**Comunicato stampa**

**TREND E NOVITÀ DELLE RADIO ITALIANE SUI SOCIAL  
REPORT SECONDO SEMESTRE 2020**

**Roma, 28/01/2021** - É online il **report del secondo semestre 2020 del** [**Social Radio Lab**](http://www.socialradiolab.it/), laboratorio-community che dal 2013 monitora la presenza e performance sui social media di un panel costituito dalle 28 radio italiane nazionali e locali più ascoltate d’Italia. I dati cumulati di Facebook, Instagram, Twitter e YouTube al 31 dicembre 2020, raccolti **in collaborazione con la piattaforma di social listening** [**Talkwalker**](https://www.talkwalker.com/), confermano Radio Deejay come la community più grande con 5.6 milioni di follower complessivi. Grande il distacco su Radio 105 e Radio Italia, entrambe con 4 milioni di follower.

**LE PERFORMANCE SU FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER E YOUTUBE**

Tante le conferme su **Facebook**, con Radio Italia la più seguita (2,5 milioni di Mi Piace) e Radio Bruno la più attiva (6.800 post nel semestre). Radio Maria segna un ulteriore aumento dell’engagement, con oltre 8,6 milioni di Mi Piace sui post, 327.100 commenti e 1,2 milioni di condivisioni, staccando di molto RAI Radio2, con 1,5 milioni di interazioni totali del pubblico. L’emittente RAI è anche quella che, grazie a una strategia sempre più multipiattaforma, ha acquisito più nuovi fan: 163.000 (+21,23%).

“*Instagram resta il social media di maggior focus da parte delle radio italiane, con una particolare cura nel trasferire una chiara e coerente visual identity dei brand*” – commenta Stefano Chiarazzo, fondatore del Social Radio Lab – “*Grande anche l’attenzione ad una user experience che colga al meglio il potenziale degli strumenti offerti dalla piattaforma: dagli audiogram, contenuti ibridi con elementi visivi e audio, al frequente e creativo utilizzo delle stories alla sperimentazione di nuovi formati come i Reel*”. Come conseguenza di tale sforzo produttivo e creativo su **Instagram** si registra ancora una volta un trend in crescita. Radio Deejay è prima per follower totali: 942.400 al 31 dicembre, di cui 55.100 nuovi nel semestre. Significativa anche la crescita di RDS 100% Grandi Successi (+36.100, 382.100 totali), RTL 102.5 (+33.000, 795.700) e Radio 105 (+26.300, 911.500). RAI Radio2 e Radio Italia si sono distinte invece per essere le radio più attive nella pubblicazione di video, immagini e carousel.

Invariata la Top 3 su **Twitter** che vede Radio Deejay (2,3 milioni di follower), seguita da Radio 105 (1,4 milioni) e RDS (826.100). RTL 102.5 è la radio che ha acquisito più follower (+26.000, 824.400 totali al 31 dicembre), che ha twittato di più nel semestre (8.200 volte) e che ha generato più interazioni da parte del pubblico tra tag, commenti, retweet e like (oltre 493.000).

Radio Deejay si conferma leader su **YouTube** con 195.000 iscritti al canale. Al secondo posto, i 20.000 nuovi iscritti di Radio 105 le permettono di salire a quota 155.000 e distanziare ulteriormente Radio Italia (118.000), RTL 102.5 (90.800) e Radionorba (41.900). RTL 102.5 è la radio che ha pubblicato di più mentre Radio Deejay vince per visualizzazioni totali: 2 milioni contro 1.6 milioni di Radio 105.

**CONTENUTI PIÙ COINVOLGENTI DEL SECONDO SEMESTRE 2020. FOCUS COMMUNITY**

Conoscere le proprie community e produrre contenuti su social object specifici e con il giusto tono di voce continuano ad essere fattori di successo comuni a tutti social media in termini di coinvolgimento. “*Alcune radio possono beneficiare anche sui social del loro posizionamento verso pubblici verticali in termini di generi musicali o argomenti specifici”* – spiega Stefano Chiarazzo – *“Altre, più trasversali, variano i contenuti all’interno dei propri piani editoriali per interessare e coinvolgere tutti i diversi sottogruppi di ascoltatori e follower, andandosi però a focalizzare maggiormente su quelli più reattivi”.*

