

Serie A, i siti web più visitati: Juventus in vetta

di Redazione - 2 Novembre 2020



(Photo by Giuseppe Bellini/Getty Images)

Serie A classifica siti web – L'Osservatorio Digitale ha realizzato un'analisi sulle **20 società di calcio della Serie A TIM** per la stagione 2020-21, prendendo in considerazione i siti ufficiali dei club e le attività di social media marketing registrate su Facebook, Instagram, Twitter e Youtube.

Lo studio – riportato da *Il Sole 24 Ore* – ha permesso di stilare la classifica dei siti internet, che vede nelle prime 3 posizioni la **Juventus** con 4,5 milioni di utenti al mese, l'**Inter** con 3,6 milioni e il **Milan** con 2,5 milioni.

Molto più staccate la **Roma** (959 mila), la **Lazio** (757 mila) e l'**Atalanta** (580 mila). Il confronto con lo stesso mese dell'anno passato (settembre 2019) rileva che 14 club su 20 hanno registrato aumenti davvero importanti come il 437% della Lazio, il 169% del Cagliari e il 168% dell'Udinese. Deludenti Benevento (-81%) e Bologna (-76%).

Serie A classifica siti web – Il lato social

Per quanto riguarda il numero di follower sui social (Facebook, Instagram, Twitter e YouTube) la **Juventus** resta al primo posto con oltre 97,8 milioni (i bianconeri [hanno superato i 100 milioni](#) considerando TikTok e gli account Twitter in altre lingue), secondo il **Milan** con 41,8 milioni e terza l'**Inter** con 35,3 milioni. A seguire **Roma** 13 milioni, **Napoli** 9 milioni e **Fiorentina** 2,8 milioni. Ultime le 3 neopromosse **Crotone**, **Benevento** e **Spezia**.

Per engagement, invece, cioè per il reale valore del successo di un account in quanto misura il coinvolgimento e l'interazione con gli utenti, la Juventus è sempre prima con oltre 51 milioni, seconda Inter con 41,8 e terzo Milan con 35,3. A seguire il Napoli con 13,5 milioni, Roma con 9 e Atalanta con 2,8 milioni. Agli ultimi 3 posti Sassuolo, Udinese e Crotone.

	SITO INTERNET		SOCIAL		TIFOSI		
	UTENTI SETTEMBRE 2020	UTENTI SETTEMBRE 2019	TOTALE FOLLOWER (M)	TOTALE ENGAGEMENT (M)	RAPPORTO TRA ENGAGEMENT E FOLLOWER (X)	TIFOSI/GIUGNO 2020 (M)	RAPPORTO TRA TIFOSI E FOLLOWER
Juventus	4.500.000	+ 41%	97.886.586	51.088.258	5	8.725.000	11,22
Inter	3.600.000	+ 6%	35.378.844	25.777.840	7	3.975.000	8,90
Milan	2.500.000	+ 30%	41.882.400	24.525.366	6	3.868.000	10,83
Roma	959.800	- 13%	13.580.755	2.733.965	2	1.895.000	7,17
Lazio	757.300	+ 437%	2.243.577	2.515.383	11	606.000	3,70
Atalanta	580.700	+ 85%	1.319.300	2.602.825	20	245.000	5,38
Cagliari	508.000	+ 169%	1.082.301	1.043.473	10	520.000	2,08
Torino	500.900	+ 24%	1.235.320	296.164	2	462.000	2,67
Napoli	474.200	+ 16%	9.079.110	4.646.862	5	2.783.000	3,26
Udinese	363.800	+ 168%	923.401	201.951	2	170.000	5,43
Fiorentina	316.900	+ 25%	2.842.721	1.842.913	6	673.000	4,22
Sampdoria	217.200	- 14%	968.532	843.102	7	250.000	3,87
Parma	175.000	+ 79%	762.582	292.550	4	100.000	7,63
Bologna	172.600	- 76%	1.388.717	274.886	2	328.000	4,23
Verona	145.100	+ 139%	884.040	242.358	4	131.000	5,22
Genoa	120.200	- 8%	890.649	313.723	4	200.000	4,45
Spezia	117.900	+ 59%	138.797	225.451	16	n.d.	n.d.
Sassuolo	100.200	- 3%	741.040	206.460	3	72.000	10,30
Crotone	67.700	+ 95%	238.969	176.939	7	n.d.	n.d.
Benevento	6.300	- 81%	201.022	276.481	14	n.d.	n.d.

(Fonte: Il Sole 24 Ore)

Serie A classifica siti web – Il rapporto engagement\follower

Infine, è interessante indagare il rapporto engagement\follower. **Inter** e **Milan**, per esempio, seppure dispongano di un seguito sui social minore della **Juventus**, riescono a creare, più dei bianconeri, una tifoseria che commenta, condivide e interagisce: questa attività di conseguenza posiziona il brand in modo importante e lo valorizza anche dal punto di vista del **posizionamento algoritmico** e di mercato digitale.

Dato sorprendente quello dell'**Atalanta** che fa registrare il rapporto tra engagement e follower (20) più alto tra le squadre di Serie A. Da sottolineare le performance dello **Spezia** (16) e del **Benevento** (14) che hanno ottimizzato il salto di categoria accendendo la propria tifoseria. **Roma**, **Torino**, **Udinese** e **Bologna** hanno invece il più basso tasso di coinvolgimento dei propri follower.

«In tutto il 2020 i siti non hanno sostanzialmente modificato i propri valori, anche sotto il periodo del lockdown, e i social hanno continuato ad aumentare i propri volumi, segno di un rapporto forte tra appassionati, tifosi e club indipendentemente dalla mancata competizione sportiva che si è invece consumata su altri temi, come quelli sociali, di appartenenza e di narrazione dei propri valori e delle proprie tradizioni», sottolinea **Sandro Giorgetti**, responsabile dell'Osservatorio Digitale.

«Questi ultimi elementi, soprattutto sui social, se adeguatamente raccontati svolgono una funzione di fidelizzazione e soprattutto di tributo al rapporto tra tifoso e club che in termini economici incide in maniera decisiva sugli sviluppi di business delle società. In Europa è questo senso di appartenenza che favorisce il merchandising e la vendita di servizi al tifoso oltre che l'ingresso allo stadio», ha concluso Giorgetti.