# LA PRESENZA DELLE SOCIETÀ CALCISTICHE ITALIANE SUI SOCIAL NETWORK

L'ANDAMENTO E LE PERFORMANCE SULLE VARIE PIATTAFORME

LIBERTI
SIMONA

# Introduzione

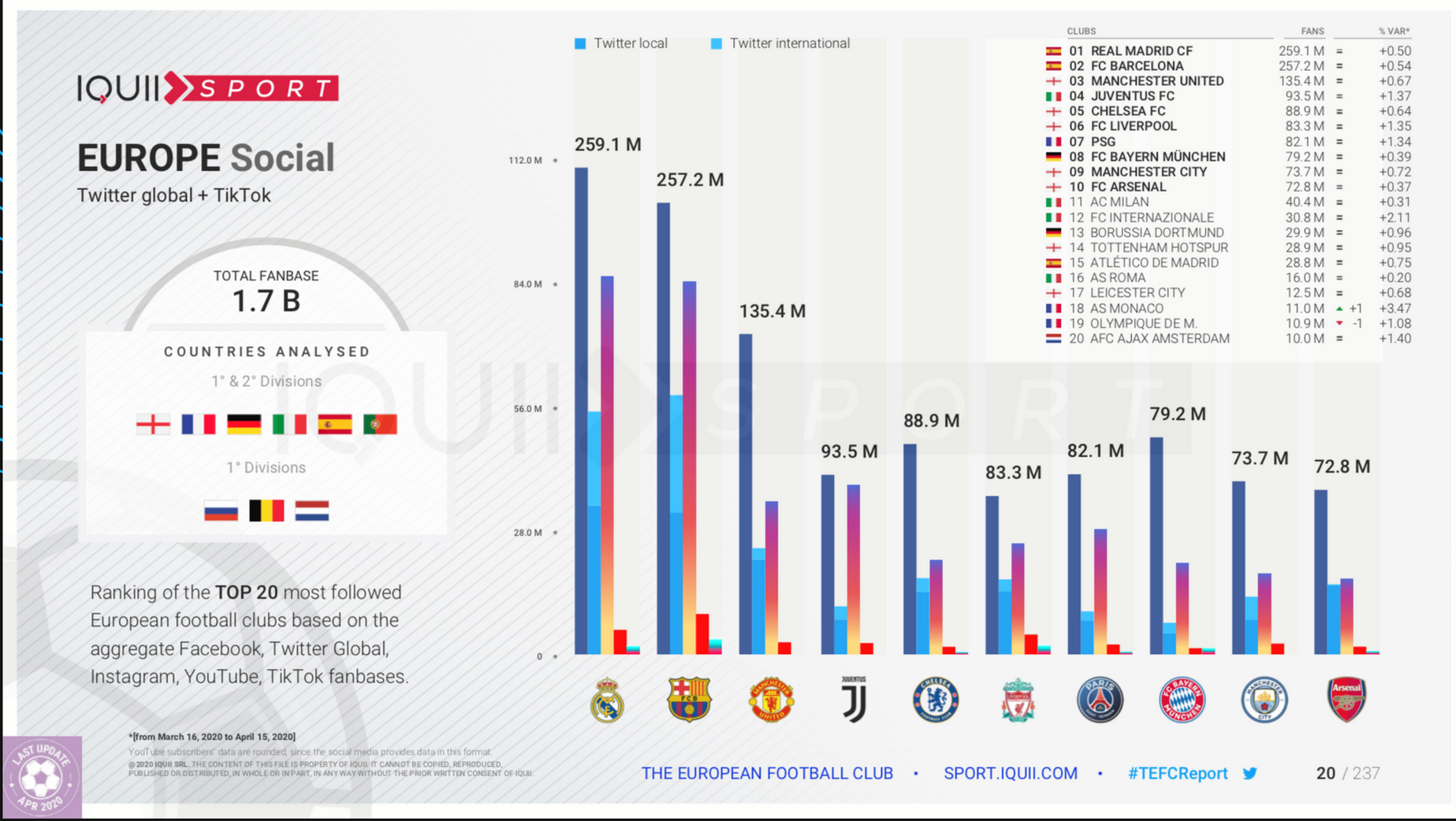
**LE SOCIETÀ CALCISTICHE SONO DA SEMPRE CARATTERIZZATE DALLA LORO CAPACITÀ DI SUSCITARE DIVERTIMENTO ED EMOZIONI POSITIVE, MA SONO ANCHE POTENTI MEZZI DI COMUNICAZIONE. QUESTO È EVIDENTE SOPRATTUTTO DAL MOMENTO IN CUI LE AZIENDE E GLI SPONSOR ABBINANO I LORO BRAND ALLE SQUADRE, PER VALORIZZARLE, MA SOPRATTUTTO PER VALORIZZARSI RECIPROCAMENTE.**

