

RDS

La radio on the road

L'emittente che non si ferma mai, che trovi ovunque, con una forte propensione alla creazione di eventi e alle tante attività di sponsoring. Un orientamento strategico che il mercato sembra gradire non poco

di **Davide Sechi**

Non sia mia che qualcuno possa dire "Accidenti, mi sono perso RDS, non la trovo più". Impossibile. L'emittente, di proprietà di Eduardo Montefusco, stabilmente in quarta posizione tra le radio più ascoltate, in attesa di nuovi riscontri, sembra essere ovunque, abbraccia i propri ascoltatori, li rincorre, quasi li sorregge, li stringe in un assedio affettuoso. Ma non si tratta di una presenza noiosa, tutt'altro: RDS diversifica, crea, progetta, si lega a questo o a quell'altro vento, pensa una cosa e ne fa altre dieci contemporaneamente. E così, mentre il palinsesto si susseguisce, tra chiacchiere e canzoni e quant'altro, dietro sta succedendo di tutto, tra tool che generano accordi e partnership che profumano di strategie intelligenti, tra intrattenimento, ricreazione e business. Ti leghi a RDS e non puoi annoiarti, ma devi adeguarti, perché altrimenti rischi di rimanere indietro.

Quale bilancio avete ottenuto nei primi sei mesi dell'anno in termini di ascolti e raccolta? I vostri obiettivi per la chiusura del 2017?

La raccolta pubblicitaria nel primo semestre ha fatto registrare un importante +

11,00% raddoppiando il valore del mercato. I partner commerciali stanno apprezzando l'efficacia dei nostri format e coloro i quali hanno utilizzato i nostri tool continuano a strutturare partnership strategiche che durano su più anni. Sempre di più i nostri progetti cross-mediali consentono di raggiungere un riscontro nel breve e una misurabilità in termini di risultati ed efficacia sui target individuati, oltre alla capacità di esecuzione rapida. Per gli ascolti, stiamo monitorando con altri strumenti e ricerche il trend di RDS e possiamo ritenerci molto soddisfatti, c'è sempre più apprezzamento per i contenuti e miglioriamo la durata di contatto, questo si riflette anche sull'efficacia dei nostri partner commerciali. Aspettiamo fiduciosi i dati di TER del primo semestre, che usciranno entro l'8 novembre. Il circuito RDS 100% Special Radio, nato a gennaio e composto da 18 emittenti locali, si sta affermando nei ranking regionali.

Quali sono state le novità più importanti in termini di palinsesto ed eventi?

Si consolida la coppia Roberta Lanfranchi e Claudio Guerini, prossima all'anno di convivenza, gag e divertimento. Per il weekend serale, dove c'è un'alta mobilità anche dei



UBIQUITÀ

Non si tratta di una semplice impressioni, dovuta alla simpatia e alla capacità nel confezionare buoni programmi: l'emittente è veramente capace di muoversi in più posti contemporaneamente

Millennials, per vivere con gli amici eventi, iniziative, musica live, si conferma il vincitore dello scorso anno di RDS Academy, Valerio Scarponi, tutti i venerdì, il sabato e la domenica, dalle 22.00 fino alla 1 di notte. Dalla prossima settimana sarà inserito anche in palinsesto il vincitore dell'edizione di quest'anno.

Capitolo sponsorizzazioni, iniziative speciali ed eventi, pare che l'elenco sia piuttosto corposo...

Cominciamo dal format "Sport&Music Entertainment", sempre più richiesto e applicato nei grandi eventi sportivi. In questi giorni è protagonista a Monza in occasione del 74esimo Open d'Italia di Golf, lo sarà a Venezia in occasione della storica e suggestiva Venice Marathon e rinnoverà la presenza anche alla Milano City Marathon, dove la presenza di RDS tramuta un evento nell'evento, una Music Marathon lungo il percorso con protagoniste le nuove band e gli artisti 100% grandi successi, mentre continua l'accordo con AS Roma che prevede per le partite di Campionato e di Coppa Italia, all'Olimpico, un'attività di animazione già due ore prima del match.

