

Home > facebook > Web, YouTube, Facebook, TikTok fanno bene al calcio d'Europa

SOCIAL FACEBOOK TIKTOK

# Web, YouTube, Facebook, TikTok fanno bene al calcio d'Europa

DI RICCARDO COLLETTI - 3 APRILE 2022

Un legame forte e sempre più intenso quello che lega il calcio al contesto digitale: dove web, social (da Facebook a TikTok, senza dimenticare Twitter e YouTube), **streaming**, tv e nuove e comunicazione arricchiscono e fanno lievitare la passione per lo sport non a caso più diffuso e amato tra gli italiani. L'analisi, firmata da PA Social e Fondazione Italia Digitale, è stata realizzata in collaborazione con il **Museo del Calcio di Coverciano**, storica sede del ritrovo della Nazionale e Centro Tecnico Federale. Il calcio guarda alle nuove forme di comunicazione per arrivare, in particolare, alle nuove generazioni. La ricerca sulla digitalizzazione delle 55 Federazioni calcistiche dell'Uefa (che organizza la Champions League) è stata presentata da Livio Gigliuto, direttore di Fondazione Italia Digitale e vice presidente Istituto Piepoli e Sandro Giorgetti, responsabile Osservatorio Digitale.

## Calcio d'Europa: siti, utenti unici e attività social

Le rilevazioni dell'Osservatorio Digitale hanno voluto fotografare lo stato di digitalizzazione delle suddette Federazioni Uefa sono stati presi in considerazione 14 diversi Key Performance Indicator (Kpi) riferibili al sito ufficiale e alle attività di social media marketing. Ebbene, i numeri dicono che 20 siti superano le 100mila visite al mese, 19 pagine Facebook gli oltre 100mila fan, 27 canali YouTube hanno oltre 10mila iscritti, per dare alcuni riferimenti. Non soltanto: prendendo in esame il periodo compreso tra marzo 2021 e febbraio 2022 il 67% dei siti hanno visto incrementare i volumi in termini di utenti unici. Un trend che sicuramente ha beneficiato dallo svolgimento dello scorso Campionato Europeo vinto dall'Italia (eliminata però dal Mondiale 2022 in Qatar). Decisamente più ridotto il numero di Federazioni Uefa che consentono all'utente l'iscrizione alla newsletter. Si tratta soltanto del 29%: il valore scende a 15% quando si parla di enti che possono avere a disposizione un budget per sviluppare attività advertising, per posizionare il sito ed alcuni contenuti. Il 55% delle Federazioni dispone sul sito (la lingua più utilizzata per la traduzione è l'inglese) di una sezione dedicata all'acquisto dei biglietti della propria squadra Nazionale maggiore e all'e-commerce legato al merchandising con shop on-line presente nel sito.. Davvero rilevanti invece le presenze sui social: il 91% vanta un canale YouTube, l'89% un account Twitter, l'85% una pagina Facebook, il 78% un account Instagram ed il 67% è presente su LinkedIn. Anche l'app TikTok inizia ad acquisire una presenza significativa con il 25% delle Federazioni che dispongono di un account.

## Italia cresce sul web

Ora qualche numero sulle visite mensili: sono oltre 5 milioni 800mila gli utenti che arrivano su quello della Federazione Francese e 1 milione 600mila di utenti unici della Federazione Turca. Da evidenziare i risultati sul fronte social della Federazione polacca con 1 milione 179mila follower e 6mila interazioni a post su Facebook, oltre 24mila interazioni su Instagram e 597, sempre al mese, su Twitter, oltre ai 458mila follower su TikTok. E la Figc, ossia la Federazione Italiana Gioco Calcio? Il suo sito ha più che raddoppiato il numero degli utenti unici arrivando a oltre 4milioni e 300mila nel 2021, per oltre 7 milioni e 600mila sessioni.