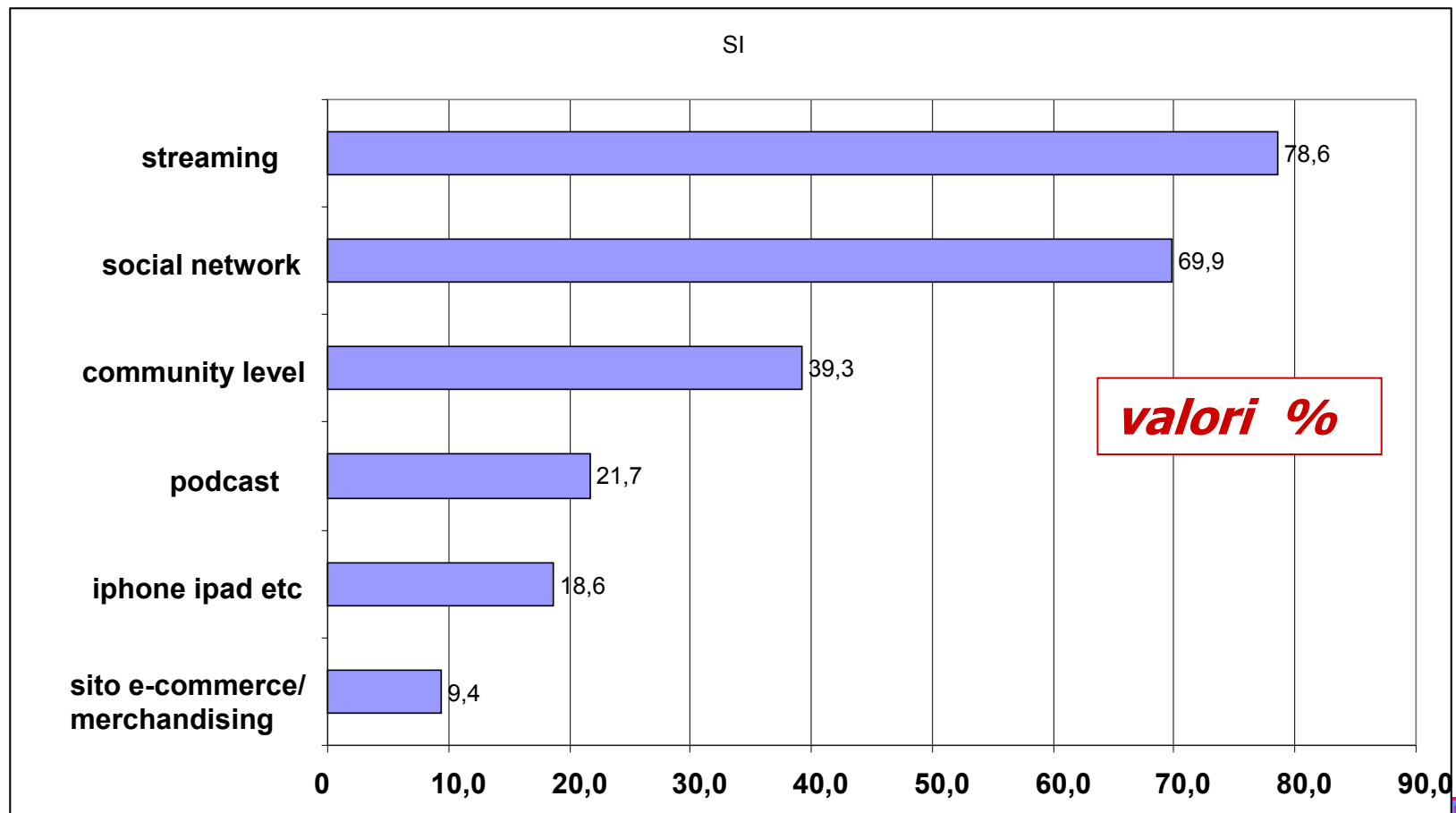
**Basic unidirezionali**



# Analisi siti web delle radio locali

## Modalità di relazione con gli ascoltatori (segue)

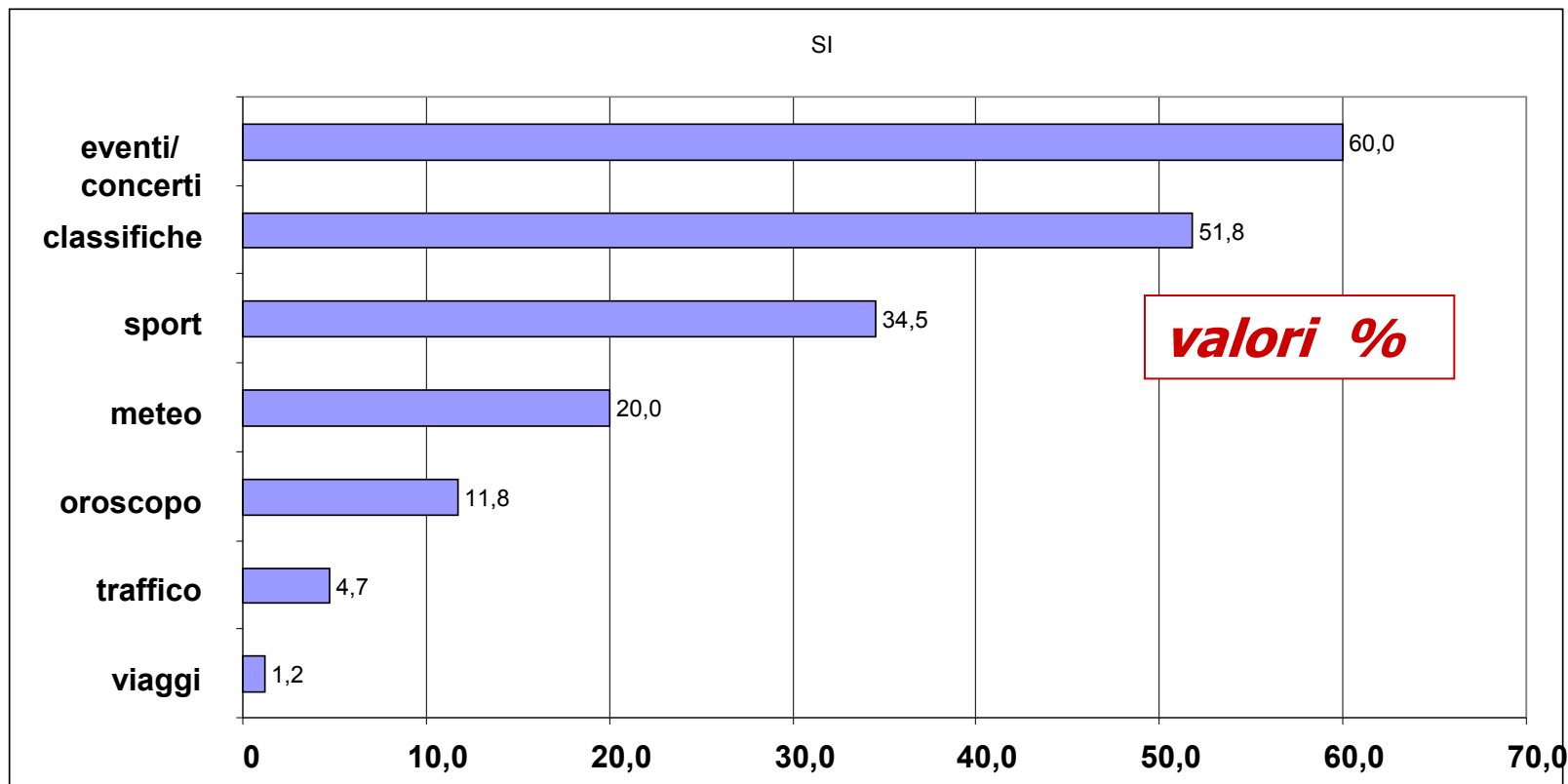
### Streaming & networking



# Analisi siti web delle radio locali

## Modalità di relazione con gli ascoltatori (segue)

### Le informazioni unidirezionali



# ...verso il Web2.0

## Potenzialità

### Web 1.0

Sito vetrina

Logica della pubblicazione e della visita  
siti web *statici*, senza possibilità di interazione con l'utente, salvo la mail e l'uso dei motori di ricerca



