



Calcio passione italiana: lo seguono 3 italiani su 4



SPORT & MOTORI

WRITTEN BY: REDAZIONE 6 APRILE 2022

ROMA – Il rapporto tra web, social e calcio e l'amore per il pallone degli italiani. Si può sintetizzare così il lavoro di indagine presentato questa mattina al **Museo del Calcio di Coverciano**, che porta la firma di **PA Social** e **Fondazione Italia Digitale**, in occasione del debutto della Nazionale Italiana Comunicazione Digitale con la Nazionale Italiana Parlamentari.

Un esordio in grande stile per il team, guidato per l'occasione da **Renzo Ulivieri**, e formato da comunicatori e giornalisti digitali da tutta Italia e personaggi del mondo dello sport, del giornalismo, dell'innovazione.

Nel corso del convegno "Quale modulo per la rivoluzione digitale?", che ha preceduto l'amichevole, Livio Gigliuto, direttore di Fondazione Italia Digitale e vice presidente Istituto Piepoli e Sandro Giorgetti, responsabile Osservatorio Digitale, hanno illustrato il lavoro svolto sulla digitalizzazione dal mondo delle Federazioni calcio dell'Uefa.

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.