

CaterRaduno al via, Fabrizio Piscopo: grande vetrina per gli investitori Rai Pubblicità

Fabrizio Piscopo, AD di Rai Pubblicità, si dice fiducioso ed orgoglioso del successo del CaterRaduno 2015: "è una grande vetrina per gli sponsor, la nostra offerta commerciale è di alto livello".



Prende il via a breve – dal 29 giugno al 4 luglio – la 17° edizione del CaterRaduno, che come già da diversi anni a questa parte si svolgerà a Senigallia.

Gli organizzatori prevedono oltre 30mila presenze per questa consueta festa finale di due tra i programmi più apprezzati di Radio Rai, Caterpillar AM e Caterpillar. Per tutta la settimana il pubblico potrà assistere in diretta alle due trasmissioni, che andranno in onda rispettivamente alle 12 e alle 18.

“Il CaterRaduno è uno degli eventi estivi più importanti e anche quest'anno si annuncia un grande successo di pubblico e di estimatori dei nostri programmi radio” commenta Fabrizio Piscopo, amministratore delegato di Rai Pubblicità. “La radio si conferma un mezzo di comunicazione capace di mobilitare un pubblico affezionato e attento: la qualità degli ascoltatori di Radio Rai è notevole con target spesso inesistenti fra il pubblico delle private”.

La grande festa del CaterRaduno prevede come di consueto tanti giochi, eventi e concerti oltre ai programmi in diretta: per citarne alcuni, il 2 giugno si esibirà Caparezza e il 3 luglio Luca Barbarossa. Il raduno degli ascoltatori e dei fan di Caterpillar si concluderà il 4 luglio con l'esibizione della Banda Osiris insieme a Neri Marcorè e Antonio di Bella.

Piscopo inoltre sottolinea come la festa del CaterRaduno sia una grande vetrina comunicativa per gli investitori di Rai Pubblicità e per quei brand che vogliono sfruttare le potenzialità di questo evento, sia a livello locale che a livello nazionale.

Rai Pubblicità propone un'offerta commerciale di altissimo profilo (<http://www.raipubblicita.it/wp-content/uploads/2015/03/caterraduno2015.pdf>) per gli sponsor, che possono approfittare dell'appeal e del coinvolgimento dei programmi radiofonici di punta del palinsesto di Radio 2.

“Oltre ai classici spot radiofonici – continua Piscopo – Rai Pubblicità propone agli investitori station break sponsorizzati, product placement e attività sul territorio. Un modo di investire nel proprio brand che coniuga innovazione e tradizione e permette ampie possibilità di personalizzare la propria sponsorizzazione”.

Verena Guidi

Ufficio Stampa Marketing Informatico