



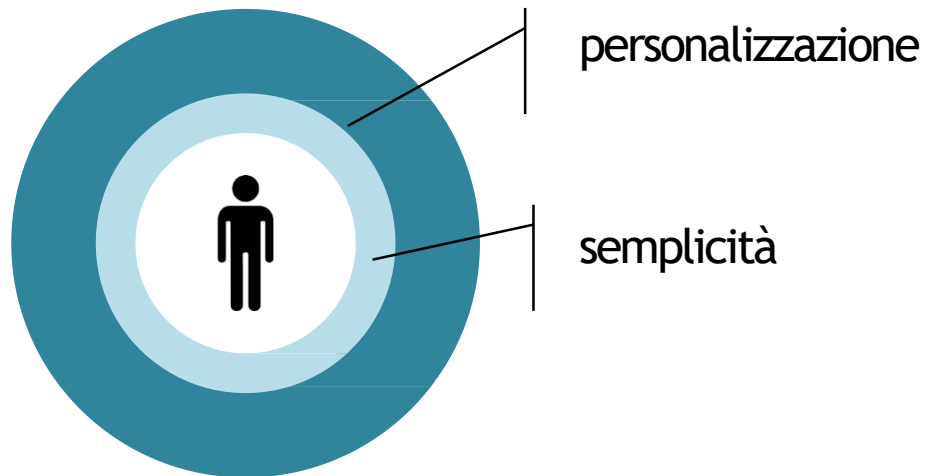
# Michele Gulinucci

*Deputy director Rai Radio*

# Le persone al centro

Oggi, la radio digitale è un fatto di mercato che interessa le persone e non è più solo una technicalità.

Dobbiamo noi andare incontro alle persone sapendo che il mercato chiede:



**Rai** Radio



# Siamo pronti

- Coesione fra gli editori
- Impegno del legislatore
- Investimenti su coperture e sistemi di trasmissione
- Ruolo dell'automotive



# Rai Radio oggi

Rai Radio ha affrontato un cambiamento radicale che ha investito i processi produttivi e l'offerta editoriale.

Le leve principali di cambiamento sono state:

- Digitalizzazione dei processi produttivi
- Digitalizzazione della trasmissione (Dab+)
- Rifacimento degli studi in ottica radio-televisiva
- Nascita di 7 canali verticali
- Comunicazione ed eventi per brand awareness

**Rai Radio**



**Irene Grandi**  
a  
**Radio1**  
**Music Club**

alle 15



# Rai Radio oggi

L'offerta oggi conta 12 canali su radio (analogica o digitale), web, smartphone e tv:



**Rai Radio**



# Fuori dalla radio

Per competere nel settore della produzione di contenuti audio, di qualsiasi natura, oggi è vitale uscire dal classico mezzo radio. Bisogna andare con i contenuti là dove sono le persone.

Per questo, la vera sfida strategica oggi è entrare da leader in tutte le piattaforme che portano audio alle persone.

Settori di  
sviluppo  
business

Visual radio e tv connesse

App musicali e di contenuti audio

Aggregatori radio

Smart speaker

Automotive

**Rai Radio**



**Speciale Gr1**  
**25 aprile**  
**Discorso del**  
**Presidente**  
**della Repubblica**

alle 11.47



# Digital radio broadcasting



**Rai Radio**

