



Osservatorio Giugno



SOCIAL MEDIA SOCCER

www.socialmediasoccer.com

Con la collaborazione di  **Go Project**



SOCIAL MEDIA SOCCER

www.socialmediasoccer.com



Osservatorio Giugno

Serie A

Con la collaborazione di  **Go Project**

Classifica social

		 Mi Piace	 Follower	 Follower	 Iscritti	 Fan Tot.
1 –		32.471.089	6.040.092	9.666.724	711.069	48.888.974
2 –		25.051.768	6.747.681	4.295.180	409.044	36.503.673
3 –		9.917.302	1.588.030	1.885.900	280.589	13.671.821
4 –		9.468.993	1.645.699	1.647.267	257.941	13.019.900
5 –		4.067.849	1.359.004	899.152	106.587	6.432.592
6 –		2.132.381	621.071	345.337	18.551	3.117.340
7 –		811.056	523.961	268.843	50.000	1.653.860
8 –		1.016.350	145.723	62.971	12.608	1.237.652
9 –		467.185	373.371	135.743	21.375	997.674
10 –		343.104	337.137	130.360	12.604	823.205
11 –		460.059	274.416	75.974	8.220	818.669
12 –		337.334	325.506	102.442	24.035	789.317
13 –		335.538	300.767	101.727	3.033	741.065
14 –		274.670	249.465	58.104	10.646	592.885
15 –		256.634	249.128	79.999	No Social	585.761
16 –		215.912	265.391	93.731	10.230	585.264
17 –		124.349	248.525	38.668	7.997	419.539
18 –		132.432	20.585	51.479	3.829	208.325
19 –		71.756	11.403	65.747	1.264	150.170
20 –		50.859	12.882	42.688	2.760	109.189

INTRODUZIONE

La doppietta Coppa-Scudetto della **Juventus**, l'addio ai bianconeri di **Buffon**, la fine dell'esperienza in europea della **Roma** la qualificazione dell'**Inter** in Champions sono stati gli eventi che hanno caratterizzato il mese di maggio della Serie A, dal punto di vista sportivo ma anche da quello social. La classifica delle squadre più social della serie A è comunque rimasta invariata, con la **Juventus** è ancora capolista.

La quarta doppietta di fila dei bianconeri ha influito positivamente sulla fan base generale, andando ad aumentare il margine di follower che li separano dal **Milan**. Gli **11.2 milioni** che dividono bianconeri e rossoneri a fine aprile, sono ora più di **12.3 milioni**. L'**Inter**, terza, ha accorciato sui cugini, che restano comunque in vantaggio di **22 milioni**, ed ha allungato sulla **Roma** di ulteriori **250mila** portando il distacco a **651mila**.

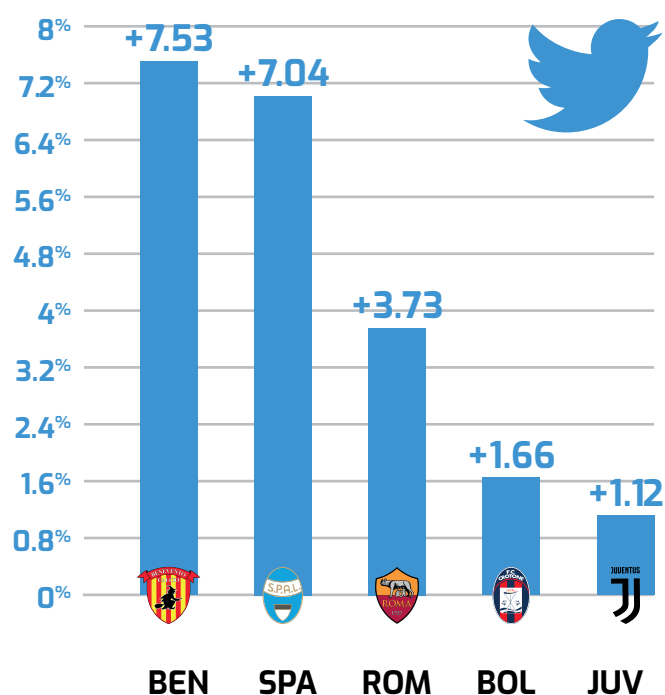
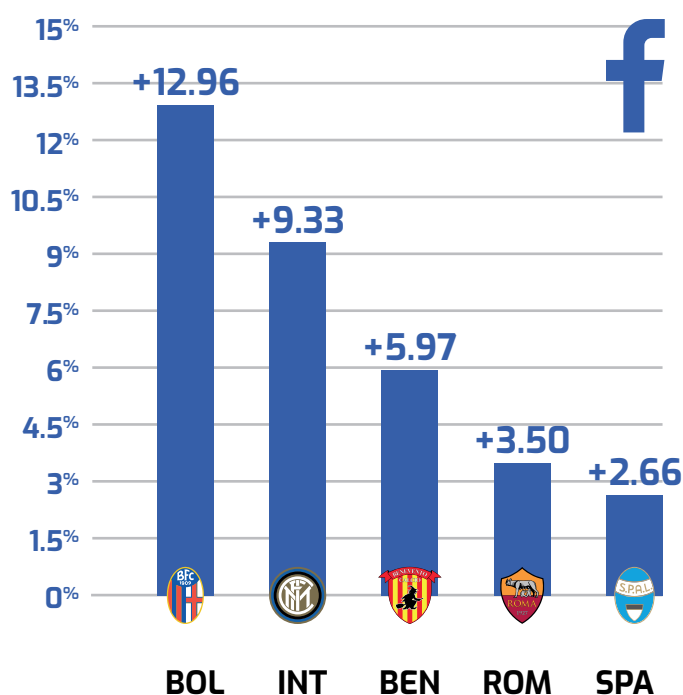
Benevento, **Crotone** e **Hellas Verona** sono retrocesse. Sanniti e calabresi occupavano rispettivamente la diciannovesima e la diciottesima posizione nella classifica social, l'Hellas è quattordicesima. La SPAL, ventesima per fan base, rimarrà in Serie A.

