SERIE A WOMEN

REPORT SERIE A WOMEN

STAGIONE SPORTIVA 2024-2025




TIM
TIM

INDICE

1. Prefazione 2

2. Snapshot Serie A Women 2024-2025 6

3. Executive summary 7

4. La quantificazione e caratterizzazione della Fan Base del Calcio Femminile in Italia 11

4.1. Introduzione 11

4.2. Quantificazione Fan Base Calcio Femminile 11

4.3. Caratterizzazione Fan Base Calcio Femminile 13

5. I Club della Serie A Women 17

5.1. Introduzione 17

5.2. Ambito: Sportivo 17

5.3. Ambito: Fan Base 22

5.4. Ambito: Economico-Finanziario 26

5.5. Ambito: Commerciale 28

5.6. Ambito: Governance 30

5.7. Ambito: Sociale 31

6. Analisi del valore del movimento calcistico e della pratica calcistica femminile 32

7. L'attività della Divisione Serie A Femminile Professionistica 34

8. Nota metodologica 38



1. PREFAZIONE

G. GRAVINA
PRESIDENTE FEDERAZIONE ITALIANA GIUOCO CALCIO

Il Calcio Femminile italiano ha compiuto un **salto di qualità evidente** e apprezzabile sui diversi fronti trattati all'interno di questo report: l'**eccellenza sportiva**, l'**interesse crescente** di **media** e aziende **partner** e un **pubblico** che segue sempre più da vicino le imprese delle calciatrici raccontano un **calcio di vertice strutturato**, **riconosciuto** e che progressivamente contribuisce a **fidelizzare** e **allargare** l'**ampia platea**. Questo progresso non è casuale ma frutto di una **strategia consapevole** che la **Federazione** ha sostenuto con determinazione negli ultimi anni.

Contestualmente, questa traiettoria comporta una nuova assunzione di responsabilità: **rendere** la **crescita strutturale** e **sostenibile** per un **movimento** ancora in una **fase di consolidamento**. La priorità non è più soltanto ampliare le opportunità di accesso, pur rimanendo fondamentale, ma **potenziare** la **solidità** del **sistema**, **elevare** la **qualità** e garantire che i **progressi** di questi anni diventino una **base stabile** per il **futuro**. Un percorso di **rafforzamento** volto a rendere strutturali i progressi recenti, assicurando **continuità** e **sostenibilità** nel tempo, tramite **investimenti** sulle **atlete**, sulle **competenze** dei professionisti che lavorano a livello federale e nelle società e su una **filiera** sempre più efficace nel **generare** e sostenere **talento**. Un processo che passa inevitabilmente anche attraverso il sostegno delle istituzioni, perché il vertice del calcio femminile italiano, con le sue innovazioni e le sue conquiste, ha contribuito in maniera rilevante alla **crescita culturale** della nostra società civile.



La **Serie A Women** e i **Club** partecipanti rappresentano un **cuore pulsante** di questa **trasformazione**, rappresentando un **punto di riferimento strategico** e **sportivo** a supporto dell'intero movimento femminile italiano. Quando il **calcio di vertice** cresce in qualità, visibilità e sostenibilità, genera effetti **moltiplicatori** su tutti i **livelli**: dalle **giovani calciatrici** che trovano **modelli di riferimento** credibili, allo **stimolo** alle **società** di **investire**, ai **territori** che vedono nel Calcio Femminile un'**opportunità di sviluppo sociale** e **culturale**.

Questo report documenta con **trasparenza** un **percorso** che consente a **tutti** gli **attori** del **movimento**, dai **Club** ai **media**, dai **partner** ai **tifosi**, di apprezzare una **panoramica approfondita** sul **campionato di vertice** di **Calcio Femminile** nel nostro Paese. Evidenziando **risultati raggiunti** e **ambiti di miglioramento**, fornendo nuovi stimoli su **tematiche** che la **Federazione** sta già affrontando in **maniera sistemica** trasversalmente a tutte le discipline di competenza. **Impianti** ed **infrastrutture**, sviluppo delle **filiere giovanili**, **sostegno** ai **Club**, **attrattività** del **prodotto** e **competitività internazionale** sono **leve decisive** da sviluppare con determinazione e costanza.

La Federazione continuerà a **sostenere** il **consolidamento** del **Calcio Femminile di vertice** con forte senso di responsabilità e visione, promuovendo una sempre più sinergica **collaborazione** fra tutti gli attori coinvolti. L'obiettivo è creare le condizioni perché la Serie A Women possa continuare a **crescere**, favorendo la crescita del **calcio femminile d'élite**, generando **valore sportivo** e **sociale scalabile** sull'intero **movimento e sul sistema Paese**.


SERIE A WOMEN
TIM
ROMA
1927
HDI
ASSICURAZIONI
GIUGLIANO
CAPITANA

1. PREFAZIONE

F. CAPPELLETTI

PRESIDENTE DIVISIONE SERIE A FEMMINILE PROFESSIONISTICA

Il **Calcio Femminile di vertice** in Italia continua a collezionare **nuovi** e opportuni **traguardi**, che si aggiungono ai significativi **risultati raggiunti** negli ultimi anni. Stiamo assistendo a un'**evoluzione** che coniuga **progressi sportivi** ad una **crescita strutturale** e **culturale**, in cui il **passaggio al professionismo** nella stagione 2022-2023 ha rappresentato un **momento fondante** e **irreversibile** per tutto il movimento. La **chiave** di volta verso la **modernità**, uno **spartiacque lungimirante** e necessario. Il **presente** e il **futuro** su cui **operare alacremente**.

La **stagione sportiva 2024-2025**, analizzata in questa **seconda edizione** del "**Report Serie A Women**", conferma questa traiettoria: emergono infatti una **competitività** sempre più **consolidata** della massima competizione calcistica femminile e la capacità del nostro sistema di **attrarre** sempre più **interesse poliedrico**, **generare valore** e ispirare l'intero movimento sportivo. Questa analisi, realizzata grazie alla **proficua collaborazione** tra **Club**, **Federazione** e **Divisione Serie A Femminile Professionistica**, ha reso possibile, per il secondo anno consecutivo, valorizzare il **lavoro corale** di tutti gli attori coinvolti, offrendo **insight concreti** per guidare l'evoluzione e il **rafforzamento** del **Calcio Femminile di vertice** nel panorama sportivo italiano.

