

**SENATO DELLA REPUBBLICA**

**8<sup>A</sup> COMMISSIONE LAVORI PUBBLICI, COMUNICAZIONI**

***9 DICEMBRE 2021, ORE 10,20.***

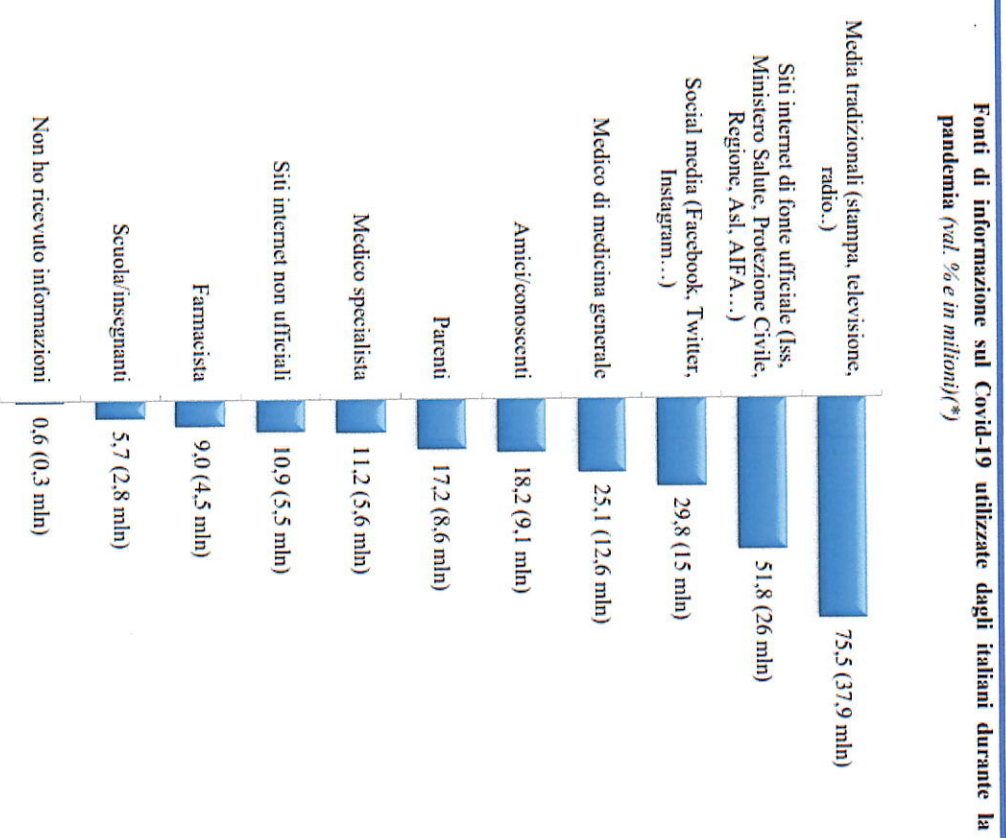
Audizione del Prof. Mario Morcellini

Presidente Consiglio scientifico Fondazione Sapienza e

Direttore Alta Scuola di comunicazione UnitelmaSapienza

---

# 1. Come il Covid cambia le scelte comunicativo/informative



(\*) Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2021

## 2. Il cambiamento di scelte per età e sistemi medialia

Tipologia delle fonti di informazione sul Covid-19 utilizzate dagli italiani durante la pandemia, per classe di età (val. %)(\*)


Fonti informative	Classe di età			Totale
	Tra 18 e 34 anni	Tra 35 e 64 anni	Oltre 64 anni	
Media tradizionali (stampa, televisione, radio..)	62,1	70,9	94,5	75,5
<i>di cui solo media tradizionali</i>	<i>5,1</i>	<i>12,2</i>	<i>34,2</i>	<i>16,7</i>
Internet e social media	80,3	73,3	33,1	63,7
<i>di cui solo social e siti internet (ufficiali e non)</i>	<i>12,4</i>	<i>10,0</i>	<i>0,3</i>	<i>7,8</i>
Né media tradizionali né internet e social media	10,0	7,5	3,0	6,8

