



**SOCIAL MEDIA SOCCER**

[www.socialmediasoccer.com](http://www.socialmediasoccer.com)



# ***Osservatorio Aprile*** **Serie A**

Con la collaborazione di  **Go Project**

# Classifica social

mese di Aprile

		f Mi Piace	t Follower	ig Follower	yt Iscritti	♥ Fan Tot.
1		31.684.715	5.973.087	9.173.553	664.872	47.496.227
2		25.020.795	6.677.580	4.182.424	400.866	36.281.665
3		9.071.215	1.581.699	1.814.477	266.082	12.733.473
4		9.148.891	1.586.473	1.359.301	238.394	12.333.059
5		4.030.253	1.345.272	821.505	100.992	6.298.022
6		2.140.735	617.532	344.505	17.867	3.120.639
7		804.724	526.988	252.990	48.112	1.632.814
8		899.708	145.459	61.574	11.970	1.118.711
9		466.114	371.431	133.325	21.028	991.898
10↑		342.275	337.473	127.917	12.099	819.764
11↓		461.371	273.456	74.509	8.023	817.359
12		337.012	324.274	100.193	23.111	784.590
13		334.434	299.284	98.641	No social	732.359
14		275.156	249.092	57.540	10.424	592.212
15		257.057	248.693	79.231	No social	584.981
16		214.487	263.670	91.706	9.592	579.455
17		123.792	247.374	36.947	7.790	415.903
18		130.401	20.249	45.785	3.495	199.930
19		67.713	10.604	59.376	973	138.666
20		49.540	12.035	40.749	2.475	104.799

Nel mese di marzo non sono cambiati gli equilibri nella classifica generale social. Da registrare solamente il **Cagliari** che ha scavalcato l'**Udinese**.

La squadra sarda infatti ha raggiunto gli **819.764 fan** con l'incremento più significativo, **+ 4,20%** fatto registrare su Instagram. Da segnalare anche il raggiungimento dei **100.000 fan** da parte della **SPAL**, l'unica squadra di Serie A che ancora non aveva conquistato questo mini traguardo.

Nelle prime posizioni c'è da evidenziare il traguardo dei **9 milioni di fan** su Instagram da parte della **Juventus** e dei **25 milioni di fan** da parte del **Milan** su Facebook.

## Top 5 Performance Social



Un significativo incremento della sua fan base totale è stato registrato dalla **Fiorentina**: **+ 8,30%**. In particolare su Instagram, con **110.224 nuovi utenti** la squadra viola ha avuto il miglior incremento del mese (**+47,05%**).

La migliore performance su Twitter se l'è aggiudicata la **SPAL** grazie ad un incremento del **6,65%**, con un picco massimo di nuovi utenti (**+156**) avvenuto il 16 marzo, in coincidenza con i preparativi per la sfida contro la Juventus.

L'**Inter** su Facebook ha aumentato in maniera significativa i suoi utenti (**+6,17%**), confermando la performance del mese precedente. In termini assoluti questo aumento ha portato in dote alla squadra neroazzurra **527.043 nuovi fan**, conquistandone 29.354 solamente il 31 marzo, in concomitanza della partita casalinga con il **Verona**.

Da segnalare che gli unici decrementi avvenuti su Facebook sono quelli del **Bologna** (**- 0,11%**) e del **Sassuolo** (**- 0,02%**).

# Top 10 Giocatori Social

Migliori account per acquisizione di fan

## Variazioni fan base



Benatia

+3,51%  
3.218.282 fan



Dybala

+4,07%  
18.636.522 fan



Buffon

+2,42%  
13.571.788 fan

## Seguono...



Pjanic

Variazione  
+2,18%



Icardi

Variazione  
+1,96%



Douglas Costa

Variazione  
+1,89%



Bonucci

Variazione  
+1,53%



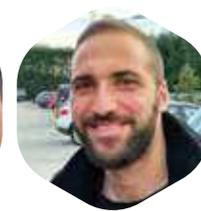
Matuidi

Variazione  
+1,41%



Chiellini

Variazione  
+1,32%



Higuain

Variazione  
+1,11%

Tra i migliori incrementi social è da evidenziare quello di **Medhi Benatia**. Il calciatore marocchino con i suoi **3.218.000 fan** è riuscito ad entrare nella top 20 a discapito di un suo compagno di squadra, il croato **Mario Mandzukic**, scivolato al 22esimo posto alle spalle del milanista **Calhanoglu**. In particolare su Twitter il difensore juventino ha raggiunto un **+5,27%**; i tweet più apprezzati dai suoi fan sono stati quelli relativi al messaggio in ricordo di Astori ed il post pubblicato dopo **Tottenham - Juventus**, partita che ha permesso alla squadra bianconera di accedere ai quarti di finale di Champions League.