I risultati confermano che la Serie A Women si sta affermando come un **campionato** di **primissimo livello**, equilibrato e sempre più riconosciuto come incubatore di talento. L'**interesse** dei **tifosi**, sia in termini di **engagement** sui **social** media sia sul fronte della **partecipazione** allo **stadio**, evidenzia una **Fan Base** considerevole. Questa attenzione si traduce in **opportunità** economiche concrete per i **Club**, che mostrano una capacità crescente di **valorizzare sponsorizzazioni** e **ricavi commerciali**.



Il Calcio Femminile ha oggi raggiunto un livello di sviluppo che impone un **cambio di prospettiva**: non più solo crescita del prodotto, ma capacità di **affermarsi** come **sistema autonomo**, in grado di **autodefinirsi e autogovernarsi,** sostenersi e generare valore in maniera strutturale.

Ma **i dati raccolti** evidenziano come il raggiungimento di tale consolidamento globale richieda ancora **impegno e determinazione**. Le **sfide economiche** e **infrastrutturali**, insieme al **divario**, su alcuni aspetti ancora significativo, rispetto ai **benchmark internazionali**, rappresentano **ambiti concreti** su cui continuare a intervenire con **coerenza** e **visione strategica**.

In questo contesto, la **Divisione Serie A Femminile Professionistica** assume un **ruolo centrale e di indirizzo**. L'obiettivo è consolidare il Calcio Femminile di vertice come **leva di cambiamento** nella **società**, accrescere l'**interesse** e la **visibilità** per il grande pubblico, rafforzare il **supporto** alle **società** e contribuire alla costruzione di un **sistema economicamente sostenibile**, lavorando sinergicamente con le **istituzioni** e la **Federazione**.


SERIE A
WOMEN

2. SNAPSHOT SERIE A WOMEN 2024-2025

SERIE A WOMEN

1° CAMPIONATO FEMMINILE PROFESSIONISTICO IN ITALIA, a partire dalla stagione 2022-2023

ORGANIZZATO DALLA DIVISIONE SERIE A FEMMINILE PROFESSIONISTICA, inquadrata all'interno della FIGC, insieme alle seguenti **altre competizioni di vertice**:

COPPA ITALIA WOMEN · SUPERCOPPA WOMEN · SERIE A WOMEN'S CUP — introdotta nella stagione 2025-2026

PRIMAVERA 1 WOMEN · COPPA ITALIA PRIMAVERA WOMEN — introdotta in forma sperimentale nella stagione 2024-2025 e resa obbligatoria dalla stagione 2025-2026

10 CLUB PARTECIPANTI, ampliati a 12 a partire dalla stagione 2025-2026:

KEY HIGHLIGHTS STAGIONE 2024-2025

- Oltre il **60%** di **calciatrici "homegrown"**[1] nelle **rose** dei **Club**
- **Competizione più equilibrata** tra i principali campionati europei:
  - Minor differenza punti tra 1° e 2° in classifica
  - Minor differenza media di possesso palla: 18%
  - Minor media goal di scarto: 1,6
- **80%** dei **Club** ha in programma **interventi** di **miglioramento** alle proprie **infrastrutture di gara** nelle prossime **tre stagioni**
- Oltre **4 milioni di follower** totali tra gli **account social** dedicati alla sezione **femminile** dei **Club** e quelli della **Serie A Women**
- **~3x** di **presenze medie allo stadio** per **partita** nelle ultime stagioni rispetto alla stagione 2021-2022, con il picco di oltre 33 mila presenze all'Allianz Stadium per Juventus-Roma
- **Oltre 300 mila ascoltatori medi** a partita sui **canali generalisti**
- **Aumento** del **40%** dei **ricavi generati** dai **Club**[2] rispetto alla stagione 2023-2024
- **~4 fan** su **5** riconoscono un **impatto positivo** per le **aziende sponsor** del **Calcio Femminile** su almeno una tra **percezione**, **fiducia**, **propensione all'acquisto** e **passaparola**, **+7 p.p. vs calcio maschile** (79% vs 72%), evidenziando un **elevato valore** per i **brand sponsor**
- **100%** dei **Club** di Serie A Women hanno attivato **iniziative** sia in ambito di **tutela** e **formazione** delle **proprie tesserate** che a **beneficio** della **comunità**

1. Calciatrici il cui primo tesseramento sia avvenuto per una società affiliata alla F.I.G.C. e che tra i 15 e i 21 anni siano state tesserate a titolo definitivo per uno o più club italiani per un periodo, anche non continuativo, di 36 mesi
2. Include ricavi commerciali "diretti", matchday, plusvalenze, montepremi ed ulteriori ricavi "diretti"

3. EXECUTIVE SUMMARY

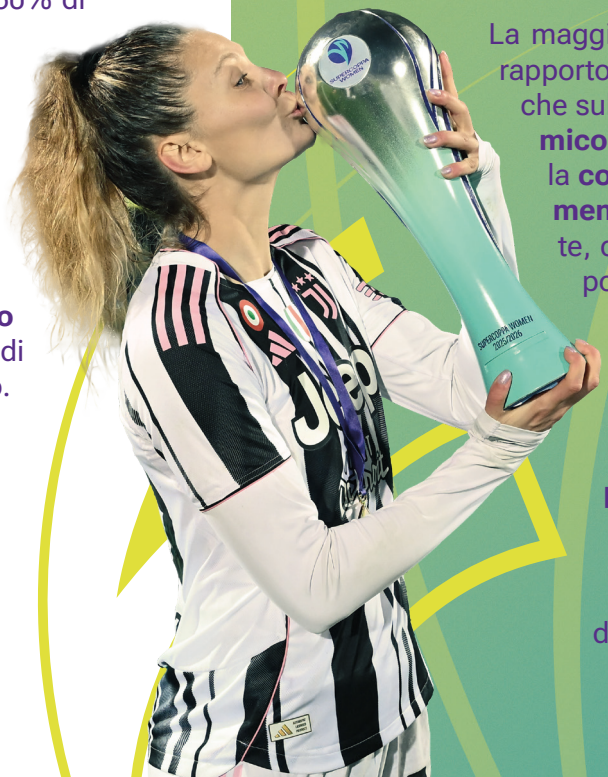
La stagione 2024-2025 conferma il progressivo **consolidamento** della **Serie A Women** come prodotto sportivo di **vertice** del **Calcio Femminile italiano**. A tre stagioni dall'introduzione del professionismo, il campionato mostra segnali di **crescita** su **più dimensioni**, rafforzando la propria competitività **sportiva**, ampliando la **visibilità mediatica**, aumentando la **partecipazione** del **pubblico** e consolidando il proprio posizionamento come piattaforma sportiva, commerciale e sociale.

