

Lunedì 13 febbraio 2023
Aula Magna - Rettorato in Via Ostiense 133

World Radio & Podcast Day

In collaborazione con
Rai Ufficio Studi
e Confindustria Radio Tv

ore 9.30 Apertura lavori

Massimiliano **Fiorucci**, Rettore Università Roma Tre
Pasquale **Basilicata**, Direttore Generale Università Roma Tre
Roberto **Morozzo della Rocca**, Direttore Dipartimento Filosofia Comunicazione e Spettacolo
Alberto **Barachini**, Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio dei Ministri con delega all'Informazione e all'Editoria

ore 10 Le sfide della radio nell'Ecosistema Audio Suono

Presentazione di "Ecosistema Audio Suono" curato da Rai Ufficio Studi, Rai Libri, 2022
Elisa **Giomi**, Commissaria AGCOM
Roberto **Sergio**, Direttore Rai Radio
Claudia **Mazzola**, Direttrice Rai Ufficio Studi e Paolo **Morawski**, curatore del volume
Tiziano **Bonini**, Università di Siena
Andrea **Veronese**, Confindustria Radio Tv
Conclusioni: Franco **Siddi**, Presidente Confindustria Radio Tv
Modera: Marta **Perrotta**, Università Roma Tre

ore 12 Da Sanremo al racconto dei fatti. L'orizzonte comune tra radio e piattaforme

Elena **Capparelli**, Direttrice RaiPlay & Digital
Sabrina **Tinelli**, Head of Editorial Content Chora Media
Federica **Tremolada**, Managing Director Southern & Eastern Europe Spotify
Enzo **Mazza**, CEO FIMI
Mariano **Fiorito**, Direttore Generale SCF
Antonio **Visca**, Responsabile Editoriale OnePodcast
Conclusioni: Enrico **Menduni**, Università Mercatorum
Modera: Filippo **Solibello**, Rai Radio 2

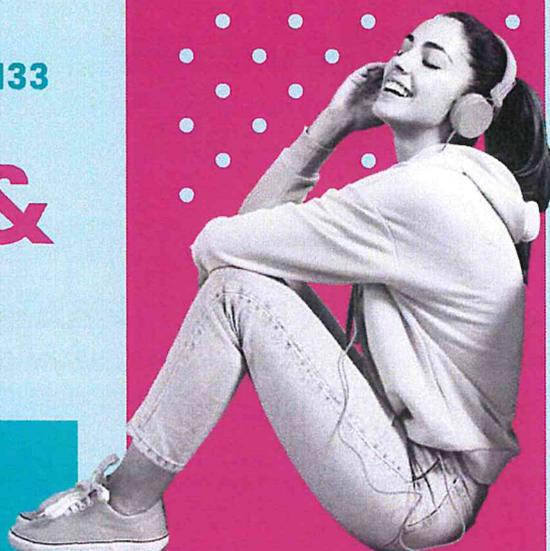
ore 15 Radio, podcast, università e ricerca. Media universitari e public engagement

Silvia **Conforto**, Università Roma Tre, Coordinatrice Spoke 3 Rome Technopole
Carlo **Pahler**, Presidente Raduni, Associazione Operatori Radiofonici Universitari
Marta **Perrotta** - Roma Tre Radio, Mihaela **Gavrila** - Radio Sapienza, Elisa **Spinelli** - Radio Unitus
Alessandra **Zupi**, Curatrice volume Rai Ufficio Studi

ore 16 Presentazione della rassegna "Ascolti. I podcast di Radio Rai a Roma Tre"

Luca **Aversano**, Presidente della Fondazione Roma Tre Teatro Palladium e Università Roma Tre
Fabiana **Carobolante**, Curatrice di Tre Soldi, Rai Radio 3
Mauro **Pescio**, Autore di Io ero il Milanese, docente Laboratorio radio Università Roma Tre

ore 17-18 Diretta NoName Radio Powered by Rai
con Federica **Longo** e Michele **Gioia**



ROMA
TRE
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI

Rai Ufficio
Studi

CONFINDUSTRIA RADIO TELEVISIONI



Streaming:



ROMA TRENTA
1992 - 2022

30

NO NAME
RADIO
powered by Rai

ROMA
RADIO

COMUNICATO STAMPA

WORLD RADIO & PODCAST DAY

Il nuovo ecosistema dell'audio:
dalla musica di Sanremo ai prodotti editoriali della narrazione sonora

