

COMUNICATO STAMPA

BARCOLANA 52 PRESENTED BY GENERALI: GRANDI ASCOLTI TRA MALTEMPO E VELE AMMAINATE GIALUZ: “OLTRE 10 MILIONI DI PERSONE PER IL NOSTRO EVENTO”

Trieste, 12 ottobre 2020 - L'edizione numero 52 della Barcolana, nonostante non si sia scesi in acqua, ha avuto in tv, sul web e in radio grandi riscontri che confermano – ancora una volta – la capacità di attirare un pubblico vasto e variegato della più grande “festa del mare” del mondo.

Ieri, su Rai3, la trasmissione condotta da Giulio Guazzini di Rai Sport 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 sia su Raiplay sia 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 che hanno trovato spazio all'interno di diversi Gr e in “Domenica Sport”. Sono 5.876.000 (il 24.7% di share) le persone che hanno visto Trieste e il servizio della Barcolana nel Tg1 delle 20 grazie al servizio firmato da Massimo Mignanelli, a cui vanno aggiunte quelle che hanno scelto gli altri Tg e Rainews24 che ha informato i telespettatori lungo l'intero week end dando spazio sia agli aspetti sportivi che culturali e di promozione del territorio.

“Oltre 10 milioni di persone hanno avuto un “contatto” con la Barcolana – ha commentato Mitja Gialuz, presidente della Società Velica di Barcola e Grignano - è un dato impressionante, uno splendido segnale per chi ama il nostro sport e la nostra città”.

Donatella Bianchi, con 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 Tg2 Italia (Rai2): la collaborazione con la Rai ha interessato un pubblico enorme grazie anche alle iniziative messe in campo da Rai per il Sociale a Raiplay con il programma ‘Le storie di Mirko’ oltre alla innovativa iniziativa di Rai Canone che ha portato a Trieste sei abbonati pronti a gareggiare tra oltre 1.400 imbarcazioni. Di grande sostanza l'apporto della Tgr e in particolare quella del Friuli Venezia Giulia così come quello della Sede Rai con anche le trasmissioni in lingua slovena. *“Nonostante la regata non si sia svolta - ha detto ancora Gialuz - 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 in un anno così difficile”.*

Informazioni:

Ufficio Stampa Barcolana - Wordpower srl

Valeria Degano - valeria.degano@wordpower.srl - +39 339 4331395

ufficiostampa@barcolana.it

www.barcolana.it

Institutional partner



Gold sponsor



Main media partner



Clothing partner



Official carrier

