**La Copa del Mundo de SBX en Sierra Nevada produjo un retorno en medios de 13 millones de euros**

* **El evento, que en territorio nacional se vio amplificado por la victoria de Lucas Eguibar, fue visto por 2 millones de telespectadores de 14 países extranjeros**

La celebración de la Copa del Mundo de Snowboard Cross (SBX) que se disputó en Sierra Nevada el 6 y 7 de marzo de 2020, con la victoria del rider donostiarra Lucas Eguibar, produjo un retorno económico por impacto mediático de 13,6 millones de euros, según las conclusiones del estudio elaborado por Kantar Media.

El informe señala la Copa del Mundo SBX en la estación granadina produjo más de 5.700 referencias informativas nacionales e internacionales en prensa impresa y digital, radio (solo España), televisión y redes sociales con una audiencia potencial de 379 millones de personas en todo el mundo.

Exceptuando las más de 5.000 referencias al evento en las redes sociales monitorizadas (Facebook, Twitter e Instagram), los impactos de la Copa del Mundo en páginas webs de medios especializados y generalistas fueron los más relevantes en casi todos los ratios analizados, con 361 referencias informativas detectadas (326 millones de usuarios) con valor publicitario de 3,2 millones de euros.

El evento generó 96 noticias en prensa impresa con una audiencia de 14 millones de lectores y valor económico de 200.000 euros; las referencias en radio llegaron a 340.000 oyentes.

El mayor retorno económico fue generado por la producción de la señal de televisión. En España, donde el evento fue emitido en directo por Eurosport, Teledeporte y Andalucía TV, se generaron un total de 36 impactos que alcanzaron a más de 7 millones de telespectadores con un valor comercial de 2,4 millones de euros.

Con todo, la distribución de la señal internacional fue tanto en directo como en diferido la que mayor retorno económico significó para la Copa del Mundo con 7,2 millones de euros. Países como Francia, Austria, Alemania, Italia, Países Bajos, Portugal, Japón, China o Canadá ofrecieron alguno de los productos audiovisuales generados por Sierra Nevada y distribuido por la FIS a través de Infront.

La Copa del Mundo SBX Sierra Nevada 2020, que ha significado un fuerte respaldo para las marcas España, Andalucía, Granada y Sierra Nevada, contó con el patrocinio de Unicaja Banco, Puleva, Continental, y el apoyo de Mahalo Poke y Domino,s Pizza.