- **Lunedì 13 febbraio** dalle 9.30 alle 18
- **Presso l'Aula Magna del Palazzo degli Uffici di Roma Tre**, via Ostiense, 133 – Roma
 - **Rai Ufficio Studi e Confindustria Radio Tv** con l'**Università Roma Tre**
 - **Seminari, tavole rotonde, ricerche** sulla radio di oggi e di domani
 - I protagonisti del mercato: **da Rai a Spotify a Chora Media**
 - Intervento del sottosegretario all'Informazione ed Editoria, **Alberto Barachini**
 - La diretta di **NoName di Radio Rai**

Roma, 9 febbraio 2023 – Lunedì prossimo 13 febbraio 2023 si celebra il World Radio Day. Tra le tante iniziative che si susseguiranno in tutta Italia un evento particolarmente atteso è quello promosso dall'Università degli Studi Roma Tre, in collaborazione con **l'Ufficio Studi Rai e con Confindustria Radio Tv: "WORLD RADIO & PODCAST DAY"**.

L'evento ha come protagonisti la radio digitale e tutte le proposte di digital audio che concorrono alla definizione di un ecosistema che ribadisce la forza della narrazione sonora nella nostra esperienza quotidiana sia come stakeholders sia come fruitori.

Nell'ambito della giornata sarà presentata la ricerca dell'Ufficio Studi Rai pubblicata nel recente volume curato da Rai Ufficio Studi **"Ecosistema Audio Suono. Dalla Radio all'Audio di Servizio Pubblico. Tra rinascita dell'ascolto, offerte digitali, comandi vocali e opportunità di innovazione"**, Rai Libri, 2022.

Il programma della giornata è particolarmente nutrito (si veda il link alla locandina per il programma completo). All'inizio della giornata i saluti istituzionali dei vertici dell'Ateneo (il Rettore Massimiliano Fiorucci, il Direttore generale, Pasquale Basilicata, e il Direttore del Dipartimento Filosofia Comunicazione e Spettacolo, Roberto Morozzo della Rocca) e di Alberto Barachini, Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio con delega all'Informazione e all'Editoria.

Seguirà la tavola rotonda **"Le sfide della radio nell'ecosistema audio suono"** (moderata da Marta Perrotta, delegata del Rettore alla Comunicazione per Roma Tre) che vedrà tra gli altri la partecipazione della Commissaria Agcom, Elisa Giomi, del Direttore di Radio Rai, Roberto Sergio, della Direttrice dell'Ufficio Studi Rai, Claudia Mazzola, e le conclusioni di Franco Siddi, Presidente di Confindustria Radio Tv.

Alle 12 il confronto si sposterà sul tema **"Da Sanremo al racconto dei fatti, l'orizzonte comune tra radio e piattaforme"**. Ne discuteranno, moderati da Filippo Solibello di Rai Radio 2: Elena Capparelli,

Direttrice di RaiPlay&Digital, Federica Tremolada di Spotify, Sabrina Tinelli di Chora Media, Enzo Mazza, ceo di Fimi, Antonio Visca di One Podcast. Conclusioni di Enrico Menduni.

Nel pomeriggio saranno protagoniste le radio universitarie, a partire dall'esperienza quasi decennale di Roma Tre Radio, diretta da Marta Perrotta.

Dalle 17 alle 18 diretta con NoName Radio l'ultima nata in casa Rai.

L'iniziativa rientra negli eventi del trentennale dell'Università degli Studi Roma Tre.

Contatti stampa

Ufficio Comunicazione

Alessia del Noce - 339 5304817

Alessandro Santelli - 328 1089731

Marco Barbieri - 335 8773517

ufficio.comunicazione@uniroma3.it

Roma 13 febbraio 2023

Dichiarazione del Rettore, prof. Massimiliano Fiorucci

Con l'iniziativa del “World Radio & Podcast Day” vogliamo sottolineare l'importanza di un mezzo che è l'emblema dell'informazione affidabile, della cultura del dialogo, della partecipazione e dell'educazione all'ascolto. Per questo studiare e fare radio all'Università, come accade qui a Roma Tre, si conferma una scelta di efficace arricchimento per ogni percorso formativo.

