

TELEVISIONE – Numeri da record per la visibilità dei campionati di **LNP** nella stagione appena conclusa

PIU' DIRETTE SU SPORTITALIA PIU' QUALITA' SU LNP PASS

E la crescita non si ferma qui: arrivano HD e ViewLift, mentre lo streaming di "Dirette Serie B" ha sfondato le 900.000 visualizzazioni

IL BILANCIO PARLA di un altro segno positivo in materia di visibilità televisiva del campionato di Serie A2 Old Wild West. Attraverso il rapporto con Sportitalia (partner nazionale per il digitale terrestre) e la ormai consolidata offerta di **LNP PASS** (streaming). Su entrambe le piattaforme si è avuta una importante crescita, sia numerica che di qualità, grazie agli investimenti che **LNP** rivolge da anni in questi ambiti, uniti alla partecipazione nella realizzazione del prodotto di partner che affiancano **LNP** nel suo sforzo di offrire ad appassionati, Club e sponsor un'offerta concreta di posizionamento del prodotto-gara. Tutto in diretta.

Lo scorso anno, primo della partnership con Sportitalia, furono trasmesse sulla piattaforma di digitale terrestre, in chiaro sul canale 60 (e parallelamente sul 225 della piattaforma satellitare Sky), 26 partite di stagione regolare e 9 dei playoff. Più due dirette di Coppa Italia (una semifinale ed una finale). La stagione appena andata in archivio ha offerto 34 partite di stagione regolare, più 11 di playoff (in appena 35 giorni). Oltre a queste, ancora le due dirette di gare decisive di Coppa Italia e la novità di una vetrina dedicata alla Supercoppa, con la finale tra Lavoropiù Fortitudo Bologna e Novipiù Casale Monferrato. Per un totale di 48 dirette (contro 37). Tutti gli eventi di **LNP** hanno avuto visibilità su Sportitalia, trovando spazi nel suo palinsesto per il torneo di Serie A2 Old Wild West: non sempre la pallacanestro italiana ha goduto di questa attenzione, cui va unito il settimanale **LNP Basket Magazine**.

L'essere riusciti a mostrare in diretta un numero record di squadre partecipanti ad un campionato a 32 squadre, e di conseguenza complesso come posizionamento, è il segnale tangibile di un rapporto che ha trovato un suo equilibrio. E proseguirà nel 2019-2020, usufruendo dell'upgrade qualitativo in HD, che Sportitalia ha annunciato a partire dall'1 luglio.

Non è scontato, come racconta la storia del rapporto tra la pallacanestro e la tv. Anche per questo da quattro anni **LNP** crede, studia ed investe nello streaming. Un autentico prodotto interno e di conseguenza non suscettibile delle variazioni strategiche dei partner, che non risulterebbero gestibili. Nel 2015, prima stagione di un'offerta numericamente senza eguali da oltre 550 partite, **LNP** si è trovata nell'intera Europa a dividere l'onore e l'onore con appena altre quattro realtà: ACB (Spagna), ProA (Francia), Bundesliga (Germania) e VTB (Lega Baltica). Tutti massimi campionati, tornei a non più di venti squadre, e con importanti compagnie telefoni-

che al fianco (Orange e Deutsche Telekom) o capitali ingenti. Mentre l'Italia proponeva il secondo campionato nazionale, investendo risorse proprie e con il fondamentale contributo dei Club.

La scorsa primavera si raccoglieva un frutto importante dell'impegno: l'attenzione di Fastweb, che avrebbe portato alla cablatura in fibra di tutti i 32 impianti di gioco. Un impegno complesso, realizzato con tempistiche molto ristrette, ma che ha notevolmente innalzato la qualità video delle gare. Senza più esporla ai rischi del maltempo, in un Paese climaticamente sempre più instabile, vera sofferenza della trasmissione satellitare. Al termine di questa stagione, le criticità legate alla veicolazione del segnale sono state enormemente ridotte, come testimoniato direttamente dagli utenti con il drastico calo delle richieste di assistenza al Customer Care. Unendo a questo il lancio della APP di **LNP PASS**, che per facilità di fruizione ha dato un ulteriore impulso alla popolarità del prodotto.

E per la prossima stagione un altro segnale di crescita per **LNP PASS**: l'accordo con l'americana ViewLift, nuovo partner di piattaforma web. Un'azienda che ha il suo investitore di maggioranza in Ted Leonsis, proprietario dei Washington Wizards, e che nel momento in cui ha deciso di offrire le sue tecnologie anche in Europa ha firmato proprio con **LNP** il primo accordo a livello continentale. Per dare solo un'idea della portata di quanto siglato, ViewLift posizionerà il prodotto **LNP PASS** sulle APP di Amazon, Apple TV e Roku. Oltre a questo, saranno attivate forme di accesso diretto alla visione delle gare attraverso i canali Social dei Club.

Ma non solo Serie A2 Old Wild West. A chiusura del secondo anno, la progettualità legata a "Diretta Serie B" proposta sulla piattaforma **LNP Channel/YouTube** ha fatto registrare numeri sbalorditivi: sfondato il muro delle 900.000 visualizzazioni, per un incremento del 435% rispetto alla prima stagione, con la Final Four di Montecatini che ha registrato per le 3 gare disputate 77.500 visualizzazioni tra live e le 24 ore successive. Ed un picco di 6.378 spettatori simultanei per lo spareggio Pescara-San Severo, nonostante la diretta televisiva in chiaro offerta in Abruzzo. Anche per questo la progettualità sulla Serie B Old Wild West sarà ulteriormente migliorata in vista della prossima stagione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA