



# INDAGINE NIELSEN 2020

Nielsen Consumer Insights

# L'ASCOLTO DI PODCAST SI CONFERMA IN AUMENTO CON 1.8 MILIONI DI ASCOLTATORI IN PIÙ RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE

## ASCOLTATORI DI PODCAST

*(almeno una volta nell'ultimo anno)*



**13.9**  
MILIONI

2019:  
12.1 MILIONI

2018:  
10.3 MILIONI

## VARIAZIONE VS 2019



**+1.8**  
MILIONI

Penetrazione di internet:  
(nr. di famiglie che hanno accesso alla banda larga – ISTAT  
2019)

2019: 75%

2018: 74%

## INCREMENTO ANNO SU ANNO



**+15%**

# 6 INTERVISTATI SU 10 HANNO ASCOLTATO PODCAST NELL'ULTIMO ANNO. MEDIAMENTE I PODCAST VENGONO ASCOLTATI 4 VOLTE AL MESE PER 25 MINUTI

*Ascolto: almeno una volta nell'ultimo anno*



**2019: 64%**



*Ascolto: media volte al mese*  
**3,9**

- 25-34 ANNI: **5,1 vv/mese**

**2019: 3,7 vv/m**

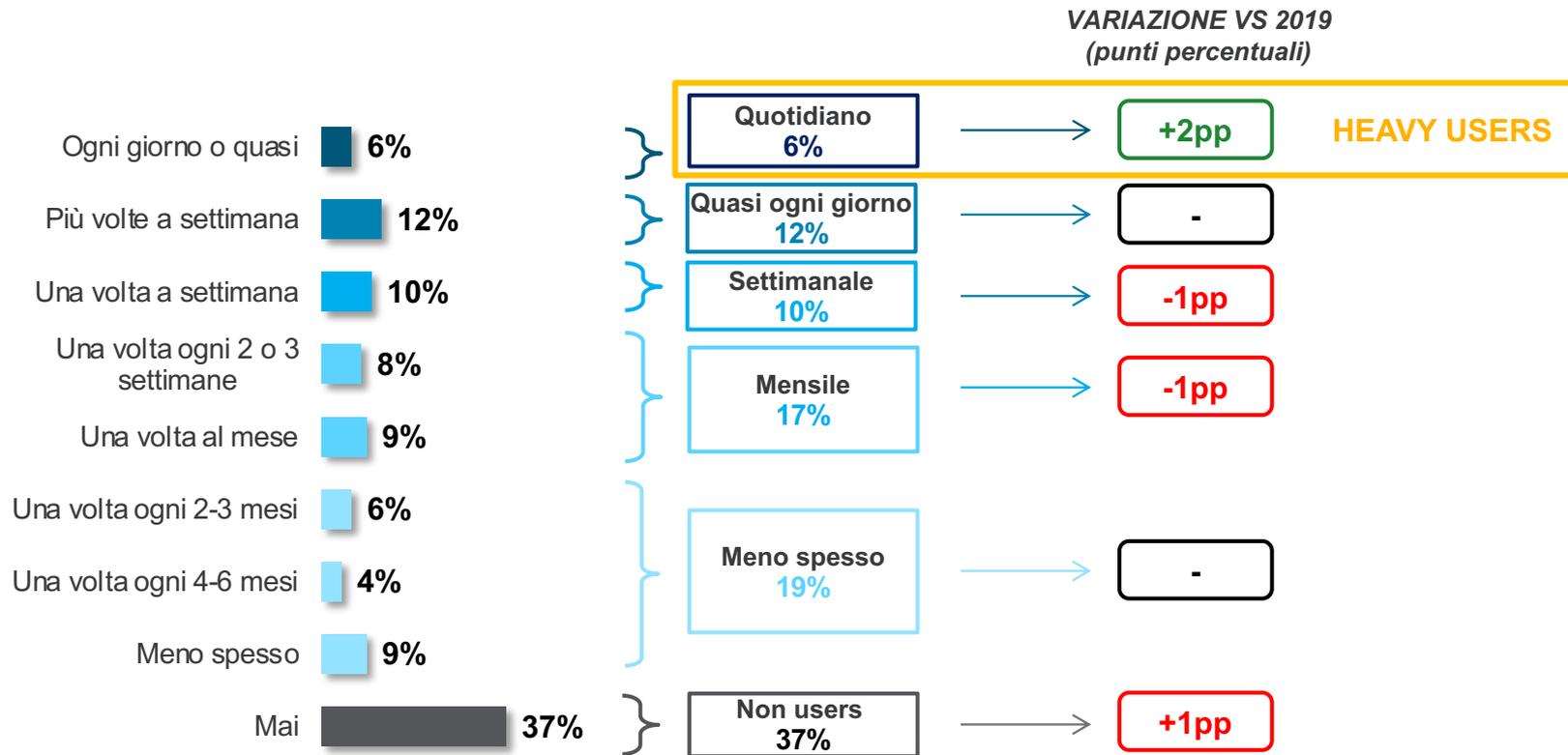


*Lunghezza media sessione*  
**24,5 minuti**

- **HEAVY USERS: 31,4 MINUTI**

**2019: 22,9 min**  
*Heavy users: 26,9 min*

# LA FREQUENZA DI ASCOLTO È IN SOSTANZA STABILE RISPETTO AL 2019: IL 28% DEI RISPONDENTI LI ASCOLTA ALMENO UNA VOLTA A SETTIMANA



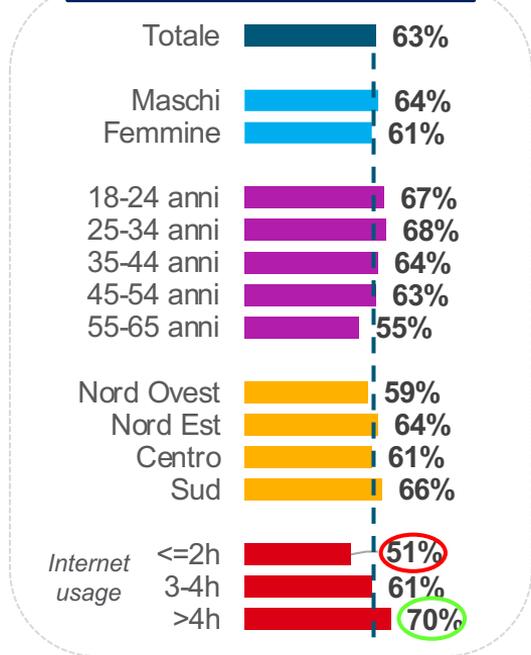
# LIMITATE DIFFERENZE IN TERMINI SOCIODEMOGRAFICI NELL'ASCOLTO DEI PODCAST, MA I PODCASTER UTILIZZANO DI PIÙ I SOCIAL NETWORK



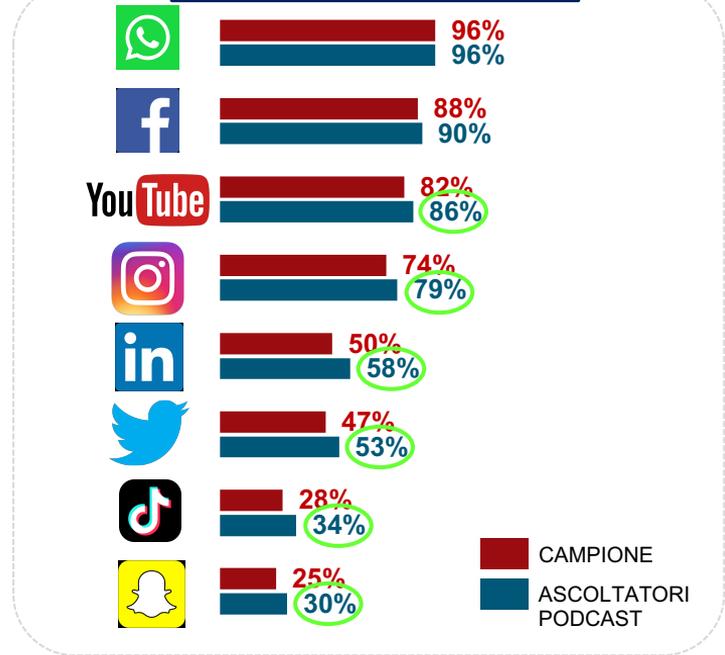
**Ascoltatori di podcast**  
(almeno una volta nell'ultimo anno)



