

COMUNICATO STAMPA**RAI PUBBLICITÀ PRESENTA LA MOSTRA****“NELLO SPAZIO DI UN SECOLO. RAI PUBBLICITÀ, 100 ANNI DI STORIA E OLTRE”*****In programma dal 10 aprile al 7 giugno presso Triennale Milano.***

Milano, 9 aprile 2026

Il **9 aprile 1926** nasceva **Sipra**: oggi, a un secolo di distanza, **Rai Pubblicità ripercorre cento anni** vissuti al centro del dialogo tra **aziende** e **pubblico**. In un contesto in cui cambiano paradigmi e consumi, questo **centenario diventa il palcoscenico per raccontare l'evoluzione** di un'azienda che ha saputo farsi interprete dell'innovazione italiana, trasformando la comunicazione pubblicitaria in un motore di crescita sociale ed economica.

Per celebrare questo traguardo, la concessionaria inaugura il **progetto espositivo “Nello spazio di un secolo. Rai Pubblicità, 100 anni di storia e oltre”**, la mostra gratuita in alcuni spazi di **Triennale Milano** in programma dal **10 aprile** al **7 giugno 2026**. Il progetto si estende oltre la mostra con **tre workshop** tematici concepiti come momenti di confronto con il mercato per immaginare insieme i prossimi scenari del settore. Gli incontri saranno realizzati in collaborazione con **UNA, Nielsen e UPA, insieme a 5 partner di eccezione: Dentsu Italia, Havas Media, Omnicom Media Italia, Publicis Groupe e WPP Media Italia.**

“Per Rai Pubblicità” – dichiara l'Amministratore Delegato Luca Poggi – “questo centenario non è solo un traguardo, ma un'occasione per rileggere il nostro ruolo nel mercato della comunicazione. In questi anni abbiamo saputo evolverci profondamente, trasformandoci da concessionaria tradizionale a partner di consulenza capace di creare valore per i brand e per il sistema nel suo insieme. La mostra racconta questo percorso intrecciando innovazione e trasformazione sociale, ma soprattutto ci ricorda la direzione in cui vogliamo andare: essere sempre più un luogo di incontro in cui editori, aziende e pubblico costruiscono insieme nuove opportunità e nuovi modelli di comunicazione. Il nostro compito non è solo custodire un'eredità, ma anticipare le evoluzioni e costruire, insieme al mercato, nuovi spazi di futuro.”

Il percorso espositivo racconta la storia di Sipra e poi di Rai Pubblicità offrendo al pubblico la possibilità di rivivere i grandi mutamenti della società italiana lungo un itinerario che connette l'evoluzione dei media alle dinamiche del mercato pubblicitario. Un'occasione per assistere al cambiamento della cultura e dei costumi del Paese, restituendo una storia industriale e sociale che non si esaurisce nell'heritage, ma proietta una chiara tensione verso il domani. La sezione finale della mostra è infatti pensata per aprire un dialogo sugli scenari futuri, coinvolgendo i visitatori nell'immaginare le nuove frontiere della comunicazione.

“In questo secolo” – aggiunge Laura D'Ausilio, Direttore Comunicazione e Trade Marketing – “non sono cambiati solo i media, ma anche le audience e il loro modo di entrare in relazione con i contenuti. È da questa consapevolezza che nasce il percorso firmato da Rai Pubblicità per il Centenario, concepito come un sistema di iniziative sviluppato lungo l'intero anno: un'evoluzione continua, partita da Milano-Cortina e dal Festival di Sanremo, entrata nel vivo con la mostra e i workshop in Triennale, fino a compiersi nella pubblicazione di un libro dedicato. Come concessionaria dell'azienda culturale più importante del Paese, osserviamo e interpretiamo ogni giorno il dialogo tra imprese e società, ed è proprio questa prospettiva che abbiamo voluto condividere con il pubblico.”

La mostra, curata dal professor **Peppino Ortoleva**, storico della comunicazione e della società, con la dottoressa **Giuliana Galvagno**, docente presso l'Università di Torino, accompagna il visitatore dalle origini di Sipra fino agli scenari del domani, articolandosi in **quattro direttrici narrative parallele**, costruite secondo una logica precisa: i mercati si collocano al centro, come punto di incontro tra pubblici e media, mentre Rai Pubblicità si posiziona come intermediario capace di mettere in relazione questi due mondi.