I calciatori che hanno chiuso con una decrescita della propria fan base sono stati il laziale **Luis Nani** (- 0,13%) e il calciatore del Benevento **Bacary Sagna** (- 0,24%).

# Twitter Challenge

## Cos'è il Twitter Challenge ?

**Twitter Challenge è una speciale sfida a colpi di interazione.**

Ogni giornata le squadre che si affrontano in campo si sfidano anche su Twitter. Con Twitter Challenge monitoriamo e misuriamo il livello di interazione dei tweet proposti dagli account ufficiali delle squadre. Il Twitter Challenge avviene attraverso l'analisi dell'engagement rate dei tweet fatti dalle squadre durante la partita.

Il Twitter Challenge, infatti, consente di avvicinare i tifosi nel momento di massima esposizione con messaggi pensati ad hoc. Il Twitter Challenge calcola i valori ER ponderati al numero di followers di una squadra in un determinato periodo di tempo: un'ora prima e due dopo una partita. I goal si determinano attraverso una definizione a priori di ER soglia. I valori di ER variano a seconda delle fasce di followers che una squadra ha acquisito.

## Partita con più alto ER - Partita più social



Durante la partita **Fiorentina - Benevento**, conclusasi con il risultato di 38 a 0, i viola hanno fatto registrare un engagement rate (ER) del **4,23%**. Il **Benevento** si è fermato ad un ER dello **0,07%**. Delle **25.820 interazioni totali** della squadra viola, 22.007 sono avvenute in occasione del post realizzato al minuto 13 per ricordare Davide Astori.

Il match che ha fatto registrare più interazioni complessive è stato **Juventus - Milan**, disputato il 31 marzo alle ore 20.45. La partita ha ottenuto un totale di **30.022 interazioni**, distribuite equamente tra le due squadre. Per il **Milan** il tweet che ha ricevuto più interazioni (**6201**) è stato quello riferito al gol di Leonardo Bonucci; la squadra bianconera ha distribuito in maniera costante le interazioni lungo tutta la partita, fatta eccezione per il tweet finale che ha ottenuto un totale di **3164 interazioni**.

# Contenuti social del mese

## Top 3 contenuti social



### Inter

L'Inter ha voluto omaggiare il suo capitano **Mauro Icardi** per il traguardo dei **100 gol con la maglia neroazzurra** raggiunto contro la Sampdoria nell'anticipo del 18 marzo. La maglia celebrativa è stata consegnata all'argentino prima della partita con il Verona del 31 marzo. La cerimonia è stata trasmessa live sul canale Facebook della società ottenendo **9.067 Like, 777 commenti e oltre 267.000 visualizzazioni**.

### Fiorentina

Il 5 marzo **Riccardo Saponara** sul suo profilo Instagram ha dedicato una lettera al suo compagno di squadra Davide Astori. Molto commovente in tutti i suoi passaggi, la lettera si chiude con la celebre frase del film L'attimo Fuggente "O capitano, mio capitano".