### Web 2.0

Piattaforma interattiva e partecipata

Logica della partecipazione, dell'interazione e della condivisione

Admin vs. utente

Utenti amministratori

Siti personali

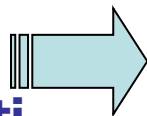
Blog

Gestione unidirezionale dei contenuti

Logica Wiki

# WIRED

Nell'ultima pagina  
vengono  
pubblicizzati



**gli extra  
da vedere**

**i Podcast  
da sentire**

**Perché una rivista di carta vuole anche farsi vedere e sentire?**

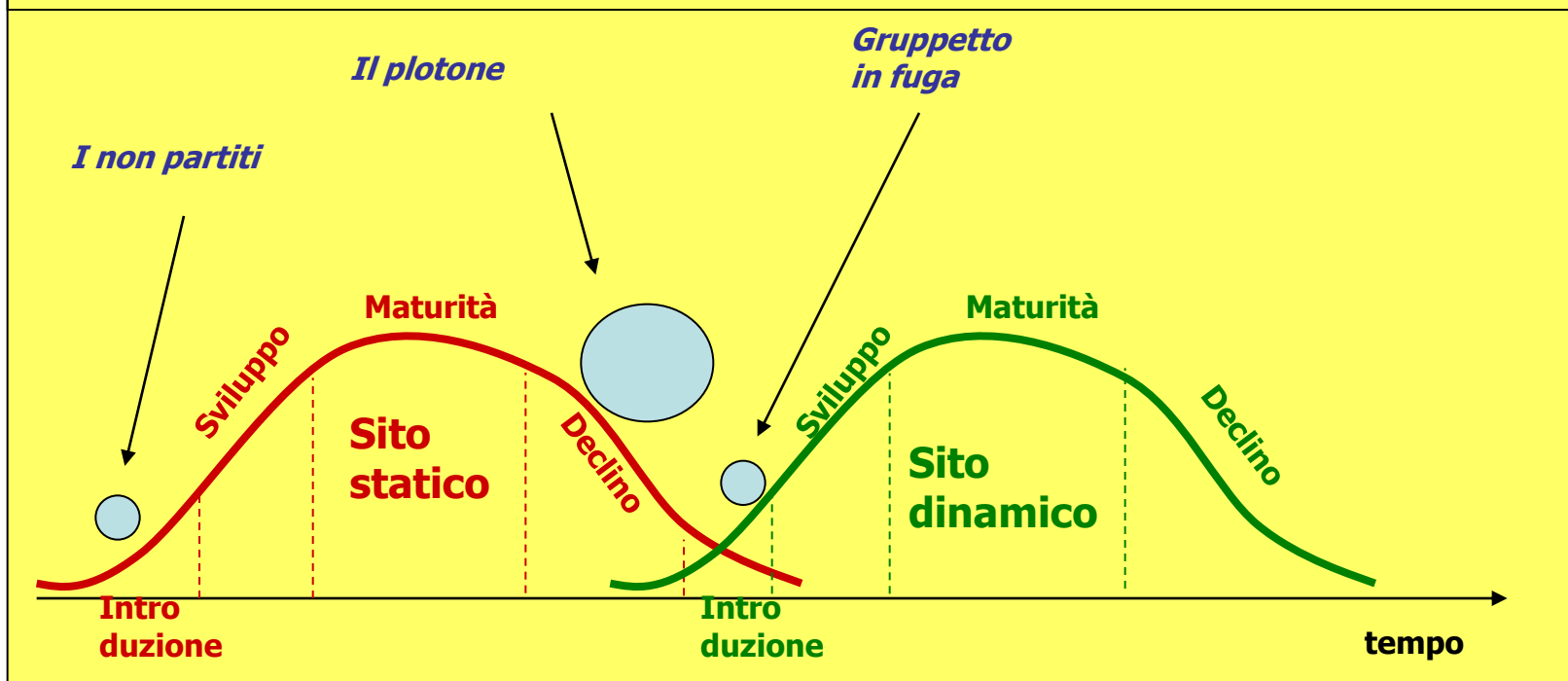
**PROFILATURA  
CLIENTI**

**Branding  
del marchio**

# Ciclo di vita dei siti web

*Le aziende nel mercato stanno passando  
da un sito statico .... ad uno dinamico*

*... e i siti web delle radio oggetto di analisi ?*



# Web 2.0: un cambiamento forte ?

**La tecnologia è disponibile da tempo.**

**Il cambiamento si attua dando pieno significato alle esperienze che facciamo.**

**Avere una community rigogliosa aiuta ad avere feedback costanti, ma non sempre gli utenti sanno con chiarezza quello che vogliono.**