La Juventus ha incrementato la propria fan base di **1.392.747** nuovi follower. L'**Inter** ha giovato del ritorno in Champions ottenendo **938.348** nuovi fan. La **Roma**, grazie anche all'impegno di semifinale contro il Liverpool, ha visto la propria fan base aumentare di **686.841** unità. Tra tutte le squadre che hanno concluso il campionato nella colonna di destra, il **Benevento** è quella che ha guadagnato più nuovi follower: **11.504**.

INCREMENTI SOCIAL

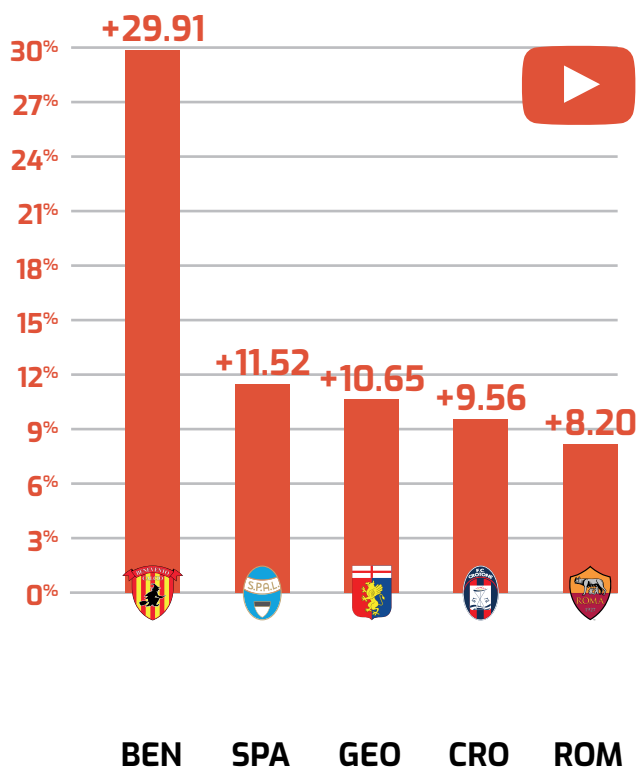
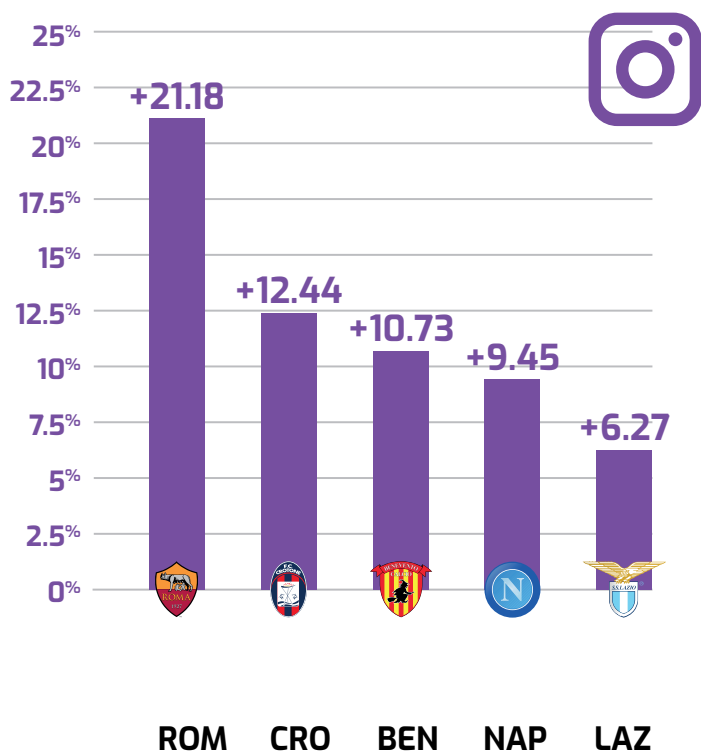
FACEBOOK Gran parte dei fan che compongono l'incremento generale dell'Inter provengono da Facebook. Gli **846.087** nuovi Mi Piace risultano il **90,2%** dell'incremento totale. Nonostante i tanti fan, nella graduatoria degli incrementi percentuali sul social, i nerazzurri sono stati superati dal **Bologna** (**12,96%**). Anche questo mese, come ad aprile, le squadre andate in negativo sono quattro: **Fiorentina** (**-0,39%**), **Udinese** (**-0,28%**), **Hellas Verona** (**-0,18%**) e **Sassuolo** (**-0,16%**).

TWITTER I migliori incrementi sono stati registrati da **SPAL** e **Benevento**, ultima e penultima in classifica social, che hanno ottenuto rispettivamente **+7,04%** e **+7,53%**. Dei club nella top 5 della classifica, la migliore è stata la **Roma** (**+3,73%**). La squadra che ha ottenuto più nuovi Follower è stata il **Milan**. I rossoneri, già primi per numero di fan sul social, hanno ottenuto **70.101** nuovi Follower, circa 3mila in più della Juventus. Su Twitter solo due squadre sono andate in negativo: **Lazio** (**-0,57%**) e **Cagliari** (**-0,10%**).



