

## Cimberio telegenica: quattro dirette nel prossimo mese

**Pubblicato:** Giovedì 7 Marzo 2013



Una **diretta della Cimberio**, per il (relativamente) piccolo mondo del basket italiano, è un po' come **una serata del Festival di Sanremo: in termini di ascolti** si ha la certezza di un boom di contatti, almeno rispetto alla media. La conferma arriva dalle scelte della Legabasket che ha pronta un'altra serie di **partite da disputare davanti alle telecamere** per la squadra di coach Vitucci, che giusto domenica scorsa ha regolato Caserta con le riprese congiunte di La7D e SportItalia2.

Alle due dirette già previste – quelle sui campi di **Sassari** (domenica 17 marzo, ore 20, RaiSport 1) e **Reggio Emilia** (domenica 24 marzo, ore 20, La7D e Sportitalia 2) – sono state aggiunte altre le gare che la Cimberio giocherà **in trasferta con Montegranaro il 7 aprile** e l'attesissimo derby di **Masnago contro l'Ea7 Milano del 14 aprile**; in entrambe i casi l'orario è quello delle 20,30 e l'emittente scelta è RaiSport 2.

Una presenza costante, come detto, dovuta ai numeri fatti registrare dall'Auditel come **spiega Marco Zamberletti**, responsabile marketing del club biancorosso. «In questa stagione la Cimberio vanta due partite tra le prime cinque, per seguito televisivo: il quarto di finale di **Coppa Italia contro Milano (foto in basso) è stata la partita più vista in assoluto** dell'annata cestistica, con 210mila telespettatori di media e 850mila contatti. Meglio anche di Ea7-Montepaschi di domenica scorsa, che è risultata la partita più vista per quanto riguarda il campionato. Inoltre anche **la finale di Coppa tra noi e Siena** ha "fatto il botto" in termine di Auditel con 143mila spettatori di media e 750mila contatti». Numeri bassi rispetto ai grandi eventi catodici ma sicuramente importanti per lo sport dei canestri; dati anche decisamente **superiori ai campionati trasmessi su Sky**, emittente a pagamento che a detta di molti appassionati garantisce una miglior qualità ma ascolti decisamente minori.



«Per noi dell'ufficio marketing – spiega ancora Zamberletti – questi numeri sono decisamente rilevanti. Gli investitori **conoscono l'importanza** dei passaggi televisivi, i consorziati e chi fa pubblicità a Masnago sanno che i loro marchi scorrono davanti a decine di migliaia di occhi e quando prepariamo i piani di sponsorizzazione **questi dati sono sempre tra i più letti e richiesti** dai nostri interlocutori».

Purtroppo però, almeno per ora, sulle maglie dei giocatori di Vitucci sono **rimasti due posti vuoti** "colmati" dalla presenza dei marchi istituzionali (Camera di Commercio, Provincia e Comune) concessi dalla Pallacanestro Varese per ringraziare tre importanti interlocutori del territorio. Ma per il futuro qualcosa inizia a muoversi: «Un paio di marchi nazionali ci hanno contattato proprio in seguito alle finali di Coppa – confessa Zamberletti – Si tratta di aziende che hanno già sponsorizzazioni in atto in altri ambiti, hanno assistito alle partite e sono **rimaste colpite da ciò che ha movimentato Varese** a cominciare dai seimila spettatori presenti al Forum per la partita con Siena. Naturalmente è presto per sapere se queste trattative avranno uno sbocco positivo in futuro, però anche questi sono semi importanti che vengono gettati e che cerchiamo di "innaffiare" nel migliore dei modi».

Redazione VareseNews  
redazione@varesenews.it