Dal punto di vista sportivo, la **Serie A Women** si conferma una **competizione equilibrata** e **attrattiva**. Il campionato registra la **minor differenza media** di **possesso palla** e una **media goal** di **scarto** pari a 1,6, confermandosi tra i più bilanciati rispetto ai 5 principali Campionati Europei. Anche la **lotta** al **vertice** ha evidenziato un crescente livello di **competitività**, con la Juventus vincitrice davanti all'Inter con soli 4 punti di distacco. In parallelo, la competizione continua a rappresentare un contesto rilevante per la **valorizzazione** del **talento formato localmente**, con oltre il 60% di calciatrici "homegrown" nelle rose dei Club.

La crescita del prodotto trova riscontro nell'aumento della **partecipazione** del **pubblico** e della **visibilità** degli eventi di maggiore richiamo. Le **presenze medie** allo stadio sono **triplicate** rispetto alla stagione 2021-2022, anche grazie all'**utilizzo** di grandi stadi per alcune partite di cartello. In particolare, **Juventus-Roma all'Allianz Stadium** ha fatto registrare oltre **33 mila spettatori**, rappresentando il **picco stagionale** di affluenza e confermando il potenziale dei grandi impianti come leva di visibilità e coinvolgimento del pubblico.

La stagione 2024-2025 ha inoltre rappresentato il **primo** anno del **nuovo ciclo triennale** di **diritti TV**, caratterizzato da una distribuzione più ampia e articolata tra **DAZN**, **Rai** e **Sky**. I risultati di audience confermano la crescita rispetto al precedente ciclo, con **ascolti medi** sui **canali generalisti** più che **raddoppiati rispetto** alla **stagione 2021-2022** e superiori ai **300 mila spettatori** medi a **partita**. Tale evoluzione è stata accompagnata da un **miglioramento** della **qualità produttiva** delle partite, contribuendo a rafforzare la fruibilità e la riconoscibilità del prodotto Serie A Women.

Anche i **Club** stanno contribuendo in maniera crescente allo **sviluppo** della **mediaticità** del campionato, attraverso un maggiore **presidio digitale** e **iniziative dirette** di **fan engagement**. La diffusione di **account social dedicati** alla **componente femminile**, l'investimento nei nuovi media digitali dei club unicamente femminili, insieme ai **profili ufficiali** della **Serie A Women** e a quelli delle **calciatrici** più seguite di ciascun Club, ha consentito di costruire una **community** di **oltre 23 milioni di follower**. Allo stesso tempo, nella stagione 2024-2025 la totalità dei Club ha attivato iniziative di coinvolgimento della Fan Base, con l'obiettivo di rafforzare il legame con tifosi, comunità locali e nuovi target di pubblico.



La maggiore visibilità del prodotto e il rafforzamento del rapporto con la Fan Base stanno iniziando a riflettersi anche sulla **capacità** dei **Club** di **generare valore economico**. I ricavi medi sono cresciuti nell'ultima stagione e la **componente commerciale** ha registrato un **incremento significativo** rispetto alla stagione precedente, confermandosi una delle principali leve di sviluppo del modello economico della Serie A Women. In particolare, le sponsorizzazioni continuano a rappresentare la principale fonte di ricavi diretti per i Club, mentre emergono segnali positivi anche da **altre voci**, come le **plusvalenze** da **cessione** dei **diritti** delle **calciatrici** e i **montepremi** legati alla **partecipazione** alle **competizioni europee**.

In un contesto di progressiva crescita, il tema della **sostenibilità economica** resta centrale.

3. EXECUTIVE SUMMARY



L'aumento dei costi, legato anche al processo di strutturazione seguito all'introduzione del professionismo e agli investimenti nella qualità tecnica e organizzativa delle squadre, rende necessario proseguire nel **rafforzamento** delle **fonti** di **ricavo** e nella **valorizzazione** degli **asset** del **campionato**. La capacità di trasformare l'aumento di visibilità in ricavi ricorrenti e sostenibili rappresenta quindi una delle principali condizioni per il consolidamento del prodotto nel medio periodo.

Il rafforzamento della Serie A Women passa anche dalla progressiva **evoluzione** dei **modelli organizzativi** dei **Club**. Le società stanno attribuendo **crescente rilevanza** alla **componente femminile** nei propri assetti manageriali, con strutture dedicate, maggior coinvolgimento di risorse e, in diversi casi, piani strategici specifici per lo sviluppo del Calcio Femminile. Queste evidenze confermano un cambio di prospettiva: la prima **squadra femminile** e il **settore giovanile femminile** sono sempre più riconosciuti non solo come progetto sportivo, ma come **asset strategico** all'interno del **Club**. Contestualmente i Club unicamente femminili stanno consolidando il proprio modello organizzativo, con risultati evidenti.

La dimensione **sociale** continua a rappresentare un **elemento distintivo** del **Calcio Femminile** di vertice. La totalità dei Club di Serie A Women ha attivato iniziative socialmente utili, sia a beneficio della **comunità** sia rivolte alla tutela e alla **formazione** delle **proprie tesserate**. Tali iniziative rafforzano il **ruolo** dei **Club** come agenti di cambiamento, capaci di promuovere **inclusione**, **rispetto**, **tutela** delle **atlete** e **partecipazione**, consolidando il posizionamento valoriale del movimento.