# Perché è importante questa analisi?

Con l'avvento dei social network il modo di comunicare delle società calcistiche con i propri tifosi è cambiato radicalmente. È sorta la necessità di andare oltre alla comunicazione tradizionale, emergendo la volontà di raggiungere nuovi potenziali tifosi e avvicinare ancora di più alcuni target.

I social, quindi, si propongono di comunicare non solo informazioni sulle performance sportive delle società, ma anche di raccontare tutto ciò che generalmente è legato mondo del club. Una serie di progetti, di sponsorship, ma più in generale di valori e ideali che la squadra vuole condividere con la propria community.

# Panorama europeo




Questa analisi vuole focalizzarsi sulle società calcistiche italiane. Per determinare quali fossero le più influenti a livello europeo è stato utile osservare il "The European Football Club" di IQUII Sport.

# Panorama italiano

A livello italiano notiamo come la Juventus FC sia riuscita a creare un enorme distacco dalle dirette inseguitrici: AC Milan, FC Internazionale e AS Roma.

L'evidente distacco è messo in evidenza dal fatto che la Juventus su Instagram abbia un numero di followers più di tre volte maggiore rispetto al Milan, che si trova al secondo posto della classifica italiana. Questo dato evidenzia un enorme differenza numerica con le altre società calcistiche italiane, permettendo alla Juventus di posizionarsi tra i club più seguiti a livello europeo.

IQUII SPORT

# ITALY Facebook

TOTAL FANBASE

**109.4 M**

SERIE A TIM

Ranking of the most followed **Serie A** football clubs on Facebook.

| CLUBS | FANS | | % VAR* |
|---|---|---|---|
| **01 JUVENTUS FC** | 41.1 M | = | +0.59 |
| **02 AC MILAN** | 24.7 M | = | -0.07 |
| **03 FC INTERNAZIONALE** | 22.4 M | = | +2.22 |
| **04 AS ROMA** | 9.5 M | = | -0.02 |
| **05 SSC NAPOLI** | 4.5 M | = | +0.30 |
| **06 ACF FIORENTINA** | 2.1 M | = | -0.10 |
| **07 BOLOGNA FC 1909** | 1.0 M | = | -0.16 |
| **08 SS LAZIO** | 868.2 K | = | +0.07 |
| **09 TORINO FC** | 476.9 K | = | -0.05 |
| **10 UDINESE CALCIO** | 447.6 K | = | -0.15 |
| 11 CAGLIARI CALCIO | 371.9 K | = | +0.04 |
| 12 UC SAMPDORIA | 347.3 K | = | -0.05 |
| 13 GENOA CFC | 346.4 K | = | -0.08 |
| 14 ATALANTA BC | 307.2 K | = | +0.52 |
| 15 PARMA CALCIO 1913 | 298.6 K | = | -0.05 |
| 16 HELLAS VERONA | 283.4 K | = | -0.11 |
| 17 US SASSUOLO | 256.8 K | = | -0.16 |
| 18 US LECCE | 70.9 K | = | +0.26 |
| 19 SPAL 2013 | 65.2 K | = | -0.00 |
| 20 **BRESCIA CALCIO | 679 | = | +5.93 |

*[from March 16, 2020 to April 15, 2020]

**Brescia turned their previous FB account (85K followers) into the Academy official page. A new page has been created on 11/12/2019 to cover the first team's news

LAST UPDATE APR 2020

@2020 IQUII SRL. THE CONTENT OF THIS FILE IS PROPERTY OF IQUII. IT CANNOT BE COPIED, REPRODUCED, PUBLISHED OR DISTRIBUTED, IN WHOLE OR IN PART, IN ANY WAY WITHOUT THE PRIOR WRITTEN CONSENT OF IQUII.