Roma 13 febbraio 2023

Dichiarazione del Direttore Generale, dott. Pasquale Basilicata

Roma Tre Radio è un modello di trasparenza, di alta qualità tecnica, nella redazione, nei contenuti come nella tecnologia utilizzata. Un modello nel quale l'informazione istituzionale (e come tale interessata) ha saputo convivere con la critica e la libertà di approfondimento. Un modello costruito negli anni con l'apporto sapiente e colto di Enrico Menduni e poi di Alessandro Neri, al quale Marta Perrotta ha unito una nota del tutto sublime che per brevità chiamerò umanità.

Roma 13 febbraio 2023

Dichiarazione della Commissaria, Elisa Giomi

Questa giornata di studi è un'iniziativa molto importante e necessaria alla comprensione di quanto sta avvenendo nel settore dell'audio dove come per il video, la capacità di ciascun utente di trovare contenuti di proprio interesse è premiata. L'ecosistema mediale è stato caratterizzato da una notevole trasformazione in questo ambito grazie alla presenza di piattaforme che sono dei veri "content provider" e il ruolo delle radio quali presidi di informazione, pluralismo e vicinanza alla cittadinanza è sempre più fondamentale e insostituibile. E' fondamentale ora creare delle strategie per consentire alla radio di tenere ulteriormente il passo con i tempi e cogliere le opportunità del digitale prima che sia troppo tardi. Sicuramente la sfida più importante sarà quella della fruibilità multi-device, il vero banco di prova della capacità di attrarre pubblico sui contenuti, indipendentemente dal mezzo di ascolto.

Roma 13 febbraio 2023

Dichiarazione del Presidente, Franco Siddi

Il futuro della radio è ibrido, ossia DAB (la naturale evoluzione della trasmissione FM) e IP, senza soluzione di continuità per l'utente. Ma è necessaria una strategia di accompagnamento intelligente, che agevoli lo sviluppo dell'industria, diffonda i nuovi ricevitori e non lasci indietro i pubblici tradizionali. La radio deve rimanere facilmente accessibile sulle piattaforme ibride, cruscotto delle auto, ma anche ad es. smart speakers: il tema è all'attenzione dell'Unione Europea nella legge sui servizi digitali (DSA): si tratta della cosiddetta "prominence", che richiede, in tempo di profilazione e produzione dei contenuti attraverso l'intelligenza artificiale, di affrontare il cambiamento secondo il principio della responsabilità editoriale.



ROMA TRE RADIO

Roma Tre Radio è la voce dell'Università degli Studi Roma Tre.

Nasce nel 2014 e a gennaio 2015 comincia la sua programmazione.

A nove anni dalla sua nascita, Roma Tre Radio accompagna la vita accademica dell'ateneo ed è uno dei suoi principali organi di comunicazione e produzione radiofonica, digitale, multimediale e audiovisuale.

È arrivata a produrre e distribuire 35 format originali e la sua redazione è composta da studentesse, studenti e membri della comunità accademica.

Attualmente, conta circa 80 collaboratori e collaboratrici che svolgono il ruolo di autori, speaker, audio/video editor e social media manager.

Roma Tre Radio ha ottenuto la valutazione di "Eccellente" tra i casi di studio di Terza Missione conferiti dall'Ateneo nella VQR 2015-2019 e rientra nel network nazionale delle Radio Universitarie (RadUni).

Si può ascoltare in diretta su radio.uniroma3.it e in podcast su Soundcloud, Spotify e AppleMusic.

I NUMERI DI ROMA TRE RADIO

- 80 collaboratori e collaboratrici nell'anno accademico 2022/23
- 11 format originali in onda ogni settimana
- 14 ore di diretta a settimana (dal lunedì al venerdì, dalle 9:00 alle 19:00)
- 11 podcast originali prodotti ogni settimana e distribuiti sulle piattaforme digitali dell'emittente
- Rotazione musicale continua h24 (sotto licenza SIAE, SCF)
- 10.000 contatti su Instagram con 270mila impression negli ultimi 3 mesi
- 7.000 contatti su Facebook
- 300 contatti su TikTok (apertura profilo ottobre 2022) con 252mila visualizzazioni negli ultimi 2 mesi
- 8.000 riproduzioni dei podcast di Roma Tre Radio sull'account SoundCloud nei primi 6 mesi del 2022
- 3.000 riproduzioni dei podcast di Roma Tre Radio su Spotify negli ultimi 6 mesi del 2022