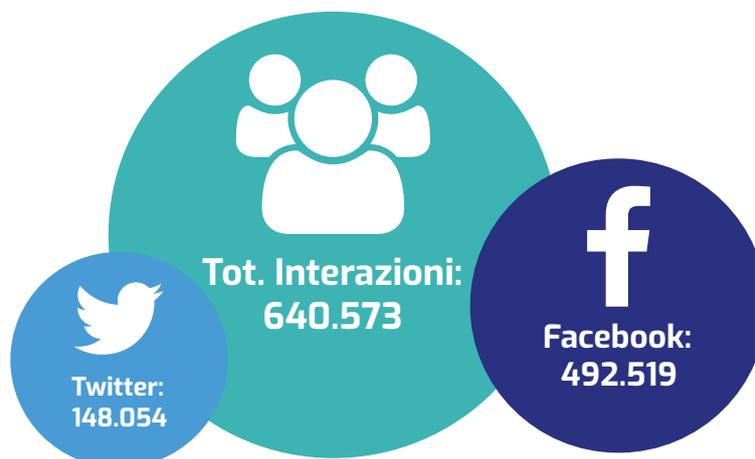


### Milan

**Bonucci** è stato il grande protagonista sia in campo che su Twitter del match **Juventus - Milan**. Nonostante l'accoglienza ricevuta, il capitano rossonerio ha voluto con un tweet ricordare i 7 anni passati in bianconero, definendo il ritorno all'Allianz Stadium "emozionante".

# Interazioni Social

## Interazioni Social



Complessivamente nel mese di marzo sono state generate **640.573 interazioni totali**, così suddivise:

- **148.054 su Twitter**
- **492.519 su Facebook**

Il picco c'è stato alla 28esima giornata, con **253.590 interazioni (195.876 su Facebook e 57.714 su Twitter)**.



**SOCIAL MEDIA SOCCER**

[www.socialmediasoccer.com](http://www.socialmediasoccer.com)



# ***Osservatorio Aprile*** **Serie B**

Con la collaborazione di  **Go Project**



# Serie B

## Osservatorio Serie B

A partire dal mese di aprile e con cadenza mensile, **Social Media Soccer** realizzerà un report sull'attività social di tutte le squadre e dei calciatori della serie B: analisi dei contenuti creati e postati sui profili ufficiali di squadre e calciatori, con il dettaglio delle interazioni generate, i principali incrementi e le più rilevanti performance nelle fan base, la classifica delle 22 squadre per fan base totale.

Ogni mese verranno valutati tutti i contenuti creati da squadre e giocatori. Per ogni social monitorato (Facebook, Twitter, Instagram e YouTube), saranno evidenziati quelli che hanno ottenuto il maggior successo e il più alto engagement rate.

L'obiettivo è fornire ad esperti, addetti ai lavori, marketer, ma anche a tifosi ed appassionati, un documento di riferimento, **un'analisi oggettiva e professionale** su quanto accade sui social network di squadre e calciatori della Serie B e nella relazione/conversazione con i loro fan, per comprendere e misurare il valore degli account social e la loro capacità di "influenzare" i tifosi. Il campionato di Serie B suscita sempre grande interesse.

La competizione, le sorprese, il blasone storico di tante squadre che lo compongono e l'equilibrio che ogni anno ne tiene vivo l'interesse fino al termine, hanno causato un considerevole aumento dell'appeal mediatico. La partecipazione dei tifosi attraverso i social, l'alto tasso di engagement e la forte radicalizzazione nel territorio mostrano **un'attenzione generale sempre maggiore** sul campionato.

**L'Osservatorio di Serie B** offre, attraverso i dati, un'analisi utile per strategie di comunicazione social migliori e per le attività di fan engagement.

# Classifica social

mese di Aprile

		f Mi Piace	t Follower	ig Follower	yt Iscritti	♥ Fan Tot.
1		325.828	191.707	66.171	No Social	583.706
2		261.356	11.683	29.271	3.614	305.924
3		107.336	135.297	35.220	1.195	279.048
4		159.561	28.118	38.932	7.170	233.781
5		130.419	51.491	30.914	5.302	218.126
6		78.379	3.492	40.274	3.576	125.721
7		58.472	32.413	19.687	1.315	111.887
8		66.099	18.606	18.519	1.661	104.885
9		41.333	32.048	24.523	2.455	100.359
10		58.245	9.226	25.223	1.929	94.623
11		52.599	17.584	15.632	1.576	87.391
12		45.634	7.237	20.630	No Social	73.501
13		39.232	25.489	4.878	1.815	71.414
14		36.762	16.691	10.489	1.787	65.729
15		32.510	11.024	10.498	1.865	55.897
16		33.852	6.800	13.979	818	55.449
17		28.074	18.079	5.381	No Social	51.534
18		28.170	15.042	7.807	381	51.400
19		26.393	13.388	9.115	958	49.854
20		32.890	12.947	No Social	1.805	48.824
21		31.567	11.048	No Social	No Social	42.615
22		24.285	7.741	9.537	No Social	41.563