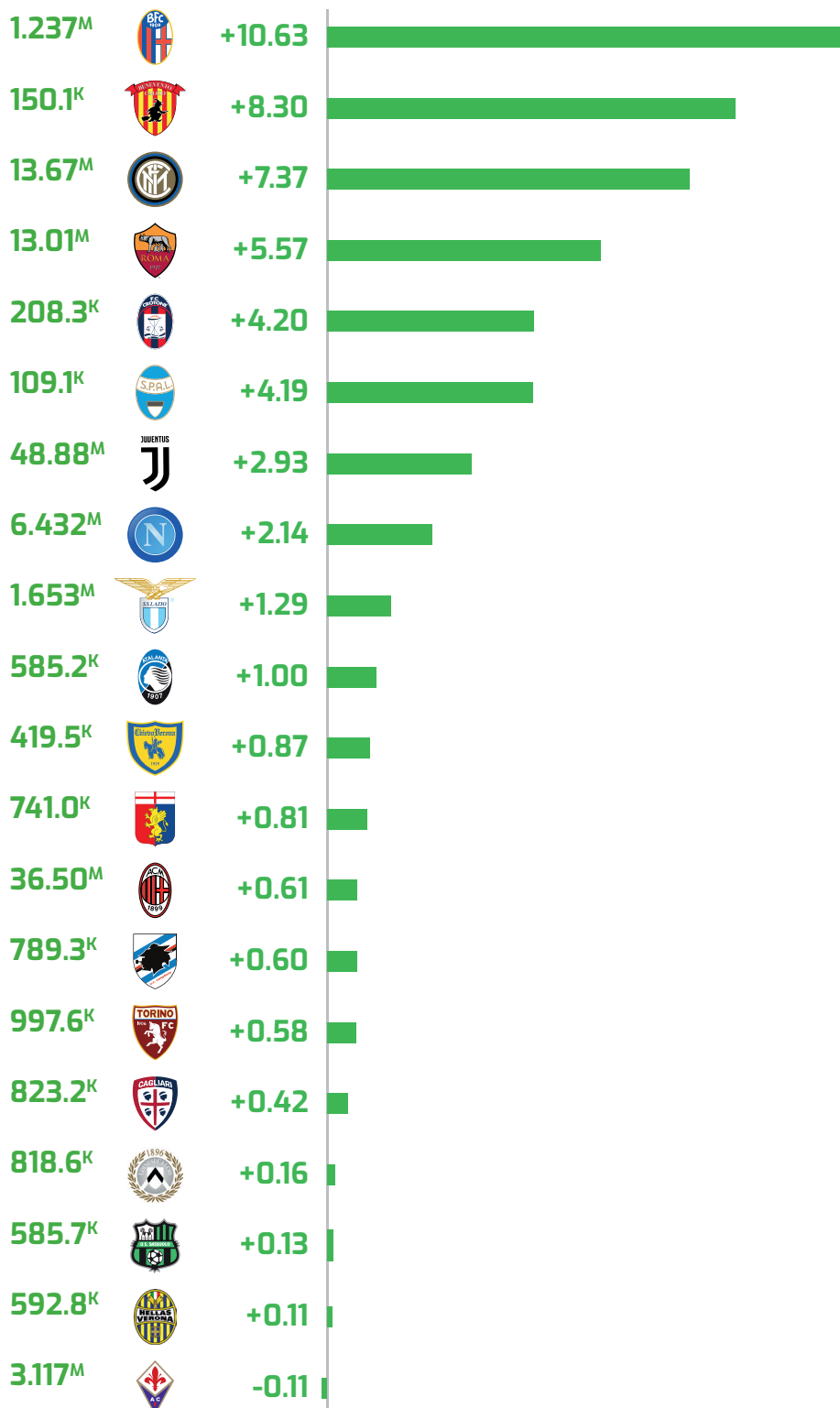
INSTAGRAM La **Roma** ha incrementato la propria fan base del **21,18%**, equivalente a **493.171** nuovi follower. Il **Crotone** ed il **Benevento**, rispettivamente padroni del secondo e del terzo miglior incremento, hanno concluso il mese con un **+12,44%** (per il **Benevento 6.371** nuovi follower) ed un **10,73%** (per la **SPAL 1.939** nuovi follower). La **Juventus**, che ha ottenuto più follower di tutti, al primo giugno ha **493.171** nuovi follower rispetto il l'inizio del mese precedente, equivalente al **5,38%**.

YOUTUBE Il **Benevento** ha chiuso il mese con il **29,91%** in più di iscritti rispetto l'inizio (+291 nuovi fan). Nella classifica degli incrementi seguono la **SPAL (11,52%**, equivalente a **285** nuovi fan), il **Genoa (10,65%** equivalente a **292** nuovi fan) poi il **Crotone (9,56%** equivalente a **334** nuovi fan). La squadra che ha ottenuto più nuovi iscritti al canale è la **Juventus** con **46.197** nuovi follower.



Bologna e **Benevento** si sono nuovamente attestati in cima alla classifica degli incrementi generali. I rossoblù, grazie a **118.941** nuovi fan, hanno concluso il mese con **+10,63%** e i campani, con **11.504** nuovi fan, hanno chiuso maggio a **+8,30%**. L'**Inter**, la prima delle big, arrivata terza, ha concluso il mese con **+7,37%**. L'unica squadra che è regredita tra tutte le venti di Serie A è la **Fiorentina** che ha concluso con **-0,11%**.