Oltre ai dati rilevati relativi alle attività dei Club, anche l'**indagine demoscopica** svolta sulla Fan Base conferma la crescente rilevanza del Calcio Femminile in termini di interesse. In particolare, si stimano circa **12 milioni** di **interessati** e **5 milioni** di **fan attivi**, per un totale di **17 milioni di individui** già oggi **coinvolti** dal movimento. A questo si aggiunge un significativo **bacino potenziale**, quantificabile in ulteriori **10 milioni** di **persone**, che potrebbe portare il totale complessivo a circa 27 milioni tra fan e interessati nel medio periodo, evidenziando un ampio **spazio** di **crescita** ancora inesplorato.

L'indagine evidenzia inoltre un **livello** di **soddisfazione** molto **elevato** rispetto alle **principali innovazioni** introdotte dalla **Divisione Serie A**. Tra queste, si segnalano in particolare l'introduzione del Football Video Support, le evoluzioni del **format competitivo**, come il passaggio da **10** a **12 Club** a partire dalla stagione **2025-2026**, e il lancio di **nuove iniziative**, tra cui la **Serie A Women's Cup** prevista dalla stagione 2025-2026. Tali interventi sono percepiti come elementi in grado di aumentare la qualità, la credibilità e l'attrattività complessiva del prodotto.

Il **Calcio Femminile** continua, inoltre, a essere **associato** a **valori fortemente positivi**, quali **inclusione**, **autenticità**, **rispetto** e **spirito** di **squadra**. Questo posizionamento valoriale si riflette direttamente anche sulla percezione delle aziende che scelgono di investire nel segmento tramite sponsorizzazioni. **4 fan su 5** dichiarano infatti che la **presenza** di **sponsor** nel **Calcio Femminile** incide positivamente su almeno uno dei seguenti aspetti: percezione del **brand**, **propensione all'acquisto**, **fiducia** nei confronti del **brand** e **disponibilità** a **parlarne** con **familiari** e **amici**.

In prospettiva, la prosecuzione del percorso di crescita sarà guidata anche dalle **quattro priorità strategiche** individuate dalla Divisione Serie A Femminile Professionistica. La prima riguarda l'**eccellenza sportiva** e **sociale**,

con l'obiettivo di rafforzare il **posizionamento** della **Serie A Women** come élite sportiva **credibile**, **moderna** e **attrattiva**. La **seconda** è la **competitività** del **prodotto**, volta ad accrescere l'interesse delle competizioni, la **visibilità trasversale** e la **riconoscibilità** della **brand identity**. La **terza priorità** è il **supporto** concreto **ai Club**, attraverso professionalità, coordinamento efficiente e dialogo costante con le società. La quarta riguarda la **sostenibilità economica**, con l'obiettivo di costruire un modello sempre più solido per Club e Divisione, facendo leva su **partnership strategiche**, **diversificazione** dei **ricavi** e **valorizzazione** degli **asset** del **campionato**.

Attraverso queste direttrici, la Serie A Women potrà proseguire il proprio percorso di **consolidamento** come campionato **sempre più competitivo**, **riconoscibile** e **sostenibile**, capace di **generare valore** per Club, atlete, tifosi, partner e per l'intero sistema calcistico italiano.




TIM
betsson
sport
10

4. LA QUANTIFICAZIONE E CARATTERIZZAZIONE DELLA FAN BASE DEL CALCIO FEMMINILE IN ITALIA

4.1 INTRODUZIONE

Il **Calcio Femminile** Italiano ha **consolidato** negli ultimi anni il **proprio posizionamento** nel **panorama sportivo e sociale** italiano, compiendo **notevoli progressi** in termini di **eccellenza competitiva** e aumentando l'**interesse** di **fan**, **media** e **sponsor** verso l'intero **ecosistema**. L'**interesse acquisito** dal Calcio Femminile rappresenta un **riconoscimento** del valore delle **atlete** e dell'impegno di tutte le **società** e gli **addetti** del **movimento**. Al contempo, costituisce un'**opportunità strategica** per **accrescere ulteriormente** la disciplina, attraendo **nuovi talenti** e **risorse economiche**.

In questo contesto, così come fatto per il Report Serie A Women 2023-2024, è stata identificata l'**opportunità** di condurre un'**indagine demoscopica**, con un **duplice obiettivo**:

1. **Quantificare** coloro che in Italia si definiscono **fan** o anche solo **interessati** al **Calcio Femminile**, valutando i **possibili margini** di **miglioramento** e le **leve di crescita** per la parte di pubblico **potenzialmente interessato**

2. **Caratterizzare fan e interessati** in termini di **percepito** rispetto al movimento complessivo del **Calcio Femminile**, dalla **pratica di base** alla **Serie A Women** e alle **iniziative** da essa organizzate

4.2 QUANTIFICAZIONE FAN BASE CALCIO FEMMINILE

L'analisi demoscopica conferma un **grande interesse** generato dal movimento, con il **37%** della **popolazione** tra **15-75 anni** che si definisce **fan o interessato** al **Calcio Femminile**.

Complessivamente, sono **17 milioni** i **fan e gli interessati** al Calcio Femminile, di cui **5 milioni** si dichiarano **veri e propri appassionati** della disciplina.



Figura 1 - Interesse e seguito del Calcio Femminile in Italia

4. LA QUANTIFICAZIONE E CARATTERIZZAZIONE DELLA FAN BASE DEL CALCIO FEMMINILE IN ITALIA

Questi numeri rappresentano una **conferma** del solido **percorso** di **crescita** compiuto dal **movimento** negli ultimi anni e testimoniano la **capacità** della **Serie A Women** di **raggiungere** un **pubblico** già **ampio** e **rilevante**. Allo stesso tempo, ancora più **promettente** appare il **potenziale** di **sviluppo** non ancora espresso: il **bacino** dei possibili **nuovi interessati** nei **prossimi 5 anni** risulta pari a circa **10 milioni**, configurandosi come una **leva chiave** per sostenere l'ulteriore **espansione** della **base** di **pubblico** e l'incremento della **rilevanza** del **movimento** nel **medio periodo**.

Alla luce di questo potenziale, emergono con chiarezza le **principali leve** in grado di **favorire** un maggiore **coinvolgimento**. In primo luogo, si evidenzia la necessità di una **maggiore visibilità mediatica**: il **36%** dei potenziali interessati auspica un **incremento** dello **spazio dedicato** a **contenuti** e **notizie** in **TV** sul Calcio Femminile, unitamente ad un **maggior numero** di partite di **Serie A** trasmesse in **chiaro** su **canali generalisti**, come Rai2 (33%).