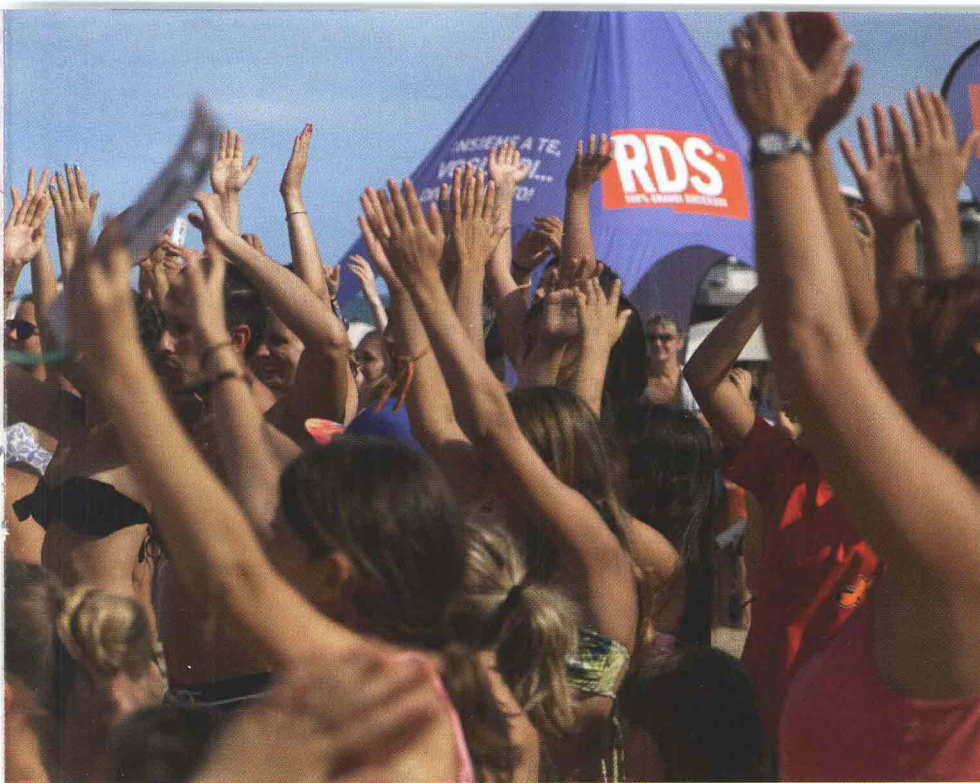
Sveglia startup!

Il mondo RDS non si ferma qui, ma si alza alle 5 per partecipare alla RDS Breakfast Run e vivere la propria città al suo risveglio. Per i giovani (millennials), RDS continua a costruire percorsi formativi virtuosi, con la possibilità di vincere una borsa di studio in Santa Clara University di sei mesi e fare un'esperienza in una startup di Silicon Valley, avendo acquisito competenze e Networking: al rientro faremo da Mentor, per consentire di lanciare la propria startup dall'Italia.

Entrare nel mondo della radio, sostenere l'innovazione e la digitalizzazione

E si è da poco conclusa RDS Academy giunta alla quarta





edizione, il talent show dedicato a chi sogna di entrare nel mondo della radio. Quest'anno in chiaro su Real Time con ascolti da record e un'attività social tale da portare il talent tra i trend topic. RDS 100% Grandi Successi, punto di riferimento sensibile e attento ai temi dell'innovazione tecnologica e digitale e alle community e lifestyle, quest'anno è stata radio partner dei più importanti festival della cultura dell'innovazione: Wired Next Festival, Class Digital Experience Week e Digitalmeet che permettono di diffondere e confrontarsi con la linea editoriale di RDS orientata all'alfabetizzazione digitale verso cittadini, istituzioni, imprese e utenti ascoltatori di tutte le generazioni, con una particolare attenzione a millennials e

nativi digitali, una generazione iper-connessa che necessita di un accompagnamento alla consapevolezza della digitalizzazione e quali impatti possa dare al loro futuro.

