

# GRANDE SUCCESSO “SOCIAL” PER LA 57ª EDIZIONE DEL RALLYE ELBA-TROFEO BARDAHL



*Il grande successo mediatico della gara è passato soprattutto dalle interazioni sulle piattaforme sociali.*

*Un importante segnale che proseguirà con il Rally storico di settembre.*

**Portoferraio (Isola d'Elba, Livorno), 28 maggio 2024** – Sono disponibili i dati generati sull'Universo Meta, piattaforma principale di diffusione social, per il 57° Rallye Elba – Trofeo Bardahl, disputato il 26 e 27 aprile scorsi. Il ventaglio temporale preso in osservazione va dal 01 gennaio al 30 aprile. E' necessario specificare che tutto quanto raggiunto è stato ottenuto da una **crescita organica**, cioè basata totalmente su strategie, contenuti, post, video, reel e storie derivanti da risorse umane **senza pubblicità alcuna**. SI tratta di segnali decisamente importanti, da prendere come ideale trampolino di lancio per iniziare a parlare dell'altro evento motoristico sull'isola, il **Rallye Storico in programma a settembre, con la doppia validità europea e tricolore.**

## **Facebook**

La pagina conta un numero pari a **4983 follower**. Per quanto riguarda il numero di persone raggiunte, questo è pari a **187.710**, il **90,9%** in più rispetto all'ultimo quadrimestre del 2023.

Nel periodo pre gara, grazie all'hype della manifestazione, un solo post ha raggiunto 40.000 persone. L'apice del grafico reso disponibile dagli insight Facebook conta un totale di circa 46.000 persone raggiunte in sole 24 ore, nel giorno più "caldo" dell'evento. Il numero di interazioni totali è 5998,

il 24,2% in più rispetto al quadrimestre precedente. Per quanto riguarda il dato relativo alla crescita dei follower, possiamo assumere come rilevanti i seguenti dati: rispetto al medesimo quadrimestre precedente, la crescita è stata del **105%**.

349 followers netti, derivati da 378 nuovi meno 29 (dato poco rilevante, conseguente probabilmente ad account cancellati). Passando ai minuti di visualizzazione dei contenuti video, si ha uno dei risultati più ampi ottenuti durante l'evento sportivo: 3 giorni e mezzo, cioè 87 ore, ossia 5219 minuti, quindi **313.140 secondi** totali di visualizzazione video e contenuti prodotti.

Da un altro grafico a torta, si evince come (in modo anche abbastanza ovvio) le località principali del pubblico social siano quelle elbane. Per quanto riguarda le visualizzazioni delle dirette, il numero di spettatori ha **53.428** raggiunti nel seguente dettaglio.

Per quanto riguarda la PS1 il totale visite è **31.605** da Sportcultura.TV (431), Qui Motori (9842) , Rallye Elba (3757) , International Rally Cup (17.775).

Per la PS6 il totale visite è **12.210** ottenuto sommando i dati da Sportcultura.tv (7194), Qui Motori (1117), Rallye Elba (1357), International Rally Cup (2542), mentre **1347** sono gli account raggiunti da pagine Sportcultura.tv (122) e Qui Motori (1225) durante la conferenza stampa. Ma passiamo ad Instagram.

### **Instagram**

I dati parlano chiaro: **8584 utenti raggiunti**, **89%** in più rispetto al quadrimestre precedente che in relazione ai 1502 followers, si tratta di 5,7 volte tanto. 2203 interazioni significa alto gradimento dei contenuti che rispettano ogni anno i trend ed i temi attuali, incrementando hype ed attenzione tra i fan e non solo. **+31.371%**: di interazioni rispetto al quadrimestre precedente. E' importante sottolineare il fatto che le persone che hanno smesso di seguire la pagina siano diminuite del 39%, trend in forte diminuzione. Per quanto riguarda la panoramica su età, densità geografica e genere possiamo dire questo: evidente il divario tra pubblico maschile e femminile. 79% vs 21%. Riguardo alla densità geografica, questa si distribuisce omogeneamente su tutta Italia ma da evidenziare una presenza del 3% di pubblico proveniente dalla capitale.

—

### **Youtube**

Consideriamo le dirette curate da SportculturaTv, canale da 4810 iscritti,

diffuse anche dalla pagina facebook "QUI Motori". Queste hanno coperto la conferenza stampa, la PS1 "Capoliveri" e la PS6 "Marciana Marina-Marciana-Campo". La conferenza stampa ha ottenuto 506 spettatori unici, 541 visualizzazioni e 1780 impressioni, la PS1, primo momento di azione e quindi di vero interesse, ha contato 4818 spettatori unici, 5746 visualizzazioni e 39.539 impressioni, i numeri più alti della gara. 2078 spettatori unici, 1936 visualizzazioni e 19137 impressioni hanno caratterizzato la PS6. Concludendo, il risultato delle dirette YouTube è stato di **7402 spettatori unici, 8223 visualizzazioni e 60.456 impressioni.**

Il lavoro è stato portato avanti dal media team coordinato dal capo ufficio stampa Alessandro Bugelli, che ha creato il piano editoriale, insieme ad uno staff di giovani collaboratori: Michele La Greca e il content creator e videomaker Leonardo. Si poi potuto contare sul prezioso supporto di Vanni Ponziani per la parte televisiva, oltre al contributo dello staff comunicazione di IRC Sport, con Gabriele Michi alla direzione e Michela Picchetti impegnata per le dirette.

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

[www.facebook.com/RallyeElba](http://www.facebook.com/RallyeElba)

#RallyeElba2024 #AciLivornoSport #AciLivorno #IRC #MitropaRallyCup #rally #motorsport #elba #isoladelba #italy #mare #sea #elbaisland #toscana #island #travel #tuscany #italia #seaside #beach #Portoferraio #Capoliveri #PortoAzzurro #MarinadiCampo #MarcianaMaarina #Marciana

**Aci Livorno Sport ASD**

**Via Verdi 32 – 57126 Livorno**

**tel. 0039 (0) 586 898435**

**fax 0039 (0)586 205937**

**acilivornosport@acilivorno.it**

**UFFICIO STAMPA**

Alessandro Bugelli

***Giornalista***

**Iscrizione Ordine Nazionale dei Giornalisti 110772**

**MGT COMUNICAZIONE**