

SEMPLICITÀ, CONVENIENZA E FLESSIBILITÀ LE PAROLE CHIAVE

Rai Pubblicità presenta l'offerta radiofonica estiva

L'estate di **Radio Rai** sarà all'insegna della convenienza e della flessibilità: queste le basi su cui **Rai Pubblicità** ha costruito l'offerta commerciale per il trimestre estivo che partirà il 28 giugno e si avvierà sulla scorta di un 2014 decisamente positivo. Già durante lo scorso anno, infatti, le performance di Radio Rai hanno registrato dei risultati eccellenti, come sottolinea la concessionaria del broadcaster pubblico: Radio Rai ha mantenuto la leadership nella fascia del prime time mantenendo sintonizzati sulle proprie emittenti 1/4 del pubblico e 1/3 dei Responsabili d'Acquisto. Grande successo hanno avuto nel 2014 l'app, che è stata scaricata un milione di volte, e il podcast, che ha totalizzato la cifra record di 80 milioni di download. Sul fronte editoriale, Radio Rai conferma alcuni importanti appuntamenti della programmazione. **Radio 1** garantirà come di consueto l'informazione a tamburo battente e l'aggiornamento costante su tutti i più prestigiosi appuntamenti sportivi: la Formula 1 e il Moto GP, il Tour de France

e il Campionato di Calcio che sarà on air a partire dal 23 agosto. **Radio 2** invece riempirà l'estate degli ascoltatori con le note dei grandi nomi della musica e dello spettacolo tra cui Nina Zilli, Marco Marzocca, Nino Frassica e Luca Barbarossa che a luglio porterà nel quotidiano l'amatissimo *Radio 2 Social Club*. Radio 2 accompagnerà gli ascoltatori alla scoperta dei più grandi eventi dell'estate: seguirà a giugno la Partita del cuore, il Taormina Film Festival e il Sonar di Barcellona, per poi sbarcare a luglio al Lucca Summer Festival come radio ufficiale. Anche quest'anno inoltre Radio 2 organizzerà il



Caterraduno, l'originale settimana in cui i programmi *Caterpillar* e *CaterpillarAM* trasmettono in diretta da Senigallia con la presenza degli ascoltatori offrendo spettacoli, incontri e concerti gratuiti. **Radio 3** infine conferma i suoi programmi di punta - *Prima Pagina, Tutta la città ne parla, Fahrenheit* e *Radio3 Suite* - e dà appuntamento ai suoi ascoltatori ad alcuni dei più prestigiosi eventi culturali d'Italia tra cui il Festival della Letteratura di Mantova, quello della Filosofia a Modena e il Materadio, l'evento annuale organizzato da Radio 3 a Matera con incontri culturali e concerti live. "Sul fronte commerciale abbiamo deciso di valorizzare le scelte editoriali attraverso un'ampia libertà di pianificazione che consente ai brand di scegliere come e quando pianificare tra

gli oltre 400 break a palinsesto - dichiara **Laura Rossetto Casel**, responsabile del marketing Radio di Rai Pubblicità -. Inoltre per rendere ancora più snella la pianificazione abbiamo creato le Aree a tema - Peak Time, Lifestyle, Top Show, Elite, Drive Time, Road News, Sport - che, con l'acquisto di 7 spot per area, permettono di guadagnare un 10% di riduzione rispetto all'acquisto in libera. Sempre in quest'ottica inoltre abbiamo inoltre creato i GRPack, nuovissimi pacchetti di 20 o 50 GRP pianificabili sui target RA, Trade e 25-44 anni". A sostegno della pianificazione Rai Pubblicità ha inoltre deciso di proporre nuovamente delle Iniziative Speciali che hanno riscosso un largo successo già nella prima parte dell'anno: i moduli radio + podcast e i pacchetti integrati radio + digital.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.