

SERIE A
Business digitale

I bergamaschi hanno il rapporto engagement/follower più alto in proporzione alla fan base e questo valorizza il brand. La Juventus in testa considerando il rapporto tifosi/seguaci, con ottime attività di social media marketing

È l'Atalanta che coinvolge di più i tifosi nei social

Marcello Frisone

Atalanta coinvolge di più i propri tifosi attraverso i social media, mentre la Juventus ha più follower che tifosi. Dietro queste due estreme sintesi ci sono invece due "rapporti" (engagement/follower e tifosi/follower) che indicano le ottime strategie messe in campo (quello digitale) dalle 2 squadre di Serie A per aumentare in termini economici il proprio business. L'analisi dell'Osservatorio Digitale, sulle 20 squadre di calcio della Serie A Tim della stagione 2020-21, ha preso in considerazione i siti ufficiali dei club e le attività di social media marketing registrate su Facebook, Instagram, Twitter e Youtube.

La classifica dei siti internet

Per numeri assoluti la classifica vede nelle prime 3 posizioni la Juventus con 4,5 milioni di visite al mese, Inter con 3,6 milioni e Milan con 2,5 milioni. Molto più staccate Roma con 959mila, Lazio con 757mila ed Atalanta con 580mila. 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, 169% del Cagliari e 168% dell'Udinese. Deludenti il Benevento (-81%) e Bologna (-76%).

La classifica di tutti i social

Il dato complessivo per follower (seguaci) pone la Juventus al primo posto con oltre 97,8 milioni, 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 Crotona, 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 Crotona.

Rapporto engagement/follower

Ma più che i valori assoluti è interessante notare cosa esprime il rapporto proporzionale tra questi 2 valori. L'Inter e il 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.

Rapporto tifosi/follower

Altro dato importante è quello del rapporto tra numeri di tifosi e follower: il valore, che moltiplicato per il numero di tifosi raggiunge quello dei follower, indica quante volte sono i follower rispetto ai tifosi. Questo dato testimonia la bontà delle attività di social media marketing messe in campo dai club. Anche in questo caso sono le 3 maggiori società (Juventus, Inter e Milan) che riescono a raggiun-

gere attraverso i social un pubblico ancora più ampio, segno del posizionamento del proprio brand e dell'interesse indiscusso che suscitano anche verso chi non è loro tifoso.

Fa eccezione il Sassuolo che moltiplica di oltre 10 volte l'esiguo numero di tifosi, così come ottimi i valori di Roma (che va molto oltre il proprio bacino di tifosi di quanto faccia la Lazio) e Parma. Chi invece riesce a mobilitare sui social poco più dei propri tifosi è il Cagliari e il Torino.

Cosa vogliono dire i dati

«In tutto il 2020 i siti non hanno sostanzialmente modificato i propri valori - sottolinea Sandro Giorgetti, responsabile dell'Osservatorio Digitale - 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. 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. Per questo motivo - conclude Giorgetti - una strategia di digital marketing di alto livello incide in modo decisivo nel posizionamento del brand e nei bilanci delle società di calcio».

m.frisone@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Subito dopo la Dea ci sono Spezia e Benevento. Milan e Inter seguono la squadra di Pirlo

La classifica digitale

Le squadre di Serie A in ordine di numero utenti del sito internet, per totale follower dei vari social e numero di tifosi

	SITO INTERNET		SOCIAL			TIFOSI	
	UTENTI SETTEMBRE 2020	UTENTI SETTEMBRE 2019	TOTALE FOLLOWER (1)	TOTALE ENGAGEMENT (2)	RAPPORTO TRA ENGAGEMENT E FOLLOWER (3)	TIFOSI GIUGNO 2020 (4)	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	25.777.645	7	3.975.000	8,90
Milan	2.500.000	+ 39%	41.882.400	24.525.356	6	3.868.000	10,83
Roma	959.600	- 13%	13.580.755	2.733.955	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	2.602.625	20	245.000	5,38
Cagliari	508.000	+ 169%	1.082.391	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	4.546.862	5	2.783.000	3,26
Udinese	363.600	+ 168%	923.401	201.951	2	170.000	5,43
Fiorentina	316.900	+ 25%	2.842.721	1.642.913	6	673.000	4,22
Sampdoria	217.200	- 14%	968.532	643.103	7	250.000	3,87
Parma	175.000	+ 79%	762.582	292.550	4	100.000	7,63
Bologna	172.600	- 76%	1.386.717	274.886	2	328.000	4,23
Verona	145.100	+ 139%	684.040	242.358	4	131.000	5,22
Genoa	120.200	- 8%	890.649	313.723	4	200.000	4,45
Spezia	117.800	+ 59%	138.797	225.451	16	n.d.	n.d.
Sassuolo	100.200	- 3%	741.640	206.460	3	72.000	10,30
Crotona	67.700	+ 95%	239.569	176.939	7	n.d.	n.d.
Benevento	6.300	- 81%	201.022	276.481	14	n.d.	n.d.

(1) somma follower di Facebook + Instagram + Twitter + Youtube. (2) somma engagement Facebook + Instagram + Twitter. - Dati al 30 ottobre 2020.

(3) Rapporto tra engagement e follower moltiplicato 10. (4) Dati StageUp/Ipsos.

Elaborazione Osservatorio Digitale su dati SemRush



ONLINE Sport & Business è anche online con una sezione del sito dedicata. ilssole24ore.com/sez/sport