

Sanremo 2017, Tim unico sponsor

25,5 milioni dalla pubblicità per la Rai



Un unico sponsor e un fatturato pubblicitario in aumento per la sessantasettesima edizione del Festival di Sanremo, in programma dal 7 all'11 febbraio 2017.

Ad anticiparlo è Fabrizio Piscopo, amministratore delegato di Rai Pubblicità, in un video pubblicato sul suo profilo YouTube. Secondo il manager alla guida della concessionaria pubblica, la doppia conduzione di Carlo Conti (per la terza di volta consecutiva sul palco dell'Ariston) e Maria de Filippi permetterà al Festival di superare «lo storico

muro del 50% di audience».

Per la prima volta nella sua storia, inoltre, il Festival di Sanremo potrà contare su un unico sponsor, Tim, che ha acquistato infatti tutte e quattro le posizioni privilegiate riservate in genere da Rai Pubblicità agli inserzionisti di categorie merceologiche diverse.

Piscopo, dunque, prevede sia un incremento del numero delle aziende che investiranno nei break pubblicitari delle serate del festival, così come un aumento del fatturato legato alla kermesse canora. I ricavi pubblicitari raccolto dalla Rai dovrebbero ammontare così a 25,5 milioni di euro, in crescita rispetto ai 24,4 milioni dell'edizione 2015.

Intanto, Rai Pubblicità comunicherà nei prossimi giorni i dati di fatturato relativi al 2016, anno nel quale la concessionaria, secondo romour di settore, avrebbe ottenuto un risultato superiore ai 700 milioni di euro. Rai Pubblicità avrebbe così archiviato l'anno con un incremento di circa il 6% del suo giro d'affari rispetto al 2015, con la televisione in attivo di poco più di otto percentuali, il cinema del 4% e internet ad oltre il +17%.

Oggi la società ha pubblicato i dati relativi a Radio Rai, che ha chiuso il 2016 con un incremento del 7,5% della raccolta pubblicitaria rispetto al 2015, registrando una crescita di oltre tre volte superiore l'andamento complessivo del comparto radiofonico (+2,3%). Le iniziative speciali, area su cui Rai Pubblicità investe da anni,

AITV



In Vetrina



Kate Moss senza slip. La Krupa nuda. E Sharapova-Belen... TUTTE LE FOTO

NEWS	FOTO	VIDEO
Piu letti del giorno	Piu letti della settimana	Piu letti del mese
	Kate Moss senza slip. La Krupa nuda. E Sharapova-Belen... TUTTE LE FOTO	
	Eugenie Bochar, tennista senza slip agli Austalian Open. E la Satta... FOTO	
	Barbara D'Urso lascia Domenica Live-Pomeriggio 5? Ecco la verità	
	Terremoto, le super dotate de La Pecora Nera fanno sold out con le tette	
	Calabrese, Moreno, Leotta: gli incidenti piccanti delle giornaliste italiane	

hanno garantito nel 2016 un risultato del +17%.

Un bilancio positivo nel quale ha giocato un ruolo importante, segnala Rai Pubblicità, la nuova organizzazione dell'Area Radio di Rai Pubblicità, voluta 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 sia 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'immane Materadio.

Sul fronte dell'andamento dei dati di ascolto, per quanto riguarda i target di canale, Radio 1 ha registrato un incremento del 12% sul target Trade, Radio 2 del 15% sui 25-54 anni e Radio 3 del 7% sui Dirigenti.

fonte <http://www.engage.it>

TAGS: **SANREMO**



SHOPPING PER VOI



In evidenza



SPETTACOLI
Moreno-latex, Leitner scollata
Giornaliste tv hot. Gallery

ZURICH CONNECT ti permette di risparmiare sull'assicurazione auto senza compromessi sulla qualità del servizio. [Scopri la polizza auto e fai un preventivo](#)

immobiliare.it MIGLIAIA DI ANNUNCI **ENTRA**

Motori



Torino protagonista del 3° Salone dell'Auto

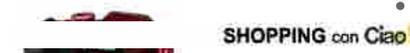


Nikon COOLPIX B500 - Co...

258.90 €

Galaxia

VEDI



CANALI
 Dal 1934 Canali realizza raffinati abiti da uomo di alta moda sartoriale. Scopri la nuova collezione **Canali**.