## Profilo degli ascoltatori



## Utilizzo social network

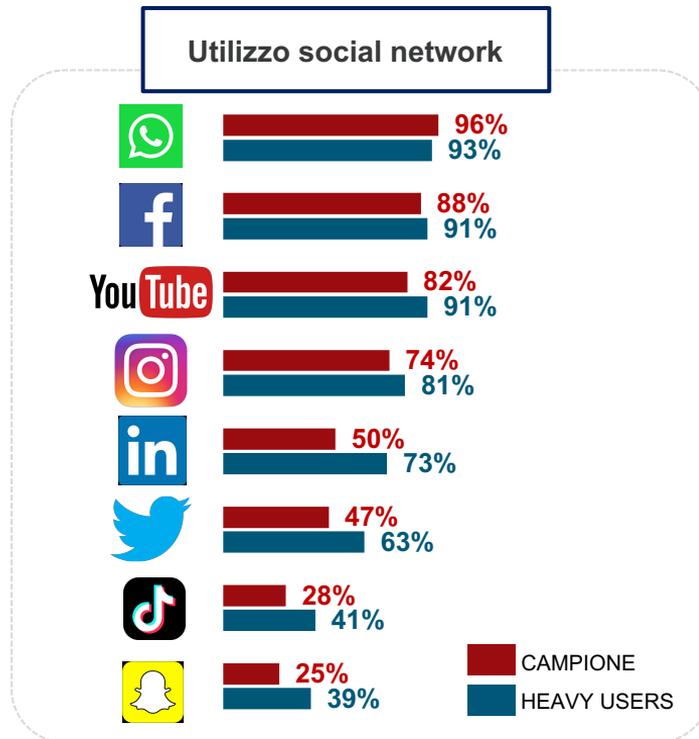
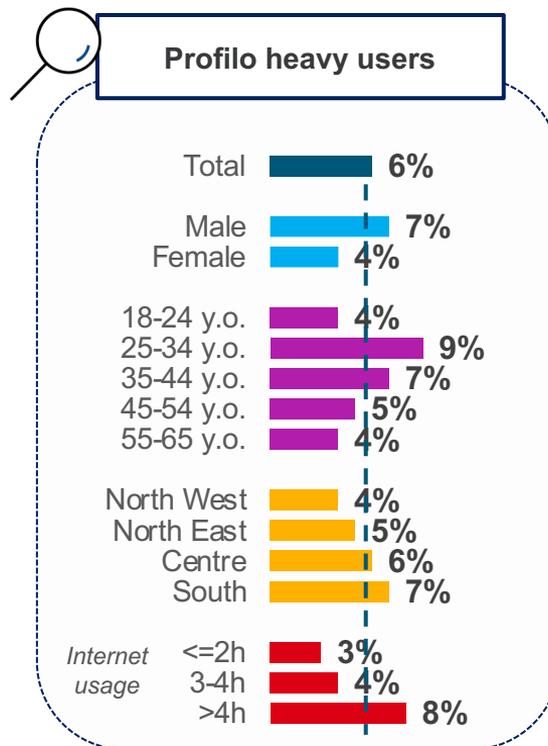
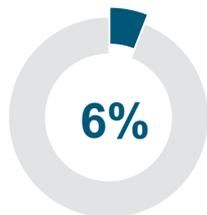


