

Secondo Tempo



EFFE EMME 35 milioni di ascoltatori, in crescita del 2,1%

R

» DILETTA PARLANGELI

«*radio killed the radio star*» e ci prova anche con la concorrenza, con buoni margini di successo. Non solo il mezzo ha resistito meglio di altri all'onda d'urto dell'innovazione tecnologica, ma porta a casa anche soddisfazioni in termini di pubblico e di investimenti. Secondo i dati Radiomonitor di Gfk rilasciati a febbraio, in Italia sono 35 i milioni di ascoltatori delle emittenti nazionali e locali, cioè il +2,1% rispetto al 2014. In tempi di magra per il settore pubblicitario sui mezzi di comunicazione, la radio ha portato buoni risultati anche in termini di investimenti: nel 2015 ha registrato, secondo Nielsen, un segno positivo dell'8,8%.

ANCHESE i volumi restano differenti rispetto a quelli del nemico per eccellenza, la televisione, la classifica parla di un aumento anche del *web advertising*, e questo potrebbe non essere un caso. «La radio va molto più in continuità con il web di quanto faccia la tv - spiega Stefano Chiarazzo, Fondatore e curatore dell'Osservatorio Social Vip e del Social Radio Lab -, quindi i modelli che puntano a un mix di investimenti tendono ad andare a braccetto sui due mezzi». Il legame tra radio e web sembra essere più proficuo del previsto. Sarà che la radio ne ha viste di crisi, nella sua storia, ma pare che abbia gestito l'integrazione in maniera molto più arguta di quanto abbiano fatto altri mezzi, stampa compresa.

«La radio continua a essere il mezzo più immediato, facile da raggiungere e rassicurante. Il solo fatto che sia il media naturale su tutte le automobili del mondo ne è la riprova - commenta Luca De Gennaro, storica voce della radio italiana e autore di *Planet Rock - L'ultima rivoluzione* (ed. Arcana) -. Ed è un mezzo che sta intercettando in maniera intelligente l'apertura di nuove possibilità di espressione su canali di diffusione diversi dalla tradizionale banda in FM».

NEL CONTEMPO, continua a essere raccontata in più ricerche - da quella di Australian Radio Network (ARN), a una di Gfk/RadioCompass - come la preferita dal pubblico quando vuole sintonizzarsi con il proprio umore, migliorandolo, e stabilire una profonda connessione con le voci on air. È come se la duttilità della radio l'avesse aiutata ad accogliere meglio le novità, e al tempo stesso le avesse fornito un'autorevolezza riconosciuta e indiscussa.

«L'integrazione con le diverse piattaforme è il suo futuro. Un mezzo che dovrà essere sempre presente e che già oggi sta mostrando esempi

L'anno in cui la radio stregò l'Italia (di nuovo)

perfettamente riusciti di sviluppo su piattaforme di trasmissione alternative - continua De Gennaro -. BBC 6 Music, uno dei canali più belli del mondo, viaggia solo in rete. In Italia l'esempio di Casa Bertalot è emblematico; in Usa il successo di un podcast come 'Serial', che non ha alcuna esposizione radiofonica tradizionale, è segno di una rivoluzione che sta arrivando».

IL DIALOGO con la tecnologia non è solo una questione tecnica. La capacità delle emittenti di rappresentarsi sui social media apre finestre interessanti sulla comunicazione.

Radio Italia è una delle emittenti con il più alto numero di fan su Facebook, ma secondo l'analisi delle interazioni di Blogmeter pubblicati su Data-MediaHub, la miglior performance sul social in termini di coinvolgimento è stata, ad aprile, quella di Radio Maria (su Twitter ha vinto Rtl 102.5).

