

Nei social il **volley** femminile è testa a testa con il calcio

SERIE A DONNE
Business digitale

Nel coinvolgimento dei fan, la pallavolo ha nei social media un rapporto medio tra engagement e follower dell'1,45, molto vicino a quello registrato dal football rosa italiano (1,47), segue quello della pallacanestro (1,05)

Il calcio è però spinto dalla passione dei supporter che da sempre tifano per la più conosciuta squadra maschile

Marcello Frisone

Nella serie A femminile il volley coinvolge i propri tifosi tanto quanto lo fanno i fan del calcio e più di quelli del basket. A testimoniare è il rapporto medio engagement/follower delle pallavoliste (1,45) molto vicino a quello delle calciatrici (1,47) e seguito dalle cestiste (1,05). C'è da sottolineare, però, che il più giovane movimento calcistico rosa è spinto dalla passione dei supporter che da sempre tifano per la più storica e conosciuta squadra maschile, trascinati dal forte senso di appartenenza al club. È la particolare classifica ordinata dall'Osservatorio Digitale, diretto da Sandro Giorgetti, in base al rapporto engagement/follower che indica quanto, in proporzione al numero di seguaci, questi ultimi interagiscano con il brand. Più il valore è alto (si veda tabella), maggiore è il successo di un'attività social in quanto segnala come i contenuti pubblicati siano in grado di rendere attiva la community creata. Insomma, una chance in più per i team sportivi di posizionare meglio il proprio brand, aumentare la notorietà e rendersi appetibili agli sponsor.

Calcio

C'è una squadra che, digitalmente parlando, trascina tutto il movimento femminile e che sforna numeri davvero

importanti: è la Juventus Women, nata soltanto 3 anni fa e che vanta già un importante seguito sui social avendo raggiunto oltre 150mila seguaci che producono 312mila interazioni negli ultimi due mesi, con un buonissimo rapporto tra engagement e follower (2,05).

Il movimento femminile, soltanto con i Mondiali del 2018 e dopo che la Figc ha permesso ai club professionali maschili di acquisire società dilettantistiche femminili, assume anche un significativo ruolo nel digitale. Non tutte, però, hanno account e pagine dedicate esclusivamente alle squadre femminili, molte infatti pubblicano i contenuti di quest'ultime sulle attività social dei maschi che cannibalizzano per seguito e numero di post le ragazze.

Il social che fa schizzare le quotazioni in alto delle bianconere è Twitter con 93mila follower. Applausi a Napoli, in testa sia su Facebook, sia su Youtube per follower, secondo su Instagram (dietro la Juventus) e complessivamente per seguaci ed engagement. Molto interessante le performance dell'Empoli Ladies che, proporzionalmente ai follower, riesce a ottenere il migliore rapporto engagement/follower (2,65), della Fiorentina Women's prima assoluta per engagement su Facebook e dell'Inter seconda su Twitter, unico social che il club nerazzurro dedica esclusivamente alle ragazze.

Pallavolo

È il movimento che produce volumi più alti e più equilibrato tra le squadre in termini di seguaci con la Unet E-Work di Busto Arsizio in testa in termini complessivi per numero di follower con 105mila e prima su Facebook per fan e Twitter per engagement. Davvero eccellente la performance per engagement della Imoco Volley Conegliano con 211mila interazioni prodotte negli ultimi 60 giorni. La squadra campione del mondo in carica per club è in testa su Instagram e Youtube. A infastidire

Busto Arsizio e Conegliano ci pensa l'Igor Gorgonzola di Novara, seconda per engagement su Instagram e la Savino Del Bene di Scandicci seconda per engagement su Twitter. Chi riesce a coinvolgere di più gli utenti, in proporzione al numero dei propri seguaci, è la Bosca San Bernardo di Cuneo (rapporto 2,26).

