

Milan - Lazio schemi diversi per andare "a rete"

Gli appassionati di calcio non si lascino trarre in inganno dal titolo, volutamente ambiguo. Le righe che seguono, infatti, non tratteranno moduli a zona, ripartenze e sfruttamento dei calci da fermo, ma un diverso stile ed una differente concezione nell'uso della vetrina telematica, ormai foriera di qualunque forma di pubblicità, e quindi facile preda delle società calcistiche a caccia, sulla falsariga di quelle inglesi, di notorietà e merchandising.

In attesa che il campionato dia il suo verdetto su quest'entusiasmante duello, che vede al momento la Lazio prevalere di un punto a quattro giornate dalla fine, ci siamo chiesti come dette squadre avessero sfruttato tale vetrina, ed abbiamo voluto confrontare i siti ufficiali delle due compagini, individuabili rispettivamente agli indirizzi www.acmilan.it e www.sslazio.it.

Il sito del Milan risulta, ad una prima impressione, più sobrio ed elegante, quasi snob. L'uso della lingua inglese, presente nella maggior parte delle informazioni fornite, conferma la volontà della società di darsi un'immagine più internazionale. Un banner di scorrimento laterale sembra quasi consigliare l'ordine con cui visionare le diverse pagine linkate al sito, proponendo alcune voci cliccando sulle quali si ottengono altre sotto-voci più specifiche. Un esame più attento rileva alcune imperfezioni solo nella pagina dedicata alla rosa dei giocatori di questa stagione (alcuni ruoli sono opinabili, mentre il mercato di riparazione non trova conferma nella presenza di giocatori come Lehmann, venduti da tempo).

Numerosi sponsor fanno da contorno sia alla pagina iniziale sia ad alcune sezioni interne, alcuni dei quali quasi "di famiglia", come il link ai siti delle reti Mediaset o quello a "Pubblitalia'80", storica concessionaria di pubblicità delle reti FININVEST. Una pagina apposita, presente nei link interni alle voci presenti sulla sinistra della schermata, elenca i venti sponsor ufficiali della società, e permette un rimando specifico ad ognuno di essi.

Le informazioni fornite sono accurate ma non molto esaustive: non vi è traccia, ad esempio, di classifiche relative ai precedenti campionati, né dei risultati ottenuti dalla squadra (ad esempio) nelle edizioni della Coppa Italia disputate negli ultimi anni. I tabellini delle partite di questa stagione sono piuttosto scarni e privi d'immagini, mancano link ad altre società o pagine utili per i tifosi che cerchino qualcosa fuori dal comune. Inoltre, lo spazio dedicato al feedback con gli stessi tifosi appare insufficiente, privo di servizi quali mercatini, foto della curva rossonera, possibilità di scaricare ed ascoltare la voce dei giocatori (o l'inno) che avvicinerebbero maggiormente i tifosi al sito della propria squadra.

La sensazione finale è quella di aver visto il sito di una società che appartenga ad un nucleo di gestione più ampio, ad una realtà organizzativa ed economica più vasta, che non ritiene necessario fornire più notizie ed informazioni rispetto a quelle che chiunque si può attendere di trovare in quelle pagine.

Il sito della Lazio, al contrario, fornisce un'immagine molto diversa di questa società e dei suoi tifosi. Più colorito, quasi "ruspante", questo spazio permette ai propri tifosi di vivere la squadra capitolina con meno distacco, forse con meno eleganza ma certamente con più passione. Numerose pagine permettono ai supporters laziali di mettersi in contatto e di porre domande ad allenatore, giocatori, sezione marketing ed ufficio stampa, d'incontrarsi (e scontrarsi, a volte con toni molto ... da stadio) tra di loro e di scambiarsi cimeli e vecchi ricordi.

E' possibile scaricare l'inno della squadra, divertirsi con dei giochi a tessera od incastro, o rispondere a domande sulla storia della società e dei suoi beniamini. Inviati del sito sono due figure inventate, l'aquilotto "Scheggia" ed il pomodoro "Pomazio", che tengono compagnia ai tifosi nella loro ricerca d'informazioni tra le più varie. Sono presenti, infatti, risultati e classifiche delle ultime stagioni, schede molto dettagliate d'ogni giocatore (comprese le ultime variazioni di mercato), foto di derby storici del passato, links utili ad altre squadre di A e B, nonché elenchi di numeri telefonici di giornali, società sportive, biglietterie, negozi.

Esiste anche un servizio di prenotazione di biglietti on-line, di presentazione delle squadre avversarie, oltre ad una pagina che funge da "addetto stampa" ufficiale per le dichiarazioni del club. Il sito laziale ci è parso molto più vasto ed assortito, una specie di "centro commerciale" biancazzurro dove tutti, dai più grandi ai più piccini, possono trascorrere del tempo con interesse ed allegria. Le stesse informazioni possono essere raggiunte attraverso percorsi differenti, gli aggiornamenti sono discretamente veloci, ed anche solo il fermarsi a leggere gli scambi di commenti e battute tra i tifosi permette di assaporare quel clima da stadio fatto di sfottò, prese in giro ed attesa per la prossima partita. In conclusione, di fronte all'eleganza, alla "nobiltà" di un sito come quello del Milan, la cui sezione storica e relativa ai trofei può far invidia a molti club italiani e non, ci siamo divertiti di più a girare ed a passare un po' di tempo in quello della Lazio, in compagnia di Scheggia, Pomazio e delle loro buffe espressioni a seconda delle pagine dove li abbiamo incontrati.

Ora la parola, anzi la tastiera, passa ai naviganti ed alla loro curiosità, in attesa di vedere chi avrà partita vinta non solo nella rete telematica, dove conta (per ora) di meno, ma anche in quelle che avvolgono le porte dove si

avverano (o scompaiono) i nostri sogni domenicali.

© Tutto il materiale contenuto in questo file, in qualunque forma espresso, è protetto dalle leggi sul diritto d'autore.