○ SIG. (95%) differenze vs totale

# IL 6% DEI RISPONDENTI ASCOLTA PODCAST TUTTI I GIORNI: SONO TENDENZIALMENTE GIOVANI ADULTI E UTILIZZATORI DI INTERNET



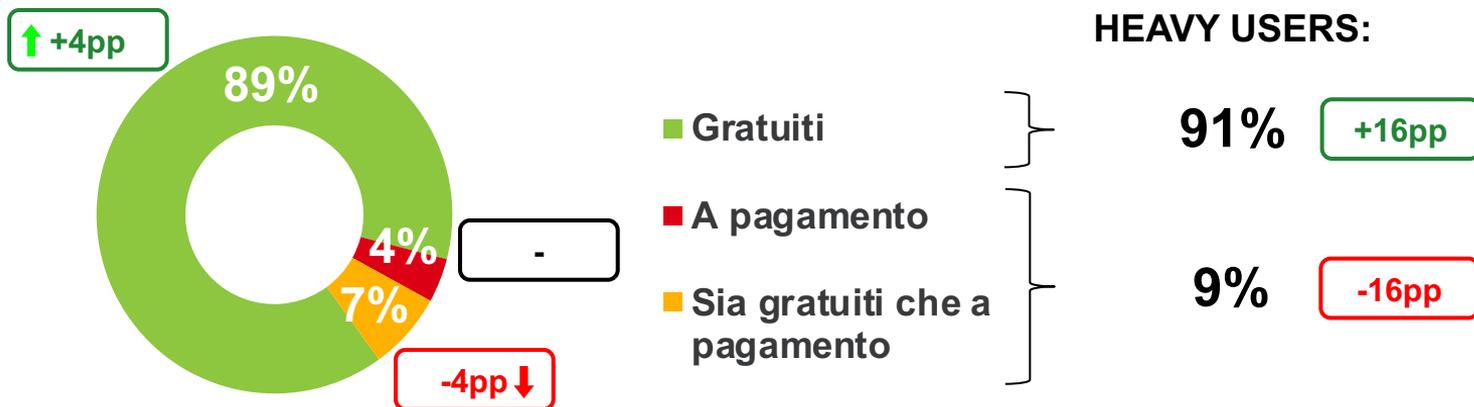
**Heavy users**  
(ascolto quotidiano)



○ SIG. (95%) differenze vs totale

# I SERVIZI GRATUITI SONO I PREFERITI PER L'ASCOLTO, ANCHE TRA GLI HEAVY USERS

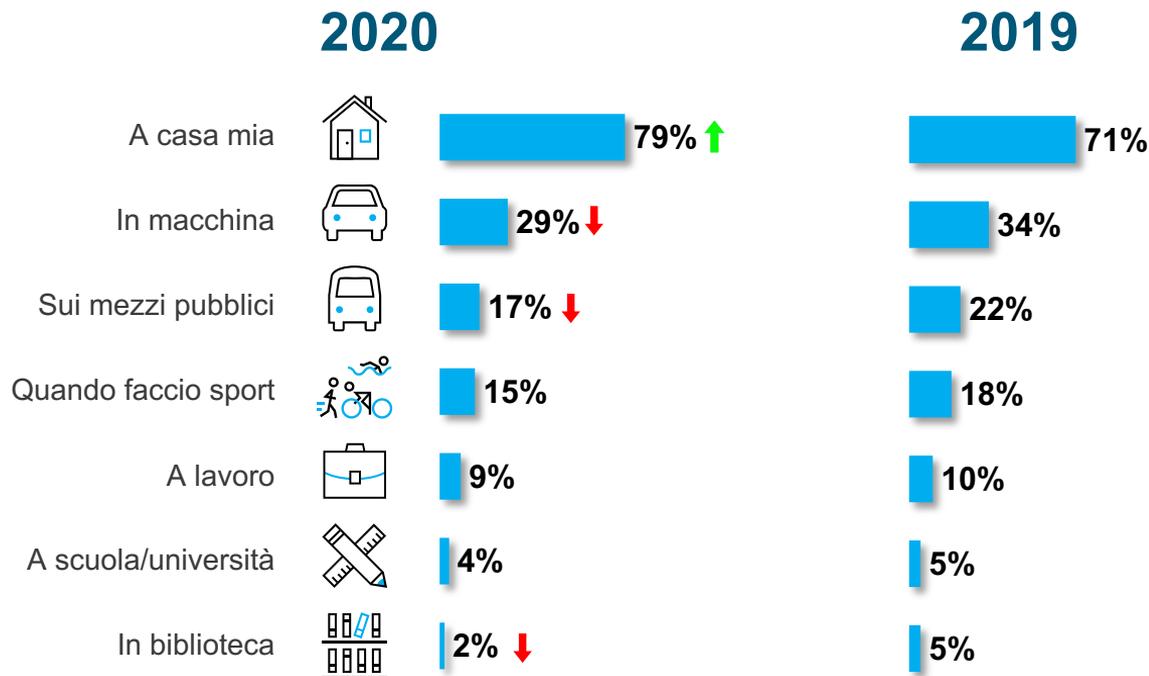
*Per ascoltare podcast, utilizzi servizi...*