(\*) Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2021

# 3. I cambiamenti nelle audience tv

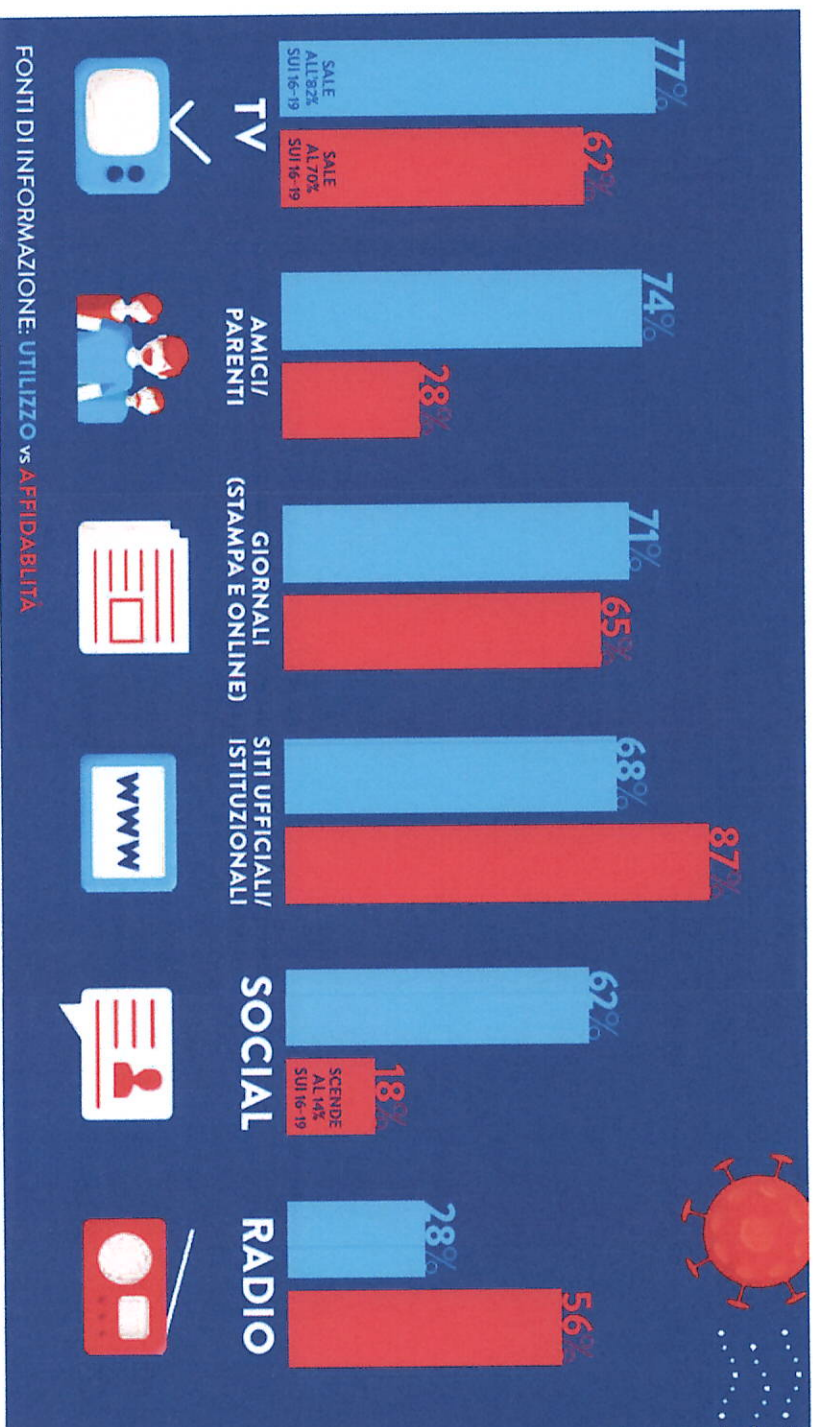
Audience televisiva nel 2020/19  
(AMR, Reach, Tempo di visione)



	Intera giornata				Prime-time			
	<u>2019</u>	<u>2020</u>	<u>ΔYoY</u>	<u>ΔYoY (%)</u>	<u>2019</u>	<u>2020</u>	<u>ΔYoY</u>	<u>ΔYoY (%)</u>
<b>migliaia</b>								
<b>AMR</b>	9.941	11.079	+1.138	+11,45%	23.112	25.259	+2.146	+9,35%
<b>migliaia</b>								
<b>Reach</b>	42.196	43.085	+889	+2,1%	31.515	33.536	+2.021	+6,45%
<b>minuti</b>								
<b>ATV</b>	244	273	+29	+11,95%	47	52	+5	+10,65%

Fonte: Elaborazione Confindustria Radio Televisioni - CRTV su dati AUDITEL  
AMR consolidato; ATV, Reach, lordi individuali + ospiti; Intera giornata (02.00-26.00), Prime-time (20.30-22.30)

# 4. Giovani e informazione ai tempi della pandemia



campione di 1.000 ragazzi tra i 16 e i 30 anni rappresentativo della popolazione italiana per età, genere e aree geografiche. Le interviste – metodo CAMI