CLASSIFICA PER INCREMENTI DELLA FAN BASE

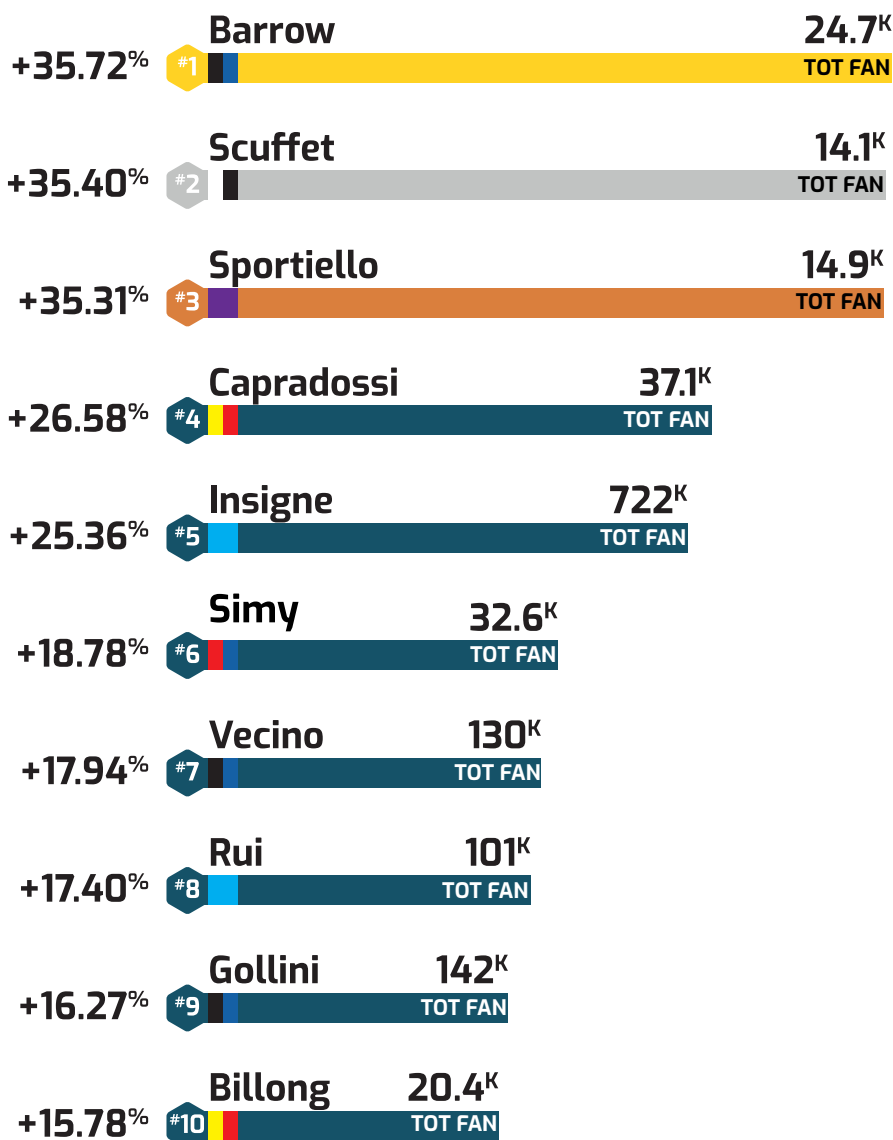


TOP GIOCATORI SOCIAL

La miglior performance in termini di aumenti è quella di **Musa Barrow**, attaccante gambiano dell'**Atalanta** nato nel '98. **Barrow**, autore di un gol durante l'ultima partita di aprile e di un altro alla prima di maggio, ha incrementato la propria fan base del **35,72%** passando da **18.233** a **24.745** fan. Il secondo per incremento è **Simone Scuffet** dell'**Udinese**. Il portierino friulano ha incrementato la sua fan base di **35,40%**. A pochissimo dagli altri due è arrivato Marco Sportiello, portiere della Fiorentina. I 3.885 nuovi fan, sono valsi al portiere viola **+35,31** fan.

In ordine di incremento, giù dal podio sono arrivati: **Elio Capradossi** della **Roma** (**+26,58%**), **Lorenzo Insigne** del **Napoli** (**+25,36%**), **Simy** del **Crotone** (**+18,78%**), **Matias Vecino** dell'**Inter** (**+17,94%**), **Mario Rui** del **Napoli** (**+17,40%**), **Pierluigi Gollini** dell'**Atalanta** (**+16,27%**) e **Jean-Claude Billong** del **Benevento** (**+15,78%**).

CLASSIFICA INCREMENTI PERCENTUALE





TWITTER CHALLENGE

Twitter Challenge è la sfida a colpi di interazione. Ogni giornata mentre le squadre si affrontano in campo si sfidano anche sui social. Con Twitter Challenge raccontiamo in diretta questa sfida. Il Twitter Challenge analizza l'engagement rate dei tweet fatti delle squadre durante la partita.

PARTITA SOCIAL

La partita con il più alto Engagement Rate del mese è stata Lazio-Inter, giocata al posticipo dell'ultima giornata, terminata all'Olimpico per 3-2 in favore dei nerazzurri e 5-5 nel Twitter Challenge. **Lazio-Inter**, vero e proprio spareggio per il quarto posto, che da quest'anno vale la partecipazione sicura ai gironi di Champions League, si è conclusa con **10.907** interazioni su Twitter (**3.122** per la **Lazio** e **7.785** per l'**Inter**).

Il match con più interazioni di maggio è stato Juventus-Hellas Verona. Durante l'ultima partita di Buffon in bianconero sono state registrate dalle due squadre **28.564** interazioni. Il **98,5%** delle interazioni (pari a **28.145**) provengono dal profilo della **Juventus**. Il **Verona**, già certo della retrocessione, ha registrato solo **419** interazioni.

★
FAVOURITE
17.8K

↻
RETWEET
10.3K



★
FAVOURITE
378

↻
RETWEET
41

CONTENUTI SOCIAL

Ad esclusione di Instagram, i migliori contenuti per ER appartengono a due retrocesse e ad una squadra salvata all'ultima giornata.



Su Facebook il miglior contenuto è stato quello del **Benevento**. Il video caricato al termine dell'ultima partita in Serie A al Ciro Vigorito, finita 1-0 per il **Benevento** contro il **Genoa**, ha generato **17.071** interazioni, pari al **23,97%**. Nel video compaiono i giocatori del Benevento, ritrovati sotto la propria curva, ad intonare cori insieme ai tifosi.

Il 20 maggio, conquistata la salvezza, la **SPAL** ha fatto circolare su Twitter la grafica celebrativa. L'immagine ha ottenuto 627 interazioni, che in rapporto ai **12.915** follower del club all'ultima di campionato, ha generato un ER del **4,85%**.