(+/-XXpp) delta in pp vs 2019

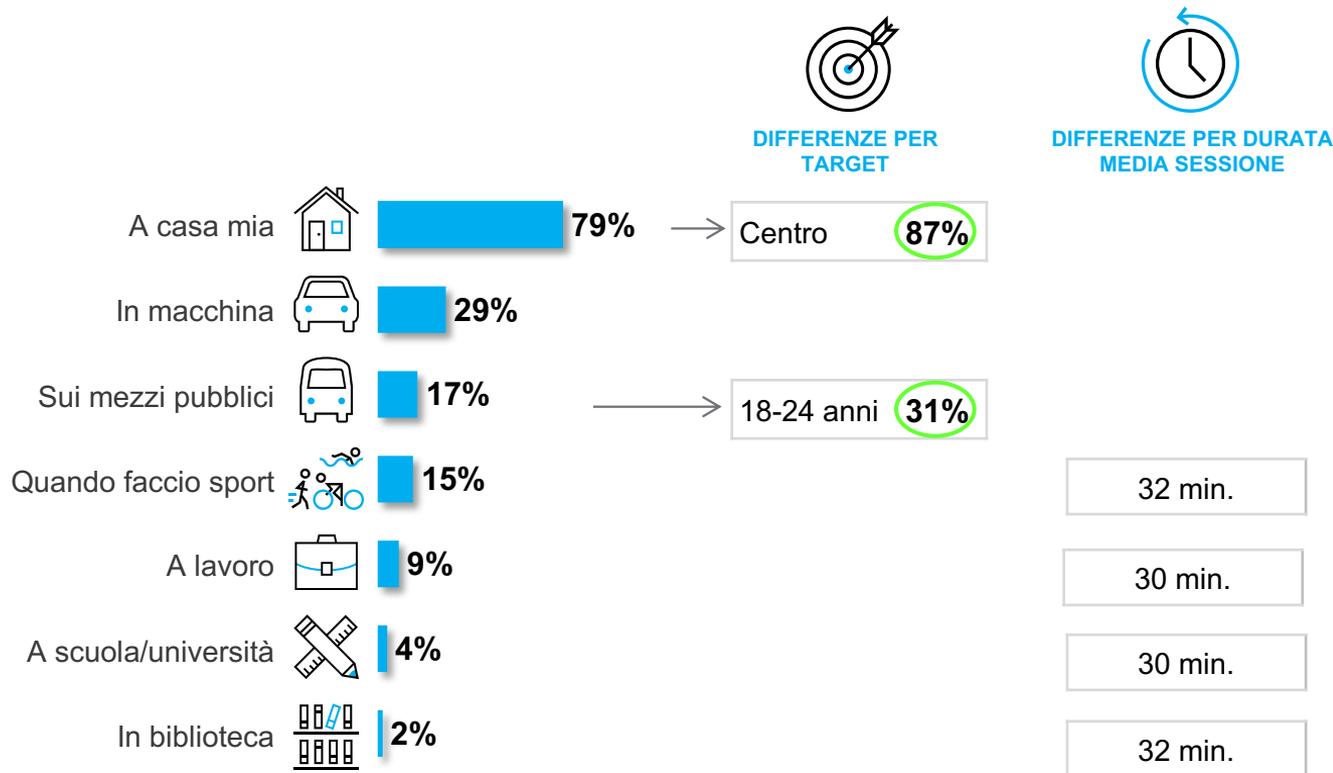
↑↓ SIG. (95%) differenze vs 2019

# L'AMBIENTE DOMESTICO SI CONFERMA LUOGO PREFERITO PER L'ASCOLTO DEI PODCAST ED È IN CRESCITA RISPETTO AL 2019. IN CALO L'ASCOLTO IN VIAGGIO