## 5. La televisione fuori dalla televisione

**Visualizzazioni dei contenuti tv sui device digitali: +63%**

**Tempo investito su "tv extra-televisore": +136%**

**Pubblicità: +53%**

**Disponibilità di schermi (spesso più connessi): oltre 112 milioni**

**Prospettiva di aumento dello streaming: 30% l'anno fino al 2025**

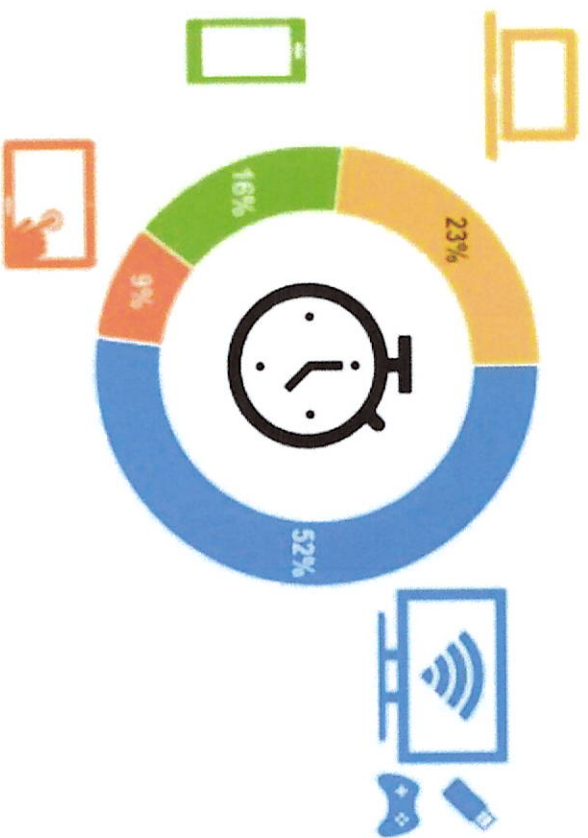
**Streaming su traffico dati da mobile al 2025: 76%**

**Fonte: Relazione Auditel 2021**

## 6. Come cambia il «tempo televisivo»

### La TV connessa è il device prevalente sul Tempo Speso

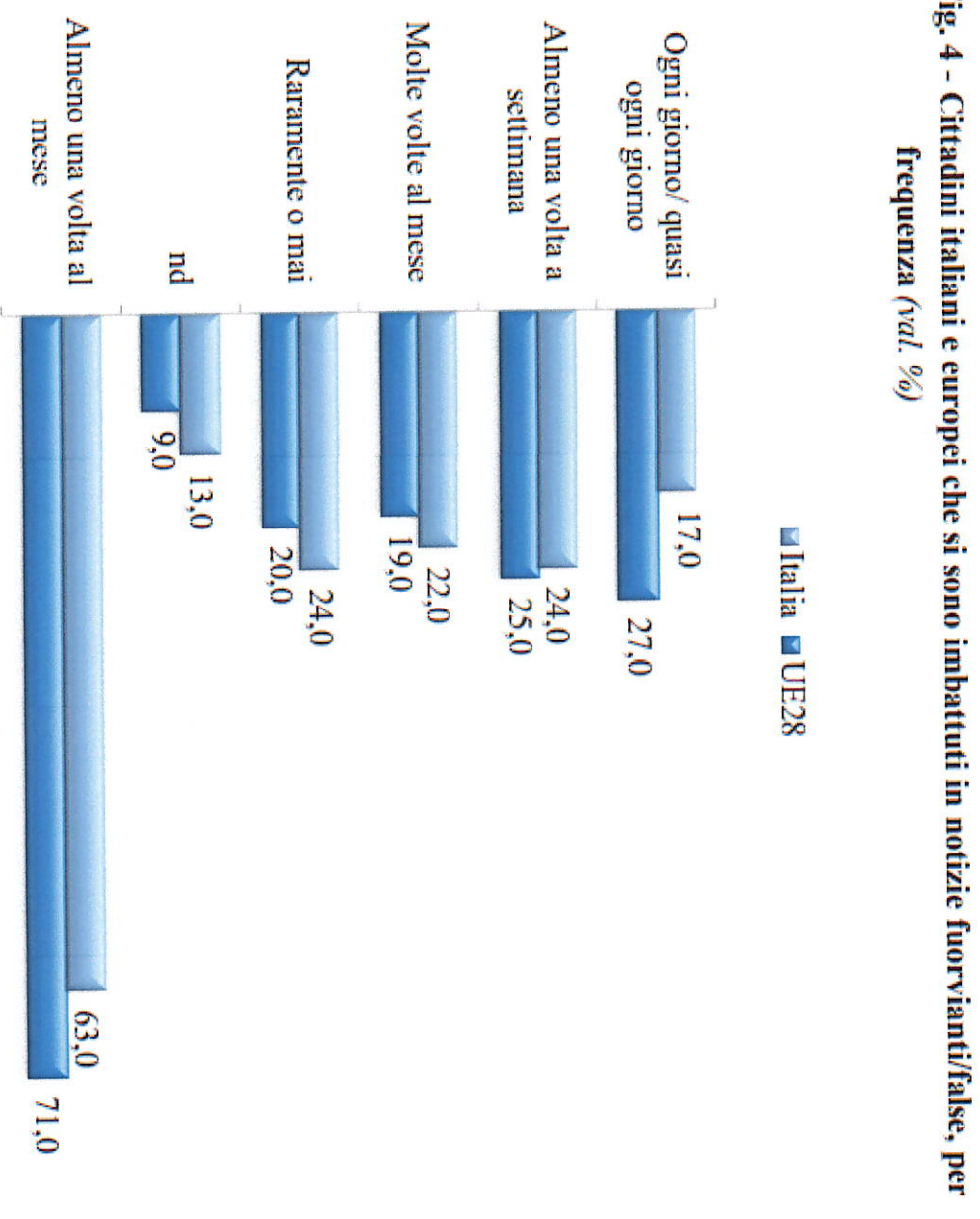
Distribuzione del tempo per la visione di contenuti in streaming tra i diversi device



- La TV Connessa aumenta il proprio peso nel caso di:
- famiglie con figli conviventi (61%)
  - fascia di età 35-44 (56%)
  - alto livello di istruzione (56%)
  - lavoratori full time (56%)

Senzevalenti - Agenzia di Branding e Digital Marketing - Roma e Milano  
©2024 W. Tattilo. Il Tempo che passa qua da dove vuoi, video. Tu, sul tuo schermo, dall'azione, come il tuo device tra le diverse aree geografiche.