**Serve un capitano lungimirante per gestire con efficacia il web 2.0 e l'incaricato web non deve essere lasciato solo**





1) Elementi di contesto

2) Analisi siti web delle radio locali

3) Device incumbent, privacy e dintorni

4) Conclusioni

# Una marea *attesa* di tablet e smartphone

## Consumer Electronic Show

Las Vegas gen 2011

**...entro i prossimi due anni le  
vendite dei Tablet e degli  
Smartphone supereranno le vendite  
dei PC**

# Le apps (\*) *radio* per i device

Device Sw apps	iPhone	iPod Touch	BlackBerry	Android	iPad
heartradio	X	X	X	X	
LivioCar Internet Radio	X	X			
Slacker Radio	X	X	X	X	
SIRIUS XM Radio	X	X	X	X	X
AOL Radio	X	X			X
Stitcher		X	X		
TuneIn App	X		X	X	
TuneIn x Ipad					X
Radio.Com	X			X	X
...					

(\*) Il mercato complessivo delle Apps vale 6,7 miliardi dollari  
(fonte Gartner Group - key4biz dic 2010)

# Apps e dintorni: numeri straordinari

**Download/  
anno**

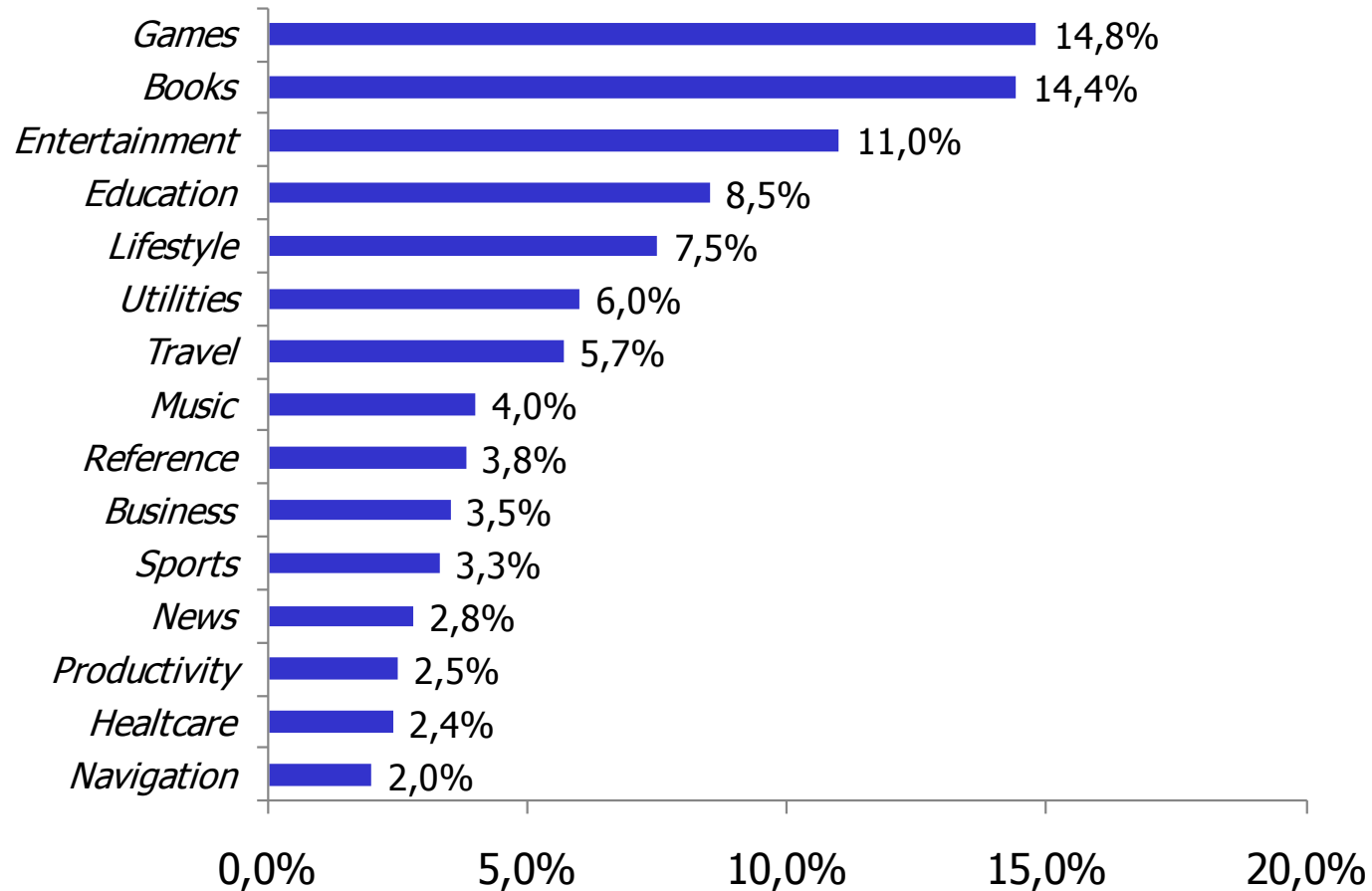
**> 16.000.000.000 ( Apple Store >10 Miliardi,  
Android > 5 miliardi; ... )**

