

Il podcast come nuovo strumento di comunicazione

Francesca Milano

Head of Chora Live in Chora Media



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Il podcast è uno degli strumenti di comunicazione più adatti al mondo di oggi per 2 ragioni:

È multitasking

È on demand

Multitasking

Viviamo in un'epoca sempre più veloce dove abbiamo sempre meno tempo da dedicare all'informazione, che resta però necessaria per i cittadini. Secondo una ricerca, il 29% degli italiani dichiara di **non avere tempo** per leggere i giornali (cartacei o web).



Multitasking

Anche guardare la tv richiede un'**attenzione esclusiva**: come i giornali, è un'attività che fa fatta da fermi e che ci impegna la vista.



Multitasking

Persino leggere le news su un dispositivo mobile o guardare i **social network** è un'attività difficile da fare mentre si fa altro perché ci impegna le mani e la vista.



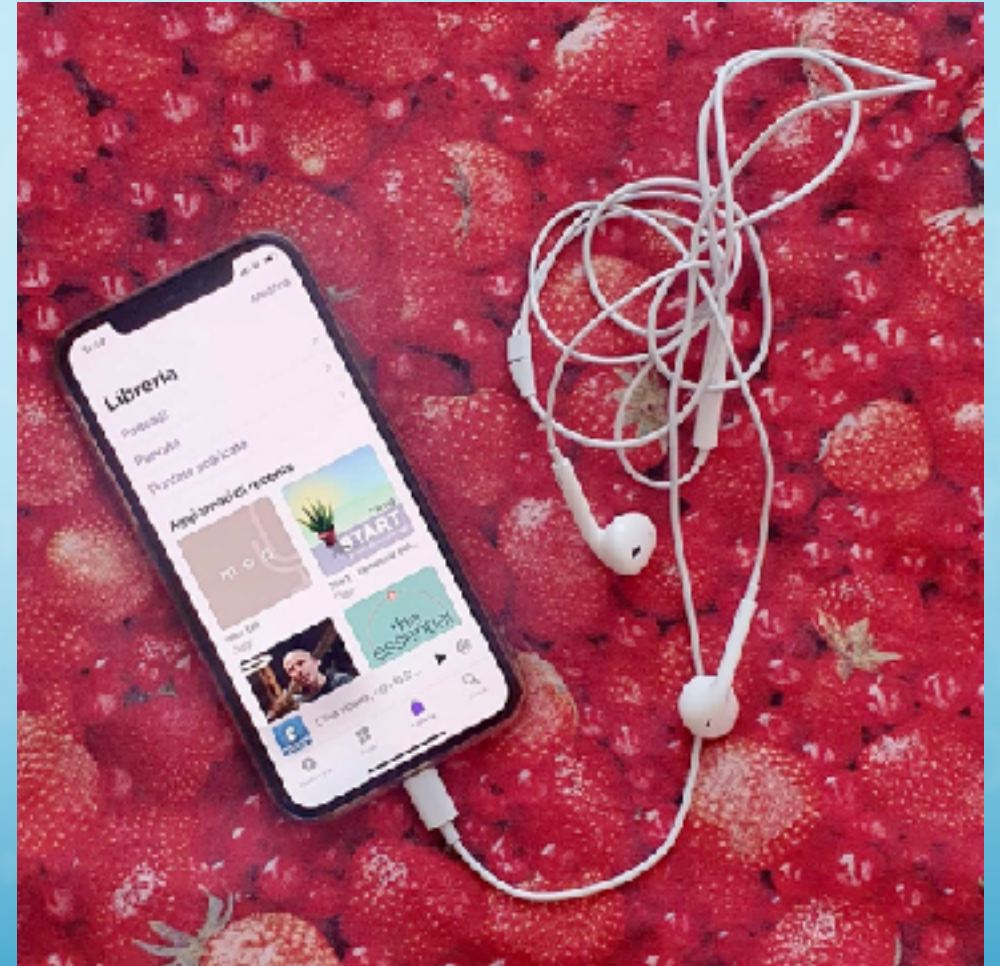
Multitasking

Ascoltare podcast invece è un'attività che non richiede un'attenzione esclusiva: possiamo farlo **mentre facciamo altre attività** routinarie (magari noiose) che ci impiegano la vista, le mani, ma non il cervello.



Multitasking

Camminare, cucinare, lavare i piatti, guidare, viaggiare a bordo dei mezzi pubblici, stendere la lavatrice, farci la doccia, fare sport, aspettare il nostro turno in una sala d'attesa, fare la spesa, pulire casa, portare fuori il cane ecc ecc.



On demand

A differenza della radio, che come il podcast non richiede una attenzione esclusiva, il podcast dà all'ascoltatore **il potere di scegliere** cosa ascoltare e quando. Non c'è più un palinsesto imposto dall'emittente, è l'ascoltatore stesso a costruirsi il suo personale **palinsesto** in base ai propri orario e ai propri interessi



I dati

Secondo l'ultima indagine Ipsos gli **ascoltatori di podcast** raggiungono nel **2022** quota **36%** (circa 11,1 milioni di utenti tra i 16-60enni, cioè ben 1,8 milioni in più rispetto ad un anno fa), con una crescita significativa rispetto al **31% registrato nel 2021**



I dati

Il **pubblico dei podcast** rimane marcatamente **giovane (43% di under 35)**, con **titolo di studio** ancora più **elevato** rispetto al 2021 (i **laureati** sono il **30%**) e molto concentrato tra i **professionisti (11%)**. Gli ascoltatori di podcast si confermano **consumatori responsabili e ricettivi**.



I dati

Lo **smartphone** si conferma come il **dispositivo più usato** per ascoltare podcast (**72%**), anche se emerge una quota di ascoltatori che trova occasioni di consumo associabili ad altri dispositivi, come il **computer (39%)** i **tablet (25%)** e i nuovi dispositivi, in crescita, come **smart speaker (12%)**, **smartwatch (7%)** e **console (7%)**.



I contenuti

Al pari degli altri mezzi di comunicazione, il podcast è solo un **contenitore**. Dentro è possibile metterci informazione, intrattenimento, divulgazione, fiction, comunicazione aziendale, formazione ecc ecc.



Grazie per l'attenzione

francesca.milano@choramedia.com