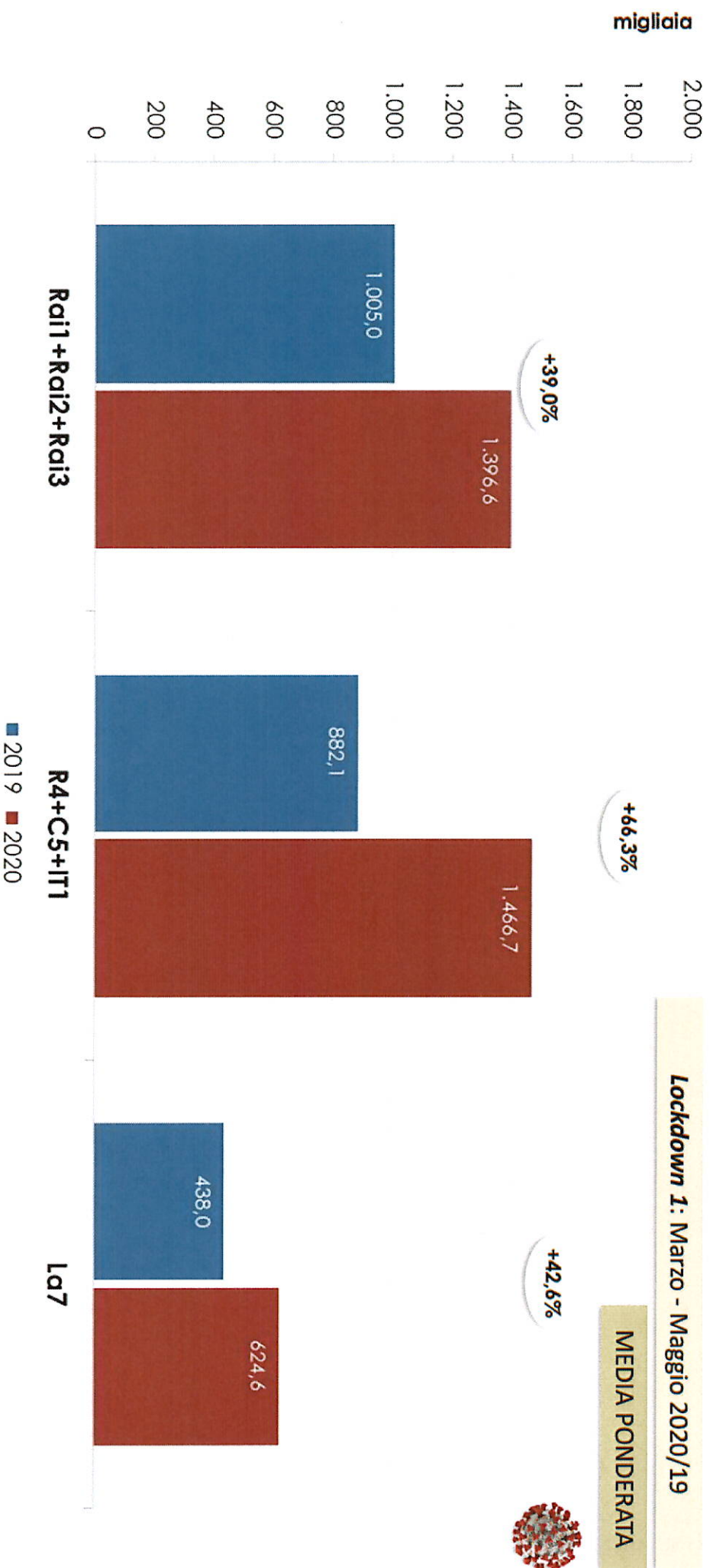
## 7. Diffusione fake news Italia vs Eu



Fonte: elaborazioni Censis su dati Eurobarometro, 2019



# LOCKDOWN, ascolto medio genere INFORMAZIONE

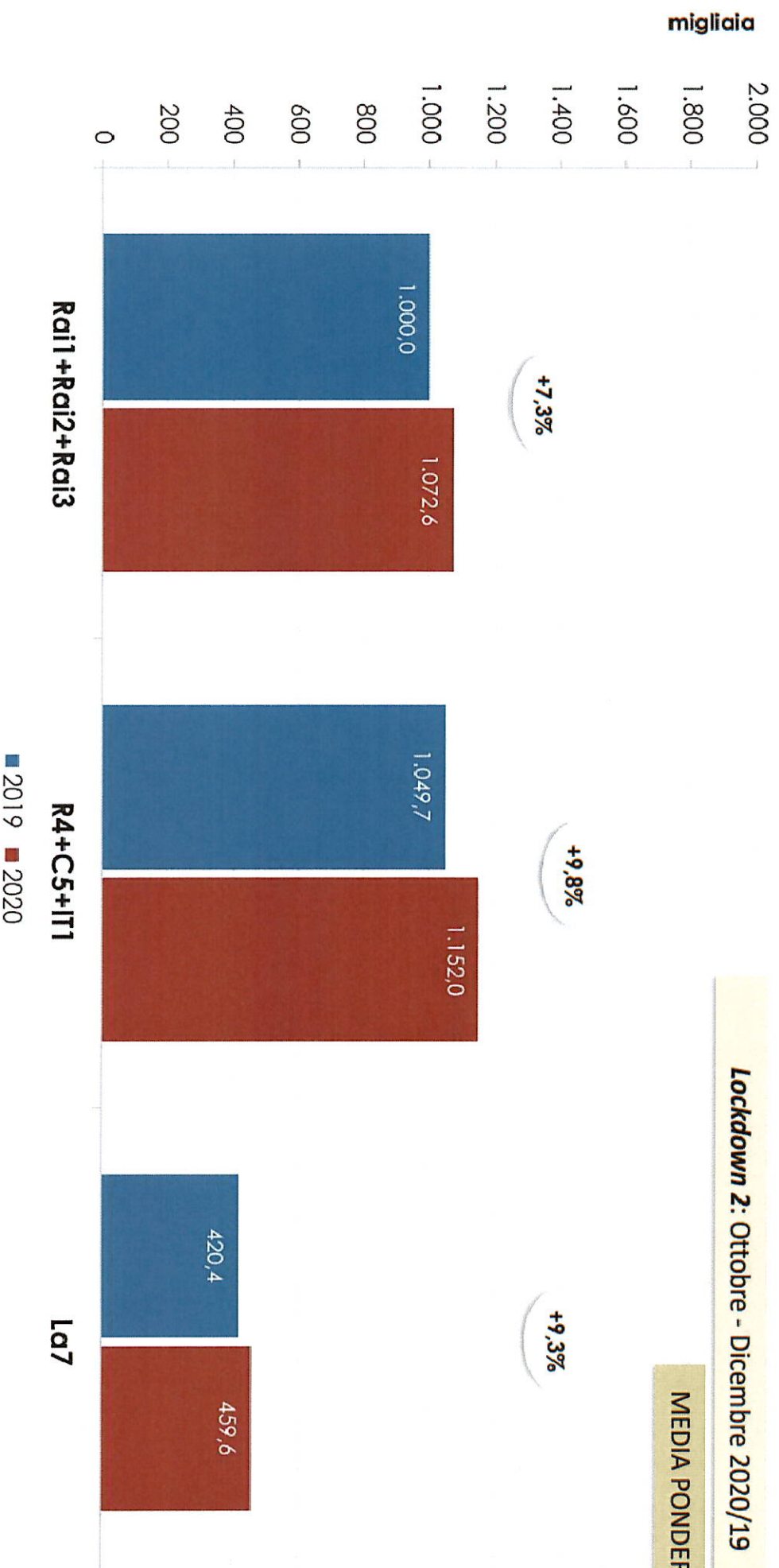
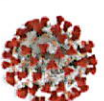


Fonte: Elaborazione Confindustria Radio Televisioni - CRIV su dati AUDITEL  
AMR consolidato, totali individui + ospiti, intera giornata (02-26)  
Periodo analizzato: 09.03.2020 - 03.05.2020 vs 11.03.2019 - 05.05.2019