**Nascono 15.000 nuove  
applicazioni al mese**

**Più di 80.000 Sviluppatori  
attivi nell' US App Store**

**Fonte: Kanso Group**

# Apple Store: Distribuzione numerosità per categoria



Fonte: Apple Store dati aggiornati al 3/5/2011 by Kanso Group

# Aspetti di privacy

**Wall Street Journal ha analizzato 101 apps tra le più popolari applicazioni su Android e iPhone**  
**- 56 di queste trasmettono l'indirizzo ID, identificativo del telefonino ad altre società senza il consenso degli utenti**  
**.... tra gli altri, anche Google e Pandora hanno *beneficiato* delle fughe di notizie**

**I legali della Apple (\*) si preparano a comparire davanti alle commissioni di inchiesta in vari paesi del mondo per spiegare come mai l'iPhone accumuli informazioni sulla posizione dei suoi utilizzatori**  
**.. ma si è scoperto che anche Android ha questo vizio**

**(\*) fonte: Wired.it 27 aprile 2011**

Firefox | Pandora Internet Radio - Find New Music, Li... | http://www.pandora.com/restricted

PANDORA® internet radio sign in

search for music | Your Profile | About the Music | Share | Mobile | Help

**27 aprile  
ore 17:30**

**Accesso negato per  
licensing constraint**

**Possibilità  
di rimborso**

**Ti faremo sapere quando  
il tutto sarà risolto**

Dear Pandora Visitor,

We are deeply, deeply sorry to say that due to licensing constraints, we can no longer allow access to Pandora for listeners located outside of the U.S. We will continue to work diligently to realize the vision of a truly global Pandora, but for the time being we are required to restrict its use. We are very sad to have to do this, but there is no other alternative.


We believe that you are in **Italy** (your IP address appears to be **79.38.2.191**). If you believe we have made a mistake, we apologize and ask that you contact us at [pandora-support@pandora.com](mailto:pandora-support@pandora.com)

If you are a paid subscriber, please contact us at [pandora-support@pandora.com](mailto:pandora-support@pandora.com) and we will issue a pro-rated refund to the credit card you used to sign up. If you have been using Pandora, we will keep a record of your existing stations and bookmarked artists and songs, so that when we are able to launch in your country, they will be waiting for you.

We will be notifying listeners as licensing agreements are established in individual countries. If you would like to be notified by email when Pandora is available in your country, please enter your email address below. The pace of global licensing is hard to predict, but we have the ultimate goal of being able to offer our service everywhere.

We share your disappointment and greatly appreciate your understanding.

Sincerely,



- 1) Elementi di contesto
- 2) Analisi siti web delle radio locali
- 3) Device incumbent, privacy e dintorni
- 4) Conclusioni



# Conclusioni/domande

**La gestione di un sito web radio dinamico comporta la gestione di dati sensibili del cliente necessari per migliorare sia la relazione con lui che il nostro offering.**

**Le persone sono disposte a cedere parte dei propri dati in cambio di alcuni servizi.**

# Conclusioni/domande

## ALCUNE DOMANDE APERTE

- Quali sono i servizi che convincono un utente a profilarsi?
- **Le radio attualmente dispongono di questi servizi?**
- Sanno sfruttare al meglio le potenzialità del web 2.0 e degli infiniti canali attraverso i quali il web viaggia?
- **Le radio Sanno valorizzare i contenuti ed il brand attraverso la multicanalità?**
- Come riescono ad orientarsi nella scelta del posizionamento in ottica web 2.0?

# Web 2.0

**Se non ora, quando?**

**Grazie**

**[ugo.stocco@radiodigitali.net](mailto:ugo.stocco@radiodigitali.net)**