

L'INDAGINE | PRESENTATA IERI AL MUSEO DEL CALCIO A COVERCIANO

Calcio e italiani, passione matura

di Giorgio Marota

ROMA

Il calcio è ancora - e probabilmente lo sarà sempre - lo sport più amato dagli italiani: 3 persone su 4 lo seguono, si interessano e ne discutono e il 13% della popolazione lo pratica, in modo assiduo o da amatore. È un fenomeno di massa che oggi va in onda in modalità "dual-device": davanti alla TV, ma al tempo stesso con un occhio ai social network dove commenti, reazioni e condivisioni alimentano continuamente il circuito. A confermare tutto questo è un'indagine presentata ieri mattina al Museo del Calcio di Coverciano, realizzata da PA Social e **Fondazione Italia Digitale**.

GIOVANI E DONNE. Ed è proprio nel web che va ricercata la chiave per

avvicinare a questa grande passione i giovani dai 14 ai 27 anni: 6 su 10 tifano per una squadra e solamente 1 su 4 segue tutte le partite. Alla domanda "guardi il calcio?" il 26% degli intervistati ha risposto "mai" e il 21% "raramente". Abitudini giovanili che possono essere spiegate con la preferenza per fruizioni più dinamiche e coinvolgenti (come avviene ad esempio con gli eSports) rispetto alla "staticità" dei 90 minuti, con tanti momenti "morti" all'interno di una partita. Uno studio, quello del team guidato per l'occasione

**Tre su quattro
ne discutono ma tra
gli U27 solo il 25%
segue le partite**

da Renzo Ulivieri, che ha coinvolto comunicatori e giornalisti digitali da tutta Italia e personaggi del mondo dello sport e dell'innovazione. Nell'indice di gradimento delle persone continua comunque a salire il calcio femminile, come ha evidenziato Cristiana Capotondi, capo delegazione della Nazionale di Milena Bertolini: il 35% lo gradisce "abbastanza", il 12% "molto", il 20% "poco" e il 21% "per nulla", anche se la maggioranza (55%) non ha mai assistito a una partita delle donne.

DIGITALE. Livio Gigliuto, direttore di **Fondazione Italia Digitale** e vice presidente Istituto Piepoli, e Sandro Giorgetti, responsabile Osservatorio Digitale, hanno inoltre presentato una ricerca sulla digitalizzazione delle federazioni della UEFA. Da questo punto di vista, la Federcal-

cio italiana risulta essere la migliore: il responsabile della comunicazione federale, Paolo Corbi, ha evidenziato come gli utenti unici del sito Fige siano più che raddoppiati, dai 2 milioni del 2020 a oltre 4,3 milioni del 2021, anche grazie al successo degli azzurri a Euro2020. Venti milioni le pagine visitate (+62%) nella differenza degli ultimi due anni. Nonostante le difficoltà del Paese legate alle infrastrutture di rete, il 53% del campione ha dichiarato di possedere una connessione internet veloce. Il calcio, quindi, potrebbe aver spinto una quota importante di cittadini a "digitalizzarsi"; anche se resta un gap, legato molto spesso alla logistica e alle possibilità economiche: un quarto degli italiani (25%) ha difficoltà con lo streaming delle partite a causa di connessioni troppo lente.