

<http://www.pubblicitaitalia.it/201305308847/creativity/giro-ditalia-da-record-in-tv-e-sui-social>

Giro d'Italia da record in tv e sui social

Si è conclusa con 'numeri' importanti l'edizione numero 96 del Giro d'Italia.

Durante i 21 giorni di corsa sono state attraversate 17 regioni, oltre 500 comuni, percorrendo 3341,8 km.

La corsa ha visto ogni giorno 174 paesi collegati in tv, con milioni di persone sulle strade ed un pubblico caloroso su tutta la penisola che conferma Il Giro come evento popolare e festa di maggio.

La corsa rosa ha coinvolto quest'anno 207 corridori di 23 squadre di 30 diverse nazionalità.

Ma la manifestazione è stata una festa anche per i 29 partner che hanno contribuito al suo successo legando il proprio marchio alla competizione ciclistica.

Da ricordare tra tutti Balocco, neo sponsor della Maglia Rosa, e gli altri sponsor delle principali maglie: Azzurra - Banca Mediolanum, Rossa - Italo, Bianca - F.lli Orsero ed Estathé - Vincitore di tappa.

Risultati da ricordare anche sotto il profilo della copertura mediatica dell'evento: l'ufficio stampa ha accreditato al Giro d'Italia 1.595 operatori del settore, di cui 1132 giornalisti e 463 fotografi in rappresentanza di 1076 media internazionali, nazionali e locali.

Il focus è stato quello di entrare nelle breaking news dei principali notiziari a livello ciclistico nazionali ed internazionale.

Per la prima volta poi il Giro d'Italia è stato prodotto in HD, con un grande sforzo da parte di Rai, che ha svolto il ruolo di Host Broadcaster, permettendo la visione della Corsa Rosa in 174 paesi dei cinque continenti.

The screenshot shows the website interface for 'Pubblicità Italia'. At the top, there are banners for '26 international GrandPrix advertising strategies' and 'Teatro Nazionale 29 Maggio'. The main header features the 'Pubblicità Italia' logo and navigation links: 'CHI SIAMO', 'CONTATTI', 'ABBONAMENTI', and social media icons. Below the header is a menu with categories: 'CREATIVITY', 'MARKETING', 'MEDIA', 'DIGITAL', 'PITCH', 'WORLD', 'PEOPLE', 'DATACENTER', and 'GUEST ROOM'. The article title is 'GIRO D'ITALIA DA RECORD IN TV E SUI SOCIAL' dated '30 MAGGIO 2013'. The article text is partially visible, starting with 'Si è conclusa con 'numeri' importanti l'edizione numero 96 del Giro d'Italia...'. There is a photo of a cyclist on the left and a 'Sfoggia' logo on the right. A search bar is located below the navigation menu.

<http://www.pubblicitaitalia.it/201305308847/creativity/giro-ditalia-da-record-in-tv-e-sui-social>

Le audience televisive in Italia, su Rai e Eurosport, sono aumentate a testimonianza della qualità del prodotto, dell'elevato livello dei partecipanti e della bellezza del percorso.

La tappa del Col du Galibier ha registrato alle 17:42 il picco di ascolto in termini di spettatori con 3.9 milioni su Rai 3 e oltre 4 milioni sommando quelli di Rai Sport 1.

Al successo televisivo si è accompagnato quello sul web.

Su Facebook la pagina ufficiale ha fatto registrare 350.000 fan.

Ogni post è stato visualizzato da una media di 180.000 persone.

Il post più visualizzato ha avuto 450.000 visualizzazioni, 12.000 like e più di 5.000 condivisioni.

Su Twitter i follower sul profilo ufficiale sono stati 170.000, su Google+ 100.000.

Su YouTube, il canale ufficiale ha ottenuto quasi 2 milioni di visualizzazioni.

Il dato più interessante è l'aumento delle pagine viste giorno sul sito ufficiale del Giro