Scritto da Red.
Martedì 21 Febbraio 2017 15:34

RIMINI – Con oltre 30.000 presenze tra gli spettatori della PosteMobile Finale Eight presso la Basketball Arena e i visitatori della Fan zone allestita nella hall del Polo fieristico di Rimini e una copertura mediatica che ha registrato circa 300 persone tra giornalisti, fotografi, operatori Tv e addetti stampa delle squadre, l'edizione 2017 può considerarsi un vero successo. Un nuovo format e una nuova location vincenti.

"Il successo di questi quattro giorni di PosteMobile Final Eight è la conferma della capacità del nostro quartiere fieristico di rispondere alle esigenze di una manifestazione sportiva professionistica e aperta al grande pubblico", ha dichiarato Lorenzo Cagnoni, presidente e amministratore delegato di Ieg. "Quello dell'attività fisica è un filone che stiamo sviluppando con grande impegno, e con questa Coppa Italia abbiamo ribadito come Ieg sia in grado di offrire spazi sia per sperimentare soluzioni tecniche all'avanguardia, come il palazzetto che ha preso vita in una settimana nei nostri padiglioni, sia per arricchire la cornice dell'evento, come il Basket village che è stato allestito nella nostra hall".

In una nota la Rai sottolinea come la "Final Eight di basket 2017 è stato un grande successo non solo per il numero di spettatori che hanno gremito le tribune del Palafiera di Rimini ma anche per gli ascolti televisivi di Raisport HD, triplicati rispetto alla passata edizione. In particolare, grazie anche a quarti e semifinali disputati tutti sul filo dell'equilibrio la Final Eight ha fatto registrare importanti dati di ascolto: dopo che la semifinale tra EA7 Emporio Armani Milano e Grissin Bon Reggio Emilia si era assestata su un ascolto medio di 146.820 e uno share del 0.61%, la seconda semifinale tra Banco di Sardegna e Germani ha avuto un ascolto medio di 246.622 e uno share dell'1.01%. La finale, EA7 Emporio Armani Milano-Banco di Sardegna Sassari, in onda domenica 19 febbraio, dalle 18.00 alle 20.00, è stata vista da 300mila telespettatori, con uno share dell'1,57%, il più alto della settimana. Molto soddisfacente anche

l'analisi dell'intero evento, che ha fatto registrare una media di 183mila spettatori, con uno share dello 0,88%. Il dato più eclatante resta però il numero totale di telespettatori che hanno visto almeno 10 minuti di basket da giovedì a domenica: 3milioni e 483mila, con il massimo dei contatti registrati nei minuti finali della semifinale tra Banco di Sardegna Sassari e Germani Brescia, visti da 418mila appassionati. Al grande risultato hanno contribuito sia l'alto livello di gioco sia lo sforzo produttivo di Raisport".