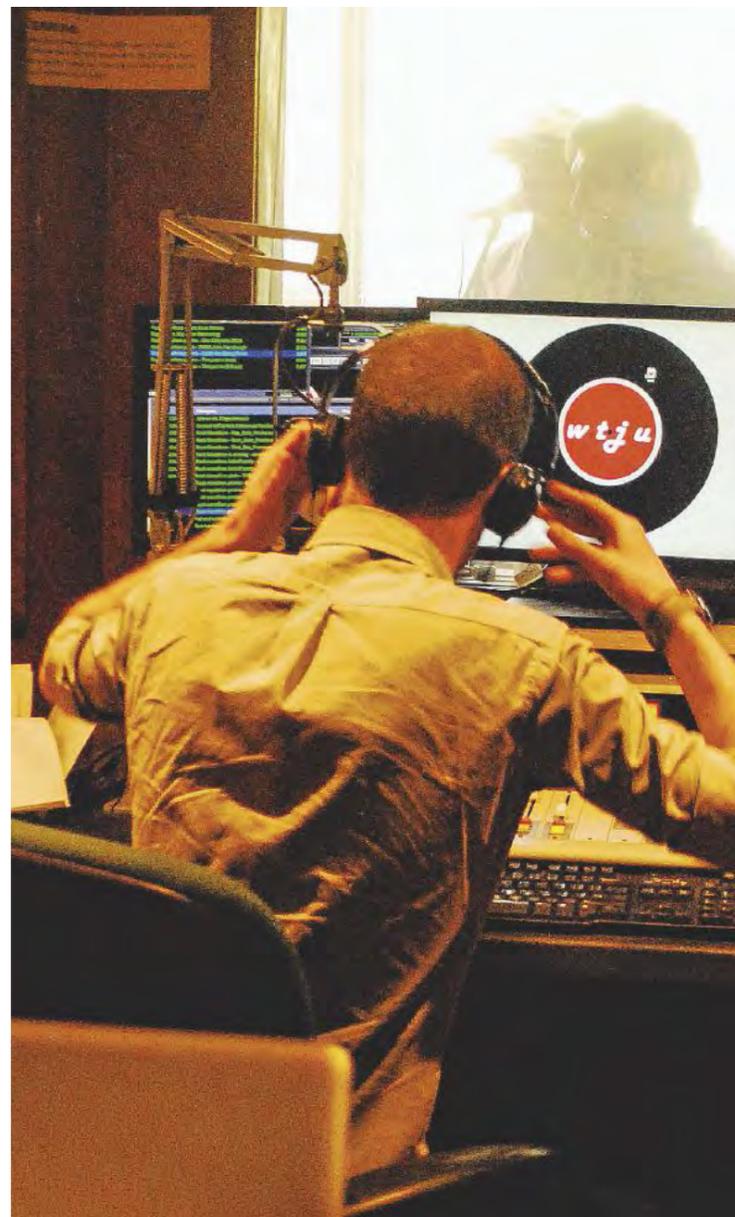
Il successo della comunicazione di una radio online, per essere calcolato, deve considerare almeno tre livelli: «Re-



stando su Facebook, bisogna analizzare la pagina della Radio, quella del programma (che spesso ha più interazioni) e la fanpage dello speaker», dice Chiarazzo.

FINESTRE tutt'altro che virtuali sui dietro le quinte e sull'identità editoriale, da sempre fondamentale. «Ho definito 'l'ultima rivoluzione' il periodo che ho raccontato nel libro sul programma radio-

Ieri, l'altrove e oggi
Al centro due immagini storiche della radio; in basso i conduttori Fabio Canino e Rossella Brescia
Ansa



fono 'Planet Rock', perché quelli sono stati gli ultimi anni prima di Internet, in cui la radio era l'unica 'finestra sul mondo' per i giovani appassionati di musica alternativa che ci seguivano ogni sera. Era il solo modo per sentire concerti e conoscere le nuove uscite discografiche di un triennio (1991-1994) molto fertile e stimolante - chiude De Gennaro -. Oggi una radio non può prescindere da tre elementi: inte-

grazione delle piattaforme; creazione di eventi sul territorio e una personalità forte e distintiva. Ogni canale radio deve essere immediatamente riconoscibile e parlare a un tipo di pubblico. Pretendere oggi di fare la radio per tutti vuol dire rischiare di non farla per nessuno».



