



## Piano di promozione RADIO ITALIA per “RADIOITALIALIVE – IL CONCERTO”

### CAMPAGNA STAMPA

#### QUOTIDIANI

**Corriere della Sera:** 3 pagine intere, 1 mezza pagina, 1 pagina junior.

**Gazzetta dello Sport:** 5 pagine intere

**Corriere dello Sport:** 2 mezze pagine

**Il Giornale:** 2 mezze pagine, 5 pagine junior

#### SETTIMANALI

**Sorrisi e Canzoni Tv:** 2 pagine

**Donna Moderna:** 2 pagine

**Panorama:** 2 pagine maggio

**Chi:** 2 pagine

**Grazia:** 2 pagine

**Gioia:** 3 pagine

**Tu Style:** 2 pagine

**Gente:** 3 pagine

**Oggi:** 2 pagine

#### MENSILI

**Elle:** 2 pagine

**Marie Claire:** 1 pagina

**Amica:** 1 pagina

**Cosmopolitan:** 1 pagina

#### MARKETING E COMUNICAZIONE

**Daily Media:** 1 cover il 30 marzo, 12 pagine intere

**Today:** 7 cover, 8 pagine intere

**Adv Express:** 2 cover email alert, top banner + uap banner

**BrandNews:** 1 pagina intera

**Primacomunicazione:** 3 box newsletter

### Radio Italia solomusicaitaliana

#### Inforadio :

n° 246 dal 30 marzo al 28 maggio

N° 39 dal 30 maggio all'11 giugno

**308 promo** da 30" *on air* dal 6 aprile + 64 promo

### Radio Italia TV

dal 6 aprile al 7 giugno

N° 430 Promo presenting codinati con clienti Gold e Platinum

N° 300 Digitop Che Banca con chiusura lancio Rilive il Concerto

N° 64 Promo legati ai partner ufficiali – countdown

## Radioitalia.it

### Pre-evento

dal 30.03 online la sezione speciale dedicata all'evento + visore in *home page* per 15 gg.  
Da inizio maggio visore in *home page*.

### Durante l'evento

Il giorno delle prove e il giorno dell'evento news e gallery fotografiche in tempo reale, oltre allo streaming audio e video. L'home page del sito è stata un'edizione speciale completamente dedicata all'evento.

### Post evento

sezione speciale contenuti esclusivi: gallery fotografiche, video delle esibizioni e esclusivi video backstage.

## Social

**Facebook** : 101 post totali + 24 gg di cover

**Twitter** : n° 505 tweet + 24 gg di cover (dal 1° marzo al 14 giugno)

**Instagram** : 70 post

**Google+** : 70 post + 24 gg di cover

**Newsletter** : 3 pre-evento + 2 post evento + 1 per la messa in onda su Italia1 (circa 90.000 utenti iscritti alla community)

## App

copertura live dell'evento con contenuti esclusivi (news, gallery, video, diretta streaming audio - video)  
attraverso le **app ufficiali: ios, Android, Windows Phone e Windows 8**

## TV

### Mediaset

2 settimane di campagna, 206 spot da 15" on air dal 12 al 25 aprile

### Mediaset Premium

n.20 DIGISPOT da 10" - PREMIUM CALCIO SERIE A - in onda il 24 e 25 aprile + 16 e 17 maggio

n.112 SPOT da 15" - PREMIUM CALCIO SERIE A nel periodo compreso tra 18 aprile e 17 maggio

n. 6 SPOT da 15" - EUROPA LEAGUE - tra il 23 aprile e il 14 maggio

n. 115 SPOT da 15" - FOX SPORTS - tra il 17 aprile e il 16 maggio

n. 9 SPOT da 15" - PREMIUM CALCIO SERIE B - tra il 17 aprile e l'11 maggio

### Real Time

2 settimane di campagna, 78 spot da 30" on air dal 6 al 12 aprile + dall' 11 al 17 maggio + 28 e 29 maggio

### Discovery Channel

2 settimane di campagna, 70 spot da 30" on air dal 6 al 12 aprile + dall'11 al 17 maggio

### Fox

2 settimane di campagna, 82 spot da 30" (on air 6/12 aprile + 18/25 maggio)

+ 2 settimane di BB, 82 da 7" (27 aprile + 3, 11 e 17 maggio)

### La TV degli aeroporti

4 settimane (dal 6 al 12 aprile + dal 27 aprile al 2 maggio + dall'11 al 17 maggio +dal 18 al 24 maggio) 50 passaggi al giorno 30"  
= totale 1.350 passaggi

### La TV delle metropolitane

Dal 6 al 12 aprile 50 passaggi al giorno da 30"  
= totale 350 passaggi

## WEB

### Ebay

Banner in home page per 8 gg per un totale di 6.000.000 impressions

### Discovery Italia

**Campagna web 3di 2 settimane** declinata su preroll e box video dal 6 aprile

### Italiaonline

Box video page e mail gg 8 e 12 aprile per un totale di 6.000.000 impressions

Box video page e mail gg 19 e 28 aprile per un totale di 9.500.000 impressions

### Tiscali

Mail full page : 15,25,26 e 27 maggio

Banner video home page 8 e 28 maggio per un totale di 5.000.000 impressions

### Realtime Tv

Box Video home page gg 8 e 16 aprile per un totale di 200.000 impressions

Box Video home page gg 18 e 28 maggio per un totale di 400.000 impressions

## MEDIA PARTNERSHIP

### ATM

**free press Metro:** n. 3 box, 27/28 maggio e 11 giugno 2015.

**circuito video metropolitana:** spot da 30" dall'1 al 28 maggio sito

**atm.it:** banner dal 22 al 28 maggio + news dal 28/04 al 28/05

## OPPORTUNITA' EXTRA

### meteo.it

**meteo.it** sezione dedicata per 1 mese

**app mobile** sezione dedicata per 2 settimane

**Canale 5** contestualmente alle previsioni meteo del giorno precedente e del giorno dell'evento oltre che ove possibile nella normale programmazione

### mondadori store

**Vetrina Mondadori Store Piazza Duomo (18/25 maggio)**

**monitor** Mondadori Store Piazza Duomo e Via Marghera

**shopper personalizzati** distribuiti in tutti i punti vendita

### telesia

**Circuito video metropolitane Milanesi**

n. 1 settimane di campagna dal 6 aprile, spot da 30"

### INTER e MILAN

Visibilità in hp su **inter.it** e **acmilan.com** per i 15 gg prima del concerto, **2 newsletter Inter + 1 newsletter Milan**

### VISIBILITA' STADIO

**Visibilità Ledbordocampo e spot maxischermo**

(Stadio Meazza di Milano e Olimpico di Roma)

in occasione di almeno 6 partite entro il 24/05

### TAXI MILANO

**Brandizzazione ad hoc di 100 vetture/taxi – città Milano** dal 1 aprile

### AFFISSIONE

Dal 15 al 29 maggio in 4 zone di Milano : N° 340 manifesti da 70 x 100

N° 150 manifesti da 100 x 140