

L'agenzia stampa più forte sui social? Lo svela un'analisi italiana

L'Osservatorio digitale ha analizzato le attività social delle principali agenzie di stampa italiane. Vince Ansa. Ma su Youtube domina Vista

Martina Piumatti - Gio, 05/11/2020 - 12:19

commenta

Ma le agenzie di stampa italiane usano i social? E chi li usa meglio? A rispondere è l'**Osservatorio Digitale** che ha scandagliato le attività di social media marketing delle principali agenzie di stampa italiane quotidiane e periodiche.



Nel mirino le piattaforme social più usate: Facebook, Instagram, Twitter e Youtube. Lo strumento impiegato per estrarre i dati è SemRush, il più potente, attendibile e noto tool di analytics al mondo. L'anagrafica di riferimento è estratta dall'Agenda del Giornalista aggiornata al 27 ottobre 2020.

Delle 65 agenzie prese in considerazione, è emerso che il 75% hanno una Fan Page Facebook, il 74% un account Instagram, il 45% un canale Youtube ed un 42% un account Twitter. E la classifica si basa sul numero di follower complessivi raggiunti. Qui, il dato complessivo premia l'**Ansa**, al primo posto con oltre 3,4milioni di seguaci, seconda l'AgI con 488mila e terza l'Asknews con 297mila. A seguire quarta Lombardia Notizie con 278mila, Adnkronos quinta con 245mila e sesta Vista con 185mila. Molto più staccati i numeri delle altre ad iniziare da Alanews con 78mila, Dire con 70mila, Redattore Social con 56mila e Sir con 53mila, tra le prime dieci. Anche analizzando i singoli social network i risultati variano di poco. Su Facebook in ordine per fan: Ansa con oltre 1,5milioni, Agi con 270mila, Adnkronos con 197mila, Asknews con 162mila, Lombardia Notizie con 128mila e Vista con 68mila. Anche su Instagram, la classifica quasi si ripete con qualche variazione: Ansa 661mila, Lombardia Notizie 50mila, Agi 14mila, Asknews 8mila, Adnkronos 7mila, Dire 4mila. Su Twitter per follower: Ansa 1,2milioni, Adnkronos 490mila, Agi 204mila, Lombardia Notizie 99mila, Asknews 28mila e Redattore Sociale con 22mila. Solo su Youtube Vista, con oltre 107 mila fan, riesce a scalzare Ansa e ad agguantare il primo posto. Seguono Asknews con 98mila, Alanews con 75mila, Adnkronos con 39mila, Ansa con 13mila e Dire con 4mila.

Dunque, l'attività social pare contare sempre di più anche per le **agenzie di stampa**, soprattutto da dopo il lockdown quando la ricerca di informazioni ha raggiunto nuovi utenti. E se si vuole arrivare a un pubblico nuovo e più vasto il passaggio dai social è imprescindibile. "Possiamo osservare come le attività social assumano sempre di più valore per chi opera nell'informazione - sottolinea il responsabile dell'Osservatorio Sandro Giorgetti - ed il lockdown ha indubbiamente favorito la crescita e l'interesse intorno ai soggetti del settore che utilizzano il digitale come veicolo oggi necessario per posizionare il proprio brand ma soprattutto per creare un rapporto diretto con l'utente".

Dai dati, però, a rimanere indietro sono le agenzie di stampa più piccole e meno note, che faticano a mantenere il passo delle grandi e non riescono a promuoversi attraverso i social. Ma anche le altre ottengono performance al di sotto del loro potenziale e tendono ad una presenza autoreferenziale che ha poca presa sugli utenti. Segno che un'attività di social media marketing vera e propria manca ancora.