

BARCOLANA 55 PRESENTED BY GENERALI - I PRIMI DATI

PRODUZIONE

Per “produrre” la Barcolana hanno lavorato oltre 693 persone. Ai dipendenti e consulenti di Barcolana srl, la società che detiene e commercializza i diritti dell’evento, si aggiungono i soci della Società Velica di Barcola e Grignano, i volontari e i temporary coworkers che vengono ingaggiati nei giorni della manifestazione.

Il Villaggio Barcolana ha visto circa 200 temporary shop operativi, che a loro volta hanno coinvolto un team allargato, stimato in più di 1.800 persone. Ancora, le numerose aziende coinvolte nella produzione dell’evento: dagli allestitori ai produttori di materiale grafico, ai gestori dei catering per le hospitality alla Security agli addetti delle pulizie per migliaia e migliaia di ore uomo lavorate in dieci giorni, che rappresentano l’indotto diretto della regata. Sul fronte indiretto, cantieri, velerie, accessoristica nautica, ristoranti, alberghi, trasporti, musei, strutture ricettive, sale mostre, noleggi, servizi beauty, negozi hanno beneficiato dell’organizzazione dell’evento, in particolare nei due fine settimana.

PARTECIPANTI ALLA REGATA

Le nazioni rappresentate in Barcolana dagli armatori partecipanti sono 24 Italia compresa: degli iscritti, il 14% è straniero, e i Paesi maggiormente rappresentati sono Slovenia, Austria, Croazia e Germania, Svizzera e Ungheria.

Sul fronte nazionale, il 36% delle imbarcazioni proviene dalla provincia di Trieste, mentre l’intero FVG contribuisce a circa la metà degli iscritti: la metà degli equipaggi proviene quindi dall’estero e da fuori regione.

LOGISTICA TERRA E MARE

Sul fronte della logistica, il fine settimana di Barcolana ha registrato presenze sui treni record, ancora più elevate dell’edizione 2018. Per raggiungere Trieste il treno è stato utilizzato in 4 giornate da 50.224 persone, di cui 28.000 nella giornata di domenica. Centinaia anche i camper van presenti nei parcheggi triestini, alcuni dei quali anche all’interno del Porto Vecchio, vicino alle imbarcazioni ormeggiate.

Sul fronte mare, il servizio di Follow Me organizzato con gli studenti dell’Istituto Tecnico Nautico e l’Accademia Nautica ha gestito un totale di 1.300 operazioni di ormeggio, che hanno interessato circa 600 imbarcazioni che hanno trovato spazio lungo le banchine delle Rive, a Porto Lido e al Molo 0 del Porto Vecchio. Ulteriori imbarcazioni hanno trovato ospitalità nei marina nautici del territorio.

CONTENUTI PRODOTTI DA BARCOLANA

81mila minuti di video visualizzati sui social di Barcolana - Instagram e Facebook in particolare - tra il 29 settembre e l’8 ottobre, cui si sommano 187mila minuti di visualizzazioni su YouTube e 27mila visualizzazioni della diretta streaming della regata su YouTube e Facebook nelle prime 24 ore di pubblicazione. E ancora, sempre dal 29 settembre al 8 ottobre: 512 contenuti pubblicati sul profilo Instagram di Barcolana con 1,7milioni di impression in dieci giorni, 103 post pubblicati sulla pagina Facebook, con 2,3 milioni di impression nel periodo dell’evento. Nei dieci giorni di Barcolana, nell’ufficio stampa di Barcolana hanno lavorato in totale 25 persone, di cui 15 tra fotografi e videomaker.

RASSEGNE STAMPA

Ancora presto per avere dati consolidati dai media, ma nei dieci giorni di Barcolana sono usciti sulla stampa oltre 1.100 tra articoli e news online e offline in Italia, relativi alla regata, alla città e ai diversi temi che Barcolana ha trattato tra sostenibilità, inclusione e sport. La rassegna stampa estera e televisiva è ancora in fieri, ma a Trieste sono arrivati gli inviati delle principali testate RAI (TG1, TG2, TG3, Rai News 24, Rai Italia, GR1) oltre al grande lavoro svolto dalla TGR del Friuli Venezia Giulia anche in partnership con Tv Koper-Capodistria. I passaggi sui canali nazionali di RAI hanno generato un ascolto pari a 20,8 milioni di persone (dati AudiTel - RAI).

L'emittente locale Telequattro ha rilevato via AudiTel un ascolto pari a 150mila persone in relazione al proprio programma "l'Altra Barcolana". I giornalisti e operatori dell'informazione, contando anche i blogger e i content creator e i tecnici delle produzioni televisive per RAI e per Barcolana accreditati all'evento erano 340, di cui oltre 180 on site. La stampa internazionale ha seguito Barcolana attraverso le agenzie di stampa Ansa e Reuters.

Ufficio Stampa Barcolana: Wordpower srl

Francesca Capodanno - francesca.capodanno@wordpower.srl - +39 349 881 0482

Valeria Degano - valeria.degano@wordpower.srl - +39 339 433 1395

ufficiostampa@barcolana.it

www.barcolana.it

Institutional partner



Ministro per lo Sport e i Giovani



IO SONO
 FRIULI
 VENEZIA
 GIULIA



CAMERA DI COMMERCIO
 VENEZIA GIULIA
 TRIESTE GORIZIA



Gold sponsor



FINCANTIERI



Official carrier



Official car



Exclusive Clothing Partner



Digital partner



Main media partner



Travel partner

