

Scenari incerti per le RADIO FM. Ma in tanto a prevalere è il web

Viviamo in un periodo di grandi cambiamenti, che coinvolgono in modo significativo anche l'ambito radio-televisivo.

Con l'avvento delle **radio libere di fine anni 70**, si è assistito alla lenta ma progressiva perdita d'ascolti della modulazione d'ampiezza a favore delle FM. Un mondo quello delle FM che hanno segnato un'epoca fatta di tante **radio locali** che negli anni si sono combattute a *suon di watt* per mantenere l'egemonia di territori più o meno vasti.

Negli ultimi anni si parla molto del DAB, ovvero la **diffusione audio digitale**, e quindi in una riconversione di trasmissione delle vecchie frequenze FM da analogiche a digitali, con tutti i vantaggi intrinseci del nuovo sistema.

Già ad oggi ci sono diverse emittenti radio, soprattutto nazionali, che diffondono il loro segnale oltre che nel sistema analogico in quello digitale. Quest'ultimo offre una migliore qualità del *suono* simile a un CD, permettendo di far condividere a più segnali lo stesso canale (*multiplex*) e di conseguenza più emittenti in grado di condividere lo stesso mezzo trasmissivo, riducendo notevolmente i costi. Per favorire l'innovazione tecnologica già dal 2020 tutti i device venduti ai consumatori italiani, compresi quelli installati sulle automobili, saranno obbligati ad avere almeno un'interfaccia per la ricezione del segnale digitale.

In questo scenario futuro, siamo proprio sicuri che le **frequenze FM** avranno lo stesso valore di mercato di oggi?

Alcuni pensano che aumenterà in vista di una crescita economica a livello mondiale, altri sono meno fiduciosi ma comunque percepiscono la nuova tecnologia come qualcosa di innovativo che va per forza fatto.

Certo il **recente passaggio alla TV digitale** non è stata dei migliori, sia per i telespettatori che per molti editori. I primi si sono trovati certamente con una scelta maggiore di programmi, ma non per questo sempre graditi, come nel caso delle televendite trasmesse 24 ore su 24 o di molti eventi replicati. D'altro canto gli editori si sono trovati a investire in un sistema che poi ha finito per inglobare di fatto *gruppi medio-grandi* a discapito delle piccole aziende, molte delle quali hanno chiuso. Tutt'oggi la **rivoluzione tecnologica** in ambito televisivo non è terminata e si attende con un po' di trepidazione il nuovo switch off previsto per il 2020.

Che ne sarà quindi della radio digitale? Staremo a vedere, anche se a nostro avviso **il futuro dei media sarà sempre più frammentato e a prevalere su tutti sarà il web**. Molti editori, forse perché non sono disposti a guardare avanti, o molto probabilmente perché non osano pensare che le loro frequenze terrestri possa perdere valore, considerano l'*ascolto in streaming* come qualcosa di "*ristretto*", che non ha una gran valenza a livello commerciale perché ci sono pochi numeri e sparpagliati in giro per il mondo. Ciò è vero, ma alcuni di loro si sono mai chiesti **che ne sarà della moltiplicazione delle stazioni radio** che

avverrà a completamento del DAB? Siamo proprio sicuri che ancora più canali si tradurrà nel complessivo in più ascolti? Queste sono domande interessanti da porsi, tenendo poi presente che ogni anno che passa la gente è sempre più social e connessa in rete.



Ormai non si vendono più le radioline, dato che basta accendere un PC o installare un app' su un smartphone per sintonizzarsi su qualunque tipo di radio o TV. Ma la rete offre molto di più, come i numerosissimi **videoclip** che si possono scegliere in qualunque momento. Un esempio su tutti è il [canale video Youtube](#) che di fatto ha sostituito i programmi radio di "*dediche e richieste*" e ancor prima il vecchio e buon **juke box**. Che dire poi delle nuove radio nate solo via internet, che seppur "*artigianalmente*", riescono a rosicare qua e là ascolti ai grossi Network e alle poche rimaste realtà locali.

Capire dove si sta veramente muovendo il mercato è importante anche perché i cambiamenti avvengono a una *velocità impressionante*. Fino al 2010 in Italia le webradio erano pressochè sconosciute, oggi invece sono una realtà. Non c'è radio FM che non trasmetta anche in internet, tuttavia ci si rende conto, come abbiamo accennato sopra, che spesso gli ascoltatori in internet sono per lo più esigui.

Oggi le emittenti nazionali e locali vivono soprattutto tramite "*l' autoradio*". Ci sono degli orari (*drive time*) dove c'è maggiore traffico automobilistico e che corrispondono spesso al maggior numero di ascoltatori.

Ma la domanda da porsi è... **siamo sicuri che il futuro mobile sarà nel DAB?**

oppure dobbiamo aspettarci una concorrenza con dispositivi che oltre al DAB ci consentono di connettersi con i canali in streaming.

Teniamo infine presente i tanti *operatori telefonici virtuali*, nati da poco, che offrono cifre veramente basse per connettersi in rete.

Se quindi servono nuove idee efficaci per rimanere nel mercato radiofonico, nel contempo **SI DEVE PRENDERE CONSAPEVOLEZZA** dei possibili scenari futuri e agire di conseguenza.