

“È solo calcio”, il progetto omnichannel di Athesis dedicato al calcio vicentino. Un caso di successo per wan-ifra



Un'iniziativa editoriale verticale e multicanale rivolta ai tifosi delle due squadre vicentine più seguite, L.R. Vicenza e Arzignano ma che si è fatta notare a livello globale. “È solo calcio” è uno spazio unico e fluido, ideato e promosso da Il Giornale di Vicenza, che lega carta con digitale e unisce le persone intorno ad una passione comune, quella per il calcio vicentino. Un progetto ambizioso ed

innovativo che non a caso è stato inserito come caso di successo dalla World Association of News Publishers (WAN-IFRA) tra le iniziative sviluppate all'interno di Table Stakes Europe, il programma di sviluppo digitale riservato principalmente alle testate giornalistiche locali sviluppato da WAN-IFRA insieme all'architetto di Table Stakes Doug Smith ed in collaborazione con Google News Initiative Digital Growth Program ed al quale le redazioni del Gruppo editoriale Athesis hanno preso parte. L'iniziativa vicentina, inserita nella ristretta rosa dei sette case studies di Table Stakes Europe, è stata raccontata in un [articolo dedicato](#) sul sito wan-ifra.org.

L'obiettivo di “È solo calcio” è quello di soddisfare le esigenze di informazione sportiva di tifosi e appassionati del calcio berico, diventandone il punto di riferimento attraverso un'offerta di contenuti costante, legata al mondo biancorosso e gialloceleste.

Viene così sviluppato un luogo - reale e virtuale - dove trovare tutte le notizie sul calcio vicentino, ma anche di confronto, dove poter scambiare le proprie opinioni e poter interagire con addetti ai lavori e con la redazione de Il Giornale di Vicenza. Un progetto sinergico e multicanale in cui il pubblico è al centro di un sistema composto da una sezione web – che conta una media settimanale di 20k utenti unici e oltre 35k visualizzazioni di pagina -, quotidiano, mobile, podcast e newsletter, in grado di offrire agli utenti la possibilità di accedere a diverse piattaforme, ognuna con un contenuto dedicato.

La proposta Web.

- L'approfondimento: ogni lunedì alle 18, in diretta dall'auditorium de Il Giornale di Vicenza, Luca Ancetti, condirettore del quotidiano, conduce l'analisi tecnica sul Campionato di Serie C del Vicenza e dell'Arzignano. È possibile seguirla collegandosi al sito [ilgiornaledivicenza.it](#) e sulla

pagina Facebook del quotidiano; e successivamente rivederlo on demand ogni volta che si desidera all'interno della sezione dedicata.

- Gli highlights dei match all'interno dell'approfondimento e nell'area dedicata.
- Le pagelle dei tifosi – Al termine di ogni partita del L.R. Vicenza i lettori sono chiamati a votare tramite un sondaggio per eleggere il migliore. Alla fine di ogni mese verrà poi individuato l'Mvp.
- I pre-partita - in diretta sul sito e sulla pagina Facebook del Giornale di Vicenza la conferenza stampa del mister Dan Thomassen del L.R. Vicenza.

La proposta del quotidiano. Tutti i martedì due pagine dedicate all'analisi del campionato di serie C. Inoltre, ogni vigilia di partita, ulteriori due pagine di presentazione della imminente giornata di campionato con le probabili formazioni delle due squadre e delle rispettive avversarie.

"La Gazzarra dello Sport", il podcast. Ogni giovedì quattro giornalisti de Il Giornale di Vicenza - Giancarlo Tamiozzo e Paolo Mutterle della redazione sport e Nicola Gobbo e Nicola Negrin della redazione web/cronaca - fanno il punto sul Lane, l'Arzignano e il mondo del pallone, ma senza prendersi troppo sul serio. Un prodotto editoriale fresco e nuovo candidato nella categoria Best Podcast dei Digital Media Europe Awards di WAN-IFRA. Tra analisi, commenti e battute, c'è spazio anche per i messaggi degli ascoltatori. Le puntate sono disponibili sul sito e su tutti i principali player di podcast gratuiti.

La newsletter. Inviata ogni venerdì a tutti gli iscritti, per gli amanti del mondo del pallone un racconto multimediale delle avventure del L.R. Vicenza, dell'Arzignano e del calcio dilettantistico, per un dialogo più diretto e intimo con tutti i tifosi.

Tifosi protagonisti. "È solo calcio" è aperto totalmente al dialogo con tifosi e appassionati. Per migliorare questo canale sono disponibili un numero Whatsapp e un indirizzo mail attraverso il quale i lettori possono mandare le proprie domande e considerazioni, le quali verranno esaminate di settimana in settimana nell'approfondimento, sul web, nel podcast e sul quotidiano.

Un successo quello della "casa dei tifosi" testimoniato anche dal prezioso supporto di realtà nazionali e locali. L'iniziativa, infatti, gode già del sostegno di BVR Banca – Credito Cooperativo Italiano in qualità di Main Partner, MA Impianti come Partner e Supporter Carpenteria Morari. Un progetto dedicato a tutti coloro che condividono la passione per il calcio vicentino, e non solo.

📅 06/04/2023 | 📱 Digital

Indietro

in condividi

🐦 tweet

f condividi

Sitemap

Home	Testate	News
Awards	Video	Operatori
Shop	Il Gruppo	Contatti
Area Utenti	Job	Privacy

Newsletter

Iscriviti alla newsletter di Media Key per restare aggiornato.

Iscriviti

Gruppo editoriale Media Key

Via Arcivescovo Romilli 20/8 - 20139 - Milano
 ☎ +39 02.52.20.37.1
 ✉ info@mediakey.it
 P.IVA e C.F. 06257230158

Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, per gestire e migliorare la tua esperienza di navigazione. Cliccando Accetta acconsenti al loro uso. Per maggiori informazioni su come utilizziamo i cookie e su come rimuoverli, consulta la nostra. - [Informazione sui cookie](#) - [gestione dei cookie](#)

Accetta