# LOCKDOWN, ascolto medio genere INFORMAZIONE

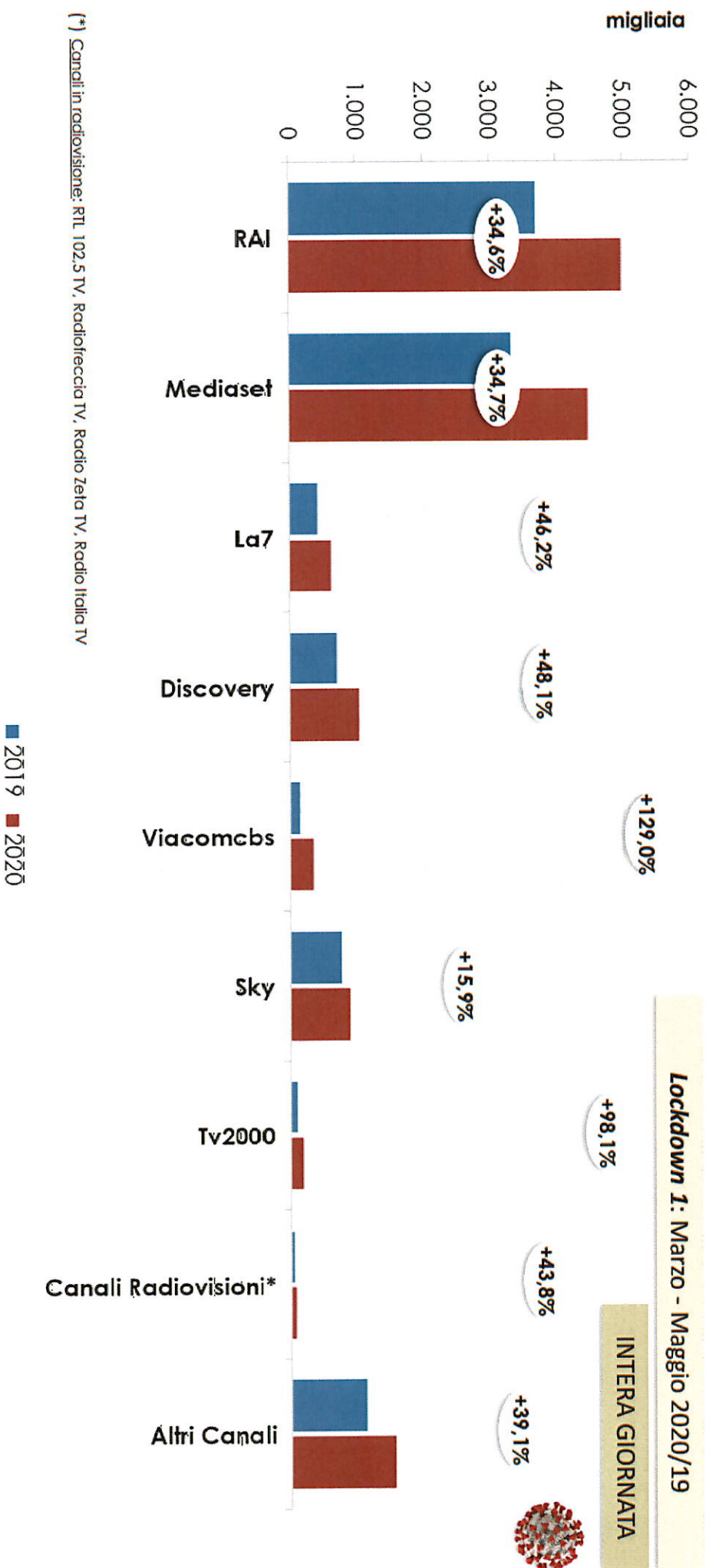
Lockdown 2: Ottobre - Dicembre 2020/19

MEDIA PONDERATA



Fonte: Elaborazione Confindustria Radio Televisioni - CRTV su dati AUDITEI

# LOCKDOWN, ascolto medio dei Gruppi editoriali nell'intera giornata

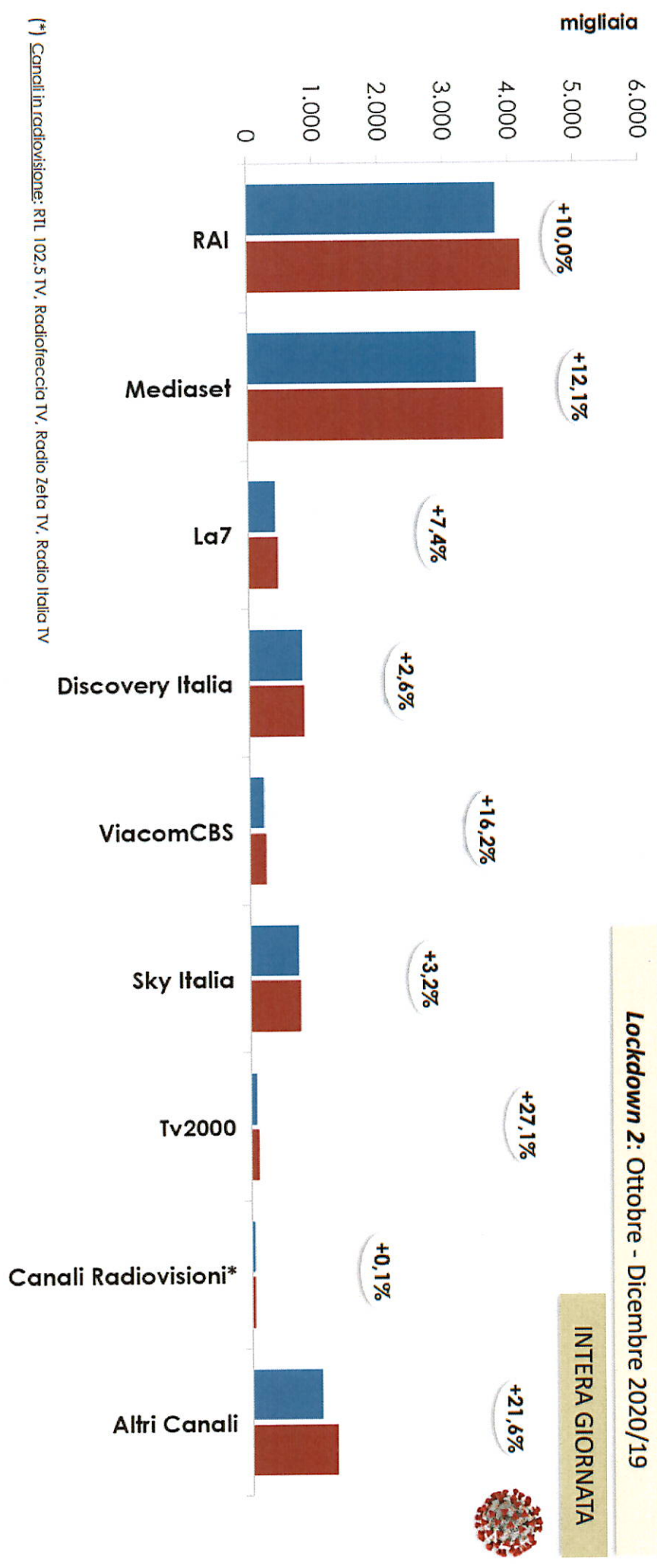


Fonte: Elaborazione Confindustria Radio Televisioni - CRTV su dati AUDITEL  
