



Si rinnova la collaborazione tra FIR e la Digital Company IQUII, parte del Gruppo Be, con un accordo triennale per la Sport Digital Transformation e lo sviluppo di strategie integrate tra tutti i canali di comunicazione fisico-digitali della Federazione

ROMA - 21 gennaio. Squadre, società e federazioni sportive crescono grazie alle **emozioniche** riescono a regalare ai

tifosi

, intrattenendoli, coinvolgendoli, informandoli e mettendoli al centro della loro passione, all'interno di una community. Non fa eccezione il

rugby

che, di fatto, conta su appassionati uniti dal forte senso di appartenenza e sempre alla ricerca di contenuti esclusivi, real time e in mobilità.

In questo contesto in rapida evoluzione, la **sport digital transformation** ha dato nuovi input alle aziende sportive, influenzando i modelli di business, modificando processi e infrastrutture, con l'obiettivo di migliorare l'integrazione tra i touchpoint fisico-digitali e offrire un'esperienza omnicanale.

È in questa direzione che va **la collaborazione tra la Federazione Italiana Rugby e IQUI**, confermata

Official Digital Partner

con l'accordo firmato per il

triennio 2019-2021

che va a consolidare la partnership cominciata a inizio 2016

.

Il rapporto, nato con il lancio della **prima app ufficiale FIR** e l'obiettivo iniziale di attivare un nuovo canale di contatto e comunicazione con appassionati e sportivi, per la costruzione di una nuova user base e una community maggiormente attiva, ha visto il lancio ad ottobre 2018 della **terza versione dell'app**

con l'impianto della

Sport Platform

basata su

SportXP

, framework proprietario della Business Unit IQUI Sport: la piattaforma sta assistendo la Federazione nelle attività di acquisizione e fidelizzazione, ottimizzando il coinvolgimento e l'esperienza dei tifosi online ed offline.

La partnership dunque prosegue con IQUI a supporto di attività strategiche, digitali e tecnologiche della FIR e si poggia su tre pilastri:

- **Strategia**: con il continuo supporto alle iniziative FIR sui canali digitali e non solo (comunicazione, adv) per valorizzare il rapporto con la fanbase attraverso profilazione, data acquisition e membership con l'obiettivo di arricchire il **CRM** e sviluppare nuove azioni di fan engagement;

- **Performance**: grazie a leve di **marketing automation** (tra le quali push notification optimization e mail) per migliorare la comunicazione con gli utenti e facilitarne la profilazione attraverso strumenti di Business Intelligence per lo studio del comportamento, l'ottimizzazione continua sugli store (ASO) e per i vari sistemi operativi;

- **Innovazione**: con la continua crescita della sport platform (content management, data integration, analytics) e con lo sviluppo di **un'app TV** tramite la quale poter accedere a un palinsesto di contenuti multimediali e di engagement dedicati relativi alla Federazione.

“Siamo molto orgogliosi di proseguire la collaborazione con la FIR per un nuovo percorso di

crescita nei prossimi tre anni. Siamo pronti ad affrontare una nuova sfida con l'obiettivo di supportare strategicamente e digitalmente tutto l'ecosistema della Federazione, rafforzandone la brand awareness. Grazie a confronto continuo e vision condivisa, vogliamo continuare a posizionarci come partner strategico, affidabile e proattivo per condividere la nostra esperienza nello Sport Business e creare valore insieme". **Fabio Lalli**, CEO di IQUII

"La condivisione di una vision che mette gli sport data al centro dell'ecosistema comunicazionale della FIR, con l'intento di rendere sempre più stretto il legame tra la Federazione ed i propri fan, è stata da subito il tratto distintivo della nostra collaborazione con IQUII. Siamo felici di aver contribuito, attraverso il progetto sviluppato con Fabio Lalli ed il suo team negli ultimi due anni, a favorire lo sbarco dell'azienda nel mondo dello sport italiano, dove oggi ricopre un ruolo di leadership."

Il triennio che ci aspetta vuole portare FIR a rendere sempre più profonda l'esperienza digitale per appassionati vecchi e nuovi, generando valore per la Federazione e per i propri stakeholders e aumentando le possibilità di intrattenimento e coinvolgimento per gli utenti, attraverso il radicale sviluppo di una collaborazione divenuta strategica per la FIR" ha detto **Andrea Cimbrico**

, Responsabile Area Comunicazione della Federazione Italiana Rugby