

Calcio-mania: seguito da 3 italiani su 4. Comunicazione e digitale suoi alleati

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.

I numeri della ricerca: fan, utenti unici e canali YouTube con più di 10mila iscritti

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. Solo il 4% hanno inserito il tool dell'assistente on-line (chat bot e live chat) che permette all'utente di chattare, chiedere informazioni e scaricare informazioni. Il 55% dei siti sono tradotti in lingua non originale, prevalentemente in inglese. Altissime le percentuali di presenza sui social: il 91% ha un canale Youtube, l'89% un account Twitter, l'85% una pagina Facebook, il 78% un account Instagram ed il 67% sono presenti su LinkedIn. Anche l'app TikTok, l'ultimo nato tra i social di tendenza, inizia ad acquisire una presenza significativa: il 25% delle Federazioni hanno un account.

I dati della ricerca sulla digitalizzazione delle Federazioni di calcio, in particolare quelli riferiti alla Figc, sono stati commentati positivamente da Paolo Corbi, Responsabile Comunicazione Figc, che ha evidenziato il lavoro svolto dall'area comunicazione e dal team che la compone.

Italia in forte crescita su web

Analizzando i numeri legati alle visite mensili, sono oltre 5 milioni 800mila gli utenti che arrivano su quello della Federazione francese (Fédération Française de Football) e 1 milione 600mila di utenti unici della Federazione turca (Türkiye Futbol Federasyonu) sempre nell'arco di trenta giorni. Ottima la performance social della Federazione polacca (Polski Związek Piłki Nożnej) che eccelle 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. Secondo i dati forniti dalla FIGC, invece, il sito della Federazione italiana è quello più performante tra le federazioni europee maggiori: più che raddoppiati (+ 133%) il numero degli utenti unici (da 2 milioni circa del 2020 ad oltre 4milioni e 300mila nel 2021), superate le 7 milioni e 600mila sessioni (+ 78%) e i 20 milioni di pagine visitate (+ 62%) sempre nella differenza tra 2020 e 2021.