Nell'attuale edizione la Serie B vanta la presenza di squadre storiche e blasonate quali: **Palermo, Parma, Empoli, Venezia, Pescara, Perugia, Ascoli, Foggia e Brescia.**

Diverse squadre possono vantare una fan base più grande rispetto anche ad alcune squadre di Serie A. Su tutte troviamo il **Palermo**, che guida la classifica social e che per numero di fan nell'attuale Serie A si collocherebbe in 16esima posizione alle spalle del **Sassuolo** e prima dell'**Atalanta**.

Il social network maggiormente apprezzato anche in Serie B è Facebook, fatta eccezione per l'**Empoli** che ha un numero di follower maggiore su Twitter.

Quotidianamente su Facebook tutti i club sono presenti con dei post legati all'attività sportiva, intensificati il giorno della partita con contenuti pre e post match. Alcune squadre sono particolarmente attive.

Il **Palermo**, ad esempio, realizza alcune interessanti attività di fan engagement. Attraverso l'hashtag **#iosonorosanero**, prima di ogni partita casalinga la società invita i tifosi presenti allo stadio a condividere le foto scattate all'interno del "Renzo Barbera". Le migliori verranno poi pubblicate sui canali ufficiali della squadra rosanero.

Un'altra attività di fan engagement è quella promossa con l'hashtag **#TriviaRosaNero**. Viene posta una domanda ai tifosi e il più veloce a rispondere potrà ottenere due biglietti di tribuna per una partita casalinga.

Spesso il **Palermo** crea su Facebook un filo diretto tra giocatori e tifosi, dando a quest'ultimi la possibilità di porgli alcune domande durante la settimana.



Sul suo canale ufficiale Facebook, il **Parma** ha creato dei contenuti extra-calcistici: "Dietro le quinte crociate". Si tratta del racconto di coloro che operano all'interno del centro sportivo di Collecchio e che attraverso il loro lavoro creano le condizioni ideali per l'attività di giocatori ed allenatore. Nella puntata di marzo, i protagonisti di questa rubrica sono stati i due chef del centro sportivo.



L'Empoli si distingue dalle altre società analizzate, per la sua attenzione verso il sociale, l'E-Sports ed il calcio femminile. Per quanto riguarda il sociale, la società toscana ha creato una propria Onlus, **EmpoliforCharity**, che utilizza per promuovere delle esperienze uniche da offrire ai suoi tifosi.

In occasione della partita Empoli-Salernitana la Onlus ha lanciato l'iniziativa "Mascotte experience" che permetteva a colui che effettuava la donazione più alta di vincere una giornata indimenticabile allo stadio con 3 biglietti nel Field Box a bordo campo, Walk about, visita degli interni dello stadio ed infine la possibilità di far scendere un bambino accanto ai giocatori prima dell'inizio della partita.



La Lega di Serie B insieme a La Gazzetta dello Sport hanno creato un concorso denominato **Red Bull B-Best**, in virtù della partnership con l'azienda austriaca di Salisburgo. Il contest si rinnova ad ogni giornata e permette di votare l'azione che si preferisce tra i 4 contenuti scelti da la Gazzetta della Sport e dalla Lega B. Viene estratto un vincitore per ogni giornata in maniera casuale e secondo la logica dell'instant-win. Il premio in palio è un pallone ufficiale delle Serie B autografato dai giocatori della squadra del cuore.

## Top 3 incrementi social



Incremento  
**+1,39%**



Incremento  
**+1,34%**



Incremento  
**+0,63%**

Su Facebook la migliore performance è stata del **Frosinone (+0,70%)**.

Su Twitter è prevalso l'**Empoli (+0,95%)** mentre su Instagram il **Palermo** ha registrato il maggiore aumento di fan, **+ 1,47%**.

In termini assoluti, tra le 3 società prese in esame, il **Palermo** è la società che ha guadagnato più follower **(+2720 utenti)**.

