

RAI: GIRO 100 SCOMMESSA VINTA

Due milioni di media quotidiana, quasi 29 milioni di italiani entrati in contatto con le emozioni della corsa: il Giro d'Italia edizione numero cento è stato un successo straordinario rivelandosi come un'altra scommessa vinta per [Rai](#).



La messa in onda su Rai2, con trasmissioni ad hoc come “La grande corsa” e “Viaggio nell’Italia del Giro” (realizzata in collaborazione con Rai Cultura) si è rivelata una scelta vincente, al pari dell’impegno a declinare il racconto in Radio, con RaiRadio1 impegnata ogni giorno nella cronaca e RaiRadio2 canale ufficiale dell’intrattenimento, ma anche sul web e sui social, utilizzando quindi tutte le piattaforme disponibili di una media company.

I numeri sono eloquenti: l’ascolto medio dell’ultima ora di ogni tappa, il “Giro all’arrivo”, ha superato i 2 milioni (2milioni e 30mila spettatori, con uno share medio del 18,2%). Il picco di ascolto più alto ha sfiorato invece i 4 milioni, registrato ieri in occasione dell’ultima appassionante frazione, la cronometro decisiva di Milano: alle 17.30 di ieri, mentre l’olandese Tom Dumoulin festeggiava la conquista della maglia rosa, erano 3 milioni e 844mila i telespettatori sintonizzati su Rai2 (share del 31%). La tappa più seguita dell’intero Giro è stata quella di sabato 27 maggio, la Pordenone-Asiago, con 3 milioni e 302mila spettatori di media e il 27,4% di share. “Nessuna storia vale se non la si sa anche raccontare – ha dichiarato il direttore di Raisport, Gabriele Romagnoli – Questo è stato un Giro intenso, la sfida Rai era declinarlo in tutte le forme possibili: intrattenimento, cronaca, analisi, cultura.

Credo sia stata vinta: i numeri dello share sono matematica, la passione non si

calcola". E a proposito di passione, sono state 28milioni e 596mila le persone che, per almeno un minuto, in tutti i 21 giorni di gara si sono sintonizzati su Rai2 o su RaiSport + HD per seguire la corsa rosa con un incremento di quasi 6 milioni rispetto alla scorsa edizione: in pratica metà degli italiani sono entrati in contatto con il Giro. Straordinario, infine, anche il risultato ottenuto sui social: il 100° Giro d'Italia ha visto un'offerta digital senza precedenti, su una competizione ciclistica, in diretta e on-demand, interamente fruibile sul sito speciale <http://www.rai.it/giroditalia/> e sui social. Una vera e propria volata di gruppo, che ha visto "pedalare" insieme gli account di Rai2, RaiSport, RaiStoria, Rai Radio1 e Rai Radio2, le voci ufficiali del Giro.

Sui social, il gruppo di lavoro di #RaiGiro100 ha realizzato un racconto a 360°, tappa dopo tappa, con 645 minuti di Facebook Live prodotti sul campo, 336 video dedicati, quasi 1000 tweet con foto e gif, raggiungendo così su Facebook oltre 9 milioni di utenti, 25.8 milioni di impressions e oltre 2 milioni di visualizzazioni solo per i video. Su Twitter sono stati sfiorati i 4 milioni di visualizzazioni dei contenuti postati, mentre le interazioni totali, tra Facebook e Twitter, sono state quasi due milioni. Un racconto che, per la prima volta, ha accompagnato tutti, nessun utente escluso, alla conquista della maglia rosa numero 100.

Fonte: [RAI](#)