Parallelamente al tema della visibilità, il **32%** indica **l'organizzazione** di un **grande evento internazionale** di **Calcio Femminile** come leva in **grado** di **accrescere l'interesse** verso il **prodotto**, insieme al **miglioramento** dei **risultati** della **nazionale maggiore femminile** (30%) e all'innalzamento del **livello sportivo** della **Serie A Women** (26%).

Figura 2 **- Potenziale di crescita degli interessati al Calcio Femminile entro 5 anni**

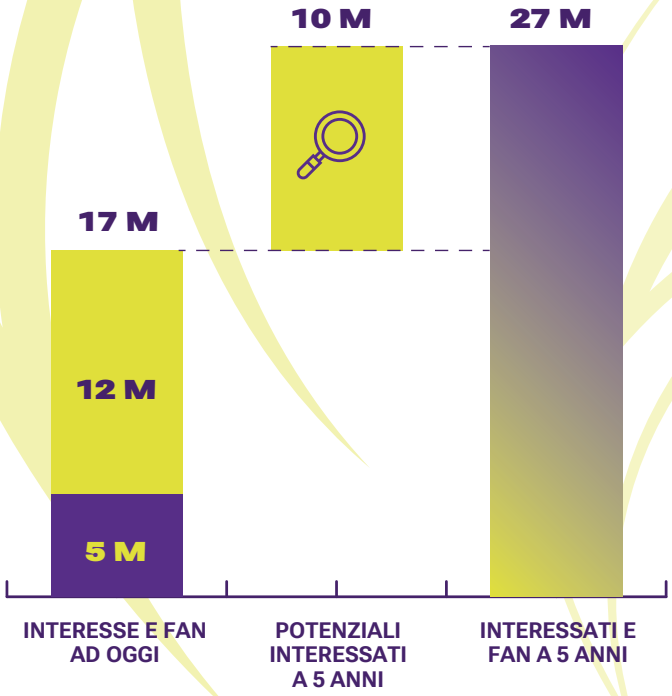
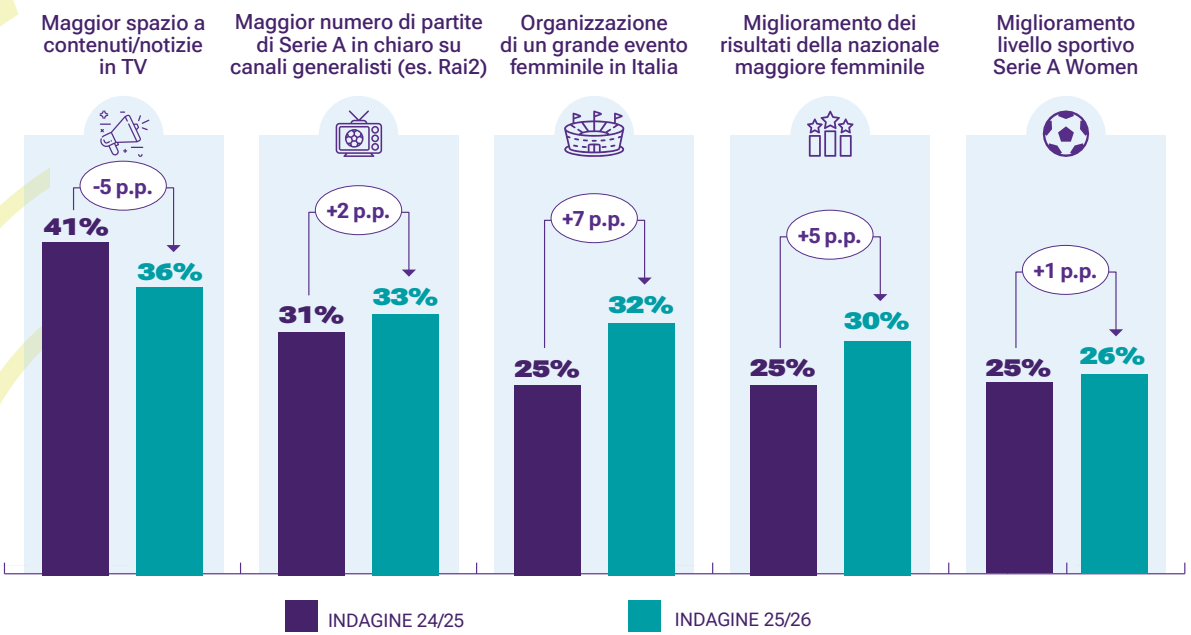
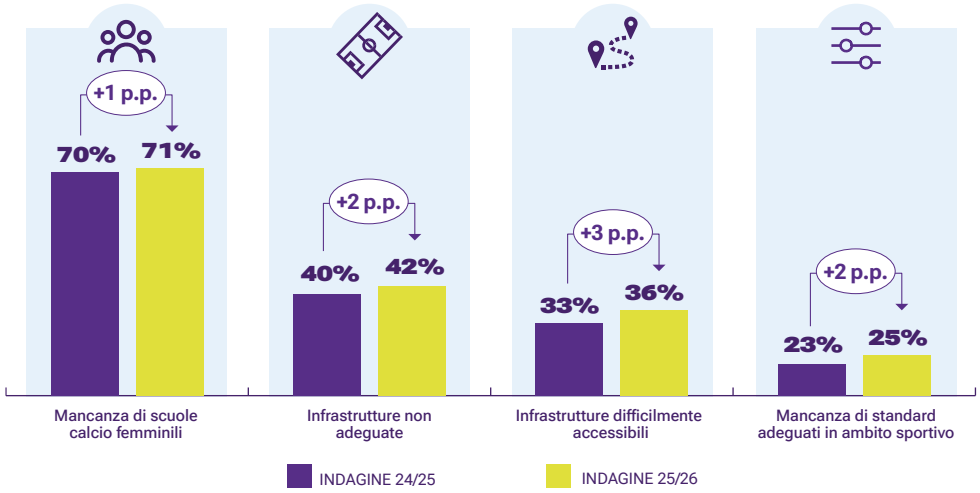


Figura 3 **- Principali esigenze dei potenziali interessati al Calcio Femminile**



Il raggiungimento di queste numeriche e il potenziale di crescita ancora inespresso risultano abilitati anche da un **progressivo cambiamento culturale** già evidenziato nell'edizione del report relativa alla stagione 2023-2024. In particolare, si osserva un **superamento** delle barriere di **genere associate** alla **pratica** del **Calcio Femminile**, per cui il **56%** degli **interessati** ritiene obsoleta l'associazione tra il calcio e una connotazione di genere. In questo contesto, la **crescente apertura** verso la pratica contribuisce ad alimentare **l'interesse** verso la **disciplina**, generando un **circolo virtuoso** in cui maggiore partecipazione e maggiore seguito si rafforzano reciprocamente.