# Top 10 Giocatori Social

Migliori account per acquisizione di fan

## Variazioni fan base



Floro Flores

Fan Totali  
**290.072**



Marrone

Fan Totali  
**655.823**



Gilardino

Fan Totali  
**188.032**



Ciciretti

Fan Totali  
**177.708**



Audero

Fan Totali  
**141.087**



Plizzari

Fan Totali  
**137.954**



Gabriel

Fan Totali  
**120.831**



Kragl

Fan Totali  
**114.889**



Palladino

Fan Totali  
**111.285**



Pasqual

Fan Totali  
**111.087**

**Luca Marrone** guida la classifica social dei giocatori della Serie B. Il centrocampista del **Bari**, in prestito dalla **Juventus**, ha una fan base totale di **655.823 utenti**. Il social sul quale ha il più alto numero di follower è Twitter (**366.371**).

Alle spalle del centrocampista del **Bari** troviamo un suo compagno di squadra, **Antonio Floro Flores**. La differenza di fan base però tra i due compagni è abissale. L'attaccante ha circa la metà degli utenti (**290.072**) rispetto al centrocampista cresciuto nelle giovanili bianconere.

Al terzo posto troviamo un campione del mondo: **Alberto Gilardino** che è riuscito a salire sul podio grazie ai suoi **188.032 fan** pur essendo presente solamente su Twitter.

Nella finestra invernale di calciomercato il **Parma** ha acquistato l'attaccante **Amato Ciciretti** dal **Benevento** (**177.708 fan totali di cui 149.482 su Instagram**), unico giocatore della top 10 ad essere presente su tutti e 3 i social.

Con 1.6 milioni di fan totali, **Pippo Inzaghi** è l'allenatore più social della Serie B. L'ex numero 9 del **Milan**, attuale tecnico del **Venezia**, sarebbe il numero uno anche in Serie A con circa **300.000 fan** in più di **Massimiliano Allegri**.

# Contenuti social del mese

## Top 3 contenuti social



### Palermo

Il 10 marzo si è disputato lo scontro al vertice tra **Palermo** e **Frosinone**. I rosanero si sono imposti per 1-0 con un gol ad inizio secondo tempo del francese **Eddy Gnahoré**. Ovviamente al triplice fischio dell'arbitro, sul profilo Facebook del **Palermo** non è potuto mancare il post che sanciva il termine del match con una foto della squadra in festa. La foto dei compagni che abbracciano **Gnahoré** accompagnata dalla grafica oro-bianca-nera che utilizza il **Palermo** è risultato essere il post più apprezzato del mese di marzo con quasi **4.500 interazioni**.

### Empoli

Particolarmente commovente è stato il messaggio di **Manuel Pasqual** dopo la tragica morte di **Astori**. Il capitano dell'**Empoli** e in precedenza anche della **Fiorentina** ha voluto ricordare il suo ex compagno con un'immagine postata dal profilo dell'**Empoli**. La foto ritrae la maglia numero 23 che **Pasqual** ha indossato nella sfida contro la **Virtus Entella**. Sulla manica sinistra c'era il numero 13. Sul 2 all'interno del numero 23 c'era la scritta "Ciao Amico" ed "amici per sempre" sulla fascia di capitano bianco rossa che **Pasqual** usava sia in maglia viola che ora in maglia empolesse.



### Parma

Il 22 marzo sui canali ufficiali del **Parma** è apparsa una foto di **Maradona** con la maglia numero 10 del club crociato. Questa foto è stata scattata durante un evento organizzato da Hublot, azienda produttrice di orologi di lusso, grazie alla mediazione del Global Ambassador della società emiliana: **Hernàn Crespo**. Nel corso dell'evento ha deciso di omaggiare un altro campione dello sport: **Usain Bolt** a cui è stata consegnata la maglia del club con il numero 1.



**SOCIAL MEDIA SOCCER**

**Via Salaria 292-00199 Roma**

**Tel. +39.06.44239018**

**Fax. +39.06.44261796**

**[www.socialmediasoccer.com](http://www.socialmediasoccer.com)**

**info@socialmediasoccer.com**

@socialmediasoccer

@sms\_ita

IN: Social Media Soccer

Con la collaborazione di

**GoProject**  
Digital Solutions