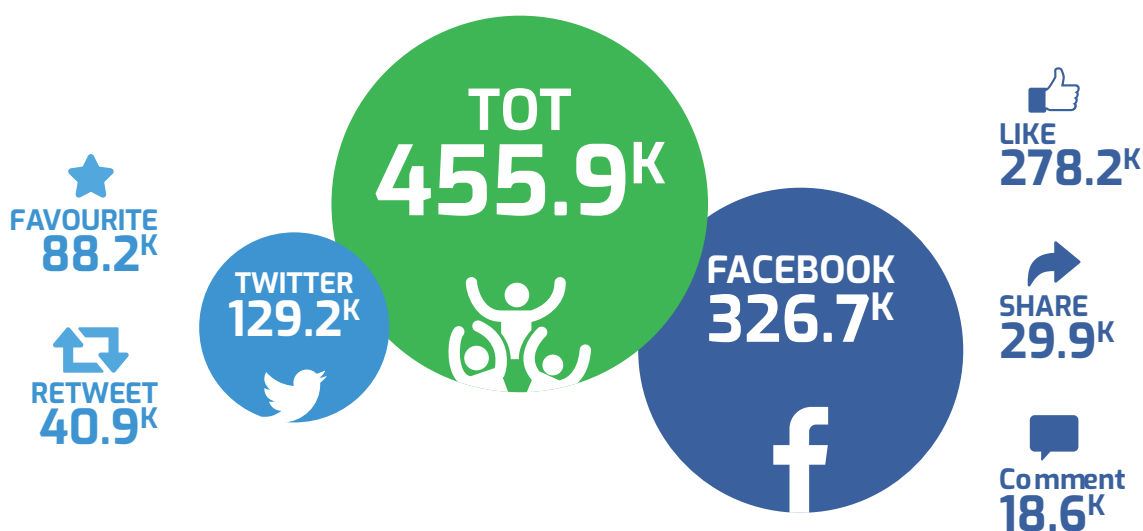
Il miglior contenuto caricato su Instagram è della **Roma**. Il video vede protagonista **Diego Perotti** che sgambetta il figlio al termine di una partita sul prato dell'Olimpico. Con la clip i giallorossi hanno ottenuto il 101,38% di ER. Il Social Media Manager è stato bravo a montare le immagini con alcuni frammenti di altre partite in cui veniva inquadrato l'arbitro al Var, i tifosi in protesta e Francesco Totti teso in tribuna, ormai tipici prima dell'assegnazione di un rigore.

In rapporto alla Fan base, il miglior contenuto su YouTube è stato la conferenza stampa di Zenga e Ceccherini nel post gara di **Crotone-Lazio**. La partita, molto seguita anche da tifosi delle altre squadre per la crucialità che aveva per la corsa salvezza e quella per un posto in Champions, ha ottenuto dai **3.731** iscritti **9.664** interazioni, con un ER del **259,02%**.



INTERAZIONI SOCIAL

Nel mese di maggio sono state generate complessivamente **455.897** interazioni: **326.688** su Facebook e **129.209** su Twitter. La 37esima giornata ha generato **156.917** interazioni (**117.111** su Facebook e **39.806** su Twitter) risultando la migliore del mese. Le partita più importante della penultima di campionato era **Roma-Juventus**. L'ultima di campionato ha generato in tutto **152.680** interazioni (**102.263** su Facebook e **50.417** su Twitter). La prima del mese ha generato **146.300** interazioni (**107.314** su Facebook e **38.986** su Twitter).





SOCIAL MEDIA SOCCER

www.socialmediasoccer.com



Osservatorio Giugno

Serie B

Con la collaborazione di  **Go Project**

Classifica social



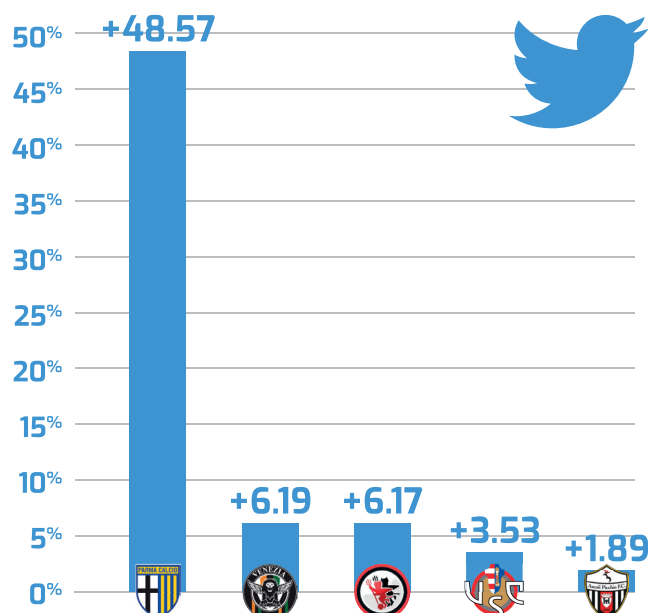
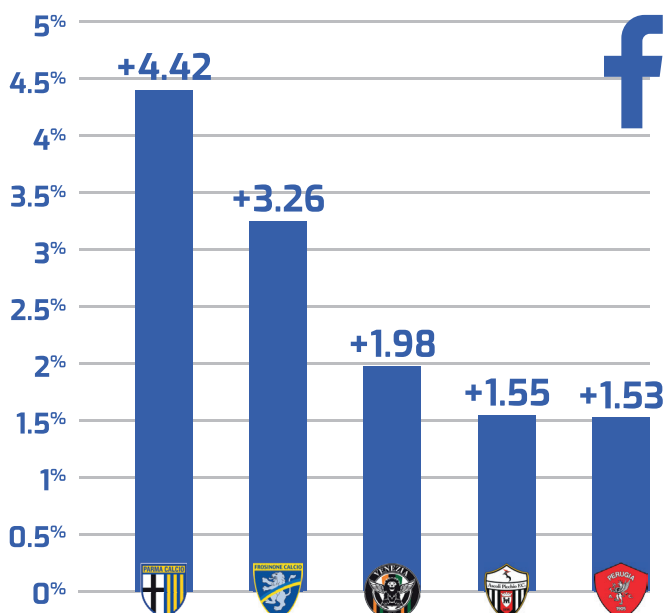
1 –		325.851	192.054	68.746	No visibile	586.651
2 –		273.626	17.877	50.566	4.259	346.328
3 –		108.757	136.100	37.500	1.342	283.699
4 –		160.497	29.296	40.647	7.695	238.135
5 –		129.894	51.147	31.091	5.499	217.631
6 –		79.324	3.853	45.049	4.339	132.565
7 –		58.747	32.293	20.145	1.408	112.593
8 –		66.212	19.113	19.734	1.786	106.845
9 –		42.997	32.412	25.911	2.686	104.006
10 –		58.655	9.426	26.153	2.029	96.263
11 –		52.648	17.825	15.937	1.665	88.075
12 –		46.849	7.920	23.015	No visibile	77.784
13 –		39.354	25.629	5.240	1.893	72.116
14 –		37.547	18.523	12.494	1.928	70.492
15 –		32.836	11.199	10.852	1.962	56.849
16 –		34.525	7.073	14.859	879	57.336
17 –		28.528	18.150	6.027	No social	52.705
18 –		28.311	15.373	8.067	No social	51.751
19 –		26.771	13.658	9.591	1.066	51.086
20 –		33.312	13.163	No social	1.840	48.315
21 –		31.877	11.383	No social	No social	43.260
22 –		24.525	8.216	10.247	No social	42.988

