

passerà da Radio Italia Dubai la presenza artistica a Portofino, la copia del celebre borgo ligure e il centro dedicato a moda e style in costruzione nell'Emirato".

Il terreno per il business arabo di Volanti è stato preparato dal direttore marketing e commerciale Marco Pontini che nei mesi scorsi ha stretto contatti con le maggiori centrali media del Medio Oriente e con il mercato pubblicitario locale.

LE LOCALI PER LA LETTURA

Raccontare ogni giorno una nuova uscita editoriale in soli due minuti. È questa l'iniziativa 'Due minuti un libro' che Gianluca Melilli, quarantenne con un passato nella radiofonica locale ragusana, ha varato con l'obiettivo di adattare alle esigenze radiofoniche di semplicità e concisione l'informazione libraria.

"Il format 'Due minuti un libro' è un modo per raggiungere potenziali lettori che normalmente sono esclusi dalla comunicazione libraria", dice Melilli che con l'aiuto di quattro redattori produce ogni settimana sei pillole di letteratura concentrata distribuite gratuitamente al centinaio di emittenti locali che aderiscono all'iniziativa. **A. C.**

MIRA, ASCOLTA E REGISTRA

In occasione del Guglielmo Marconi Global Forum è stato presentato Mira, meter che permette la misurazione dell'audience radiofonica in ogni situazione, mobilità compresa. Grande più o meno come un lettore mp3, l'apparecchio realizzato dalla bolognese Knowmark si propone come uno strumento in grado di superare i limiti delle rilevazioni telefoniche o diaristiche.

"Mira è sia un apparecchio radio portatile che il campione si porta dietro e ascolta e sia un meter che capta il segnale diffuso negli ambienti, capace di riconoscere il codice Rds e la frequenza dell'emittente", dice Dario Amata, ceo di

Knowmark. "In auto, che è la modalità di fruizione più diffusa, Mira funziona con un collegamento bluetooth o come un iPod che governa l'autoradio, eliminando quindi i problemi di ricezio-



Dario Amata, ceo di Knowmark, e il meter Mira.

ne che hanno gran parte degli altri sistemi in un ambiente così rumoroso".

R101 PERSONALIZZA IL PALINSESTO SUL WEB

Mondadori ha profondamente riorganizzato il sito del network R101 puntando sull'interattività e sulla fidelizzazione. Da fine giugno, infatti, su R101.it sono comparse le web radio 'R101 suona come me', che permette agli ascoltatori di generare una playlist in sintonia con il proprio umore, e 'Suona come eri', che produce un **f l u s s o** musicale legato al periodo impostato dal navigatore.



Fabrizio Savorani, direttore marketing di Monradio.

Le nuove funzionalità della 'web radio emozionale', come la chiamano in Mondadori, sono state realizzate da Neo Network, web agency di Magnolia (De Agostini). "Siamo passati da una vetrina web a un'offerta interattiva", spiega Fabrizio Savorani, direttore marketing di Monradio, controllata radiofonica di Mondadori, "un'operazione che consente di sfruttare meglio l'interazione con gli utenti permettendo di diffondere l'esperienza di R101 in rete attraverso gli spazi che i fan dedicano su Facebook alla

radio, creare nuove occasioni di contatto o dare voce alle nostre iniziative come accade su MySpace o YouTube dove abbiamo recentemente inaugurato un canale".

RDS HA SCELTO TBWAITALIA

Dopo essersi fronteggiata per diverse settimane con altre tre agenzie, TbwaiTalia si è aggiudicata la gara indetta da Rds per la ricerca del nuovo partner pubblicitario. L'agenzia guidata da Marco Fanfani firmerà la prima campagna del network nel prossimo autunno. Inoltre, Rds ha lanciato un'applicazione che consente l'ascolto sull'iPhone. "Per seguire sempre più da vicino i nostri ascoltatori e interpretarne i segnali di cambiamento", spiega Nicola Arcieri, responsabile new media. **J. M.**

IL MEZZO REAGISCE BENE

"A maggio c'è una leggera diminuzione del trend negativo nella raccolta pubblicitaria del mezzo radio che ci fa azzardare una previsione per un giugno in ulteriore miglioramento". Alessandro Buda, presidente di Fcp-Assoradio (e responsabile di Rds Advertising), coglie segnali positivi anche nel -18,6% registrato nei dati di fatturato del periodo gennaio-maggio 2009, pari a un volume complessivo di 147 milioni 304mila euro.

Il mercato della comunicazione nel mezzo radio è stato preso in esame anche dal rapporto 'Comunicare Domani 2009' presentato a fine giugno da AssoComunicazione (nei Documenti di *Primaonline.it*) che ha tracciato una previsione per la fine del 2009. A fronte di un calo complessivo della comunicazione italiana del 5,9% articolato in modo molto differente a seconda dei mezzi (ad esempio, spicca la performance positiva del digitale), per la radio è prevista una chiusura d'anno -9,4%. "Ci sono una serie di elementi che lasciano ipotizzare una ripresa dei due

media che più presidiano il tempo speso fuori casa, ossia l'out of home e la radio", commenta il presidente di AssoComunicazione Diego Masi: "La loro insostituibilità nel tempo speso fuori casa, la riqualificazione avviata negli ultimi anni verso la digitalizzazione di device e formati che consentono interattività e personalizzazione e le possibili sinergie con il mobile advertising".

MEDIA 90 RISINTONIZZA LA SEDE

Se per Marshall McLuhan il mezzo è il messaggio, per Marco Favero, presidente del Cda di Media 90, anche l'edilizia ha il suo ruolo nella comunicazione. Così, il 3 luglio, la concessionaria delle radio Birikina, Bella & Monella, Piterpan, Marilù, Sorriso, Metrò e Campagnola, ha inaugurato la nuova sede di Cadoneghe, in provincia di Pordenone, il cui design, spiega Favero, "richiama la forma di una



L'inaugurazione della nuova sede di Media 90. Da sinistra Paolo Basso, socio della concessionaria, don Luigi Favero, Marco Favero, presidente di Media 90, Mirco Gastaldon, sindaco di Cadoneghe, Roberto Favero, socio di Media 90, e Giovanni De Franceschi, socio di Media 90.

radio perché in quasi vent'anni di attività siamo diventati protagonisti nella pubblicità radiofonica del Nordest, dando spazio e voce a tante piccole e grandi realtà aziendali superando in credibilità ed efficacia altri mezzi fino a ieri più blasonati".

(borghi@primaonline.it)