Figura 4 **- Principali barriere che ostacolano lo sviluppo del Calcio Femminile**



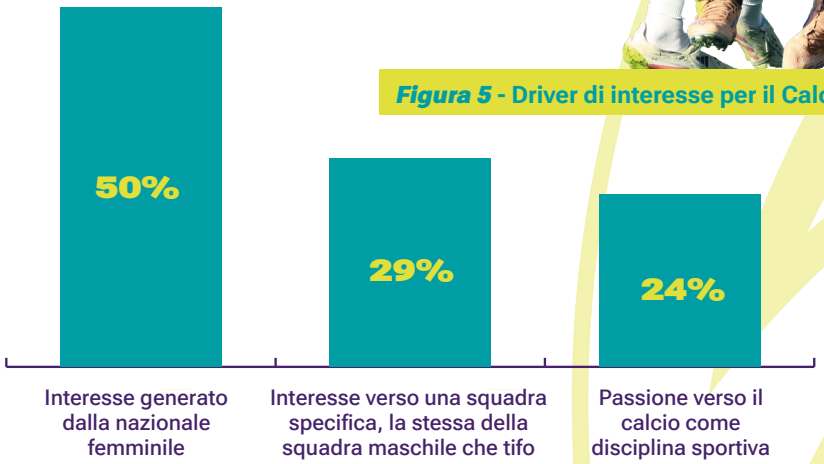
Permane tuttavia un **disallineamento** tra la **domanda crescente** e la **capacità** di **offerta** del **sistema**, che limita la possibilità di intercettare appieno il potenziale di sviluppo. In particolare, il **71%** degli **interessati** al **Calcio Femminile** segnala una **limitata offerta** di **scuole calcio dedicate**, mentre il **42%** evidenzia la presenza di **infrastrutture non adeguate**, spesso **difficilmente raggiungibili** (36%) o caratterizzate da **standard non** pienamente **in linea** con le **esigenze** della **pratica sportiva** (25%).

4.3 CARATTERIZZAZIONE FAN BASE CALCIO FEMMINILE



Entrando nel merito della **caratterizzazione** della **Fan Base**, si conferma quanto già **evidenziato** nel **report** della **scorsa stagione**: la **nazionale** continua a **rappresentare** il **principale driver** di **interesse** verso la **disciplina**, indicata dal **50% degli interessati**, seppur in **leggera riduzione** rispetto alla stagione precedente (-4 p.p.). A seguire, emerge l'interesse verso una **squadra specifica**, indicato dal **29% del campione**, mentre la terza motivazione è rappresentata dalla **passione verso** il **calcio** come **disciplina sportiva**, indicata dal **24%** degli **interessati**.

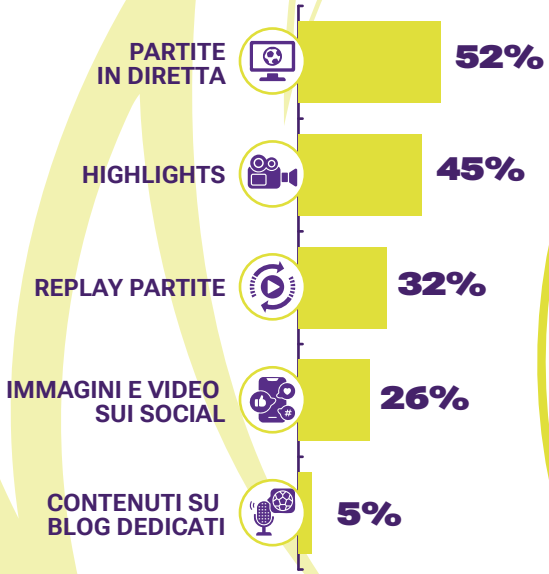
Figura 5 **- Driver di interesse per il Calcio Femminile**



4. LA QUANTIFICAZIONE E CARATTERIZZAZIONE DELLA FAN BASE DEL CALCIO FEMMINILE IN ITALIA

Analizzando le **modalità** di fruizione e le **tipologie** di **contenuti** legati alla **Serie A Women**, emerge che **interessati e fan** del Calcio Femminile **preferiscono** materiale legato alle **competizioni**, con una prevalenza per le **partite in diretta** (52%), **highlights** (45%) o **replay** (32%).