 AMR consolidato, totali individui + ospiti, Intera giornata (02-26)  
 Periodo analizzato: 09.03.2020 - 03.05.2020 vs 11.03.2019 - 05.05.2019

# LOCKDOWN, ascolto medio dei Gruppi editoriali nell'intera giornata

Lockdown 2: Ottobre - Dicembre 2020/19

INTERA GIORNATA



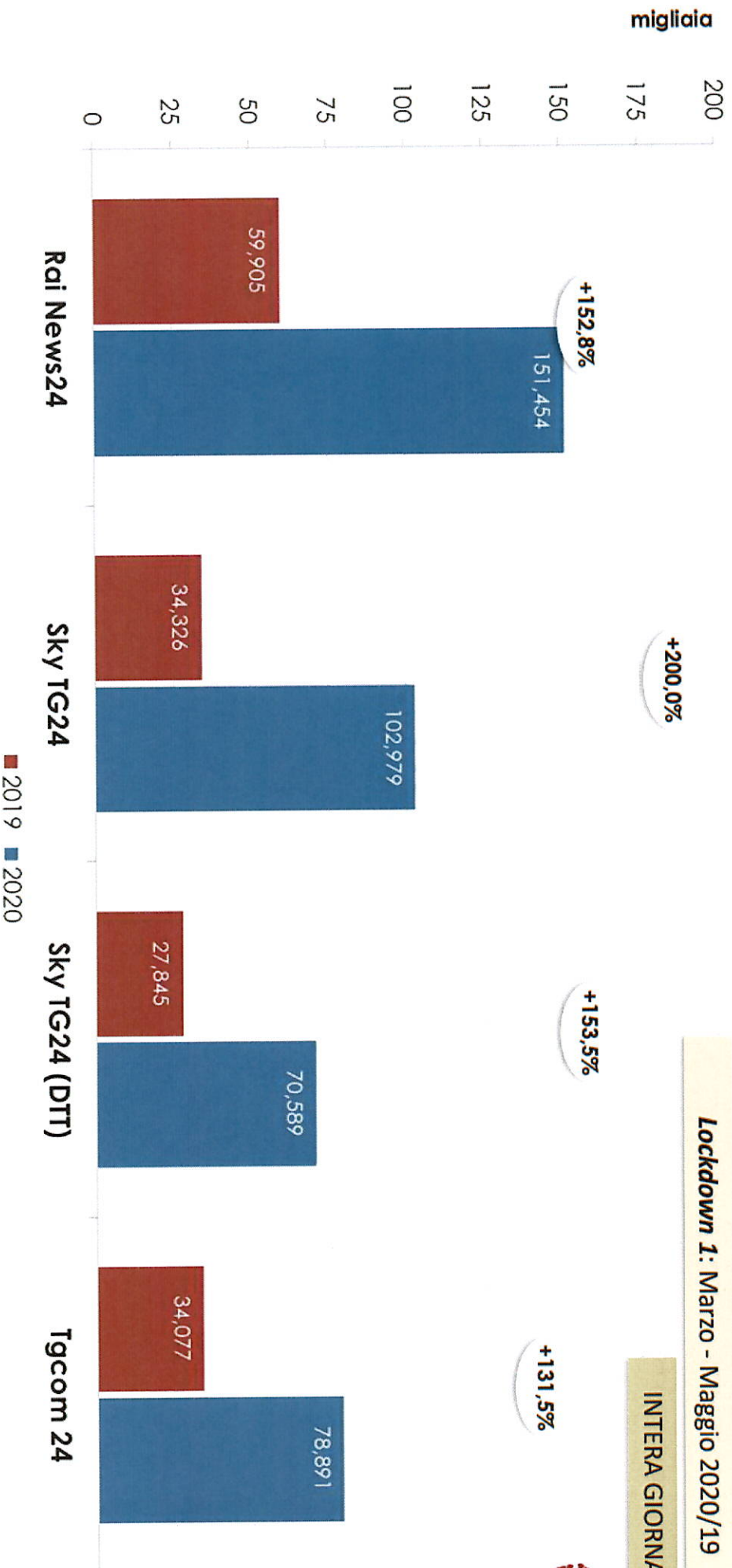
(\*) Canali in radiovisione: RTL 102.5 TV, Radiorecchia TV, Radio Zeta TV, Radio Italia TV

