Il calcio dove meno te lo aspetti: la Serie A sbarca su Spotify

Il calcio non è più solo una questione di giocatori dentro un campo rettangolare: questo è ormai da anni chiaro a tutti. È un business vero e proprio, dove rientrano strategie d'investimento, di marketing e finanziarie.

E anche il web ed i social giocano il loro ruolo: le società puntano sempre di più ad espandersi su internet. A diventare virali. D'altronde, il flusso di persone che frequenta il web quotidianamente è impressionante. Sono molti più i like delle persone che vanno fisicamente allo stadio.

E in questa "gara" all'innovazione, in Italia ci sono due club che hanno fatto uno scatto avanti: Parma e Torino, che sono ufficialmente sbarcate su Spotify – la piattaforma di streaming musicale più famosa ed utilizzata al mondo. Il Parma ha creato delle playlist con le canzoni che il pubblico ascolta durante il riscaldamento: hit da "match-day" insomma. Il Torino ha invece avuto un'idea diversa: ha raccolto le canzoni preferite dei suoi calciatori. Un modo, quello dei granata, per creare un rapporto più stretto fra i tifosi e i loro beniamini. In poco più di una settimana, con le playlist di Ansaldi, Izzo e De Silvestri, il Torino ha già raggiungo gli 800 followers.

Chissà se Parma e Toro rimarranno isolate o se siano precorritrici: su Spotify non è difficile prevedere che si spostino altre società. Magari con nuove idee: le radio ufficiali dei club, le interviste ai giocatori o le conferenze stampa degli allenatori, ad esempio. Su Spotify, infatti, oltre alle canzoni si possono caricare podcast, trasmissioni radio e contenuti audio in generale.

Oltre ad una soluzione simpatica per i fan, spostarsi su questa piattaforma può rappresentare (anche se senza numeri clamorosi) un piccolo business: in base alle riproduzioni, infatti, su Spotify si guadagna. All'estero se ne sono accorti (come sempre) molto prima di noi…