



## **Sport - Dalla Val di Sole a Taranto, Gravity Media Italy firma la tv dei grandi eventi sportivi**

**Roma - 27 ago 2026 (Prima Notizia 24) Dai Mondiali UCI di Mountain Bike ai Giochi del Mediterraneo: due produzioni contemporanee e profondamente diverse mettono alla prova**

**uomini, tecnologie e capacità organizzative. Circa 30 chilometri di collegamenti in Trentino, sette regie mobili e 150 professionisti per l'appuntamento pugliese.**

Lo spettatore vede la gara, l'atleta che affronta una discesa, il traguardo, la sfida sul campo. Dietro quelle immagini, però, si muove una macchina molto più complessa, fatta di regie, telecamere, chilometri di cavi, collegamenti, tecnici e professionisti che devono garantire che ogni momento dello sport arrivi sugli schermi. È proprio dietro le quinte che si misura la doppia sfida affrontata in questi giorni da Gravity Media Italy, impegnata contemporaneamente nella produzione televisiva dei Campionati del Mondo UCI di Mountain Bike in Val di Sole e dei XX Giochi del Mediterraneo in Puglia. Due eventi internazionali lontani geograficamente e soprattutto molto differenti sotto il profilo produttivo. A Daolasa di Commezzadura, in Trentino, il problema principale è il territorio. Un Mondiale di Mountain Bike non dispone delle infrastrutture televisive permanenti tipiche di uno stadio. Bisogna costruirle praticamente da zero, seguendo percorsi che attraversano boschi e zone montane. Per il debutto di Gravity Media Italy nella produzione della manifestazione è stata predisposta una squadra di circa 14 professionisti, supportata dall'OB Van "Nova 150". Ma a rendere l'idea della complessità dell'operazione è soprattutto un numero: circa 30 chilometri di collegamenti, tra fibra ottica e sistemi di conversione del segnale. Una rete televisiva temporanea che deve essere installata appositamente per l'evento. Le attrezzature raggiungono i tratti boschivi anche attraverso pick-up allestiti per il trasporto, mentre l'impossibilità di utilizzare elicotteri rende la logistica ancora più delicata. E poi c'è l'incognita della montagna, con condizioni meteorologiche capaci di cambiare rapidamente e costringere la squadra tecnica ad adattarsi in tempo reale. Non cambia soltanto il territorio. Cambiano anche le gare. Downhill, Cross-country, Short Track, Team Relay e le altre specialità hanno caratteristiche televisive differenti e richiedono quindi soluzioni produttive specifiche. A centinaia di chilometri di distanza lo scenario è completamente diverso. Se in Trentino la sfida è portare la televisione dentro la montagna, ai Giochi del Mediterraneo il problema è gestire contemporaneamente una manifestazione distribuita su un territorio molto più ampio. Taranto 2026 coinvolge 26 nazioni, 3.858 atleti e 33 discipline sportive. Gravity Media Italy ha messo in campo sette regie mobili, ciascuna con squadre dedicate, per un totale di circa 150 risorse coinvolte nel progetto. Ogni produzione è coordinata da un regista della società e mediamente ciascun impianto viene seguito con almeno otto telecamere. Quando lo sport esce dagli impianti entrano in gioco anche telecamere montate sulle moto, droni

e mezzi nautici. Il ventaglio delle discipline seguite è ampio: tennis, ciclismo, triathlon, roller marathon, half marathon, tiro al piattello, canoa e kayak, canottaggio, vela e football. C'è poi un aspetto meno visibile ma particolarmente significativo della produzione. Una parte essenziale della macchina televisiva dei Giochi viene gestita lontano dalla Puglia. La sede di Gravity Media Italy a Cologno Monzese è stata infatti scelta come International Broadcasting Center, il punto nel quale confluiscono i segnali provenienti dalle diverse sedi di gara. Da Cologno le immagini vengono raccolte e distribuite ai broadcaster titolari dei diritti. Sono inoltre previsti collegamenti in 5G come sistema di backup, una sicurezza ulteriore per una produzione nella quale interrompere il segnale significherebbe perdere in diretta un momento potenzialmente decisivo della competizione. È anche la dimostrazione di quanto sia cambiato il modo di produrre televisione: il luogo in cui si svolge un evento e quello nel quale viene materialmente gestito il prodotto televisivo possono ormai trovarsi a centinaia di chilometri di distanza. La macchina non si ferma con la conclusione delle gare. Gravity Media Italy realizza quotidianamente anche 45 minuti di highlights, attraverso il lavoro di quattro montatori e uno staff di 15 tecnici. Una vera filiera editoriale che parte dall'acquisizione delle immagini e passa attraverso selezione, montaggio e confezionamento dei contenuti. Sul fronte della diffusione televisiva, la Rai, host broadcaster dei Giochi, ha previsto oltre 100 ore complessive di programmazione tra Rai 2, Rai Sport e RaiPlay, delle quali 55 in diretta su Rai Sport. È proprio la contemporaneità dei due eventi a rendere particolare questa fase per Gravity Media Italy. Da una parte una produzione concentrata in pochi giorni, immersa nella montagna, condizionata dal territorio e dal meteo e costruita attraverso decine di chilometri di infrastrutture temporanee. Dall'altra una manifestazione multisportiva distribuita su numerose sedi, con sette regie mobili, decine di produzioni da coordinare e un International Broadcasting Center chiamato a raccogliere e distribuire i segnali. Due problemi praticamente opposti ai quali bisogna rispondere con la stessa cosa: affidabilità. Perché la tecnologia, nello sport televisivo, funziona davvero quando lo spettatore quasi non si accorge che esiste. Dietro una discesa in mountain bike o un arrivo al traguardo ci sono infrastrutture, registi, operatori, tecnici e una complessa organizzazione che deve funzionare senza interruzioni. Ed è forse questa la fotografia più efficace della doppia sfida di Gravity Media Italy: in Val di Sole portare la televisione dove normalmente non arriva, a Taranto coordinare una macchina televisiva grande quanto un'intera manifestazione sportiva. Due territori, due grandi eventi internazionali, due produzioni completamente diverse. Ma dietro le immagini che raggiungono il pubblico, la firma è la stessa.

*di Paola Carrella Giovedì 27 Agosto 2026*