

Comunicato stampa Politica commerciale palinsesti Rai

Con la politica commerciale Autunno 2026, Rai Pubblicità rafforza la propria strategia **Total Video**, mettendo al centro i contenuti editoriali di maggiore impatto e ampliando le opportunità di pianificazione cross-screen per il mercato.

Nella consueta formula multi-screen a contatti garantiti, i clienti della concessionaria potranno acquistare le **Domination Cross Screen** di alcuni tra i programmi più rilevanti della stagione: Affari Tuoi, Ballando con le Stelle, Doc nelle tue mani e Belve. Si tratta di titoli che, per volumi di ascolto, riconoscibilità editoriale e profilo del pubblico, confermano una posizione di primaria importanza nel panorama televisivo italiano.

La proposizione commerciale evolve ulteriormente la propria capacità di intercettare il pubblico lungo l'intero percorso di fruizione, tra **first screen e second screen**, modalità **live** e consumo **on demand**. Ai formati già consolidati si affiancano nuove opportunità pubblicitarie: i **Golden Minute** della tv lineare e lo **Spot Video digital** si integrano con il **Lanner**, erogato in piena fruizione del programma, e con il nuovo **PauseAds**, attivato direttamente dall'utente durante la pausa del contenuto.

L'integrazione dei diversi touchpoint consente di ampliare la copertura incrementale e costruire una frequenza più qualificata, generata in contesti di visione differenti ma coerenti tra loro. In questo modo, Rai Pubblicità consolida un modello capace di combinare la forza della televisione lineare con la flessibilità e la misurabilità dell'ambiente digitale.

L'offerta della tv lineare conferma i tagli stagionali dello scorso anno e si appoggia a un palinsesto editoriale solido, capace di valorizzare i punti di forza di ciascun canale e di sostenere una previsione di crescita degli ascolti pari al **2%**.

Sul digitale, l'offerta mantiene una struttura semplice e modulare, pensata per rispondere ai principali obiettivi di comunicazione del mercato: massima copertura, precisione del targeting, contestualizzazione editoriale e valorizzazione di RaiPlay.

Restano quindi confermati quattro prodotti principali: **Coverage**, per l'acquisto dell'intero network a un CPM unico e promozionato; **Target**, per pianificazioni socio-demo e geo; le **ROS Tematiche**, per presidiare specifiche tipologie di contenuto editoriale; e la **ROS RaiPlay**, per un acquisto verticale e multidevice della piattaforma digitale Rai. Sono inoltre confermate le segmentazioni più evolute per profili, interessi o cluster custom, elaborate attraverso la DMP interna.

La stagione autunnale vedrà anche l'introduzione di nuovi formati digitali. Accanto al consolidato **Lanner** su tv connesse, sarà disponibile il **PauseAds**, formato full-screen che si attiva quando l'utente mette in pausa la fruizione del contenuto editoriale. Entrambi i formati saranno acquistabili in moduli settimanali e pianificabili in socio-demo o con dato, previa verifica delle stime.

Sui canali generalisti fruiti da tv connesse saranno infine disponibili nuove possibilità di personalizzazione delle campagne attraverso **Corner Button e Spot Replacement**.

Con questa evoluzione, Rai Pubblicità conferma il proprio percorso di innovazione commerciale, integrando qualità editoriale, dati, formati e tecnologia per offrire ai brand campagne video sempre più efficaci e coerenti.