**Comunicato stampa**

**RADIO ITALIANE SUI SOCIAL: FOCUS INSTAGRAM E TIKTOK  
REPORT SOCIAL RADIO LAB IN COLLABORAZIONE CON OBSERVATORYZED**

Roma, 28/07/2022 - Quali sono le **radio italiane più ascoltate dalla GenZ**? Quali le più **seguite, attive e coinvolgenti su Instagram e TikTok**? A queste domande ha cercato di rispondere questa edizione speciale del report [**Social Radio Lab**](http://www.socialradiolab.it/) della società di consulenza di reputazione digitale Pubblico Delirio in collaborazione con [**ObservatoryZed**](https://observatoryzed.com/), parte di CreationDose, il primo osservatorio pensato per studiare ed osservare i gusti, i comportamenti, l’identità e i sentimenti dei nativi digitali.

**LE RADIO ITALIANE PIÙ ASCOLTATE DALLA GENERAZIONE ZETA**

“*Secondo i**Dati TER relativi all’anno 2021, mediamente il* ***15,3% degli ascoltatori nel giorno medio delle 30 radio più ascoltate d’Italia appartiene alla fascia d’età compresa tra i 14 e i 24 anni***” - rivela Stefano Chiarazzo, fondatore del Social Radio Lab - “*Confermando la capacità della radio di evolvere e adattarsi alle nuove abitudini e tendenze*”. **RTL 102.5**, **RDS** e **Radio Deejay** sono le radio che detengono il primato di ascoltatori tra i giovanissimi, rispettivamente 1.574.000 (24,4% rispetto al totale), 995.000 (20,1%) e 947.000 (20,0%). In termini percentuali la classifica cambia: guidano **Radio Zeta** con 31,3% su 649.000 ascoltatori totali, **Discoradio** con 26,5% su 430.000 ascoltatori e **Radio Piter Pan** con 26% su 408.000.

**LA PRESENZA DELLE RADIO SU INSTAGRAM E TIKTOK**

Intrattenere, informare e comunicare alla GenZ. Instagram e TikTok oggi sono per tutte le aziende e i media le piattaforme di riferimento. Tutte le radio del panel - costituito dalle 30 radio più ascoltate d’Italia con l’aggiunta di Radio Maria e RDS Next, web radio di casa RDS pensata proprio per Millennials e GenZ - sono presenti e attive su **Instagram** con profili e hashtag proprietari. Su **TikTok**, invece, delle 20 che hanno aperto un profilo, solo 14 sono attive, avendo già iniziato a pubblicare in maniera più o meno intensa. Se sommiamo i follower al 15 luglio 2022, su entrambi i social è Radio Deejay la più seguita con un totale di 1.273.000 seguaci totali, seguita da Radio 105 e RTL 102.5 rispettivamente con 1.139.000 e 1.080.000 follower.

**Radio Deejay** si conferma la radio più seguita su **Instagram**, continuando la sua scalata che la porta a 1.157.000 follower di cui 64.000 nuovi negli ultimi sei mesi, e aumenta il distacco da **Radio 105** (944.000, +26.000) e **RTL 102.5** (832.000, +10.000). Da segnalare in quarta e quinta posizione **Radio Italia** (713.000, 60.000) ed **RDS** (464.000, +36.000), le radio che sono cresciute maggiormente dopo Radio Deejay.

Su TikTok il primato va a **RDS Next** che con i nuovi 95.300 follower conquistati nel semestre ha raggiunto quota 370.600. Sul podio anche **RTL 102.5** (247.400, -900) e **Radio 105** (195.500, +7.400), seguite da **Radio Deejay** (116.100, +31.600) e RDS (97.200, +58.700). Le new entry di questo semestre sono **Radio Peter Pan** (43.000), nuova entrata nel panel, e **Radio 101** (816), che ha iniziato a pubblicare sul social del momento in occasione di Sanremo. **Radio Subasio**, che aveva postato il primo video a dicembre 2021, ha aumentato la frequenza di pubblicazione ed è cresciuta fino a raggiungere quota 3.900 follower, praticamente tutti acquisiti negli ultimi 6 mesi.

**INSTAGRAM ANCORA LEADER, GRANDE IL POTENZIALE DI TIKTOK**

Sono stati analizzati **130.000 contenuti, tra post pubblicati dalle radio e post e commenti pubblicati dagli utenti sui due social media dal 1° gennaio al 7 giugno 2022**. I profili delle radio su Instagram registrano un volume complessivo di quasi 23 milioni di interazioni, rispetto alle 2,4 milioni di TikTok dove però, come visto sopra, non tutte le radio sono presenti. L’engagement sui post degli utenti a tema radio su Instagram è di poco minore, con 21,2M di interazioni totali, mentre su TikTok sono molte di più: 3,8 milioni. “*Questo risultato è sicuramente frutto di un maggior presidio su Instagram da parte delle radio, ma anche di fanbase più nutrite e consolidate negli anni*“- Aggiunge Marco Dodaro, presidente di ObservatoryZed - “*Forse anche per questo,* ***le community radiofoniche su TikTok sono ad oggi più performanti dei profili delle radio stesse****, mostrando grandi possibilità di crescita per chi sarà disposto ad investire su questo nuovo canale*”.