CLASSIFICA SOCIAL

Il 18 maggio si è conclusa la “regular season” del campionato di Serie B che ha decretato i primi verdetti ufficiali: **Empoli** e **Parma** in Serie A mentre **Novara**, **Ternana** e **Pro Vercelli** in Serie C. Una settimana dopo è andata in scena la partita di andata dei play-out che ha visto di fronte **Ascoli** e **Virtus Entella**; al termine del doppio incontro l'**Ascoli** ha potuto festeggiare la permanenza in Serie B grazie ad un doppio 0-0 che ha premiato i marchigiani per il miglior posizionamento in classifica. Il **Parma** grazie alla vittoria nell'ultima giornata sullo **Spezia** e il contemporaneo pareggio del Frosinone in casa contro il **Foggia**, si è garantito la promozione diretta in Serie A. La società ducale ha riscontrato sui social un aumento notevole della propria fan base: **37.328** nuovi fan. Nonostante questo significativo incremento, la distanza con la capolista Palermo rimane molto ampia (**241.590** fan), con il maggiore gap evidenziato su Twitter (**174.177** fan).

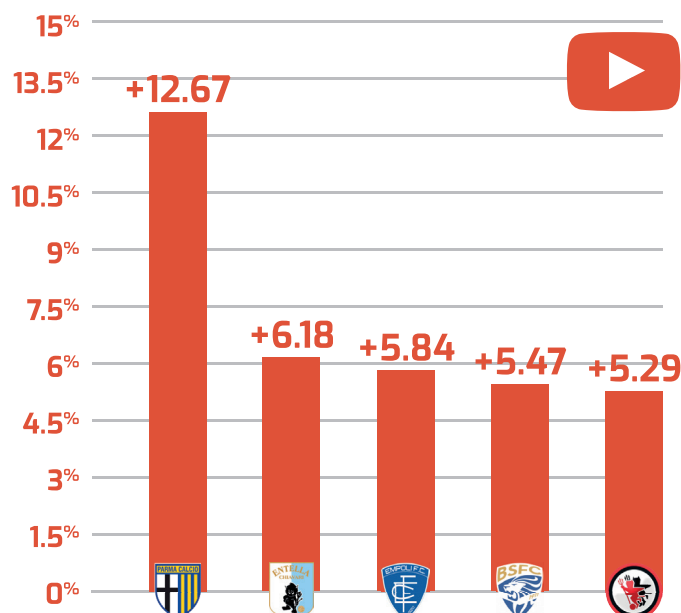
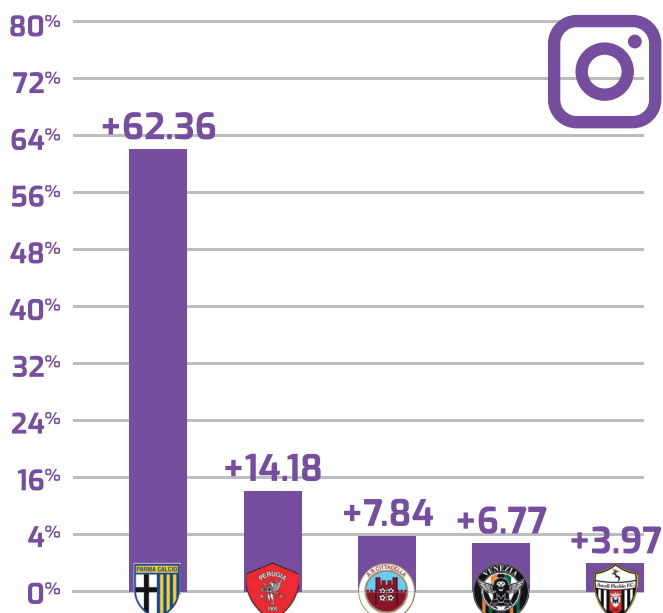
FACEBOOK Il **Parma** ha ottenuto il miglior incremento ottenendo un **+4,42%**, che tradotto in termini numerici rappresenta un aumento della fan base di circa **11.000** nuovi fan. Se in termini percentuali la distanza tra **Frosinone** e **Parma** sembra minima, in termini numerici è di circa 10 volte superiore, infatti la società ciociara a fronte di un aumento del **3,26%** ha guadagnato circa **1.300** fan. Sono ben 3 le squadre ad aver chiuso il mese con un decremento: **Brescia** (**-0,01%**), **Palermo** (**-0,01%**) e **Pescara** (**-0,26%**).