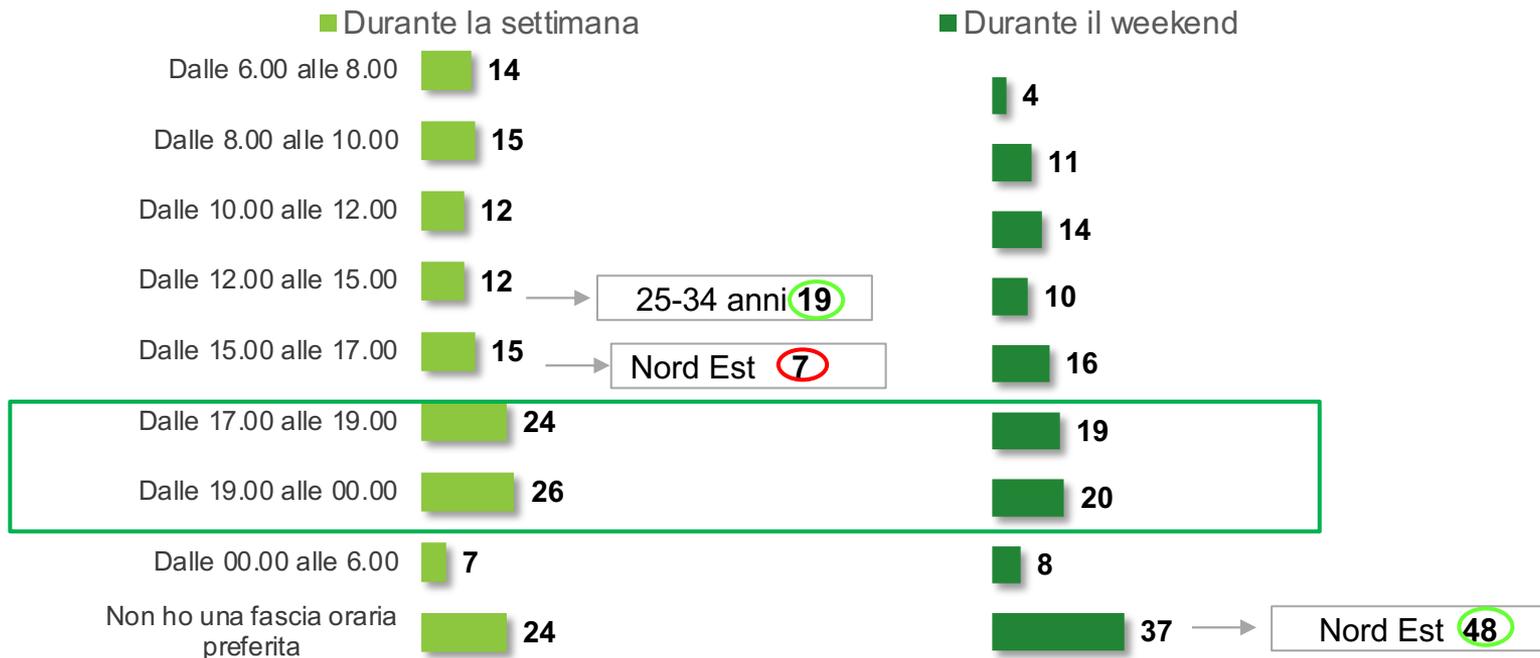
↑↓ SIG. (95%) differenze vs 2019

# DURANTE LO STUDIO, IL LAVORO O LO SPORT, LA DURATA DELLA SESSIONE MEDIA DI ASCOLTO AUMENTA FINO ALLA MEZZ'ORA



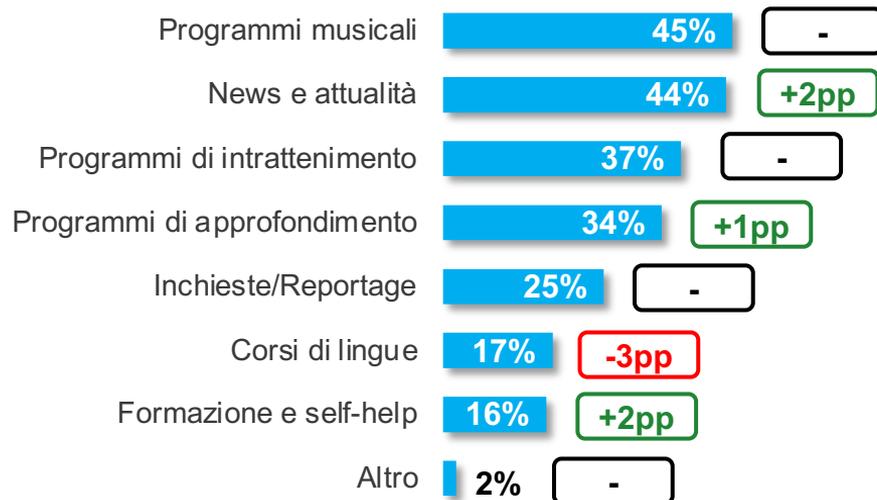
○ ○ SIG. (95%) differenze vs totale

# PER I PIÙ, L'ASCOLTO INIZIA NEL TARDO POMERIGGIO SIA DURANTE LA SETTIMANA CHE NEL WEEKEND, SABATO E DOMENICA AUMENTA CHI NON HA UN ORARIO PREFERITO



# ITALIANO E INGLESE SONO LE LINGUE PRINCIPALI DI ASCOLTO, MUSICA E ATTUALITÀ I TEMI PREFERITI. I GIOVANI ASCOLTANO ANCHE PER APPROFONDIRE

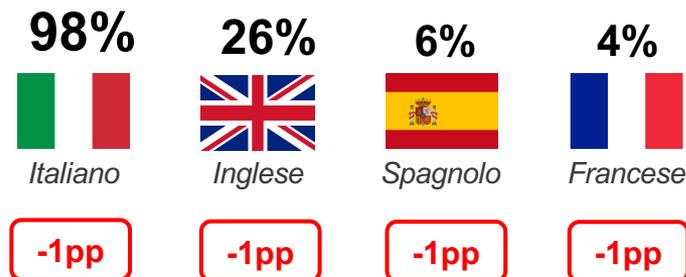
## CONTENUTI PERFETTI



18-24 anni

Programmi di approfondimento **44%**

## LINGUA



(+/-XXpp) delta in pp vs 2019

↑↓ SIG. (95%) differenze vs 2019

○ ○ SIG. (95%) differenze vs totale

# I CONTENUTI ORIGINALI, PREFERITI IN PARTICOLARE DAI GIOVANI, SONO PIÙ ASCOLTATI DEI PROGRAMMI RADIOFONICI



(+/-XXpp) delta in pp vs 2019

↑↓ SIG. (95%) differenze vs 2019

○ ○ SIG. (95%) differenze vs totale

# I DRIVER PRINCIPALI DI ASCOLTO SONO IL DESIDERIO DI INFORMARSI E DI RELAX, MENTRE I NON USER PREFERISCONO MODALITÀ TRADIZIONALI OPPURE NON CONOSCONO IL SERVIZIO