Tra le **community verticali** il caso di maggiore successo è **Radio Maria**, i cui fan hanno accolto con entusiasmo su Facebook i concorsi fotografici “Presepi 2020” e “Bambinelli 2020” e in occasione del Natale hanno inviato centinaia di foto che l’emittente ha pubblicato sulla pagina. Altre radio hanno invece ottenuto ottimi risultati scegliendo territori specifici coerenti con la propria marca. **Radio 105 continua a puntare sulle tendenze musicali.** Suo il miglior post su Instagram, con il TrapTake di Geolier da 43.800 Mi piace e oltre 1000 Commenti. **RTL 102.5 continua a posizionarsi sull’informazione**, con #Nonstopnews che si conferma hashtag di programma più utilizzato su Twitter con 10.400 menzioni. Il picco è stato raggiunto il 22 dicembre con le interviste a Luca Argentero e Can Yaman.

Molto efficace come sempre il coinvolgimento online dei fan di **gruppi internazionali intervistati in esclusiva**. La partecipazione della band coreana BTS a Say Waaad di Radio Deejay ha spopolato su Twitter con #BTSxRadioDEEJAY (9.000 menzioni), #BTS (8.300), #ARMYs (6.000) e #BTS\_BE (6.000). Il tweet con più interazioni nel semestre proviene dal profilo personale di WAD e annuncia l’appuntamento con la band superando con 25.500 Mi Piace e 6.300 retweet quello pubblicato da Radio Deejay (17.500 Mi piace e 5.300 RT). L’iniziativa ha raggiunto portata internazionale con il post sull’account Twitter della community dei fan dei BTS K-Charts & Translations.

Il **tema COVID**, molto discusso su Twitter dalle community radiofoniche con hashtag come #COVID19 (8.300 menzioni), #Coronavirus (4.300) e #Covid (3.700), ha anche ispirato il fenomeno social del secondo semestre. Si tratta de “La canzone della Fase 2, IL RITORNO!” di Radio Kiss Kiss, boom di visualizzazioni e condivisioni su tutte le piattaforme. Il post su Facebook è primo per condivisioni, 100.100, mentre il video su YouTube è secondo per numero di Mi Piace (3.100) dopo “It's All About Love”, canzone di Natale di Radio Deejay (6.800), che è anche il video con più visualizzazioni: 481.200.

**LE RADIO ITALIANE SU TELEGRAM, TIK TOK E TWITCH**

Prosegue il monitoraggio del Social Radio Lab sui social media emergenti. Partiamo da **Telegram**, dove il piano editoriale dedicato di RAI Radio2 porta il canale a 6.061 iscritti al 31 dicembre (+534 dalla precedente rilevazione). Cambio di strategia per Radio Popolare (2.699 iscritti, +814) che, oltre a proporre quotidianamente “Il riassunto della giornata”, ha scelto di condividere anche gli annunci personali raccolti durante le puntate del programma Passatel.

Iniziano a prendere confidenza con **TikTok** le 11 radio attive sul nuovo social del momento coinvolgendo i conduttori a partecipare alle challenge del momento. RTL 102.5 che con i suoi 250.900 follower (+ 34.600) è la più seguita, per la prima volta ha trasmesso in streaming live anche su questo social l’evento “Power Hits Estate” lanciando l’hashtag #tipidaconcerto per invitare la community a raccontare a quale tipologia di fan appartiene.

Radio 105 e RDS Next, seconda e terza su Tik Tok con 185.600 (+15.400) e 156.700 follower (+64.900), sono le prime radio italiane sulla piattaforma di streaming **Twitch.** La prima ha inaugurato il canale in occasione della “Milan Games Week” scegliendo di dedicarlo agli amanti del gaming mentre la seconda offre un palinsesto fitto degno della sua natura di social radio. Recentissimo lo sbarco di Radio Deejay con il programma Say Waaad trasmesso per la prima volta in diretta nel 2021.

Continua il monitoraggio di Social Radio Lab e Talkwalker. Ulteriori aggiornamenti su dati, trend e curiosità saranno pubblicati su [Twitter](https://twitter.com/socialradiolab), [LinkedIn](https://www.linkedin.com/showcase/socialradiolab/) e su [socialradiolab.it](http://www.socialradiolab.it).

**CONTATTI**

**Carlotta Schifano, Communication Manager Social Radio Lab**

E-mail: [carlotta.schifano@pubblicodelirio.it](mailto:carlotta.schifano@pubblicodelirio.it)

Cell: +39 347 3653478