



FEDERAZIONE ITALIANA GIUOCO CALCIO

★ 1934 ★ 1938 ★ 1982 ★ 2006

## COMUNICATO STAMPA



facebook.com/FIGC



twitter.com/vivo\_azzurro



instagram.com/vivoazzurro



youtube.com/figc  
youtube.com/vivoazzurro



+FIGC Vivo Azzurro - Nazionale Italiana Calcio

### EURO 2016

#### **Azzurri primi sui Social Media nella fase a gironi. Ascolti da record in televisione**

**Montpellier, 24 Giugno 2016** – Prima in classifica nel suo girone, ma prima anche sui Social Media e con ascolti da record in televisione: è iniziato nel migliore dei modi il Campionato Europeo della Nazionale, che per l'impegnativa sfida degli ottavi di finale con la Spagna sa di poter fare affidamento sulla passione e sul calore del popolo italiano.

Un attaccamento al gruppo guidato da Antonio Conte confermato dai numeri del web. Tra le community on line delle squadre partecipanti al torneo, quella azzurra ha ottenuto la massima crescita a livello complessivo. Secondo quanto riporta Result Sports, agenzia tedesca di rilevamento dati web, i social media dell'Italia, a parità di gare disputate, sono quelli dall'impatto "digital" più importante fra tutte le nazionali, con una crescita globale di +442.962 "followers & likers". Seguono la Francia padrone di casa (+385.252), la Germania campione del Mondo (+322.392), l'Inghilterra "pioniere" dei social media (+313.937) e la Polonia della "star" Lewandowski (+189.655). Inoltre sui singoli social media la Community di Vivo Azzurro si è classificata prima su Facebook e You Tube.

Con quasi 300.000 iscritti in più, la pagina Facebook della Nazionale, che conta quasi 4,6 milioni di 'likers', è quella cresciuta maggiormente. Inoltre, soltanto la Francia è riuscita ad eguagliare (in una sola occasione) il picco di engagement settimanale di 1,8 milioni di interazioni. Un dato che, dopo i successi digitali del Mondiale 2014, conferma la leadership azzurra nelle "interazioni" sul social media di Mark Zuckerberg. Da quando è iniziato l'Europeo la Fan Page ha collezionato quasi 280 milioni di visualizzazioni, a cui vanno sommate le oltre 370 milioni di visualizzazioni della "Facebook Frame" (badge "Forza Azzurri" per la foto del profilo) attivata da oltre 1,3 milioni di utenti (fonte: Facebook Insights).

Anche su You Tube la Nazionale italiana è quella che è cresciuta maggiormente con +24.731 iscritti al canale. Da quando è iniziato l'Europeo le clip del Vivo Azzurro Channel hanno totalizzato oltre 3,2 milioni di visualizzazioni per 8,5 milioni di minuti guardati (fonte: You Tube Analytics).



Via Gregorio Allegri, 14 00198 Roma

tel. +39 06 84911 - press@figc.it - www.figc.it



facebook.com/FIGC



twitter.com/vivo\_azzurro



instagram.com/vivoazzurro



youtube.com/figc  
youtube.com/vivoazzurro



+FIGC Vivo Azzurro - Nazionale Italiana Calcio

Boom di visualizzazioni anche per i due account Twitter della Nazionale @Vivo\_Azzurro (ita) e @azzurri (eng). Nel mese di giugno i due social media sommati hanno totalizzato 42 milioni di visualizzazioni, per quasi 1,4 milione di visite dei profili (fonte: Twitter Analytics). Con una crescita complessiva di +39.248 follower tra i due account, l'Italia è la quarta nazionale ad essere cresciuta di più su Twitter dopo Inghilterra, Germania e Francia (fonte: Result Sports).

Sono più di 80.000 i follower che ha guadagnato l'account @azzurri su Instagram da quando è iniziato l'Europeo. La quarta crescita più rigogliosa dopo quelle di Turchia, Francia e Inghilterra (fonte: Result Sports), per un canale che ha quasi 520.000 follower.

E nella prima fase gli Azzurri hanno fatto segnare numeri da record anche per quanto riguarda gli ascolti televisivi. Sono 50 milioni e 388 mila gli spettatori complessivi per le prime tre gare del girone: il primato spetta al match d'esordio con il Belgio, con 18 milioni e 981 mila spettatori (share del 64.45%) che hanno seguito il successo della Nazionale sui Diavoli Rossi su Rai 1, Rai 4 e Sky Sport 1. Sono stati 13 milioni 847 mila (70.55% di share) gli spettatori che hanno visto in tv la seconda gara con la Svezia, un dato più che significativo considerato che la partita è stata disputata in un giorno feriale e in orario pomeridiano, mentre il terzo e ultimo match con l'Irlanda ha fatto registrare 17 milioni 560 mila spettatori con uno share complessivo del 63.44%. Anche lunedì prossimo contro la Spagna c'è da credere che gli italiani non lasceranno sola la Nazionale.