L'INTERVISTA/1

FABIO CANINO Il programma di Radio2 sulle eccellenze

“Miracolo italiano: la tv ora non è più credibile”

» ALESSIA GROSSI

In momenti di crisi come questo che stiamo attraversando anche il pubblico 'più basso', chiamiamolo così, capisce che della televisione non si può più fidare». Fabio Canino, conduttore insieme a La Laura del *Miracolo italiano*, in onda nel fine settimana su Radio2, spiega così il grande boom delle radio e i buoni risultati del suo programma. E - dopo aver confessato di aver pensato che fosse la polizia a chiamarlo - regala un'immagine esemplificativa della sua teoria: «Ieri la d'Urso ha intervistato Berlusconi che diceva che, caduto il suo governo è andato in Amazzonia ad aiutare i bambini.

Sembrava un film di Boldi, dico davvero - ridacchia il conduttore - e lei, che è sotto rinnovo di contratto, non l'ha contraddetto. Mase Berlusconi era in Italia e lo sapevano tutti. Questo per dire che la tv ormai ha perso credibilità».

La differenza tra radio e tv è soltanto questa?

Sì, ma anche il fatto che gli ascoltatori della radio sono molto più "presenti". Se sbagli qualcosa ti chiamano per fartelo notare.

C'è un rapporto conflittuale. All'inizio ci resti male, poi capisci invece che è normale, è il gioco radiofonico.

Che pubblico è quello di *Miracolo italiano*?

Non per vantarmi, ma il nostro è un pubblico più alto, attento ecco. Da prima di Renzi - cioè siamo pre-renziani - abbiamo cercato di dare spazio a chi ha smesso di avercela col vicino per aver messo la macchina in doppia fila, perché tanto lo facciamo tutti, e si è rimboccato le maniche per mettere su un'impresa, un'applicazione, un'onlus e migliorare le cose. Quelle persone che hanno capito, come dico nel mio ultimo libro, che se sei felice, ma intorno a te gli altri non lo sono, è inutile esserlo.

Dove si lavora meglio, nella radio pubblica o in quella privata?

La Rai ti ammazza di burocrazia: le idee si perdono nella lunga fila delle settanta persone che devono approvartele. Ma, a differenza delle emittenti private, non ha la pubblicità che la rende più simile alla tv, ai tempi televisivi. Qui si fanno più contenuti. Io mi vedo solo nella radio pubblica, perché, come avrà capito, mi piace parlare tanto e non potrei mai dire la mia opinione tra una canzone e l'altra.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

E adesso la pubblicità

In tempi di magra sui mezzi di comunicazione, si sono registrati anche buoni investimenti



Più seguiti

1

Medaglia d'oro d'ascolto è "Tutto esaurito", programma mattutino di Radio 105 condotto da Marco Galli

2

Al secondo posto, il popolarissimo "Zoo" di 105, seguito nel quarto d'ora medio analizzato da un milione e duecentotredici persona

3

Il terzo posto va a "La famiglia giù al Nord" di Rtl, in onda dalle nove alle undici del mattino

Renga, il nuovo singolo

Dopo il grande successo di "Guardami amore", dal 3 giugno in radio "Il Bene", scritto con Ermal Meta e tratto dall'album di inediti

**Scommesse, assolto Gillet**

Gli ex capitani del Bari, Gillet e Caputo, sono stati assolti dall'accusa di combine. Condannati invece 4 ex calciatori baresi

**Box office, vince "Alice"**

È "Alice attraverso lo specchio" il film più visto, con 1.919.600 euro. Resiste al secondo posto "La Pazza Gioia" di Virzi. Al terzo "X-Men: Apocalisse"



NAZIONALE Da 30 convocati si passa a 23. Montolivo, infortunato, è praticamente fuori. Si punta su Eder (che non segna più), De Rossi in bilico. E l'esordio con il Belgio fa paura