TWITTER In prima posizione troviamo sempre il **Parma** (**+48,57%**) che è passato da **12.033** fan a **17.877**, acquisendo quindi **5.544** nuovi follower. Molte squadre hanno chiuso in negativo, ma i decrementi più rilevanti sono stati del **Bari** (**-4,03%**) e del **Perugia** (**-12,93%**). Proprio la società umbra che il mese precedente aveva fatto registrare il miglior incremento su Twitter (**+27,46%**), in questo mese invece è risultata la squadra più penalizzata perdendo circa **3.000** follower.



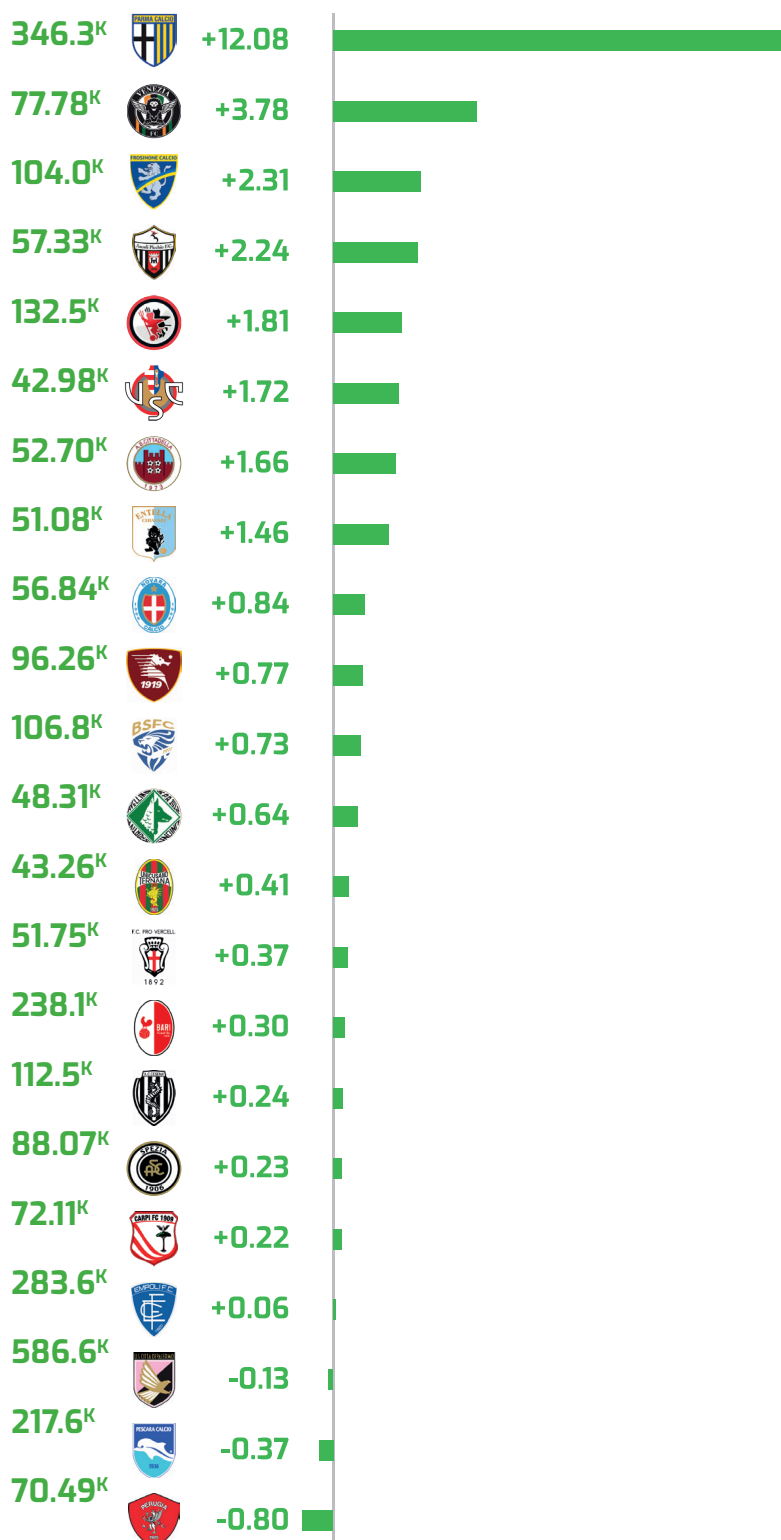
INSTAGRAM Il **Parma** ottiene il suo miglior risultato, in termini di acquisizioni fan, sul social preso in analisi. La società emiliana guadagna circa **20.000** nuovi follower facendo registrare un **+62,36%**. Il **Perugia** compensa parzialmente il decremento rilevato su Twitter, acquisendo **1.552** fan. Tutte le squadre prese in analisi hanno chiuso il mese con il segno +; da evidenziare che 12 squadre hanno registrato un incremento di oltre due punti percentuali e soltanto due società sono andate sotto l'**1%**.

YOUTUBE Il **Parma** si conferma leader anche su questo social: **479** nuovi iscritti sul suo canale Youtube. In termini numerici, il **Foggia** è la seconda squadra per acquisizione di nuovi fan (**+218** iscritti), confermando la performance del mese precedente che aveva visto i "satanelli" primeggiare grazie ad un incremento del **15,24%**.



La squadra che ha ottenuto per distacco la miglior performance è stata il **Parma (+12,08%)**; segue il **Venezia (+3,78%)** ed infine chiude la top 3 il **Frosinone (+2,31%)**. Il **Foggia** in termini quantitativi è risultata la terza squadra con un incremento della fan base di **2.361** nuovi fan posizionandosi dietro il **Venezia (+2.832)** e prima del **Frosinone (+2.345)**. Sono tre le squadre ad aver chiuso con un decremento in termini assoluti: **Pescara (-805)**, **Palermo (-751)** e **Perugia (-567)**.