Fonte: Elaborazione Confindustria Radio Televisioni - CRIV su dati AUDITEL  
 AMR consolidato, totali individui + ospiti, Intera giornata (02-26)  
 Periodo analizzato: 26.10.2020 - 25.12.2020 vs 28.10.2019 - 27.12.2019

# LOCKDOWN, ascolto medio dei canali ALL NEWS

Lockdown 1: Marzo - Maggio 2020/19

INTERA GIORNATA

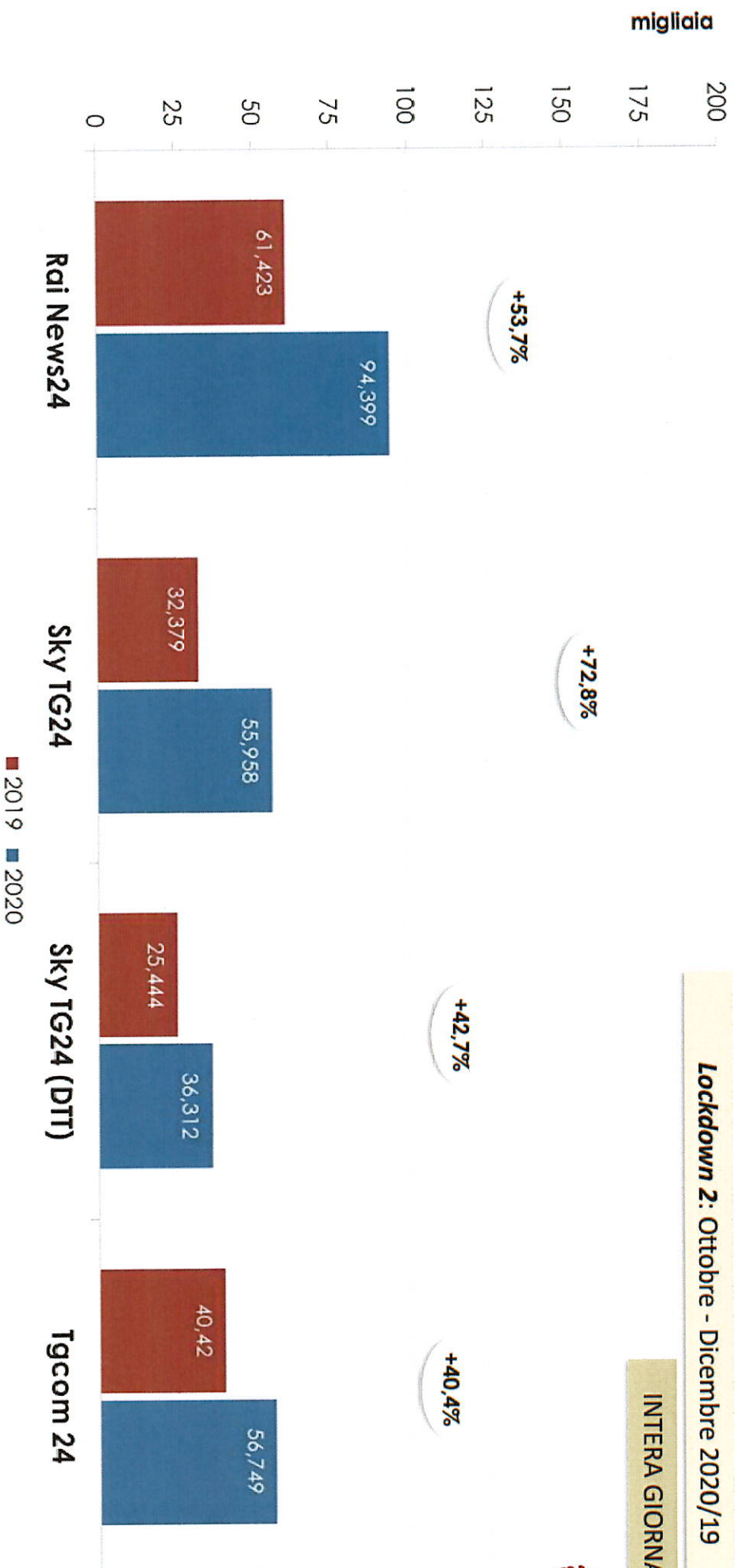


Fonte: Elaborazione Confindustria Radio Televisioni - CRTV su dati AUDITEL  
AMR consolidato, totali individui + ospiti, Intera giornata (02-26)  
Periodo analizzato: 09.03.2020 - 03.05.2020 vs 11.03.2019 - 05.05.2019

# LOCKDOWN, ascolto medio dei canali ALL NEWS

Lockdown 2: Ottobre - Dicembre 2020/19

INTERA GIORNATA



Fonte: Elaborazione Confindustria Radio Televisioni - CRTV su dati AUDITEL  
AMR consolidato, fidejuri individuali + ospiti, Intera giornata (02-26)  
Periodo analizzato: 26.10.2020 - 25.12.2020 vs 28.10.2019 - 27.12.2019