



RAI CLICK LANCIA IL PRIMO SPOT INTERATTIVO DELLA TELEVISIONE ITALIANA

Ideato dall'agenzia Ata De Martini & C.

Roma, 17 gennaio 2002 - La pubblicità del futuro è già realtà: Rai Click, la TV on demand nata dalla partnership fra RAI ed e.BisMedia – il content provider del Gruppo e.Biscom - lancia il primo spot interattivo della televisione italiana. L'annuncio è dato in collaborazione con Sipra, la concessionaria di pubblicità del gruppo RAI, e l'agenzia Ata De Martini & C., che ha curato la creatività per il cliente Honda Automobili Italia. Lo spot sarà trasmesso su Rai Click a partire da metà febbraio 2002.

A pochi mesi dall'avvio del servizio, Rai Click, che offre, in modalità *on demand*, già oltre mille titoli della programmazione corrente e degli archivi RAI, affianca ai formati pubblicitari tradizionali, come lo spot TV e il banner, lo spot interattivo. La pubblicità interattiva consente al telespettatore di usufruire appieno delle potenzialità offerte dalla banda larga e dalla TV on demand in particolare, fornendo un contenuto multimediale che riunisce in sé formati diversi e differenti tecnologie di programmazione.

“Questo progetto – ha dichiarato Stefano Gigotti, Presidente e Amministratore Delegato di Rai Click – rappresenta uno straordinario traguardo per Rai Click, dopo il successo editoriale e di pubblico riscontrato con il lancio del servizio. La TV on demand sta affermando un nuovo modo di interagire con il pubblico, che posiziona RAI sulla frontiera più avanzata nel campo delle nuove tecnologie.”

“La pubblicità interattiva e questo progetto, primo e unico nella storia della comunicazione pubblicitaria, nascono grazie alla tecnologia sviluppata da e.Biscom, - ha commentato Ugo Rietmann, Vice Presidente Area Video on Demand di e.Biscom. Grazie alla bidirezionalità del segnale attraverso la nostra rete in fibra ottica, lo spettatore acquista un ruolo attivo, che gli consente sia di scegliere i contenuti da vedere nel momento desiderato, sia di interagire con il messaggio pubblicitario per richiedere informazioni e approfondimenti, entrando in contatto diretto con l'inserzionista.”

L'ideazione del primo spot interattivo della televisione italiana è di Ata De Martini & C., l'agenzia pubblicitaria da sempre in prima linea nello sviluppo di progetti innovativi. Prima agenzia italiana ad aprire una divisione Internet nel 1995, Ata De Martini & C. è stata anche in questa occasione la prima a raccogliere la sfida lanciata da Rai Click e dalla TV digitale interattiva. Significativo il fatto che il primo inserzionista sia Honda Automobili Italia. Honda è infatti da sempre all'avanguardia nella ricerca di nuove soluzioni tecnologiche come nella ricerca di nuovi strumenti di comunicazione. Lo spot interattivo si inserisce in questo contesto, avendo, tra gli altri, l'obiettivo di offrire il piacere nella fruizione della comunicazione così come i prodotti Honda offrono il piacere nella guida.

La creatività dello spot è improntata sul soggetto “Bungee-jumping”, realizzato per la nuova Honda H-RV. Il telespettatore, attraverso l'uso del telecomando, sarà invitato prima a condividere la parte ludica del filmato sullo sport estremo e successivamente potrà scegliere se accedere all'area interattiva dedicata alle principali caratteristiche della nuova Honda H-RV. Dalla TV-home page avrà la possibilità di entrare in sezioni contenenti immagini e video sugli interni, gli esterni e il motore della nuova autovettura fino a comunicare con l'azienda stessa in modalità del tutto originali.

“Lo spot interattivo – ha aggiunto Alberto De Martini, Direttore di Ata De Martini & C. – consente di puntare a segmenti specifici di pubblico, con la possibilità di valutare il feedback del potenziale cliente e quindi di instaurare con lui un canale di comunicazione a due vie, eventualmente anche fino all’atto d’acquisto.”

La pubblicità interattiva coniuga quindi le caratteristiche della pubblicità tradizionale nel comunicare i valori del brand con quelle del direct marketing per creare un rapporto one-to-one con il consumatore.

Rai Click, la TV on demand

Rai Click, partita il 18 luglio 2001 e ad oggi regolarmente utilizzata da diverse migliaia di famiglie, mette a disposizione dello spettatore televisivo un’offerta ricchissima di programmi RAI, provenienti dal palinsesto quotidiano di RaiUno, RaiDue, RaiTre e dallo straordinario patrimonio delle Teche Rai. La novità consiste nel fatto che tutti programmi possono essere visti in qualsiasi momento, senza tempi d’attesa. E’ sufficiente scorrere il menu di navigazione che appare sul televisore, selezionare la trasmissione prescelta e questa inizia immediatamente.

I programmi RAI sono trasmessi in larga banda attraverso la rete in fibra ottica integrata con protocollo IP (Internet Protocol) che FastWeb - la controllata del Gruppo e.Biscom che fornisce servizi innovativi su una propria infrastruttura di rete - sta rapidamente estendendo in tutta Italia, dopo Milano, Genova, Torino, Roma.

Per vedere i programmi di Rai Click si utilizza un semplice telecomando, che consente di selezionare il titolo sul menu di navigazione e farne partire la visione attraverso le funzioni di play, avanzamento veloce, stop, pausa, oltre alla piena interazione con i contenuti, per accedere ad approfondimenti e per dialogare, in futuro, con la redazione o gli altri spettatori.

L’offerta di Rai Click è ricchissima, continuamente aggiornata e destinata a crescere nel tempo, fino a raggiungere le 10.000 ore. Al momento essa comprende oltre 1.000 titoli, che coprono tutte le aree di interesse, dall’informazione alla fiction, dallo sport ai titoli cinematografici, dalla musica ai documentari.

I contenuti sono suddivisi per aree tematiche in 8 canali:

- *Prima pagina*, con telegiornali e programmi d’informazione e attualità
- *Sport*, con le grandi squadre e i grandi campioni
- *Prima fila*, con film, fiction, comici, musica classica e leggera
- *Peter Pan*, con programmi didattici e d’intrattenimento per bambini, cartoni animati
- *Energy*, con concerti, video musicali ed eventi rivolti ai giovani
- *Storia*, con i grandi documentari dell’archivio Rai, inchieste e approfondimenti
- *Piacere*, con programmi e servizi dedicati allo spettacolo, alla moda e alle vacanze
- *Società*, con servizi sulla medicina, la salute, la formazione e il lavoro.