

# Osservatorio Digitale: i dati sull'AFIC

Scritto da **Pippo Calaiò**

L'analisi dell'Osservatorio Digitale sulle performance digitali di 84 manifestazioni cinematografiche italiane

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'Osservatorio Digitale riporta che il 42% dei siti presi in esame offre agli utenti **un servizio di newsletter**, il 5% ha uno spazio dedicato allo **shop online**, il 62% ha inserito il **protocollo di sicurezza https**, con una possibilità di posizionamento migliore, e il 64% dei siti analizzati (per un totale di 54 festival su 84) offrono una versione del sito anche in **lingua inglese**.

I **social più utilizzati** dai festival cinematografici analizzati sono **Facebook (utilizzato dal 99% delle manifestazioni)**, seguito da **Instagram (94%), Youtube (85%), Twitter (82%), LinkedIn (17%) e Pinterest (13%)**.

I festival che presentano un **maggior numero di follower** sui social Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, LinkedIn e Pinterest sono Napoli Film Festival (129.305 follower), seguito da Ischia Film Festival (116.103 follower), Social World Festival (81.150 follower), Milano Film Festival (73.045 follower) e Torino Film Festival (68.139 follower). Le manifestazioni con **l'engagement più alto**, ovvero il maggior livello di coinvolgimento degli utenti registrato su Facebook, Instagram, Twitter e Pinterest nel 2020 sono invece Far East Festival (34.207), Taormina Film Festival (19.461), Torino Film Festival (15.485), Seeyousound (13.464) e Ischia Film Festival (12.424).

I festival **più attivi su Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest e Youtube** sono Filmmaker Festival (con 461 post pubblicati nel corso del 2020), seguito da River to River (con 368 post), Torino Film Festival (306 post annuali), FICTS (281 post) e il Piccolo Festival dell'Animazione (279 post).

Per quanto riguarda **Facebook**, la manifestazione con il più alto numero di fan è Ischia Film Festival, che conta complessivamente 109.394 fan, insieme a Social World Festival con 65.807 fan. **L'engagement più alto** su Facebook nel 2020 è quello di Far East Festival (17.716) e di Taormina Film Fest (10.251), mentre **l'engagement rate** (tasso di interazione medio per ogni post su Facebook) maggiore è stato registrato da Linea d'Ombra (1,92%) seguito da Le Voci dell'Inchiesta (1,52%).

Su **Instagram**, invece, il festival con il più alto numero di follower è Seeyousound (13.925 follower) e 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 buona 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”.*