



Alle 12.00 del 12 luglio 2007 nel panorama radiofonico si è accesa una nuova radio: Virgin Radio, il nuovo network del Gruppo Finelco, già leader nel panorama radiofonico in Italia e Svizzera con marchi prestigiosi come Radio Monte Carlo, Radio 105 e RMC2. Grazie alla sua esperienza, Finelco ha portato sul mercato italiano un progetto internazionale, unico e di assoluta originalità: sintonizzandosi su Virgin Radio infatti si respira il profumo di Londra, una delle capitali europee di maggior tendenza. Virgin Radio è una radio moderna, giovane e fresca che trasmette il miglior rock internazionale. Il nostro presidente Alberto Hazan ha coniato una nuova definizione per illustrare la musica che Virgin Radio trasmette: è lo style rock, la nuova tendenza del rock di oggi. Una delle particolarità di Virgin Radio è questa: criteri estetici completamente nuovi nella produzione di jingles, liners, stile delle news, tutto con un suono assolutamente internazionale. Tra l'altro a settembre verrà inaugurato lo studio di Londra, seguendo l'attitudine internazionale del Gruppo che già vede Radio 105 con studi a Miami e Radio Monte Carlo con la sua sede nel Principato. Anche i programmi, curati dal direttore artistico Ringo e dallo station manager Francesco Migliozi, prenderanno il via dopo l'estate. I testimonial della radio sono tutti grandi artisti: si possono ascoltare in onda le voci di Brian Adams, Angelina Jolie, Paul McCartney, Elton John, oltre a quelle dei più famosi rocker italiani. Il pubblico che cerchiamo è quello dei 15-44enni con core target tra i 18-35enni, mentre l'obiettivo di ascolto in due anni è 2.5 milioni di persone certificate Audiradio a partire dal prossimo gennaio. Sul fronte commerciale, l'obiettivo è portare a casa 4 milioni di euro entro la fine dell'anno e per il 2008 ipotizziamo una raccolta tra i 12 e i 15 milioni. La campagna di comunicazione è stata studiata al nostro interno e ha previsto una prima fase di campagna teaser, fino all'11 luglio, con la creatività che riportava ritratti di rockstar celeberrime (Mick Jagger, Beatles, Jim Morrison, David Bowie) e il claim "La radio che mancava". Dal 12 è partito il lancio ufficiale del marchio a stella di Virgin e la dicitura "Style Rock" che ribadisce il taglio musicale dell'emittente. L'investimento di 9 milioni di euro copre una pianificazione above e below fino a fine anno, con questa prima fase da 5 milioni che include stampa e affissioni, mentre la seconda parte, da settembre, potrebbe prevedere anche tv tematiche e Mtv. Virgin

On-Air la radio che mancava.

Di

Martedì 31 Luglio 2007 17:02

Radio raggiunge il 97.6% della popolazione di riferimento. L'accordo tra il Gruppo Finelco e Virgin Group è stato finalizzato l'8 giugno 2007 a Londra, tra Alberto Hazan, presidente di Gruppo Finelco e Richard Branson, presidente di Virgin Group. Una lettera d'intenti era già stata scambiata fra i due gruppi nel dicembre 2006. L'accordo prevede lo sfruttamento del brand in esclusiva e sinergie con le varie attività legate a Virgin Group, come Virgin Active (palestre), Virgin Money (carte di credito), Virgin Atlantic e Virgin Air (viaggi), Virgin Galactic (viaggi aerospaziali), Virgin Earth (ambiente). www.virginradioitaly.it Paolo Salvaderi Amministratore delegato di RMC2 e Corporate e marketing communication del Gruppo Finelco