

## IL FENOMENO

## Febbre da podcast: ascoltatori triplicati

I dati Nielsen: +217% dal 2015. L'esperta Ronchi: «Sono il nuovo media». Spotify investe 500 milioni di dollari

**Claudio Fabretti**  
ROMA - Un fenomeno cresciuto quasi sottotraccia e che ora è stato finalmente intercettato dai radar della comunicazione. È la podcast-mania, una febbre che, in tempo di streaming sfrenato, sta crescendo a livelli inaspettati. Al punto da convincere le grandi aziende del settore a investirci in modo rilevante.

In tre anni gli ascoltatori abituali di podcast in Italia sono più che triplicati (+217%), passando da circa 850.000 ascoltatori nel novembre 2015 a 2 milioni e 700 mila nel novembre 2018. Questi i dati rilevati da Nielsen che, per la prima volta, ha monitorato la situazione relativa ai podcast e alla loro diffusione.

Ma che cos'è esattamente un podcast? Si definisce con questo termi-

ne la tecnologia che permette di accedere a file in formato audio tramite la rete, file ascoltabili attraverso qualsiasi comune dispositivo connesso a internet. Quindi, computer, laptop, tablet, smartspeaker o smartphone che si utilizzano ogni giorno.

Ma qual è il segreto del successo? «Il podcast è sempre più apprezzato perché *on demand*: si può accedere a informazioni per noi interessanti non rubando tempo ad altre attività ed è possibile ascoltarlo mentre si è

## MONITORAGGIO

Si è passati da 850 mila ascoltatori nel 2015 a 2 milioni e 700 mila nel novembre del 2018

Dati Nielsen



PRIMA MEDIA COMPANY ITALIANA

Tovazzi, i soci di Action Media Ltd., società creata a Londra

in palestra o si fanno le faccende in casa», commenta Manuela Ronchi, socia e manager di Raffaele Tovazzi (primo filosofo esecutivo italiano) in Action media ltd, la prima media company italiana, fondata a Londra, che nasce come fucina creativa di contenuti nativi per podcast. Insieme a loro nella società c'è anche Demetrio Albertini, ex-giocatore del Milan e dirigente sportivo.

Il primo di questi contenuti nativi per podcast è *Il buongiorno di Lon-*

## IL SEGRETO

È uno strumento *on demand* e si può ascoltare anche quando si fa altro

Manuela Ronchi (Action)

*dra*, proprio con la voce di Tovazzi: un aforisma, anche preso in prestito dalla filosofia classica, un modo per metterlo in pratica nel corso della giornata e un brano come colonna sonora.

Che il fenomeno stia esplodendo lo conferma anche l'investimento massiccio nel settore deciso da Spotify: quasi 500 milioni di dollari nel mercato podcasting, di cui quasi 300 milioni per l'acquisto di Gimlet Media, società che produce contenuti in questo senso. «Il podcast è uno strumento jolly - spiega Ronchi - ti consente di ascoltare un attore che legge un libro, le news del giorno, le quotazioni di Borsa, il meteo, la musica. Il tutto in pochi minuti. La voce, ormai, sta diventando il nuovo media di riferimento».

riproduzione riservata ©