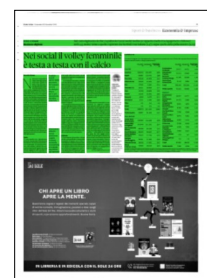
Basket

La pallacanestro femminile ha mediamente un rapporto engagement/follower dell'1,05 che lo pone subito dopo calcio e pallavolo. Peccato che Virtus Bologna, Dinamo Sassari e Reyer Venezia non abbiano social dedicati esclusivamente alla squadra femminile: visto il seguito di quella maschile, avrebbero potuto acquisire un pubblico importante. Ciò pregiudica la performance del movimento: la palla a spicchi femminile non ha per volumi assoluti e per singole squadre numeri significativi. La Famila Wuber Schio, prima per follower ed engagement con 19mila seguaci e interazioni, sarebbe 7^a nella pallavolo e la maggior parte dei club viaggia sotto i 10mila. Schio ha la performance migliore in tutti i social sia per numero di seguaci, sia per interazioni. Fa eccezione la Passalacqua di Ragusa in testa per numero di iscritti su Youtube, ma è la Limonta Costa Masnaga ad avere il rapporto tra engagement e follower migliore (1,70).

m.frisone@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Una buona attività social posiziona meglio il brand, aumenta la notorietà e lo rende appetibile agli sponsor



La sfida a tre

Il numero di seguaci, di coinvolgimento e il rapporto tra queste due voci riferito alle squadre femminili della massima serie di calcio, **volley** e pallacanestro

	FOLLOWER (1)	ENGAGEMENT (2)	ENGAGEMENT /FOLLOWER (3)		FOLLOWER (1)	ENGAGEMENT (2)	ENGAGEMENT /FOLLOWER (3)
CALCIO				B. Valsabbina M. Brescia	13.677	24.721	1,81
Juventus	152.543	312.357	2,05	Delta Despar Trentino	11.214	22.945	2,05
Napoli	63.687	119.741	1,88	Bartoccini Fortinfissi Perugia	11.195	20.046	1,79
Fiorentina	30.049	43.333	1,44	Reale Mutua Fenera Chieri	9.143	8.694	0,95
Hellas Verona	23.635	47.876	2,03	Totali	498.269	683.266	17,39
Bari	17.642	2.441	0,14	Media squadra	41.522	56.939	1,45
Florentia S. G.	16.421	29.009	1,77	BASKET			
Inter	14.328	18.908	1,32	Famila Wuber Schio	19.257	19.777	1,03
Empoli	12.025	31.842	2,65	Passalacqua Ragusa	14.479	8.085	0,56
Sassuolo	4.909	3.475	0,71	Omeps BricUp Battipaglia	9.301	2.870	0,31
San Marino	3.331	2.259	0,68	Fila San Martino di Lupari	8.782	10.667	1,21
Milan	n.d.	n.d.	n.d.	Use Scotti Rosa Empoli	7.035	9.048	1,29
Roma	n.d.	n.d.	n.d.	Gesam Le Mura Lucca	6.874	5.151	0,75
Totali	338.570	611.241	14,65	Allianz Geas S. San Giovanni	6.859	11.434	1,67
Media squadra	33.857	61.124	1,47	Pf Broni 93	5.706	8.192	1,44
PALLAVOLO				Limonta Costa Masnaga	4.658	7.902	1,70
Unet E-Work Busto Arsizio	105.666	112.226	1,06	La Molisana Campobasso	4.593	5.127	1,12
Imoco Volley Conegliano	101.949	211.231	2,07	Dondi Multistore Vigarano	276	147	0,53
Igor Gorgonzola Novara	68.098	83.108	1,22	Virtus Segafredo Bologna	n.d.	n.d.	n.d.
Zanetti Bergamo	65.403	50.347	0,77	Totali	87.820	88.400	11,59
Savino Del Bene Scandicci	44.534	77.742	1,75	Media squadra	7.984	8.036	1,05
Vbc Èpiù Casalmaggiore	36.381	21.656	0,60				
Il Bisonte Firenze	16.416	17.537	1,07				
Bosca S. Bernar. Cuneo	14.593	33.013	2,26				

n.d. (dati non disponibili): queste società sportive utilizzano i social media sia per le squadre maschili (con prevalenza di contenuti), sia per quelle femminili di proprietà. I numeri non sono dunque rilevabili. (1) somma Follower Facebook + Instagram + Twitter + Youtube. (2) somma Engagement Facebook + Instagram + Twitter (dati dal 3 ottobre al 1° dicembre 2020). (3) Engagement diviso follower