**LE PERFORMANCE DELLE RADIO ITALIANE NEL SEMESTRE**

Entrando nel dettaglio delle performance delle singole radio, su Instagram **Radio Deejay conferma il suo primato anche per engagement sui post** con 7.140.000 interazioni, seguita da Radio Italia (4.757.000) e Radio 105 (2.713.000). A postare di più sono invece **Rai Radio 2 con una frequenza media mensile di pubblicazione pari a 226,8 post**, Radio Subasio con 203,6 e Radio Deejay con 181,6. Seguono Radio Italia con una media mensile di 171,6 e Radio Maria 166,6. **Il post più apprezzato è il messaggio di Radio Italia di pronta guarigione destinato a** [**Fedez**](https://www.instagram.com/p/CbZujp3qG2i/). Il secondo, ancora di Radio Italia, è un [**carosello di immagini per la festa del papà**](https://www.instagram.com/p/CbRrmBWqm3-/) che ritrae, tra gli altri, Fedez, Tiziano Ferro, Jovanotti e Eros Ramazzotti. Il terzo è [**la dichiarazione di Jovanotti**](https://www.instagram.com/p/CZksdBbtNNJ/) raccolta da Radio Deejay**,** che racconta i primi anni di radio con Linus, Albertino e Gerry Scotti.

**Su TikTok invece il leader è RDS**, con il profilo ufficiale e con la sua web radio RDS Next che ha raccolto ben 1.039.000 interazioni, quasi il doppio di RDS Radio (594.000). Molto staccate dal resto della Top5: Radio Deejay (354.000), Radio Italia (323.000) e m2o (31.000). Un ottimo risultato per le prime quattro in classifica che premia anche un grande impegno nella pubblicazione: RDS Radio con 25,4, Radio Deejay con 22,6, RDS Next e Radio Italia con 21,6 hanno infatti una frequenza media mensile di pubblicazione doppia rispetto alla media delle radio osservate (11,6). In quinta posizione Radio Subasio con una media mensile di 14,2 post. **La Top 3 dei best post è tutta di RDS**, con tre clip di Anna Pettinelli e Sergio Friscia: il dialogo tra [Mahmood, Blanco e Pettinelli](https://www.tiktok.com/@rds_radio/video/7060515306510290182) in riferimento a un video virale del periodo sanremese, [Blanco che dà del lei alla conduttrice](https://www.tiktok.com/@rds_radio/video/7060558785588284677) e [i due conduttori che si cimentano con Elodie in un balletto.](https://www.tiktok.com/@rds_radio/video/7086078380549868805)

**GLI HOT TOPIC E LE EMOZIONI SU INSTAGRAM E TIKTOK**

I **macrotemi principalmente trattati dagli utenti** su Instagram secondo la **Topic Modeling** **Analysis** sono cinque: **Vita quotidiana** (34%), riflessioni e pareri generici degli utenti, **Sanremo** (27%), **Politica** (15%) sia per quanto riguarda le iniziative degli esponenti che il dibattito sul recente conflitto, **Programmi radiofonici** (14%) ovvero tutte le menzioni delle trasmissioni, degli speaker e dei Dj, ed **Eventi e Live** (10%), riguardanti i concerti e le esibizioni degli artisti. Sono invece quattro su TikTok, di cui due in comune: **Cantanti e personaggi famosi** (50%), **Feedback** (34%) sui post, sulle canzoni, sui format e sulle radio in genere, **Eventi e Live** (9%) e **Programmi radiofonici** (7%).

Approfondendo l’analisi con la **Emotion Detection**, che permette in maniera più dettagliata di individuare gli stati emotivi di chi scrive, emergono su entrambi i social media **gioia e fiducia come emozioni positive prevalenti**. Molto presente anche l’**attesa,** invece da intendersi come emozione neutrale in quanto muta la sua polarità a seconda dei temi a cui è associata. Nel mese di marzo si segnala il sentimento negativo di **paura**, associato principalmente al tema della guerra in Ucraina.

**9 ANNI DI SOCIAL RADIO LAB**

Nato nel 2013, [Social Radio Lab](http://www.socialradiolab.it/) è un progetto di ricerca, informazione, condivisione, confronto e formazione della società di consulenza di reputazione digitale Pubblico Delirio sull’evoluzione della comunicazione, dell’intrattenimento e dell’informazione radiofonica grazie alle tecnologie web e mobile. Da giugno 2018 ha lanciato un osservatorio sulle performance semestrali delle radio italiane nazionali e locali più ascoltate d’Italia. Ulteriori aggiornamenti su dati, trend e curiosità sono pubblicati sul sito dell’iniziativa.

**OBSERVATORYZED**

[ObservatoryZed](https://observatoryzed.com/) è il primo osservatorio pensato per studiare ed osservare i gusti, i comportamenti, l’identità e i sentimenti dei nativi digitali. Il nuovo spazio aperto a tutti gli stakeholder che operano nell’ambito del digital e dell’innovazione per ottenere insight e previsioni sui trend - e non solo - della Generazione Z. L'osservatorio è parte del gruppo CreationDose, la MarTech Company che crea valore con le nuove generazioni.

**CONTATTI**

**Carlotta Schifano, Communication Manager Pubblico Delirio**

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

Cell: +39 347 3653478