IQUII SPORT

# ITALY Twitter

TOTAL FANBASE

**25.1 M**

SERIE A TIM

Ranking of the most followed **Serie A** football clubs on Twitter.

| CLUBS | FANS | | % VAR* |
|---|---|---|---|
| **01 JUVENTUS FC** | 8.0 M | = | +1.02 |
| **02 AC MILAN** | 7.3 M | = | +0.25 |
| **03 FC INTERNAZIONALE** | 2.2 M | = | +0.17 |
| **04 AS ROMA** | 1.9 M | = | +0.06 |
| **05 SSC NAPOLI** | 1.6 M | = | +0.19 |
| **06 ACF FIORENTINA** | 671.9 K | = | +0.22 |
| **07 SS LAZIO** | 534.5 K | = | +0.00 |
| **08 TORINO FC** | 413.0 K | = | +0.05 |
| **09 CAGLIARI CALCIO** | 361.8 K | = | +0.02 |
| **10 UC SAMPDORIA** | 353.0 K | = | +0.07 |
| 11 ATALANTA BC | 334.0 K | = | +0.59 |
| 12 GENOA CFC | 328.5 K | = | +0.18 |
| 13 UDINESE CALCIO | 294.8 K | = | +0.05 |
| 14 US SASSUOLO | 273.2 K | = | +0.09 |
| 15 HELLAS VERONA | 262.0 K | = | -0.08 |
| 16 BOLOGNA FC 1909 | 166.8 K | = | +0.12 |
| 17 PARMA CALCIO 1913 | 32.7 K | = | +0.61 |
| 18 BRESCIA CALCIO | 31.4 K | = | +0.38 |
| 19 SPAL 2013 | 23.4 K | = | +0.50 |
| 20 US LECCE | 4.3 K | = | +3.37 |

*[from March 16, 2020 to April 15, 2020]

LAST UPDATE APR 2020

©2020 IQUII SRL. THE CONTENT OF THIS FILE IS PROPERTY OF IQUII. IT CANNOT BE COPIED, REPRODUCED, PUBLISHED OR DISTRIBUTED, IN WHOLE OR IN PART, IN ANY WAY WITHOUT THE PRIOR WRITTEN CONSENT OF IQUII.

