

Fabrizio Piscopo annuncia: per l'autunno puntiamo sui grandi eventi e sul rilancio di Rai4

Per l'autunno del 2015 Rai Pubblicità punterà sui grandi eventi e sul rilancio di Rai 4, lo afferma l'AD di Rai Pubblicità Fabrizio Piscopo. La continuità e la gestione dell'affollamento pubblicitario saranno i punti cardine della nostra politica.



Durante il CDA del 24 settembre è emerso che la crescita di Rai Pubblicità continua ad avere un andamento positivo e a due cifre: dal + 9% di agosto, la raccolta è passata al **+ 19% di settembre**.

L'incontro ha poi trattato l'argomento dell'affollamento degli spazi pubblicitari.

"La politica commerciale è da rivedere", concordano l'AD di Rai Pubblicità Fabrizio Piscopo e il neo eletto DG della Rai Antonio Campo dall'Orto, puntando l'attenzione al favorevole momento storico in cui ci si trova oggi: un mercato in ripresa che ha bisogno di una gestione degli spazi pubblicitari capace di garantire redditività.

Fabrizio Piscopo afferma che Rai Pubblicità non riesce ad accontentare tutti i clienti e che la crescita impone l'adeguamento dei criteri di selezione: *"abbiamo già 670 clienti, avendone guadagnati più di 150 dal cambio Sipra/Rai Pubblicità, il numero rappresenta il tetto delle possibilità di messa in onda degli spot di Rai. Per questo **sarà necessario gestire bene gli spazi**".*

Piscopo continua: *"l'affollamento di RAI è, dato il canone, il più basso del mercato e **gli spazi offerti da RAI rappresentano solo il 5% degli spazi televisivi disponibili sul mercato**".*

Quindi saranno modificati listini e il rapporto 30" 15"? *"**Il rapporto 30" 15" resterà immutato**, la politica autunnale verterà su altri punti cardine"* spiega Fabrizio Piscopo. Rai Pubblicità infatti punterà sul **rilancio di Rai 4**, che sta già collezionando successi su Sky, sui **grandi eventi** e su una **politica di continuità**. Non ci saranno importanti cambiamenti, si preferisce mirare alla stabilità e una sana buona gestione. Circa la variazione dei prezzi l'**AD Piscopo** afferma che l'argomento non è ancora stato trattato per la mancanza dei dati sulle stime editoriali.

Fabrizio Piscopo inoltre dichiara che anche **per ottobre sicuramente ci sarà un trend di raccolta positivo, a + 15%**, e aggiunge *"ma il budget autunnale è aggressivo data la presenza del mondiale 2014 e la necessità di recuperare un inizio d'anno non positivo"*.

Infine il CDA di settembre ha visto la partecipazione del nuovo DG Campo dall'Orto, ecco il parere dell'AD Piscopo: *"Campo dall' Orto è un eccellente professionista e uno straordinario conoscitore del mezzo televisivo... La certezza assoluta è che l'accoppiata Campo dall' Orto - Maggioni porterà grandi benefici alla Rai."*

Fonte: Marketinginformatico.it

Stefania D'Alessandro

Ufficio Stampa Marketing Informatico