Direttrice dei programmi e caporedattrice

Prof.ssa Marta Perrotta / marta.perrotta@uniroma3.it

Station manager

Dott.ssa Oriella Esposito / oriella.esposito@uniroma3.it

Dott.ssa Francesca Vitalini / francesca.vitalini@uniroma3.it



Roma Tre Radio - via Ostiense 159 - 00154 Roma



Confindustria Radio Televisioni (CRTV) è l'associazione di categoria dei media televisivi e radiofonici italiani, costituita nel giugno 2013. Gli Associati ricomprendono i maggiori operatori radiotelevisivi nazionali: Discovery Italia, Elemedia (GEDI), Giglio Group, GMH, La7, Mediaset, Persidera, Prima Tv, Qvc Italia, Radio Italia, CN Media, Rai, Gruppo 24Ore, RDS – Radio Dimensione Suono, Rete Blu, RTL 102,500 Hit Radio, Sportcast, Tivù, Viacom International Media Network Italia, El Towers. Eutelsat Italia è socio aggregato. Aderiscono a CRTV anche le maggiori emittenti locali, attraverso l'Associazione TV Locali, e l'Associazione Radio FRT.

In CRTV sono rappresentate tutte le principali componenti del settore: emittenti radiotelevisive pubbliche e private, nazionali e locali, operatori di rete e di piattaforma. Si tratta di un comparto che nel complesso esprime ricavi per circa 9,8 miliardi di euro e una forza lavoro superiore a 90.000 addetti, di cui oltre 25.000 diretti (stime CRTV).

Obiettivo fondante di CRTV è la rappresentanza unitaria del settore radiotelevisivo sul piano istituzionale, legislativo e contrattuale. A tale riguardo CRTV ha sottoscritto con CGIL SLC, FISTel-CISL e UILCOM il contratto collettivo nazionale per i dipendenti delle imprese radiotelevisive private.

CRTV è socia di Auditel, è associata a IAP (Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria), AER (Association of European Radios), Eurovisioni, FAPAV (Federazione per la Tutela delle Industrie dei Contenuti Audiovisivi e Multimediali) e Osservatorio TuttiMedia. È presente con propri rappresentanti in diversi organismi, tra i quali: Comitato Media e Minori (MISE), Comitato Consultivo Permanente per il Diritto d'Autore (MIBAC), Comitato per lo Sviluppo e la Tutela dell'Offerta Legale di Opere Digitali (AGCom) e International Telecommunication Union Radiocommunication (ITU-R). Partecipa al gruppo di lavoro istituito presso il Dipartimento delle Politiche europee per l'esame della proposta di Regolamento sul mercato unico per i servizi digitali.

CRTV collabora con tutti i Ministeri competenti, le Istituzioni Politiche e i Regolatori, nazionali e comunitari. L'attività dell'Associazione è mirata a contribuire alla creazione e il mantenimento di regole eque e che permettano al comparto di crescere, innovare e continuare a svolgere l'importante ruolo che gli compete nel processo di ammodernamento del Paese.

www.confindustriaradiotv.it

BROADCASTER TV:

Discovery Italia Srl
Gmh Spa
La7 Spa
Mediaset Spa
Qvc Spa
Rai Spa
Rete Blu Spa
Sportcast Srl
Viacom International
Media Network Italia Srl

RADIO NAZIONALI:

Cn Media Srl
Elemedia Spa
Gruppo Sole24 ore
Radio Dimensione Suono
Spa
RadioMediaset Spa
Radio Italia Spa
Rai Spa
RTL 102,500 Hit Radio Srl

EMITTENZA LOCALE:

Associazione Tv Locali
Associazione Radio FRT

PIATTAFORME SATELLITARI:

Eutelsat SA
Tivu Srl

OPERATORI DI RETE:

El Towers Spa
Elettronica Industriale
Spa
Persidera Spa
Prima Tv Spa
Rai Way Spa

PARTECIPAZIONI IN:

Confindustria
Auditel
IAP
AER
Eurovisioni
Osservatorio TuttiMedia
ITU - International
Telecommunication Union
FAPAV



L'Ufficio Studi Rai realizza studi sulle prospettive dei media dell'industria digitale e dei nuovi contesti strategici riguardo ai temi del Contratto di Servizio, con l'obiettivo di fornire strumenti rispetto alle sfide future.