- 1 Per informarmi **33%** ↑ (2019: 27%)
- 2 Per rilassarmi **29%** (2019: 27%)
- 3 Per scoprire nuovi contenuti **27%** (2019: 23%)



- 1 Preferisco altre modalità **43%** (2019: 36%)
- 2 Non conosco questo servizio **39%** ↓ (2019: 49%)
- 3 Non so dove trovare i podcast a cui sono interessato **19%** (2019: 14%)



18-24 anni

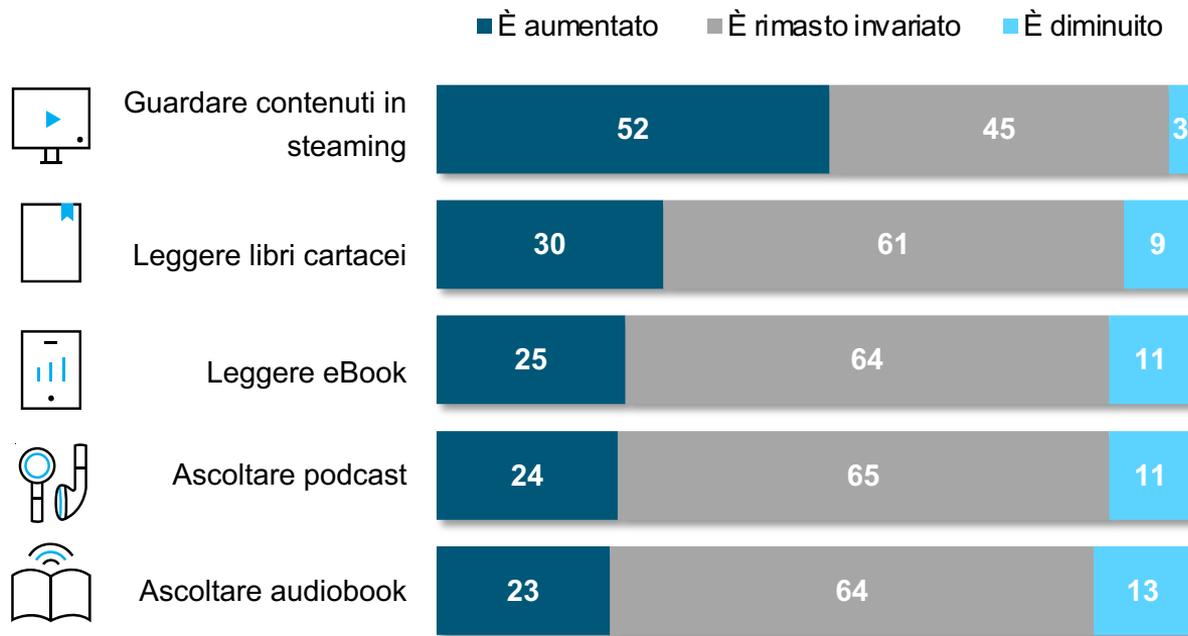
- Per imparare una lingua **15%**
- Per divertirmi **37%**
- Per seguire un personaggio famoso **23%**

HEAVY USERS

Per divertirmi **43%**

↑↓ SIG. (95%) differenze vs 2019

# DURANTE IL LOCKDOWN IN PRIMAVERA, TUTTI I COMPORAMENTI DIGITALI SONO CRESCIUTI SPECIALMENTE LO STREAMING...



# ...E PER MOLTI È DIVENTATA LA NUOVA NORMALITÀ. I PODCAST HANNO IL MAGGIOR SCARTO TRA CHI CONTINUA AD AVERE LO STESSO LIVELLO (ALTO) DI ASCOLTO E CHI È TORNATO ALLE PRECEDENTI ABITUDINI

