

## I Festival Cinematografici Italiani ai tempi della pandemia. Quali sono quelli più attivi sul web e sui social?

L'Osservatorio Digitale ha realizzato un'analisi sulle performance digitali dei festival aderenti ad AFIC - Associazione Festival Italiani di Cinema

di **Redazione** — 20 Febbraio 2021 in **Cinema & Serie TV, Web & Social** ⌚ 4 MINUTI DI LETTURA

👍 46 🗨️ 0



Social World Film Festival (11.662 follower). **L'engagement più alto** registrato nel 2020 su Instagram è ancora quello di Far East Festival (16.491) e quello di Torino Film Fest (11.231), mentre **l'engagement rate** (tasso di interazione medio per ogni post su Instagram) maggiore è stato riscontrato sul profilo di Presente Italiano (6,21%) seguito da quello di Filming Italy Sardegna Festival (5,38%).

Il maggior numero di follower su **Twitter** è quello di Torino Film Festival (15.541 follower) e Milano Film Festival (12.690 follower). **L'engagement più alto** registrato su Twitter nel 2020 è quello di Torino Film Festival (462) e da Trieste Film Festival (153), mentre **l'engagement rate** (tasso di interazione medio per ogni post su Twitter) maggiore è stato riscontrato sul profilo di Porretta Cinema (0,50%) seguito da quello di Trieste Film Festival (1,52%). Napoli Film Festival è, infine, la manifestazione con il più alto numero di iscritti sul **Canale YouTube** (87.300 iscritti), insieme a Le Giornate degli Autori (9.060 iscritti).

*“L'emergenza sanitaria ha costretto molti soggetti a dotarsi di una strategia di digital marketing avanzata e il Covid ha portato in dote al digitale molti target fino ad allora lontani da questo mondo” – commenta **Sandro Giorgetti, responsabile dell'Osservatorio Digitale** – “Per questo motivo abbiamo voluto analizzare il settore, con la volontà di fornire dati che testimoniassero lo stato di alfabetizzazione digitale. Il successo di un'attività digitale si misura in buon parte dal rapporto che si stabilisce con gli utenti attraverso la realizzazione di spazi nei siti e nelle attività di social media marketing, dedicati alle interazioni. In questo senso abbiamo rilevato dati che vanno verso questa direzione, in particolare nel numero di social aperti che testimoniano come i Festival abbiano acquisito una notevole sensibilità e consapevolezza nel creare una presenza multicanale e nell'offrire un rapporto sempre più aperto al confronto con l'utente”.*

Da [questo link](#) è possibile consultare il report completo della ricerca.