IQUII SPORT

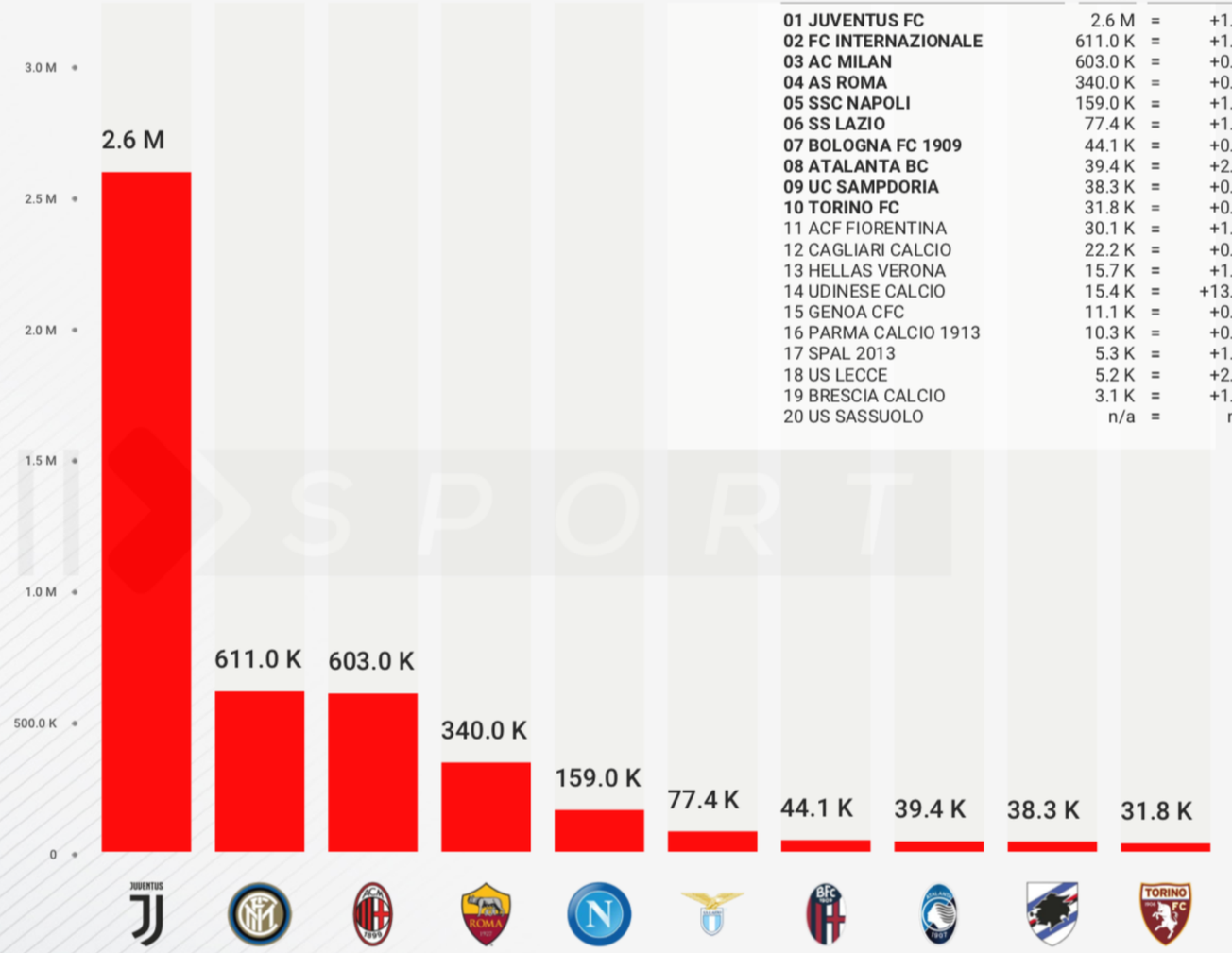
# ITALY YouTube

TOTAL FANBASE

**4.7 M**

SERIE A TIM

Ranking of the most followed **Serie A** football clubs on YouTube.




| CLUBS | FANS | | % VAR* |
|---|---|---|---|
| 01 JUVENTUS FC | 2.6 M | = | +1.17 |
| 02 FC INTERNAZIONALE | 611.0 K | = | +1.33 |
| 03 AC MILAN | 603.0 K | = | +0.84 |
| 04 AS ROMA | 340.0 K | = | +0.59 |
| 05 SSC NAPOLI | 159.0 K | = | +1.27 |
| 06 SS LAZIO | 77.4 K | = | +1.18 |
| 07 BOLOGNA FC 1909 | 44.1 K | = | +0.68 |
| 08 ATALANTA BC | 39.4 K | = | +2.60 |
| 09 UC SAMPDORIA | 38.3 K | = | +0.52 |
| 10 TORINO FC | 31.8 K | = | +0.32 |
| 11 ACF FIORENTINA | 30.1 K | = | +1.35 |
| 12 CAGLIARI CALCIO | 22.2 K | = | +0.91 |
| 13 HELLAS VERONA | 15.7 K | = | +1.29 |
| 14 UDINESE CALCIO | 15.4 K | = | +13.24 |
| 15 GENOA CFC | 11.1 K | = | +0.91 |
| 16 PARMA CALCIO 1913 | 10.3 K | = | +0.98 |
| 17 SPAL 2013 | 5.3 K | = | +1.15 |
| 18 US LECCE | 5.2 K | = | +2.15 |
| 19 BRESCIA CALCIO | 3.1 K | = | +1.30 |
| 20 US SASSUOLO | n/a | = | n/a |

LAST UPDATE APR 2020

*[from March 16, 2020 to April 15, 2020]

YouTube subscribers' data are rounded, since the social media provides data in this format.

