

La ricerca sulla digitalizzazione delle Federazioni calcio dell'UEFA è stata presentata da Livio Gigliuto, direttore di Fondazione Italia Digitale e vice presidente Istituto Piepoli e Sandro Giorgetti, responsabile Osservatorio Digitale, che hanno illustrato il lavoro svolto. Scendendo nel dettaglio l'Osservatorio Digitale ha realizzato la prima ricerca sullo stato di digitalizzazione delle 55 Federazioni Calcio aderenti all'UEFA. Sono stati presi in considerazione 14 diversi kpi (Key Performance Indicator) riferibili al sito ufficiale e alle attività di social media marketing da cui è emerso 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. Nel corso degli ultimi 12 mesi (da marzo 2021 a febbraio 2022) il 67% dei siti hanno aumentato i propri volumi in termini di utenti unici.

“Il dato, estremamente positivo, è da attribuire anche alla visibilità acquisita a seguito dell'ultimo campionato europeo”, commenta Giorgetti. Ancora poche, invece, le Federazioni che permettono all'utente l'iscrizione alla newsletter, solo il 29%, impedendo così la fidelizzazione. Ancora di meno, il 15%, quelle che hanno dedicato un budget in azioni di advertising, per posizionare il sito ed alcuni contenuti. Il 55% delle Federazioni hanno una sezione dedicata all'acquisto dei biglietti della Nazionale maggiore. Stessa percentuale per il servizio di vendita del merchandising attraverso lo shop on-line presente nel sito.