

Piscopo: raccolta pubblicitaria +4,5%, Rai Pubblicità +9%

I dati Nielsen confermano la crescita della Rai nei primi 5 mesi del 2015, ai quali si sommano le ottime performance degli ascolti di Radio Rai. Piscopo: premiata la qualità dei nostri contenuti.

Come già riportato da Marketing Informatico qualche settimana fa, anche Nielsen conferma il miglioramento dell'andamento della pubblicità nei primi 5 mesi del 2015, anche se la situazione greca non aiuta a diffondere ottimismo tra gli investitori e allontanare gli spettri della crisi. In particolare la tv, come aveva dichiarato anche l'ad di Rai Pubblicità Fabrizio Piscopo alla conferenza di presentazione dei palinsesti Rai, vede un netto segno positivo per maggio (+4,5%).

In termini di crescita la Rai è seconda solamente a Sky, che registra uno strabiliante +24%, dovuto anche al fatto che la serie A di calcio nel maggio 2015 ha avuto 3 turni di campionato in più rispetto all'anno precedente.



Anche il mercato della radio continua a rimanere in territorio positivo e a mostrare segnali confortanti (+5,5% nel periodo gennaio-maggio).

La vendita di spazi pubblicitari su Radio Rai si giova certamente della performance costantemente in crescita degli ascolti, addirittura superiori alla media.

In particolare **Radio1 continua a crescere superando i 4.200.000 ascoltatori al giorno**, oltre 6% rispetto al 1° semestre 2014. Radio 2 fa segnare un ottimo +4% (che diventa un +9% se confrontato con l'autunno dello scorso anno). Radio 3 registra un +1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Fabrizio Piscopo, ad di Rai Pubblicità, ha dichiarato: "Già al momento della presentazione dei palinsesti abbiamo potuto comunicare ai nostri investitori dati positivi per quanto riguarda il mercato pubblicitario italiano, che ci spingono a formulare un'offerta pubblicitaria sempre più personalizzabile e targettizzabile per andare incontro alle esigenze di ognuno".

Sui dati di ascolto delle emittenti radiofoniche: "Radio Rai fa segnare ottime performance in termini di ascolto e questo non fa altro che confermare la bontà del nostro lavoro che si

fonda innanzitutto sulla qualità e l'originalità dei contenuti" commenta Piscopo "I dati attestano senza dubbio una fiducia da parte degli investitori nei canali di comunicazione Rai, nei quali sanno di trovare un pubblico fidelizzato e qualitativamente interessante per azioni promozionali di vario genere".

Verena Guidi

Ufficio Stampa Marketing Informatico