La sezione **"I media, i sensi"** è aperta da una ricca scelta di opere d'arte originali che evidenziano la relazione peculiarmente italiana tra artisti e pubblicità. Rievoca poi lo storico **Padiglione Rai alla Fiera Campionaria di Milano** attraverso una struttura immersiva scandita in cinque tappe – dall'ascolto radiofonico al "surrealismo del colore" fino ai pixel del digitale – animate da montaggi audiovisivi realizzati con materiali d'archivio d'eccezione provenienti tra l'altro da **Teche Rai** e dall'**Archivio Cinema Impresa (CSC) di Ivrea** e una selezione di spot premiati dall'**Art Directors Club Italiano**.

Al centro della riflessione si pone inoltre la collaborazione con l'artista **Yosuke Taki**, che nella sezione **"I mercati, i protagonisti"** mette in scena una potente metafora artistica: una **Natura** che cerca di "riposizionare il proprio brand", utilizzando i codici della comunicazione per parlare di responsabilità e sostenibilità.

L'analisi storico-sociale prosegue con **"I pubblici, le generazioni"**, che osserva l'evoluzione del rapporto tra persone e media lungo sei generazioni, affiancata dall'approfondimento storiografico **"La storia sotto gli occhi"**, dove documenti d'archivio, atti e corrispondenze inedite restituiscono la traiettoria industriale dell'azienda.

L'itinerario si conclude con **"Parole del domani"**, uno spazio partecipato che invita il pubblico a interrogarsi sulle evoluzioni della comunicazione.

"Raccontare questo secolo" – conclude il curatore Peppino Ortoleva – "significa attraversare cento anni in cui la pubblicità ha agito come una vera infrastruttura culturale, capace di stare al centro tra imprese e pubblico e di tradurre, spesso anticipandoli, i cambiamenti della società italiana, dei media e dei linguaggi. Questa mostra non è solo una ricostruzione storica, ma un dispositivo narrativo che intreccia memoria e visione: da un lato restituisce l'evoluzione dei costumi e dell'immaginario collettivo, dall'altro apre uno spazio di dialogo sul futuro, invitando il visitatore a interrogarsi su come continueranno a trasformarsi le forme della comunicazione."

Con questo progetto, Rai Pubblicità sceglie di trasformare il proprio centenario in un'occasione pubblica di visione, invitando a rileggere la storia della comunicazione per immaginare, insieme, i prossimi cento anni.

Un ringraziamento particolare a: Fondazione Massimo e Sonia Cirulli; Fondo Villani Scarpellini; ADCl

Si ringraziano: Archivio Storico Barilla; Archivio Storico MARTINI; Archivio Storico Fondazione Fiera Milano; Archivio Storico Telecom Italia; Castello di Rivoli Museo d'Arte Contemporanea; Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori; Fondazione CSC - Archivio Nazionale Cinema Impresa (Ivrea) per gentile concessione di Associazione Archivio Storico Olivetti, Edison, Astut, Centro Storico Fiat, Barilla, Archivio di Stato di Torino; Pirelli e Fondazione Pirelli; Rai; Rai CRITS; Rai Museo della Radio e della Televisione; Rai Teche; Rai Way; Nielsen; Egta; FCP; IAP; UNA; UPA. Tutte le persone di Sipra e Rai Pubblicità

About Rai Pubblicità

Rai Pubblicità è la concessionaria dell'offerta Total Video e Total Audio di Rai, che comprende tutte le piattaforme digitali e social del Servizio Pubblico. Gestisce inoltre la raccolta pubblicitaria di Radio Italia solomusicaitaliana e Radio Kiss Kiss, di Vevo (digital e connected TV), Rockin'1000 e Primo Maggio Roma (live entertainment), e di un circuito cinematografico con oltre 850 sale, posizionandosi come prima concessionaria cinema in Italia per numero di schermi. L'offerta integra soluzioni di Advanced TV data driven e un ecosistema di partnership strategiche, tra cui i canali Rai su YouTube e l'accordo con Samsung TV Plus. Da 100 anni guida l'evoluzione della comunicazione in Italia, offrendo soluzioni crossmediali e integrate che raggiungono oltre 50 milioni di contatti al mese, generando attenzione, relazione e valore per i brand.

Press Office

Beatrice Giunco: beatrice.giunco@raipubblicita.it | 366 3630131

Sabrina Anastasi: sabrina.anastasi@raipubblicita.it | 389 0992888