

## **Caratteristiche ed evoluzione dei mass media classici, Rai Pubblicità Trasformare i contenuti editoriali (onair, online, onfield) in opportunità per la comunicazione commerciale**

L'evoluzione di Rai RaiPubblicità, la concessionaria che ha fatto, in Italia, la storia della pubblicità radio-televisiva, viene narrata nel suo cambiamento dall'era analogica a quella digitale.

Cambiamento radicale che riguarda il marketing, i media, il target, gli investimenti in comunicazione commerciale, le offerte e i progetti commerciali, l'utilizzo del territorio, i format "pubblicitari".

Per ognuno di questi aspetti si illustra come RaiPubblicità ha interpretato questo cambiamento con offerte, servizi, organizzazione coerenti alle nuove richieste dei suoi clienti.

Un focus particolare viene fatto sul suo ruolo di servizio pubblico del mercato e di come la ricerca dei brand commerciali di comunicare i propri valori di sostenibilità e di impegno civile, trovi nei contenuti Rai un endorsement positivo, non confrontabile a quello degli altri competitor.