Oggi il ct Conte fa le sue scelte Anche se c'è poco da scegliere

» PAOLO ZILIANI

Due anni fa, con i Mondiali in Brasile alle porte, c'era uno spot che martellava in tv dal mattino alla sera. Era lo spot Simmenthal con la voce del telecronista che diceva: "Le nazionali sono in campo ma Montolivo è rimasto negli spogliatoi, non capiamo per quale ragione". Dopodiché si vedeva lui, mister moviola, seduto a un tavolino in maglia azzurra intento a consumare carne in scatola al grido di "Grazie mamma!". Non fu un'idea fortunata. Nell'ultima amichevole pre-mondiale (Londra, Italia-Irlanda 0-0), in uno scontro con Pearce, Montolivo si fratturò la tibia: addio mondiali. Jella irripetibile? Macché. Domenica, nell'ultimo allenamento pre Italia-Scozia, il capitano del Milan ha pensato bene d'infortunarsi al polpaccio: già si reggeva in piedi a stento, oggi al 99% Conte lo lascerà a casa. Un consiglio: fossimo in lui, quest'estate andremmo in vacanza a Lourdes. Male non dovrebbe fare.

CONVOCATI. Oggi Conte cominciate le sue scelte: da 30 si passa a 23. Urgono 7 tagli e con Montolivo dovrebbero restare a casa Zappacosta e Benassi (e siamo a 3), uno tra Astori e Rugani (e fanno 4), più tre da scegliere tra De Rossi (senon sarà ritenuto fisicamente in-

doneo), De Sciglio, Sturaro, Insigne e Immobile. Salvo sorprese.

SPIN DOCTOR. Intervistato da l'Unità, Gigi Buffon, quello che ai tempi di Parma andava in tv con la t-shirt "Boia chi molla!" e che presentava un falso diploma di maturità (da ragioniere, mai ottenuto) per iscriversi a Giurisprudenza, a proposito di Renzi ha detto: "Mi piace il suo vigore. E sono con lui sulla fine del bicameralismo perfetto e sull'Italicum".



Non sappiamo far crescere i giovani, ma nemmeno far tesoro dei vecchi: Totti in campo a mezz'ora dalla fine è il più bravo

Dall'Italia all'Italicum, Gigi vola che è un piacere. Pronto per uscire di porta e finire all'Ala. Con Verdini.

AZZARDO. Quando Conte, prima di Italia-Scozia, ha detto che il bomber azzurro sarà Eder, sono cominciate le novene. Acquisito a gennaio dall'Inter dopo aver detto no al Leicester con la memorabile motivazione: "Ho scelto l'Inter perché voglio vincere lo



Ultime dal campo
Il commissario tecnico Antonio Conte dentro il centro di Coverciano
Ansa

scudetto!" (sic), l'ex sampdoriano ed ex brasiliano con l'Inter ha segnato 1 gol in 14 partite: giocando poco e facendo pena. E insomma: c'erano una volta Riva e Boninsegna, Bettiga e Paolo Rossi, Bobo Vieri e Roby Baggio. Oggi c'è Eder. Tre Pater Ave Gloria.

MONEY. Per chi l'avesse dimenticato: per dare a Conte la possibilità di guadagnare dai 4 ai 5 milioni netti l'anno, Tavec-

chio gli propose un contratto che prevedeva 1,6 milioni sborsati dalla Fige, 2,5 dallo sponsor Puma più tre bonus, il primo dei quali risibile (1 milione per la qualificazione agli Europei: un po' come rubare in chiesa). Restavano due bonus: 0,5 milioni se l'Italia andrà in finale (auguri e figli maschi) e 0,5 milioni se Conte avrà fatto guadagnare all'Italia 5 posizioni nel ranking Fifa. Ebbene, al momento della firma l'Italia

era 14°; oggi è 15° preceduta, tra gli altri, anche da Austria, Ecuador, Turchia e Svezia. Conte è bravino, ma Re Mida era un'altra cosa.

BELGIO. A proposito di ranking Fifa. Al 2° posto, alle spalle dell'Argentina, nella classifica delle migliori nazionali del mondo c'è il Belgio, che poi sarebbe il primo avversario che sfideremo in Francia (il 13 giugno a Lione). Un avvio durissimo, perché se il nostro bomber è Eder, il Belgio ha Lukaku (23 anni), De Bruyne (24) e come riserva quel Carrasco (22) che da solo, nell'ultima finale di Champions, a momenti portava l'Atletico al trionfo. Giovanissimi e bravissimi. Forse sarebbe il caso che noi, che ancora consideriamo giovane Balotelli (26 ad agosto), imparassimo dal Belgio come si fa.

