

p.15

*BlogMeter svela gli  
elementi di successo  
dei podcast*

UNA RICERCA E UN WEBINAR

## BLOGMETER SVELA GLI ELEMENTI DI SUCCESSO DEI PODCAST

Con una ricerca dedicata e il webinar “Podcast: le metriche nascoste del fenomeno del momento”, **BlogMeter** prova a far luce sul mondo dei podcast, svelando i KPI più rilevanti per valutarne il successo.

### SCENARI INASPETTATI

Il primo dato che spicca è che nel Bel Paese gli ascoltatori di podcast registrati nel 2020 hanno raggiunto un totale di 13,6 milioni, con un incremento del 15% rispetto all'anno precedente (fonte: Nielsen). Non solo: ben nove italiani su dieci conoscono o hanno sentito parlare di podcast (fonte: BVA Doxa 2020). Il boom di interesse non si è rilevato solo dall'aumento degli ascolti, ma ha anche interessato la produzione e la realizzazione di nuovi contenuti: in tanti hanno compreso il potenziale comunicativo del mezzo e si sono cimentati nella creazione di programmi con focus e tematiche diverse e particolari. Dagli enti istituzionali, che hanno promosso programmi dall'animo simpatico per avvicinare il pubblico alla loro realtà – come l'ISTAT con le sue “Fiabe statistiche” e le “Voci della Farnesina” creato da MAECI in collaborazione con ANSA – passando per l'ambito culturale con interessanti produzioni promosse per esempio dal Teatro Stabile del Veneto con “Una stagione sul sofà”, il teatro da gustare sul divano nell'epoca delle chiusure forzate, o dall'Università Cà Foscari di Venezia, che ha realizzato “2030: Come ce l'abbiamo fatta”. Anche il settore sanitario ha utilizzato il podcast come strumento per far sentire la propria voce, come nel caso di “Humanitas Voice”, realizzato dalla struttura ospedaliera Humanitas per raccontare le storie di vita vissuta direttamente dal fronte della cura nell'emergenza sanitaria. È interessante sottolineare come il fenomeno si stia espandendo così tanto da diventare un tema focale di interesse: sono infatti tantissimi gli italiani che sul web e su Google cercano proprio il significato della

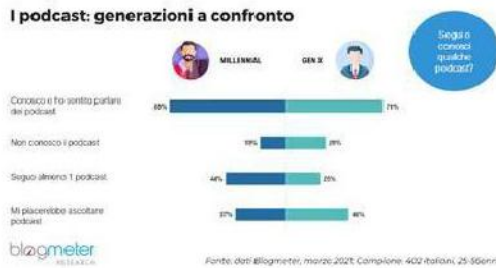
parola “podcast”, la sua funzione e le modalità di utilizzo.

### DUE GENERAZIONI... IN ASCOLTO

La ricerca effettuata da BlogMeter mette due generazioni a confronto. Da una parte, i Millennials – la generazione dei nati tra i primi anni Ottanta e la metà degli anni Novanta – e dall'altra, la



Generazione X – che comprende i nati dai primi anni Sessanta fino alla fine degli anni Settanta. Secondo l'analisi, l'85% dei Millennials conosce o ha sentito parlare di podcast, contro il 71% della Generazione X. E il 44% dei Millennials, contro il 25% della Generazione X, ne segue almeno uno. Ma anche per chi non ha ancora preso confidenza con il prodotto si fa palese l'interesse: al 37% dei Millennials e, addirittura, al 46% di italiani appartenenti alla Generazione X piacerebbe avvicinarsi infatti ai podcast. Interessanti sono anche i risultati che riguardano la percezione della pubblicità inserita all'interno dei podcast: se il 72% dei Millennials – e il 66% della Generazione X – salta o non ascolta il messaggio pubblicitario inserito all'interno di un podcast, il 24% circa di utenti (siano Millennials o Generazione X) l'ascolta invece con attenzione. La varietà di pubblicità con cui si viene a contatto rientra in tipologie di messaggio differenti: da quella narrata dai podcaster – preferita dal 37% dei Millennials



– ai messaggi pubblicitari tradizionali, apprezzati in egual modo da entrambe le tipologie di pubblico. Dopo aver dato uno sguardo al panorama dell'utenza dei podcast, sorge spontaneo un quesito: quali sono gli elementi che rendono un podcast un contenuto di successo?

### ALLA SCOPERTA DELLE METRICHE... NASCOSTE

La valutazione del successo di un podcast richiede delle metriche aggiuntive rispetto a quelle tradizionali: il numero di play effettuato dagli utenti o di download sono dati che rimangono strettamente correlati e confinati al mondo dei podcast e alle piattaforme da cui nascono. Per scoprire il potenziale delle performance di un podcast al di fuori del suo campo di azione naturale – che è la piattaforma – BlogMeter fa riferimento a due podcast che hanno riscosso un grandissimo successo e che hanno registrato una grande crescita in termini di numeri e di popolarità. Il primo è “Tutto Sanremo ma dura meno”, podcast condotto dal gruppo The Jackal che racconta l'avventura del Festival di Sanremo: si è rivelato il più ascoltato in Italia durante la settimana di Sanremo 2021 ed è il primo podcast originale prodotto da Spotify per l'Italia. Il secondo esempio è “Muschio Selvaggio”, creato da Fedez e Luis Sal, dedicato a temi di cultura e società con ospiti diversi in ogni puntata: il programma è risultato il podcast più ascoltato del 2020 ed è nella top 5 dei podcast più ascoltati in Italia per aprile 2021. Anche nel mondo social i due prodotti si rivelano vincenti: “Tutto Sanremo ma dura meno” registra 10 mila messaggi totali, con un engagement di 4 milioni durante la sua messa in onda, mentre “Muschio Selvaggio” vede 32 mila messaggi totali e un engagement di 15 milioni solo nel primo trimestre del 2021. I podcast presi in esame rientrano però in due differenti tipologie di intrattenimento e richiedono quindi diversi metri di misurazione.