Arriva l'inverno e Natale è alle porte

Grande protagonista è stata RDS in questa edizione di Miss Italia con Roberta Lanfranchi consolatrice delle eliminate nella Delusion Room e designatrice del premio assegnato da RDS "Miss Voce". L'inverno si porta con sé 'appuntamento classico con RDS Play On Tour Winter Edition, week end di festa nelle più rinomate e suggestive località di montagna a base di playlist RDS 100% Grandi Successi e giochi e animazioni. RDS sarà anche nelle sale cinema-

GLI EVENTI AL CENTRO

Milano Marathon, Milano Rally Show, Monza Rally, Rds Breakfast Run, Miss Italia sono solo alcune delle manifestazioni con le quali l'emittente si è messa in gioco

tografiche in questi giorni con "9 lune e mezzo" e, a Natale, con "Poveri ma ricchissimi".

Un mondo di eventi Nel 2017 RDS è stata radio partner di questi eventi:

Per Volkswagen: gennaio/maggio, attività di branded content con collegamenti dall'auto, lifestyle, weekend RDS: ogni mese si è svolto il sostegno di un autovettura VW differente. I principali formati branded content utilizzati sono stati. RDS Lifestyle, con collegamento di 40" dall'au-

to con un conduttore e il weekend a tema "Nuove tecnologie installate nelle nuove auto". Si è parlato soprattutto della sicurezza in auto.

"Tutti pazzi per Halls": a febbraio, game on air e branded content. Dal 1° al 5 febbraio Halls ha presidiato la trasmissione più ascoltata di RDS, diventandone assoluto protagonista impossessandosi del suo format gioco più famoso ideando, per la prima volta in assoluto, Fuori in 30" Live. Sono state create due truppe on field a Milano e Roma RDS/Halls, ciascuna composta da un cineoperatore, una conduttrice del format live e cinque promoter per la distribuzione di sample. I due team hanno presidiato le zone più cool e frequentate delle città,

intercetteranno i passanti e facendoli partecipare al gioco. Il team ha operato con un alto tasso di engagement, creando curiosità e attenzione, distribuendo sample di prodotto e facendo azione di call to action all'attività Halls.

Mido, 25-27 febbraio 2017, in qualità di local radio: una postazione di RDS nella fiera di Milano durante i giorni della manifestazione. Musica di RDS in aggiunta a un Local Temporary Radio con presenza di speaker. Inoltre, è stata approntata una campagna radio con promo spot da 20" e due collegamenti da 30" in diretta con gli speaker; e ancora, una campagna web con una Native Adv dedicata al Mido sul sito RDS.it e formati tabellari adv impattanti. ▶

Focus

La radio in Italia



McArthur Glen: dall'1 al 30 aprile, tutti i weekend, per un totale di 8 giorni ci sono state citazioni di Castel Romano Designer Outlet che hanno consentito di incrementare la frequentazione dell'Outlet. RDS è stata presente con: postazione gonfiabile, desk RDS, consolle, microfoni, attrezzatura tecnica e impianto audio per diffusione in prossimità della postazione. Nella stessa postazione erano presenti un conduttore e un animatore, oltre a un tecnico e un coordinatore. Durante ogni giorno di attività è stato effettuato 1 collegamento live di 20", mentre il giovedì e il venerdì precedenti all'animazione on-field del weekend, sono stati programmati 6 promo da 20" in rotazione dalle 06.00 alle 24.00, realizzati dalla radio a sostegno dell'appuntamento.

Cavallino Matto: sempre ad aprile, tra game on air, Local Radio e dj set. Le prime due settimane del mese hanno visto la realizzazione di un concorso on air dedicato a Cavallino Matto con modalità Effetto Domino e sono stati assegnati in premio alcu-

ni soggiorni in hotel e ingressi per il parco. Durante due fine settimana (quattro giorni totali) di giugno e luglio uno speaker RDS è stato presente on field alla Local Radio di Cavallino Matto. Lo speaker ha intrattenuto il pubblico con contenuti dedicati a Cavallino Matto e alle sue attrazioni.