SACRILEGIO. Non sappiamo far crescere i giovani, ma non sappiamo nemmeno far tesoro dei vecchi. Come Totti. Che messo in campo a mezz'ora dalla fine sarebbe il più bravo di tutti, ma figuriamoci, nemmeno a parlarne, toglierebbe il posto a Thiago Motta, il pippono che va per i 34 e che anche quando ne aveva 20 non valeva un'unghia, di Francesco. Cesare Maldini, almeno, Baggio ai mondiali di Francia l'aveva portato. Conte invece ha le idee chiare. "Totti? No grazie. Preferisco Motta".

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'INTERVISTA/2

ROSSELLA BRESCIA Il buongiorno di Rds in onda dalle cinque

LE NOSTRE FREQUENZE

"Il pubblico è più attento, se sbagli ti scrivono subito"

Mi fa piacere che gli ascoltatori vadano bene, perché sono follemente innamorata del mondo radiofonico". Esordisce così Rosella Brescia, con voce squillante, nonostante stamattina, come tutti i giorni dal lunedì al sabato, si sia svegliata prestissimo per condurre dalle cinque alle nove *Tutti pazzi per Rds*, con Max Pagani, Barty Colucci e Claudio Cannizzaro.

Perché secondo lei la radio sta avendo tanta fortuna?

Posso immaginare che sia per la sua spontaneità. Anche noi, come in televisione, abbiamo una scaletta da seguire, ma la maggior parte della trasmissione si improvvisa. Se sei finto la gente se ne accorge e interviene subito. In

radio infatti hai un feedback immediato, tramite sms, social network o whatsapp.

Il fatto che l'aspetto predominante non sia quello fisico influisce?

Nel mio caso non credo. La gente già mi conosce, sa come sono. Ma in generale forse sì. È intrigante il fatto di non vedere chi sia dietro al microfono.

Che pubblico segue *Tutti pazzi per Rds*?

È un pubblico molto trasversale, ma fedele. C'è chi si sintonizza in automatico, come farsi la barba al mattino. E fatto soprattutto di famiglie, madri e padri che accompa-

gnano i figli a scuola. Macise-guono anche molti impiegati, gente che lavora in banca. Ecco, sì, molti che lavorano in banca, forse perché si svegliano presto. Ci sono anche molti baristi tra i nostri ascoltatori, proprio perché iniziano a lavorare alla stessa ora in cui noi andiamo in onda.

Quali sono i vantaggi e gli svantaggi di lavorare in una radio privata?

Sicuramente la libertà è un vantaggio. Da quando lavoro qui nessuno mi ha mai imposto limiti, a parte evitare alcuni argomenti perché ci sono anche bambini all'ascolto. Sicuramente la pubblicità è

presente, ma sappiamo che è necessaria per pagare il programma. A volta arriva qualche sms di lamentela perché ci sono troppi spot, ma il pubblico fedele che ti segue aspetta che finisca la pubblicità pur di sentire il programma.

Tornando alla sua esperienza, cosa le ha dato la radio rispetto alla tv o alla danza?

In tv ti conoscono sempre in un certo modo. Anch'io non ero me stessa. In radio è diverso, posso essere davvero me stessa.

A.G.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FQ Radio, un filo diretto con i lettori tra musica e news

» MATTEO PONZANO

FQ Radio - la web radio del *Fatto Quotidiano* - è nata il 4 novembre 2015. Da noi potete ascoltare una selezione musicale a metà tra i successi storici e le novità discografiche, e un flusso di notizie brevi - una ogni due canzoni - per informare in tempo reale. Ogni giorno c'è spazio per l'approfondimento con il direttore Peter Gomez e ogni settimana parliamo di sport e attualità con Antonio Padellaro. Le nostre rubriche si occupano di tecnologia, salute e ambiente, ma facciamo informazione anche con le inchieste del *Fatto* e con un radiogiornale in diretta dalla redazione online. Gli ascoltatori possono interagire anche via Whatsapp, con i messaggi vocali. Resta in ascolto, ci sono novità in arrivo.