@2020 IQUII SRL. THE CONTENT OF THIS FILE IS PROPERTY OF IQUII. IT CANNOT BE COPIED, REPRODUCED, PUBLISHED OR DISTRIBUTED, IN WHOLE OR IN PART, IN ANY WAY WITHOUT THE PRIOR WRITTEN CONSENT OF IQUII.

IQUII SPORT

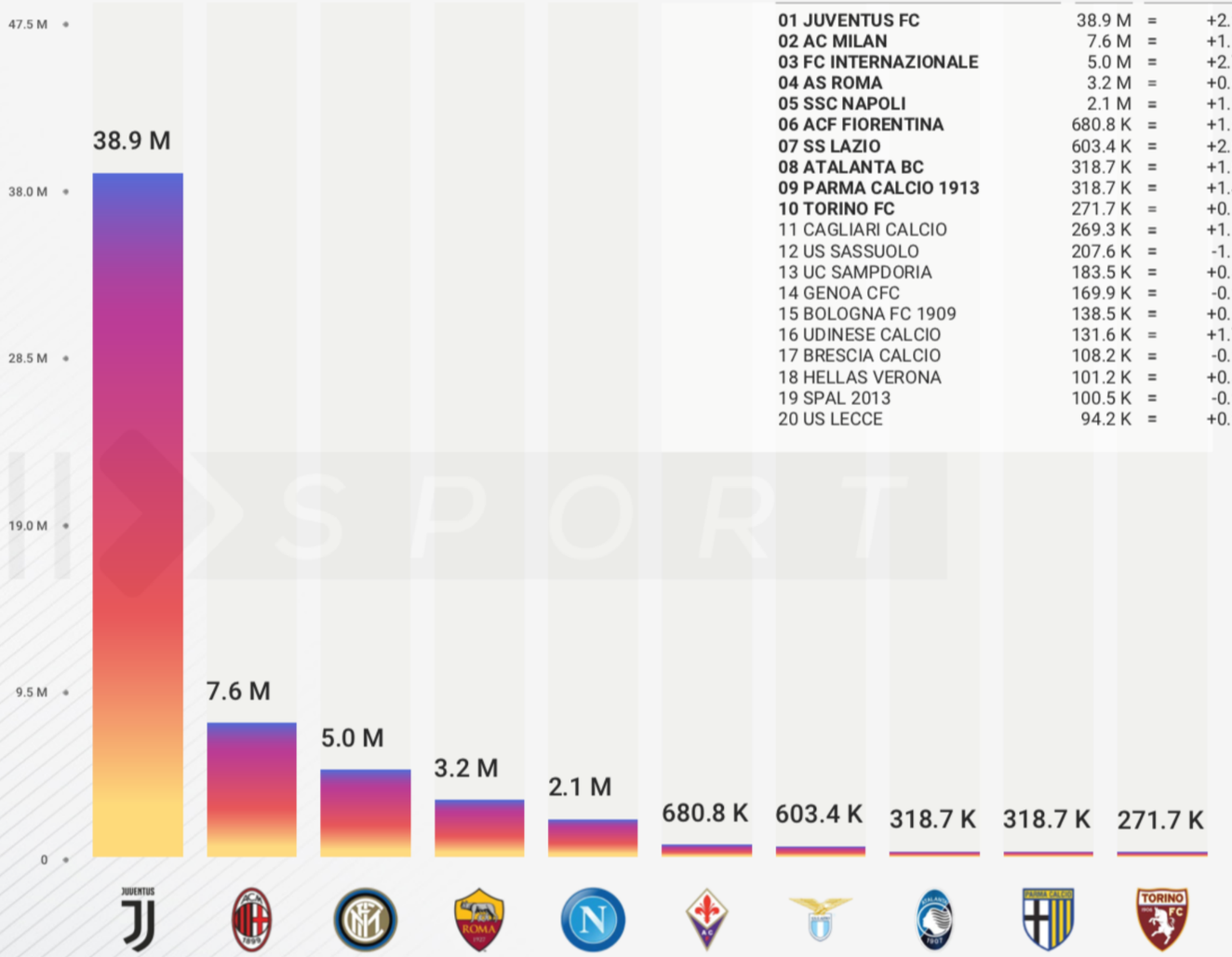
# ITALY Instagram

TOTAL FANBASE

**60.5 M**

SERIE A TIM

Ranking of the most followed **Serie A** football clubs on Instagram.




| CLUBS | FANS | | % VAR* |
|---|---|---|---|
| **01 JUVENTUS FC** | 38.9 M | = | +2.28 |
| **02 AC MILAN** | 7.6 M | = | +1.53 |
| **03 FC INTERNAZIONALE** | 5.0 M | = | +2.74 |
| **04 AS ROMA** | 3.2 M | = | +0.63 |
| **05 SSC NAPOLI** | 2.1 M | = | +1.54 |
| **06 ACF FIORENTINA** | 680.8 K | = | +1.86 |
| **07 SS LAZIO** | 603.4 K | = | +2.01 |
| **08 ATALANTA BC** | 318.7 K | = | +1.01 |
| **09 PARMA CALCIO 1913** | 318.7 K | = | +1.48 |
| **10 TORINO FC** | 271.7 K | = | +0.18 |
| 11 CAGLIARI CALCIO | 269.3 K | = | +1.12 |
| 12 US SASSUOLO | 207.6 K | = | -1.19 |
| 13 UC SAMPDORIA | 183.5 K | = | +0.37 |
| 14 GENOA CFC | 169.9 K | = | -0.23 |
| 15 BOLOGNA FC 1909 | 138.5 K | = | +0.10 |
| 16 UDINESE CALCIO | 131.6 K | = | +1.77 |
| 17 BRESCIA CALCIO | 108.2 K | = | -0.55 |
| 18 HELLAS VERONA | 101.2 K | = | +0.33 |
| 19 SPAL 2013 | 100.5 K | = | -0.27 |
| 20 US LECCE | 94.2 K | = | +0.93 |

*[from March 16, 2020 to April 15, 2020]

LAST UPDATE APR 2020

