

I podcast: la nuova tendenza comunicativa del 2020?

scritto da Agnese Ceschi | 1 Gennaio 2020



Se dovessimo ricercare le tendenze più interessanti per il 2020 nel mondo della comunicazione i dati e le ricerche ci portano in una direzione: il mondo dei podcast.

L'industria mondiale del podcasting ha registrato un'avanzata mai così rapida ed intensa come quella avvenuta in questo ultimo anno, che ad oggi conta la produzione di oltre **800.000 podcast per 62 milioni di ascoltatori al mondo a settimana** (fonte [Voxnest](#)).

Nel mercato in cui il podcast è esploso già tempo fa, gli Stati Uniti, questa incessante crescita è stata come uno 'tsunami', ma l'onda lunga è arrivata anche nel nostro Paese. Infatti, il 2019 si può considerare come l'anno della 'scoperta' dei podcast in Italia o, come alcuni l'hanno definito, 'l'anno zero del podcast in Italia'.

Questo strumento di comunicazione sta iniziando a far percepire le sue potenzialità, sia di contenuto che economiche. Non è un caso che il prestigioso Interactive Advertising Bureau (IAB), principale realtà a livello mondiale nel campo della pubblicità digitale, abbia dichiarato in un

recente report che le stime sugli investimenti adv sul podcast potrebbero superare il miliardo di dollari nel 2021.

Cosa sono i podcast?

I podcast sono file audio digitale distribuiti attraverso Internet e fruibili su un computer o su un lettore MP3. Il termine proviene da una libera fusione di iPod (lo strumento Apple di ascolto di audio) e broadcasting («radiodiffusione»). [definizione dizionario Treccani]

Qual è il vantaggio di questo mezzo di comunicazione?

Sicuramente lo 'slow listening' dei podcast. In un mondo in continua evoluzione a ritmi frenetici e a tratti disumani, il podcast offre l'opportunità di essere ascoltato anche a distanza di ore, giorni, mesi o anni. Inoltre i podcast possono essere ascoltati in qualsiasi momento della giornata anche mentre una persona sta svolgendo un'altra attività.

Spotify

Una delle cause che hanno concorso a scaturire un'impennata di attenzione nell'industria del podcasting è stato sicuramente l'atterraggio di [Spotify](#) su questo terreno. Nel giro di pochissimo tempo il colosso svedese dello streaming musicale ha messo in atto una strategia di acquisizioni e investimenti corposi (500 milioni di dollari per il 2019) per diventare la piattaforma leader dell'intrattenimento audio, non solo musicale.

Qual è la situazione in Italia?

“Come detto, in Italia non c'è stata una vera e propria 'podcast revolution' – spiega la ricerca [Voxnest](#) – Oltre ad Audible e Storytel, che si sono affermate quest'anno iniziando a produrre contenuti interessanti per i propri abbonati, il 2020 potrebbe vedere la nascita anche di nuove realtà, non per forza su abbonamento, che competeranno nella produzione di idee e contenuti per il mercato”.

Dalla recente analisi fatta sull'Audience Network di [Voxnest](#)

relativa all'Italia, salta agli occhi come i nostri connazionali abbiano una spiccata predilezione per tutto quello che è legato alle tematiche Business, prima nella Top 5 delle categorie di podcast preferite dagli italiani. Al secondo posto, troviamo la categoria Società e Cultura, che accoglie un vasto bacino di contenuti. Subito dopo, troviamo poi News (3° posto), Tempo Libero (4° posto) e infine Calcio.

Un dato significativo che colpisce nell'analisi di Voxnest è l'ascolto per fascia oraria: l'orario di punta, trasversale a tutte le categorie, sembrano essere le 7.00 del mattino, segno che l'italiani all'ora del caffè (sia che siano già in movimento per il lavoro o si apprestano ad uscire di casa) hanno la giusta attenzione per consumare contenuti audio. C'è poi una seconda fascia oraria che viene scelta dagli ascoltatori italiani come momento perfetto per seguire il proprio podcast preferito, e sono le cinque del pomeriggio, immaginiamo come l'orario in cui o si sta rincasando o la mole di lavoro è già stata assorbita e si è predisposti per rilassarsi e distrarsi seguendo qualche episodio del podcast prediletto.

Come reagirà il mondo del vino a questa nuova forma di comunicazione che sta prendendo piede? Alcuni importanti progetti di podcast si sono visti negli ultimi anni, come l'Italia Wine Podcast condotto dal giornalista Monty Waldin che consente di scoprire in lingua inglese la diversità del vino italiano.

Quali altri progetti nasceranno nel 2020? Avranno in Italia lo stesso successo che hanno avuto negli Stati Uniti?