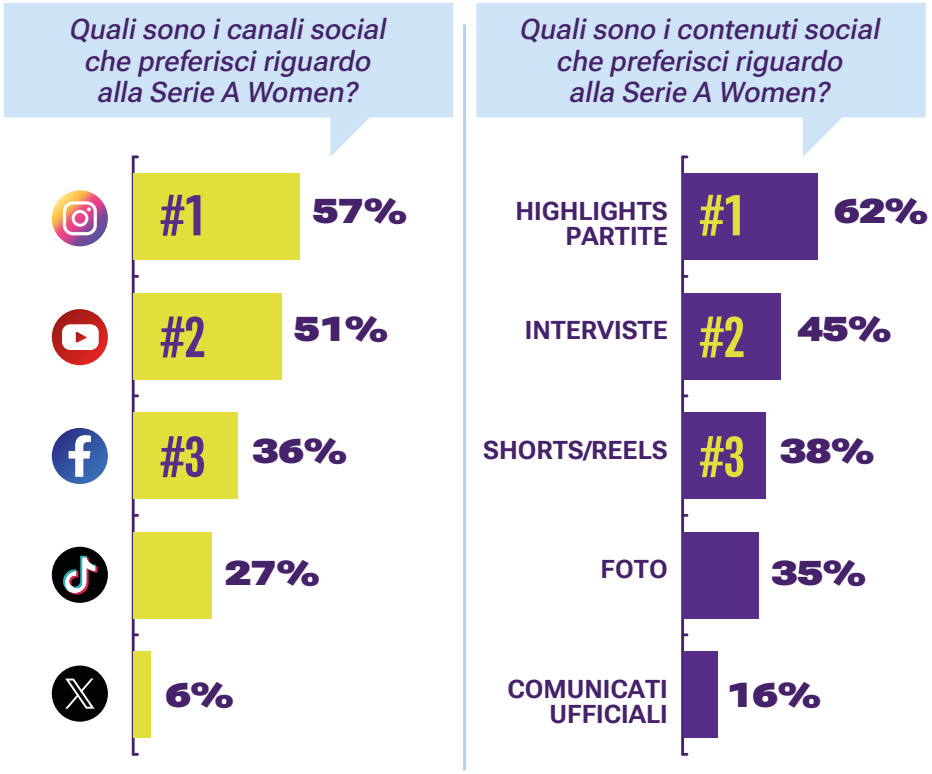
Figura 6 - Tipologia di contenuti fruiti riguardo alla Serie A Women





I **canali social** si confermano **rilevanti** nella fruizione di **immagini e video** per più di **un quarto** del campione (26%), con preferenza per **Instagram** (57%) e **YouTube** (51%).
Si evidenzia, inoltre, una **propensione** ai **formati brevi** per i contenuti via **social**, principalmente **highlights** delle **partite** (62%), **interviste** (45%) e **shorts/reels** (38%).

Figura 7 - Preferenze di utilizzo per canali social e tipologia di contenuti fruiti sui social



Con riferimento alle **evoluzioni introdotte** nella **Serie A Women**, emerge un livello di **soddisfazione molto elevato**: il **92% di interessati** e **fan** esprime infatti un **giudizio positivo** rispetto alle **competizioni** ed **eventi proposti**. Le innovazioni, le modifiche di format e le iniziative sviluppate dalla Divisione registrano nel complesso un **elevato gradimento**, contribuendo a rafforzare **l'attrattività** del **prodotto**.

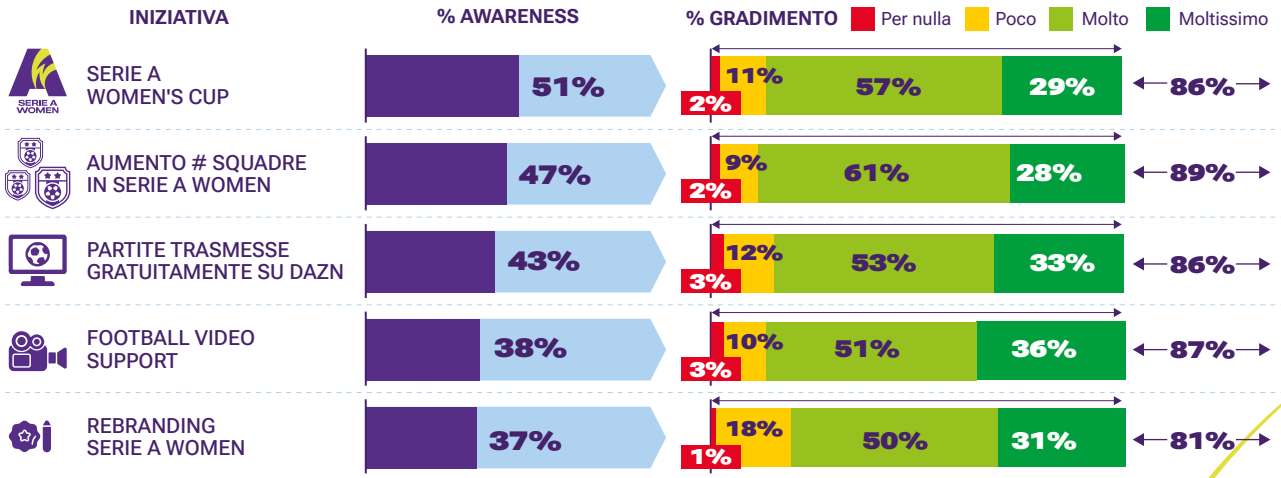


Figura 8 **- Awareness iniziative Divisione e gradimento**

La Fan Base apprezza particolarmente l'**aumento del numero di squadre** della **Serie A Women** da 10 a **12** introdotta nella **stagione 2025-2026** (89% del campione), così come l'**introduzione** nella stessa stagione della **Serie A Women's Cup** (86% del campione), che risulta essere l'**iniziativa** con **maggior grado di awareness**, conosciuta da **più della metà** fra fan e interessati.

L'**iniziativa** "**Football Video Support**", che ha introdotto nella Serie A Women la possibilità per i Club di richiedere la revisione delle decisioni arbitrali tramite supporto tecnologico, seppur registrando un livello di **conoscenza** ancora **contenuto** (38%), è stata **molto apprezzata** dall'**87%** dei **fan**.
In continuità con il **rafforzamento** del **prodotto sportivo** e con le **evoluzioni introdotte** nella **Serie A** Women, emerge anche un **posizionamento** sempre più **distintivo** del **Calcio Femminile** in termini di **immagine** e **valori percepiti**.

Il **Calcio Femminile** si **conferma** infatti un canale **efficace** per la **promozione** di **valori sociali positivi** e di **inclusione**, con **impatti benefici** su tutto il **panorama sportivo** e la **società** nel suo complesso.

I **dati** dell'analisi **dimostrano** come la maggior parte dei **fan** colleghi il **Calcio Femminile** a **valori** e un **percepito fortemente positivi**: l'**81%** associa la disciplina a **passione e divertimento** o **rispetto ed inclusione** (in crescita rispettivamente di +3 p.p. e +6 p.p. vs precedente rilevazione), il **79%** a **determinazione e competitività**, il **76%** a tematiche di **fair play ed inclusività**, e il **75%** ad una complessiva **serenità** nell'approccio all'**evento sportivo**.





