RAI PUBBLICITA': RADIO RAI HA CHIUSO IL 2016 CON UN INCREMENTO DEL 7,5% RISPETTO AL 2015. LE INIZIAT

Un bilancio positivo nel quale ha giocato un ruolo importante la nuova organizzazione dell'Area Radio di Rai Pubblicità, voluta da Francesco Barbarani (nella foto), Direttore Area Radio e Web della concessionaria. A trainare la raccolta anche gli eventi (Europei di Calcio, Olimpiadi, Giro d'Italia, Formula 1, Caterraduno, Festival di Sanremo) su cui la concessionaria ha lavorato con offerte dedicate. Positivi i dati d'ascolto. Un fatturato da record per la radio di Rai Pubblicità : Radio Rai ha chiuso il 2016 con un incremento del 7,5% rispetto al 2015, registrando una crescita di oltre tre volte superiore l'andamento complessivo del comparto radiofonico (+ 2,3%). Grande soddisfazione dall'ambito delle Iniziative Speciali, su cui Rai Pubblicità investe da anni e che nel 2016 hanno portato un risultato del +17%. Un bilancio positivo nel quale ha giocato un ruolo fondamentale la nuova organizzazione dell'Area Radio di Rai Pubblicità, voluta proprio da Francesco Barbarani (nella foto), Direttore Area Radio e Web della concessionaria: creazione di un nuovo comparto dedicato alla gestione dei rapporti con i Centri Media, potenziamento dei Progetti Speciali sia sul versante vendite che nell'area marketing, rafforzamento della struttura con l'introduzione di nuovi ruoli di coordinamento nazionale e di raccordo territoriale, inizialmente al Nord e da gennaio di quest'anno anche al Sud. Un forte assetto che ha consentito un capillare presidio del territorio e la copertura delle più diverse modalità e forme di comunicazione. La forza di Radio Rai ha trovato espressione soprattutto negli eventi, su cui Rai Pubblicità ha lavorato con offerte dedicate, progetti tailor made e attività sul territorio. Per citare solo gli eventi più importanti, basta ricordare su Radio1 gli Europei di Calcio e le Olimpiadi, ma anche il Giro d'Italia e il Tour de France, La Formula1 e il MotoGp ; su Radio2 i consueti appuntamenti con M'illumino di meno e Caterraduno, Festival di Sanremo e Lucca Summer Festival, oltre all' Earth Day, l'Eroica, la Barcolana, Comics e il Maker Faire; su Radio3 Il Festival della Filosofia di Modena, quello della Letteratura di Mantova e l'immancabile Materadio. Ottimo l'andamento dei dati di ascolto, che hanno premiato il lavoro svolto dalle reti per meglio differenziare e mirare la loro offerta. Sono aumentati gli ascoltatori sui target di Canale, registrando su Radio1 un incremento del 12% sul target Trade, del 15% su Radio2 sui 25-54 anni e del 7% su Radio3 sui Dirigenti. Una grande sfida attende Rai Pubblicità nel 2017: fare di meglio e di più! L'avvio del nuovo anno sembra promettere bene: il grande calcio su Radio1, M'illumino di meno e il Festival di Sanremo su Radio2 stanno già portando buoni risultati. Rai Pubblicità è quindi pronta per intercettare con risposte efficaci e creative le più diverse richieste del mercato.

Codice abbonamento: 071160

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.