Oltre al volume dedicato all'*Ecosistema Audio-Suono*, tra le ricerche più recenti quella dedicata agli "*Algoritmi di Servizio Pubblico. Sistemi di raccomandazione ed engagement per le nuove piattaforme multimediali pubbliche*", uno studio per indagare i recenti sistemi di raccomandazione, gestione dei dati personali e strategie di intrattenimento per identificare gli strumenti con cui i Servizi pubblici radiotelevisivi potranno raggiungere le proprie audience esprimendo la propria missione di interesse generale.

Da poco pubblicata la ricerca sull'*Evoluzione del target over 60 nei servizi pubblici radiotelevisivi e multimediali internazionali*, un pubblico rispetto al quale Rai è impegnata nel quadro della transizione ecologica e digitale. Ufficio Studi coordina inoltre l'attività di Rai all'interno dell'Italian Digital Media Observatory (Idmo), progetto europeo per la creazione di un Osservatorio Nazionale contro la disinformazione.

Sul fronte interno collabora con le altre strutture aziendali sui temi della Gender Equality, dei giovani, della sostenibilità e partecipa inoltre al team di supporto per il nuovo Contratto di Servizio.

In cantiere alcune ricerche dedicate agli impatti e alle sfide della trasformazione digitale sul Servizio Pubblico e l'area dei valori del Servizio Pubblico.

“Ecosistema Audio-Suono. Dalla Radio all’Audio di Servizio Pubblico”, mappatura e scenari del settore nel volume coordinato dall’Ufficio Studi Rai

La Radio, sia in Europa che in America del Nord, rimane la fonte sonora più ascoltata quotidianamente con oltre il 50% del tempo di ascolto quotidiano, anche se i nuovi formati hanno influenzato il dispositivo usato per ascoltarli: lo smartphone si posiziona come il device più usato in Italia per ascoltare i podcast (79%), seguito dal computer (43%) e dai tablet (26%). In termini di consumo, anche per gli audiolibri lo smartphone si conferma il preferito per l’ascolto (81%) seguito da tablet e pc (53%). In Francia, per esempio, il formato del podcast nativo si presta a un ascolto individuale (93%), per lo più tramite smartphone (57%). In Italia, inoltre, i dati distribuiti dall’Osservatorio Smart & Connected Car della School of Management del Polimi parlano di una distribuzione pari a 16,7 milioni di automobili connesse, corrispondenti al 40% dell’intero parco auto circolante.

Sono alcuni degli aspetti che emergono dal volume “Ecosistema Audio-Suono”, coordinato dall’Ufficio Studi Rai e pubblicato da Rai Libri.

Il mercato dell’Audio-Suono, neologismo sdoganato nel 2018 dall’attuale presidente di Radio France Sybille Veil e che include tutto ciò che può essere ascoltato, senza la necessità di avere uno schermo, rappresenta il nuovo scenario competitivo su scala mondiale. È un grande contenitore che comprende il parlato, la musica, i podcast, i comandi vocali e la stessa Radio, un’offerta ormai diffusamente multicanale e multiplatforma, un insieme di industrie e di soggetti diversi accomunati dal fatto di poter essere ascoltati. In tutti i contesti, i pubblici conoscono e usano quotidianamente le diverse piattaforme dove l’audio è presente, e adattano l’ascolto lineare oppure on-demand ai vari momenti della giornata e ai luoghi nei quali si trovano.

Dallo studio emerge che in Italia si prefigura già un mercato Audio-Sonoro nazionale che nel 2025 dovrebbe superare la soglia del miliardo di euro con un incremento medio annuo del 12% (cagr 2020-25). Ma non solo in Italia anche nel resto dell’Europa e nell’America del Nord – le aree esaminate nella ricerca – si sta rapidamente strutturando ed evolvendo un potente e ricco mercato per l’ascolto digitale di musica e parlato. Il mercato digitale dell’Audio-Suono è sempre più dominato da grandi player dotati di enormi risorse tecnologiche, economiche, editoriali (diritti) e di promozione. Questi grandi player (produttori e/o distributori) sono perlopiù extra-radiofonici e attraggono vaste schiere di (nuovi e vecchi) talenti e autori che a loro volta richiamano consumatori e investitori in una spirale di crescita a tratti sbalorditiva.