©2020 IQUII SRL. THE CONTENT OF THIS FILE IS PROPERTY OF IQUII. IT CANNOT BE COPIED, REPRODUCED, PUBLISHED OR DISTRIBUTED, IN WHOLE OR IN PART, IN ANY WAY WITHOUT THE PRIOR WRITTEN CONSENT OF IQUII.

dati in milioni

| Squadra | N° Followers | Engagement Rate |
|---|---|---|
| Juventus | 17.1 | 3,64% |
| Milan | 4.9 | 1,70% |
| Inter | 2.2 | 3,02% |
| Roma | 2.0 | 2,23% |
| Napoli | 1.1 | 3,13% |

Un dato molto interessante è indicato dall'Engagement Rate, ossia il grado di coinvolgimento dei propri utenti nella pubblicazione di contenuti.

Notiamo come la Juventus mantenga il primo posto, mentre il Milan, pur essendo secondo per numero di followers, presenti un rate molto basso. Il che significa che i tifosi interagiscono molto poco, al contrario di Napoli e Inter che presentano numeri inferiori ma più attivi.

# Piattaforme emergenti

Una piattaforma di rilevanza crescente è TikTok. Tramite la diffusione di "challenge" attira la Generazione Z ad avvicinarsi alle società calcistiche. Oggi solo sette squadre della Serie A hanno un account verificato e sono: Inter, Milan, Roma, Napoli, Fiorentina, Cagliari e Parma.

La Juventus, invece, primeggiante sulle altre piattaforme, sembra essere completamente assente, non inserendo il social nella propria strategia digitale. Tale social, però, si identifica come il principale mezzo per conquistare una grande fetta di pubblico giovane.

