

Ansa 12-10-2020 15:40 [Sport] Chiavi: radio Vela: Barcolana, grande successo tv e web nonostante lo stop

Gjaluz, oltre 10 mln persone hanno avuto un 'contatto'

(ANSA) - TRIESTE, 12 OTT - Grandi numeri televisivi, web e radio, anche se l'edizione numero 52 è stata annullata, per la regata Barcolana di Trieste, che confermano ancora una volta la capacità di attirare un pubblico vasto e variegato della più grande "festa del mare" del mondo. La diretta su Rai3 condotta da Giulio Guazzini di RaiSport ha coinvolto 387.000 spettatori con il 4,1% dell'audience totale. La diretta senza regata è stata proposta sia su Rai Italia nel mondo che su Raiplay e sul canale della Tgr Friuli Venezia Giulia. A tutto questo vanno aggiunti i servizi radiofonici realizzati da Rai Radio1 con la voce di Germana Brizzolari. Sono 5.876.000 (il 24.7% di share) le persone che hanno visto Trieste e il servizio della Barcolana nel Tg1 delle 20.00, a cui vanno aggiunte quelle che hanno scelto gli altri Tg e Rainews24, che ha informato i telespettatori lungo l'intero weekend dando spazio sia agli aspetti sportivi che culturali e di promozione del territorio. La diretta del sabato di Linea Blu, su Rai1, ha coinvolto oltre 1,5 milioni di persone e di grande appeal sono stati, nella giornata di venerdì, Uno Mattina (Rai1) e Tg2Italia (Rai2); la Rai ha messo in campo numerose iniziative con il programma 'Le storie di Mirko' su RaiPlay e Rai Canone, che ha portato a Trieste sei abbonati. "Oltre 10 milioni di persone - commenta Mitja Gjaluz, presidente della Società Velica di Barcola e Grignano – hanno avuto un 'contatto' con la Barcolana. E' un dato impressionante, uno splendido segnale per chi ama il nostro sport e la nostra città. Nonostante la regata non si sia svolta siamo stati in grado di dare con Barcolana messaggi di valore: questa volta in primo piano c'era la sicurezza delle persone, l'attenzione per chi arrivava da altre città e lo screening anti Covid19. La regata, fermata dal nostro elemento naturale, il vento, si è rivelata un successo dal punto di vista promozionale - conclude - in un anno così difficile".

(ANSA). COM-BUO12-OTT-20 15:38 NNNN