CLASSIFICA PER INCREMENTI DELLA FAN BASE

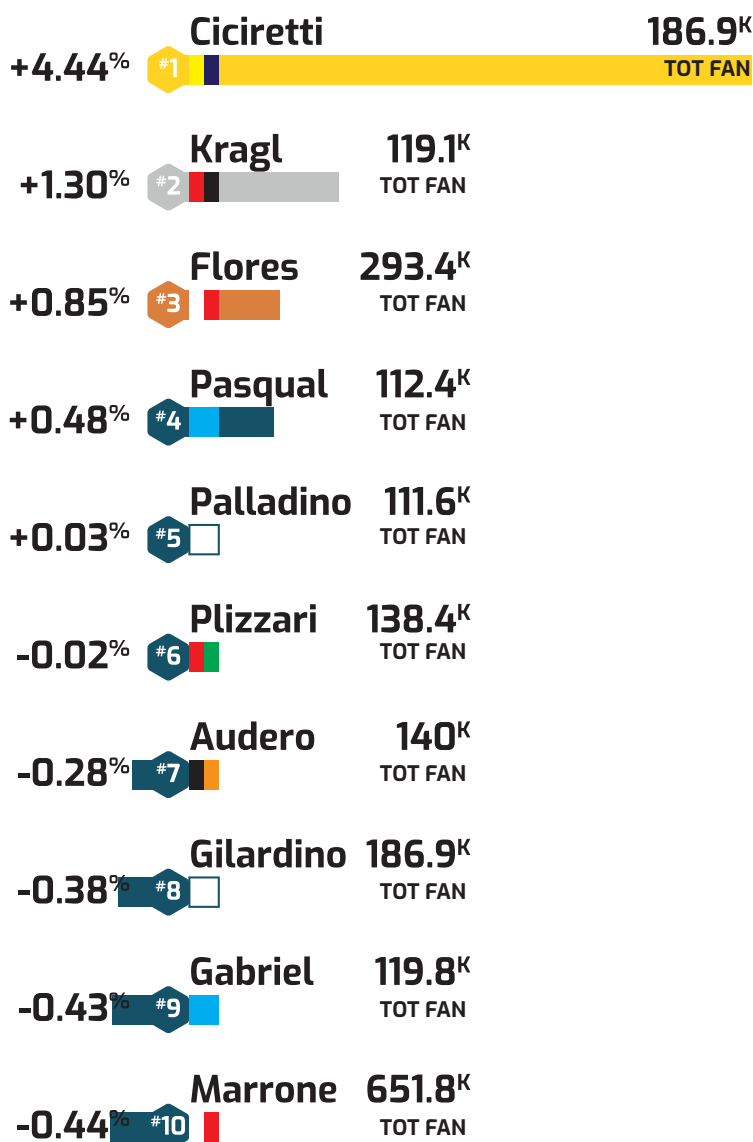


TOP GIOCATORI SOCIAL

Analizzando i 10 giocatori social, in termini di fan, si è rilevato che il miglior incremento è stato di **Amato Ciciretti**, attaccante del **Parma**, che ha ampliato la sua fan base di **7.952** utenti. Questo incremento ha permesso all'attaccante, nativo di **Roma**, di scavalcare Gilardino ed entrare nella top 3 dei giocatori social, alle spalle di **Marrone** (**651.858** fan) e di **Floro Flores** (**293.426**). Il miglior contenuto postato dal numero 8 è stata l'immagine che lo ritrae sotto il settore ospiti del "Picco" di Spezia, dopo la partita che ha permesso al Parma di tornare in Serie A; l'immagine ha ottenuto un engagement rate del **20,8%**.

Tra i top 10, hanno chiuso con un decremento della propria fan base ben 5 giocatori: **Marrone** (**-0,44%**), **Gabriel** (**-0,43%**), **Gilardino** (**-0,38%**), **Audero** (**-0,28%**) e **Plizzari** (**-0,02%**).

CLASSIFICA INCREMENTI PERCENTUALE



CONTENUTI SOCIAL



L' **Empoli**, già certa della promozione matematica in Serie A arrivata il 28 Aprile, ha festeggiato la vittoria del campionato al termine dell'ultima partita disputatasi il 18 maggio contro il **Perugia**. Per i festeggiamenti la squadra si è recata in Piazza della Vittoria direttamente dallo stadio con il consueto pullman scoperto. Il video della festa, con le sue **5.227** visualizzazioni è stato il contenuto più apprezzato sulla pagina della società toscana.

L'**Ascoli** si è garantito la permanenza in Serie B dopo lo spareggio disputato contro la **Virtus Entella**. Al termine del match di ritorno la squadra marchigiana ha condiviso sul suo profilo Twitter un video che riprendeva i tifosi, all'interno del terreno di gioco, esultare con la squadra per la salvezza raggiunta. Il contenuto grazie alle sue **6.473** visualizzazioni, ai **99 like** e ai **36 retweet** ha fatto registrare un engagement rate del **93,45%**.



Il **Parma** è riuscito nella storica impresa del triplo salto di categoria: dalla Serie D alla Serie A, ottenendo tre promozioni consecutive. Protagonista di questa grande impresa è stato il capitano della squadra crociata: il numero 6 **Alessandro Lucarelli**. Il difensore livornese, dopo la promozione in Serie A, ha dato il suo addio al calcio e la società emiliana ha deciso di omaggiarlo ritirando la sua maglia. Il discorso del capitano, andato in scena durante i festeggiamenti per la promozione in Serie A, ha ottenuto: **51.811** visualizzazioni, **6.494 Like** e **103** commenti totalizzando un engagement rate del **115,5%**.