

Cronaca
11 Aprile 2025

Reali in Italia, Ravenna al centro di una campagna che tocca 2 miliardi di persone

Alle porte di una stagione turistica molto promettente, per le città toccate si prevedono picchi del +10% sulle presenze. Efficacia equivalente a una campagna da 500 milioni



11 Aprile 2025

Il viaggio della *Royal Couple* in Italia ha toccato **2 miliardi di persone**, con picchi nei Paesi anglosassoni come UK, Usa, Australia e tutta l'area del Commonwealth fino all'India e i Paesi dell'Estremo Oriente come Cina e Giappone, per non parlare dell'Europa.

Tra servizi e dirette tv, presenze nei più importanti social, commenti su forum online e siti d'informazione e articoli sulla carta stampata, il viaggio dei reali inglesi, secondo una stima di OmnicomMediaGroup, centro media quotato in borsa che elabora per conto del quotidiano *Libero* i dati Auditel, alla vigilia di una **stagione turistica** molto promettente che già per il **prossimo ponte pasquale prevede un +17% dei pernottamenti** con la quota degli ospiti internazionali al 77% (+18% sul 2024).

La stima dello studio è che il settore del paese in generale veda un beneficio di +5% di presenze, ma nelle città interessate dalla visita i picchi potrebbero essere ben più alti, con un aumento del 10%. **Ravenna** è stata fulcro finale, con l'audience di oltre 100 paesi che hanno visto la coppia reale visitare i patrimoni Unesco, i Musei e le tradizioni sia musicali che enogastronomiche per l'equivalente, in termine di impatto diretto, stimato ad una resa attorno ai 500 milioni investiti, basando il calcoloso tutti quei paesi in cui la notizia è stata rilanciata. Da non sottovalutare, poi, sempre secondo OmnicomMediaGroup, l'impatto dell'evento **sugli ascolti tv**, a partire dagli speciali del Tg1 di martedì e mercoledì mattina che hanno trasmesso in diretta gli incontri di Carlo e Camilla col Presidente Mattarella e la Premier Meloni ottenendo picchi di 1,5 milioni di spettatori e del **25% di share**.

Ma tutti i format hanno beneficiato della presenza della **"Royal Couple"** in particolare Tg1 e Tg2, con aumenti di oltre un punto di share, il Tg5 con mezzo punto in più, "Studio Aperto" su Italia 1 con 1 punto in più così come il Tg4, pure le all news Rainews24, TgCom24 e SkyTg24 con lunghe dirette hanno registrato incrementi di quasi un punto di share; e poi anche i talk pomeridiani con "La vita in diretta" su Rai 1 a picchi del 24% di share, "Pomeriggio Cinque" su Canale 5 ha incrementato di almeno un punto di share, "La volta buona" su Rai 1 quasi un punto in più.