# La rilevanza dei singoli giocatori

A livello di singoli è opportuno sottolineare come il solo apporto di un giocatore possa ribaltare le sorti della società sulle piattaforme online. Basta pensare all'effetto provocato dall'acquisto di Cristiano Ronaldo e al successivo successo nella vendita delle maglie ufficiali della squadra.

IQUII SPORT

# PLAYERS

Ranking of the **TOP 20** most followed **Serie A Football Players** based on the aggregate Facebook, Twitter, Instagram fanbases.

| RK | CLUBS | PLAYERS | 0 • 71.0 M • 142.0 M • 213.0 M | | % VAR* |
|---|---|---|---|---|---|
| 01 | | CRISTIANO RONALDO | 418.6 M | = | +1.33 |
| 02 | | ZLATAN IBRAHIMOVIC | 75.1 M | = | +0.78 |
| 03 | | PAULO DYBALA | 43.9 M | = | +2.70 |
| 04 | | MARIO BALOTELLI | 22.5 M | = | -0.24 |
| 05 | | ALEXIS SÁNCHEZ | 18.3 M | = | +0.32 |
| 06 | | GIANLUIGI BUFFON | 17.6 M | = | +0.42 |
| 07 | | JUAN CUADRADO | 16.9 M | = | +0.40 |
| 08 | | SAMI KHEDIRA | 12.6 M | = | +0.43 |
| 09 | | AARON RAMSEY | 11.7 M | = | +0.32 |
| 10 | | ROMELU LUKAKU | 10.9 M | = | +0.47 |
| 11 | | BLAISE MATUIDI | 10.6 M | = | +0.94 |
| 12 | | GONZALO HIGUAÍN | 9.9 M | = | -0.41 |
| 13 | | GIORGIO CHIELLINI | 8.9 M | = | +0.34 |
| 14 | | DAVID OSPINA | 8.0 M | = | +0.04 |
| 15 | | LEONARDO BONUCCI | 7.7 M | = | +0.40 |
| 16 | | DOUGLAS COSTA | 7.6 M | ▲ +2 | +1.05 |
| 17 | | ASHLEY YOUNG | 7.5 M | = | +0.31 |
| 18 | | HENRIKH MKHITARYAN | 7.5 M | ▼ -2 | -0.37 |
| 19 | | FRANCK RIBÉRY | 7.1 M | = | +0.84 |
| 20 | | MIRALEM PJANIC | 6.5 M | = | +1.02 |

*[from March 16, 2020 to April 15, 2020]

LAST UPDATE APR 2020

©2020 IQUII SRL. THE CONTENT OF THIS FILE IS PROPERTY OF IQUII. IT CANNOT BE COPIED, REPRODUCED, PUBLISHED OR DISTRIBUTED, IN WHOLE OR IN PART, IN ANY WAY WITHOUT THE PRIOR WRITTEN CONSENT OF IQUII.

# Conclusioni

POSSIAMO CONCLUDERE  SOTTOLINEANDO COME SIA EVIDENTE CHE UN USO SAPIENTE DELLE PIATTAFORME ONLINE SI TRADUCA IN EFFETTI POSITIVI PER LA SOCIETÀ, SEPPUR NON DIRETTI. LA PIENA CONSOCENZA DELL'UTILIZZO DEI SOCIAL È FONDAMENTALE PER AUMENTARE IL FAN ENGAGEMENT, PERMETTENDO INOLTRE DI CREARE UN CONTATTO CON I TIFOSI, MIRANDO POI A MONETIZZARE IL LEGAME CON ESSI, AD ESEMPIO ATTRAVERSO IL MERCHANDISING.

**INEVITABILMENTE LE SQUADRE CHE HANNO MIGLIORI RISULTATI ECONOMICI SONO COLORO CHE RIESCONO AD AVERE UN BUON PIANO DI SOCIAL MEDIA MARKETING, SAPENDO CREARE LEGAMI CON I PROPRI TIFOSI E ANDANDO A CREARE UN VERO E PROPRIO SENSO DI COMMUNITY.**

# Grazie per l'attenzione!