Sky Atlantic: a maggio c'è stato il supporto alla serie "1993". La serie tv ha trovato il suo collocamento ideale nel lancio dei "successi senza tempo di RDS" che riproponevano le hit del 1993. A supporto della nuova serie sono stati realizzati talk editoriali, branded content ad hoc arricchiti da product placement. I conduttori di RDS ripercorrevano i ricordi legati al '93 citando gli avvenimenti più importanti avvenuti; ispirandosi alla serie tv su Sky Atlantic hanno lanciato una hit 100% Grandi Successi 1993.

Sky Atlantic: questa volta la radio si è legata alla serie evento di David Lynch, "Twin Peaks". Si sono rincorsi appuntamenti editoriali branded content da 90". L'editoria-

le, curato da Petra Loreggian e Beppe De Marco, ha riportato gli ascoltatori alle suggestive atmosfere di "Twin Peaks". L'inconfondibile e inquietante colonna sonora è stata la musica di sottofondo dell'attività branded content.

Tony&Guy: dal 20 giugno al 20 settembre. T&G ha realizzato quattro look differenti ad Aurora Ramazzotti (presente a giugno nello store milanese di Via Vincenzo Monti) e a Roberta Lanfranchi (presente a settembre nel nuovo store romano). Al termine di ogni look le testimonial sono state immortalate da un fotografo professionista e le fotografie sono state condivise da loro stesse sulla pagina di RDS, oltre che sui loro profili social. Il look risultato più votato è stato riproposto il giorno dell'evento negli store.

Europ Assistance: a giugno, RDS ha realizzato per Europ Assistance un'operazione di branded content editoriale per creare un'associazione spontanea nei consumatori, tra la scelta di sottoscrivere un'assicurazione per i propri

BENE ANCHE SUL WEB

Anche i numeri riferiti al traffico web, più che raddoppiato nel corso dell'ultimo anno, contribuiscono ad avvalorare l'efficacia del posizionamento prescelto dalla radio

viaggi e Europ Assistance. RDS Lifestyle branded content è stato incentrato sulla sicurezza del viaggio, per sensibilizzare l'ascoltatore a premunirsi di assicurazioni totali per la vacanza, ma anche su consigli e su tendenze di viaggi e vacanze, nuove mete e trends.

Come vi state comportando sulle piattaforme digitali e social?

Il traffico web è più che raddoppiato nel corso dell'ultimo anno, grazie a una strategia editoriale orientata all'entertainment che mette a sistema sito web e piattaforme social. L'obiettivo è raggiungere il nostro pubblico e soddisfare la voglia di intrattenimento in ogni momento della giornata, moltiplicando i touch point digitali con il brand. Il successo è determinato anche dalle "music experience crossmedial" che partono da una

call to action web e si trasformano in eventi di coinvolgimento dei fan con i propri artisti preferiti: RDS permette ai veri fan di incontrare i propri artisti del cuore, intervistarli con un conduttore di RDS e passare un po' di tempo con loro. Una vera e propria esperienza immersiva all'interno degli studi o nelle location dei concerti con artisti del calibro di Tiziano Ferro, J-Ax e Fedez, Samuel, Francesco Renga, Michele Bravi, Negramaro, Max Gazzè. Proseguono inoltre le collaborazioni social con artisti e influencer in occasione del RDS World Tour. Dopo Alessio Bernabei con i RHCP, abbiamo avuto ospite Annalisa per il concerto di Bruno Mars. Annalisa è partita con i cento ascoltatori vincitori di Effetto Domino.

Prevedete, a breve, una campagna pubblicitaria?

Dal 6 di novembre ritorna "Lurlo di Tutti Pazzi per RDS" questa volta ambientato su un tram a Milano e sarà trasmesso per tre settimane su Mediaset, Discovery, Sky, Fox, La7 e La7d