



SHOWTIMEFORBRE

Le Attività Digitali dei Festival Cinematografici Italiani | AFIC – Associazione Festival Italiani di Cinema

Quali sono le attività digitali delle manifestazioni cinematografiche italiane? Quali sono i festival più attivi sui social network e con quali risultati? **L'Osservatorio Digitale** ha realizzato un'analisi sulle performance digitali dei festival aderenti ad **AFIC – Associazione Festival Italiani di Cinema**. L'indagine ha riguardato **84 manifestazioni cinematografiche** presenti sul territorio italiano, ed è stata svolta attraverso l'analisi dei siti web e degli account di social media marketing dei Festival. In particolare, per le attività di social media marketing è stata stilata una classifica per numero di follower, engagement complessivo, contenuti pubblicati ed engagement rate per **Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Pinterest e LinkedIn**, riferiti all'anno 2020.

*“In un momento così particolare – il commento di **Chiara Valenti Omero Presidente AFIC** – e viste le sfide future che si prospettano per il nostro settore, è di fondamentale importanza avere i mezzi per comprendere al meglio come vengono applicate le singole strategie di comunicazione online da parte dei nostri festival. I dati dimostrano che non sempre a maggiore budget corrisponde la migliore comunicazione, mettendo in risalto una volta di più come la creatività sia alla base del successo di un'iniziativa culturale”.*

*“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”.*