MEDIA KIT

2026 / 2027

AUDIENCE · TERRITORI · OPPORTUNITÀ

Il valore di una radio. Il pubblico dietro ogni ascolto.





FM · DAB+ · STREAMING · MOBILE

Una radio,

Un formato musicale riconoscibile, costruito intorno alle sonorità degli anni 70, 80 e 90. Una proposta che attraversa le generazioni e offre ai brand un contesto editoriale coerente.

IL NOSTRO APPROCCIO

Non vendiamo soltanto passaggi: progettiamo occasioni di contatto fra aziende e ascoltatori.

162.000

ASCOLTATORI NEI 7 GIORNI

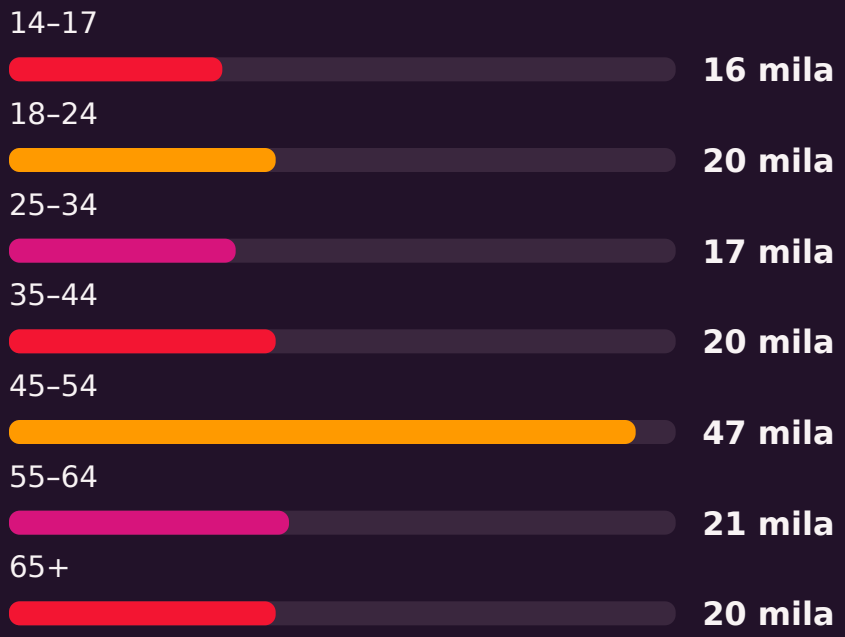
39.000

NEL GIORNO MEDIO

162.000 persone

Il dato settimanale esprime la capacità di RPL 708090 di raggiungere un bacino significativo di persone. Il giorno medio offre una seconda misura della presenza abituale della radio.

Fonte: Audiradio, Tavole 3 e 8 · R.P.L. 70 80 90.



Chi ci ascolta

L’audience non appartiene a un’unica generazione. Il target 45–54 anni rappresenta il gruppo più numeroso su base settimanale; la presenza di giovani adulti amplia le possibilità di pianificazione.

Target per età · ascoltatori nei 7 giorni (migliaia).

28.000

RESPONSABILI DEGLI ACQUISTI



~72% DEL PUBBLICO GIORNALIERO

28.000

Circa il 72% degli ascoltatori nel giorno medio rientra nella categoria Audiradio dei responsabili degli acquisti: un indicatore prezioso per i brand orientati ai consumi e alle decisioni familiari.

È una classificazione Audiradio, non una misura del reddito.

21.000

UOMINI

18.000

DONNE

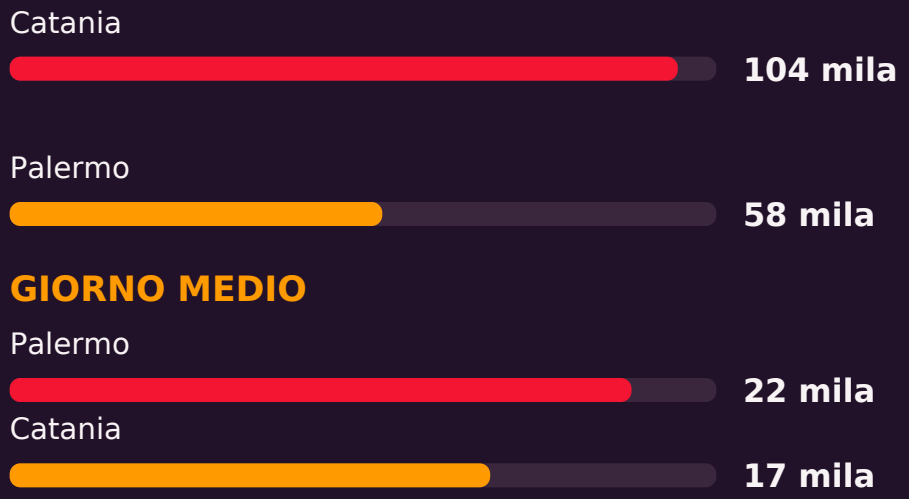


Uomini e donne

Una composizione relativamente equilibrata amplia i contesti di comunicazione: il pubblico misurato comprende 21.000 uomini e 18.000 donne nel giorno medio.

