

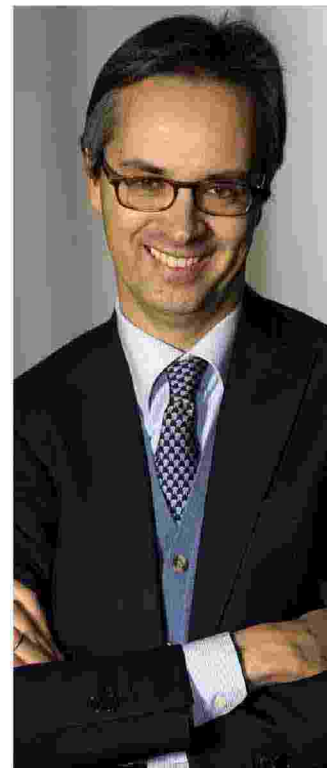
CONCESSIONARIE

# Rai Pubblicità chiude il 2016 della radio a +7,5%

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 ruolo fondamentale nella crescita è quello rivestito dalla nuova organizzazione dell'area Radio di Rai Pubblicità, voluta proprio da Francesco Barbarani, 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. Come gli Europei di Calcio e le Olimpiadi, il Giro d'Italia e il Tour de France, La For-

mula1 e il MotoGP su Radio1; 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. Molto bene anche 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.



**PUBBLI** NOWI.com

### Rai Pubblicità chiude il 2016 della radio a +7,5%

Parità la campagna sociale della Tgr dedicata all'Italia da salvare

#TGRperlambiente