

Il ricevitore radio è elemento essenziale nell'acquisto dell'auto

- Il 93% dei consumatori italiani ritiene che il ricevitore radio in auto sia fondamentale
- L'87% difficilmente acquisterebbe o noleggierebbe un'auto senza un ricevitore radio di serie
- Il 96% vuole che l'accesso alla radio rimanga gratuito. Il consumo di trasmissioni radiofoniche è significativamente più elevato rispetto a qualsiasi altra forma di intrattenimento audio per auto;
- Le funzioni radio più desiderate dagli acquirenti di auto italiane includono comandi vocali e informazioni sui contenuti

Questi sono alcuni dei dati contenuti nello studio internazionale pubblicato oggi da Edison Research che evidenzia come la radio continui ad essere la fonte preferita di intrattenimento in auto in tutto il mondo. All'interno della ricerca Edison, in Italia il 93% degli intervistati che hanno acquistato o che hanno intenzione di acquistare un'auto, afferma che un ricevitore radio dovrebbe essere di serie in ogni veicolo.

L'indagine rivela inoltre che la disponibilità della radio ha un impatto importante sulle decisioni di acquisto dei veicoli da parte dei consumatori: l'87% dei potenziali acquirenti di auto in Italia afferma che sarebbe meno propenso ad acquistare o noleggiare un veicolo che non sia dotato di un ricevitore radio integrato.

Il sondaggio, commissionato da WorldDAB in collaborazione con Radioplayer e sponsorizzato da The National Association of Broadcasters, Commercial Radio Australia e Xperi, ha intervistato coloro che hanno recentemente acquistato o noleggiato una nuova auto, o hanno intenzione di farlo nel prossimo futuro. Oltre all'Italia, l'indagine ha condotto interviste anche tra gli acquirenti di auto in Francia, Germania, Australia, Regno Unito e Stati Uniti

Sintesi dei dati contenuti nella ricerca

Secondo la ricerca Edison, quando si considerano le funzionalità audio di serie più apprezzate in una nuova auto, avere un ricevitore radio è al primo posto per i potenziali acquirenti di auto (valutato "importante" dal 91%), seguito dalla disponibilità di porte USB (valutato "importante" dell'87%) e dalla disponibilità di connessione Bluetooth (valutato "importante" dell'87%) e ben prima della tecnologia di mirroring degli smartphone (Android Auto è valutato "importante" dal 75% e Apple CarPlay dal 50%).

Il consumo quotidiano di trasmissioni radiofoniche tra gli automobilisti in Italia rimane significativamente più elevato rispetto a qualsiasi altra forma di contenuto audio. Il 76% degli

intervistati afferma di ascoltare "spesso" le trasmissioni radiofoniche in auto, contro il 23% che propende per i servizi di musica in streaming online e il 15% per i CD. Facendo eco ai livelli di utilizzo, una netta maggioranza (84%) concorda con l'affermazione: *"la radio offre un'esperienza di ascolto migliore in auto rispetto ad altri tipi di sorgenti audio"*. Il 60% degli intervistati afferma che il motivo principale dell'ascolto è "ricevere notizie e informazioni", seguito da "ascoltare le canzoni preferite" (44%).

Una netta maggioranza non vuole la radio a pagamento – il 96% afferma che è "importante" che l'ascolto della radio possa rimanere un servizio gratuito – come avviene attualmente tramite i sintonizzatori radio analogici e digitali. L'importanza della radio in chiaro è stata evidenziata dalla preoccupazione degli automobilisti circa il costo dei dati per lo streaming dei contenuti: una netta maggioranza (57%) di coloro che attualmente ascoltano contenuti audio tramite il proprio dispositivo mobile si dichiara "preoccupata" per la quantità di dati che stanno utilizzando.

Agli acquirenti di auto italiani è stato anche chiesto quali fossero le caratteristiche dell'autoradio a valore aggiunto più desiderate. Avere la "capacità di cercare stazioni radio utilizzando i comandi vocali" è il più popolare (citato dal 63% degli intervistati), seguito dalla "fornitura di informazioni sui contenuti" (55%).

Tendenze di consumo radio in corso

Il consumo di trasmissioni radiofoniche rimane molto elevato tra gli acquirenti di auto oggi in Italia, con il 95% che afferma di averne ascoltate nell'ultima settimana e l'81% che afferma di ascoltarle almeno una volta al giorno.

L'auto resta il luogo più popolare per l'ascolto della radio, citata in media dal 96% degli intervistati, seguita dal 77% che ascolta la radio a casa e dal 36% che la ascolta al lavoro.

Tom Webster, Senior Vice President di Edison Research, commenta: "Questo è un importante pezzo di ricerca sui consumatori che copre alcuni dei più grandi mercati automobilistici, ma l'approccio nei confronti della radio tra gli acquirenti di auto in tutti i paesi intervistati è risultato stranamente simile.

"È anche chiaro che la *radiodiffusione* è stata specificatamente individuata come un'opzione irrinunciabile. Circa due terzi degli automobilisti in tutti i paesi intervistati hanno dichiarato che *"non ascolterebbero le loro stazioni radio preferite"* se fossero disponibili solo online. Per i consumatori, la disponibilità di una radio gratuita e di facile accesso come standard è una parte essenziale del sistema di intrattenimento in auto e sembra destinata a rimanere tale".

-Fine-

Note per gli editori

* Edison Research è stata incaricata da WorldDAB, in collaborazione con Radioplayer e supportata da NAB, CRA e Xperi, di condurre sondaggi online nazionali in Australia, Francia, Germania, Italia, Regno Unito e Stati Uniti. I 6.287 intervistati, equamente suddivisi tra i sei paesi, hanno riferito di aver acquistato/noleggiato un nuovo veicolo negli ultimi due anni o di aver intenzione di acquistare/noleggiare un nuovo veicolo nei prossimi 12 mesi. Le interviste sono state condotte tra l'1 settembre e il 21 settembre 2021 e i dati sono stati ponderati per corrispondere alle stime più recenti della popolazione di ciascun paese per età, sesso, razza e regione.

Informazioni sulle organizzazioni a supporto della ricerca

Per ulteriori dettagli, visitare quanto segue:

- Worlddab.org
- Radioplayer.org
- NAB.org
- Commercialradioaustralia.com.au
- Xperi.com

Contatti PR:

projectoffice@worlddab.org