Lo studio rileva che la Radio lineare tradizionale in FM rappresenta oggi una parte importante di questo mondo, ma senza averne più il dominio assoluto. Costituisce piuttosto un tassello di un più vasto e articolato ecosistema industriale, dinamico e molto competitivo all’interno del quale la Radiofonica tradizionale indubbiamente “tiene” ma in un perimetro che va restringendosi a vantaggio dell’Audio-non Radio. Parallelamente, in tutto il mondo l’oggetto radio/radiolina tradizionale tende a passare in secondo piano rispetto ad altri strumenti di ascolto: smartphone, pc, tablet, smart TV e, in via crescente, smart speaker.

Nella sfida in corso per intercettare e trattenere l'attenzione del cittadino la Radiofonia – è l'indicazione che arriva dallo Studio - se vuole resistere ancora a lungo, deve necessariamente abbracciare con decisione il mondo digitale con le sue logiche, i suoi linguaggi, le sue possibilità su cui l'intero sistema sta investendo (DAB+, streaming, podcast). In coerenza con le attese e le esigenze di tutti gli eventuali pubblici l'obiettivo è riuscire ad offrire prodotti appetibili, distintivi, di qualità, e come tali percepiti da chi li ascolta. Senza trascurare il fatto che l'audio digitale consente di raggiungere anche un pubblico di nicchia, come le minoranze etniche, linguistiche, religiose, culturali. Dimostrazione ne sono i servizi che le emittenti radiofoniche europee hanno offerto online ai rifugiati ucraini fuggiti dalla guerra di aggressione russa in Ucraina.

Il passaggio al tutto digitale (*digital first, digital only*) non va inteso in maniera dicotomica né tantomeno traumatica. L'audio digitale ha molte sfaccettature e secondo lo Studio nei prossimi dieci anni ci sarà proficua coesistenza e creativa ibridazione tra l'energia della Radio tradizionale (lineare, in diretta, con i conduttori dal vivo, facente perno sul dialogo con gli ascoltatori) e le opportunità in espansione dell'audio digitale (on demand, online). Avere due polmoni produttivi è elemento potenziale di grande forza e avvenire.

La rivoluzione del mondo dell'Audio alla quale siamo confrontati in maniera dirompente necessita, specie da parte dei Media di Servizio pubblico, di una strategia soft di accompagnamento intelligente delle diverse componenti della società, che non lasci indietro i pubblici tradizionali (vieppiù anziani) pur guadagnandone di nuovi (vieppiù giovani). Come la ricerca Rai compiutamente indica, il fulcro di ogni innovazione rimane la qualità dei prodotti e dei messaggi trasmessi, che si tratti di contenuti lineari, di podcast/audiolibri, di offerte musicali, di nuovi format. La sostanza della sfida non è solo tecnologica e non riguarda solamente la questione delle piattaforme (proprietarie o terze), ma concerne la natura e la singolarità dei contenuti che vanno collegati ai pubblici ai quali ciascuna offerta si rivolge (target). La tendenza è a "personalizzare" i contenuti adattandoli alle aspettative, ai bisogni e all'evoluzione delle diverse tipologie di ascoltatori. A tal fine le emittenti radiofoniche devono capire in profondità i complessi comportamenti dei consumatori interagendo con i pubblici e dotandosi di adeguate forme di misurazione delle audience. Al contempo devono richiamare a sé la nuova leva di figure professionali con competenze digitali e capacità di storytelling multipiattaforma che già dinamizzano il mercato.

Oggi come ieri la sfida la vincono i contenuti non le piattaforme. Ma ci sono sfide epocali – vedi la partita dell'ascolto che si sta già giocando nelle macchine connesse oppure l'importanza crescente dell'Audio nei metaversi in formazione – di cui vedremo gli esiti solo domani o dopodomani (2025-2027-2030). Per affrontare nel migliore dei modi tali sfide la Radiofonia, a partire da quelle di Servizio Pubblico, deve muoversi – secondo quanto si legge nel volume - adesso verso l'Audio, sperimentare adesso, innovare adesso, attrarre adesso nuovi talenti e nuove competenze. Occorre cambiare ora in vista dei futuri già annunciati ma cambiare anche nella prospettiva dei futuri solamente immaginati.

Il volume si avvale dei contributi di: Tiziano Bonini, David Fernández Quijada, Sylvain Lafrance, Paolo Morawski, Louise Hélène Paquette, Albino Pedroia, Marta Perrotta, Andrea Veronese.