

NOTA PER LA STAMPA

Sanremo, 23 febbraio 2026

Si è svolta oggi presso il Teatro Ariston di Sanremo la conferenza stampa di Rai Pubblicità e partner del Festival di Sanremo 2026. Sono intervenuti **Williams Di Liberatore** - Direttore Intrattenimento Prime Time Rai, **Carlo Conti** - Direttore Artistico del Festival di Sanremo, **Luca Poggi** - Amministratore Delegato di Rai Pubblicità e i main partner: **Massimo Nalli** - Presidente e CEO di Suzuki Italia, **Francesco Gattei** - Direttore Generale di Eni, **Sandra Aitala** - Vice President Brand Strategy, Media & Commercial Communication di TIM e **Giovanna Loi** - Vice President Marketing & Direct Sales di Costa Crociere.

In occasione dell'evento mediatico di maggiore rilevanza dell'anno, anche per questa edizione Rai Pubblicità ha sviluppato un articolato progetto di brand integration capace di trasformare il Festival di Sanremo in un'esperienza che supera i confini del palcoscenico e si estende ai luoghi simbolo della città. Fulcro dell'iniziativa è il progetto "Tra palco e città", nato dalla collaborazione sinergica tra Rai, la Direzione Artistica e il Comune di Sanremo. Un modello di cooperazione che integra visione editoriale, iniziative commerciali e valorizzazione del territorio, con l'obiettivo di offrire al pubblico presente a Sanremo un palinsesto di esperienze e attivazioni capace di rendere l'intera settimana del Festival ancora più coinvolgente.

Luca Poggi, Amministratore Delegato della concessionaria, ha dichiarato: *«Il Festival di Sanremo rappresenta un unicum nel panorama europeo, per solidità editoriale e per la straordinaria partecipazione che riesce ad attivare sul territorio. "Tra palco e città" si conferma il progetto di marketing territoriale più strutturato ed evoluto del mercato italiano, un modello capace di integrare comunicazione, intrattenimento e valorizzazione urbana. Non è solo un'iniziativa commerciale, ma un progetto con una forte dimensione sociale: permette a migliaia di persone di vivere l'atmosfera del Festival anche al di fuori del Teatro Ariston, generando al tempo stesso un impatto economico concreto per la città e per l'intera Liguria. Se oggi il Festival esprime un livello di forza e rilevanza senza precedenti, è anche grazie alle attività sviluppate in sinergia con i nostri partner commerciali, all'interno di una visione di sistema che crea valore condiviso per brand, istituzioni e territorio»*

Di seguito i partner della 76esima edizione del Festival della Canzone Italiana

- Main Partner: **Costa Crociere, Eni con Enilive e Plenitude, Suzuki e TIM**
- Partner: **Air Wick, Cioccolato Novi, Eurospin, Generali, L'Oréal Paris e Rowenta**
- Brand esclusivamente sul territorio: **Immobiliare.it, Aperol**