Quote calcolate su stime Audiradio arrotondate.

SETTIMANA



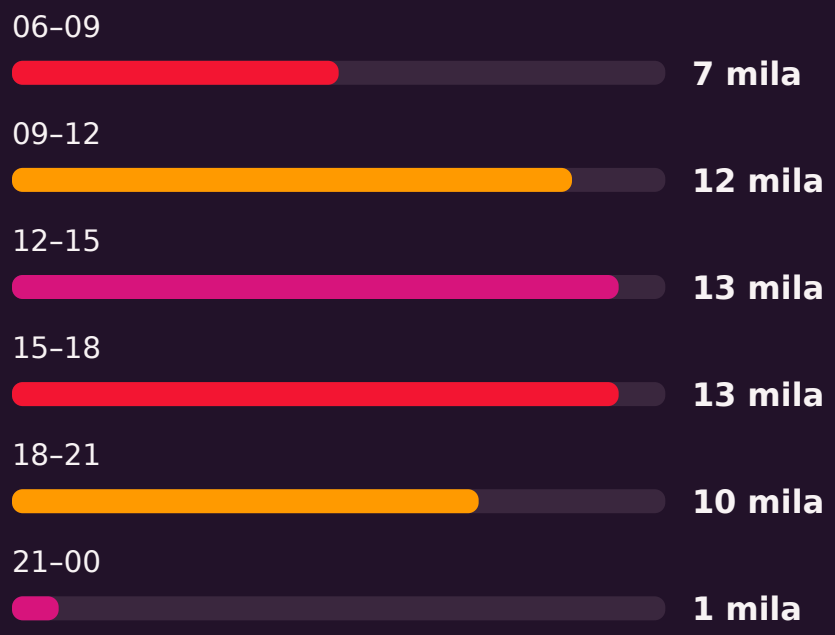
GIORNO MEDIO

Due mercati chiave

Catania esprime una maggiore copertura settimanale; Palermo mostra un numero più alto di ascoltatori nel giorno medio. Due profili territoriali complementari per pianificazioni locali.

Altre province: nessuna stima numerica pubblicata.

FASCE ORARIE



La giornata RPL

Le fasce centrali della giornata generano i livelli più alti di copertura per intervallo. La programmazione pubblicitaria può combinare presidio dei momenti forti e frequenza del messaggio.

Persone nella fascia, non contatti di un singolo spot.

31.000

ASCOLTO FUORI CASA

21.000

ASCOLTO IN AUTO

5.000

ASCOLTO DA SMARTPHONE

La radio si muove

Il pubblico accompagna la radio negli spostamenti, nei luoghi di lavoro e attraverso più dispositivi. Il contesto di ascolto è utile per scegliere tono e orario dei messaggi.

Luoghi e dispositivi possono sovrapporsi.

REACH

Per ampliare il pubblico raggiunto

FREQUENCY

Per ripetere il messaggio nel tempo

BRAND PARTNERSHIP

Per iniziative e sponsorizzazioni dedicate

Un piano, un obiettivo

Campagne per ampliare la copertura, rafforzare la frequenza o associare un marchio a un progetto editoriale. Ogni proposta si definisce con target, durata, orari e investimento concordati.

Copertura, GRP e frequenza di campagna da simulare.

- FM
- DAB+
- WEB STREAMING
- MOBILE / APP

Un solo marchio, più accessi

RPL 708090 è distribuita attraverso la radio tradizionale e le piattaforme digitali. La disponibilità del segnale favorisce l’accesso, ma non deve essere confusa con gli ascoltatori misurati.

rpl708090.it

Per ascolto, informazioni e approfondimenti.



PARLIAMO DELLA TUA PROSSIMA CAMPAGNA.

Informazioni commerciali, pianificazioni, progetti speciali e richieste di proposta personalizzata.

SITO UFFICIALE

www.rpl708090.it

Recapiti dedicati da inserire prima della diffusione commerciale.