Figura 9 **- Valori trasmessi dal Calcio Femminile**

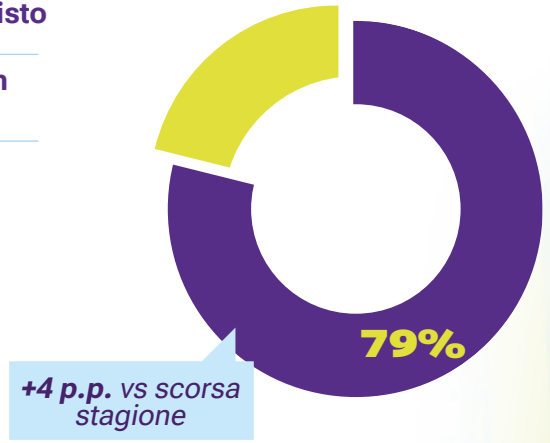
4. LA QUANTIFICAZIONE E CARATTERIZZAZIONE DELLA FAN BASE DEL CALCIO FEMMINILE IN ITALIA

L'**associazione** del Calcio Femminile ai **valori positivi** citati dai fan, **si riflette** anche sulla **reputazione** delle **aziende** che decidono di collegare il proprio **brand** alla **disciplina** tramite **sponsorizzazioni.**

Circa **4 fan** su **5**, in **crescita** di +4 p.p. dalla precedente stagione, **ritengono** che una **sponsorizzazione** nell'ecosistema del **Calcio Femminile** incida positivamente su almeno uno dei **seguenti fattori**:

- **Percezione del brand**
- **Propensione all'acquisto**
- **Voglia di parlarne con un familiare /amico**
- **Fiducia verso il brand**

Figura 10 **- Percezione dei brand che sponsorizzano il Calcio Femminile**



Questo risultato **supera** di **7 p.p.** il percepito delle **sponsorizzazioni** nel **calcio maschile**, per cui solo il **72%** dei fan ritiene che almeno uno dei **fattori sopra citati** generi impatti molto positivi, evidenziando un **valore strategico** superiore per gli sponsor nel **Calcio Femminile**.

Nonostante il **rafforzamento** del **movimento** e il **crescente interesse registrato**, permane una **percezione** diffusa di **insufficienza** degli **investimenti** nel **Calcio Femminile**. In particolare, **l'87%** degli **interessati** e il **78%** dei **non interessati** ritengono che le **risorse** attualmente **destinate** al **settore non** siano **ancora adeguate** a **sostenerne** il **pieno sviluppo**.
In questo contesto, emerge una **chiara apertura** verso un ulteriore **potenziamento** degli **investimenti**, che verrebbe accolto **positivamente** dalla **grande maggioranza degli intervistati**: il **98% dei fan** e **l'86% dei non-fan** valuta, infatti, favorevolmente un incremento delle risorse, evidenziando un consenso **trasversale** sulla necessità di **sostenere** la **crescita futura** del **movimento**.



5. I CLUB DELLA SERIE A WOMEN

5.1 INTRODUZIONE

La forte volontà di **monitorare** l'**andamento** dei **principali aspetti** che caratterizzano la Serie A Women ha dato vita ad un **osservatorio** basato su **dati raccolti** con la **collaborazione dei Club**, tramite **un'analisi** che ha preso in esame **sei differenti ambiti**: l'ambito **sportivo**, la **Fan Base**, l'ambito **commerciale**, **economico-finanziario**, **governance** e **sociale**.

Figura 11 - Ambiti di analisi



5.2 AMBITO: SPORTIVO

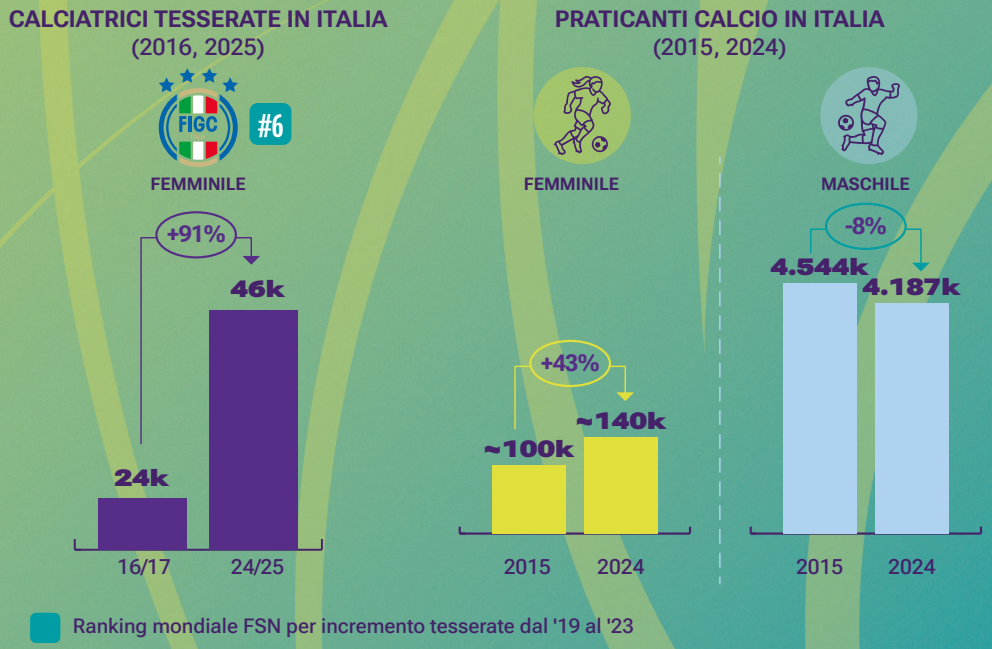
TESSERAMENTI

La **FIGC** si posiziona **14°** per **numero** di **atlete tesserate** tra le 203 federazioni calcistiche **affiliate** alla **FIFA**. Un dato significativo, soprattutto se inquadrato nel contesto della **rapida crescita** dei **tesseramenti** rilevata negli **ultimi anni**.

Infatti, dalla stagione 2016-2017, le **calciatrici tesserate** sono **quasi raddoppiate** (+91%), raggiungendo le **~46 mila** unità nella stagione 2024-2025. Se si considera il **periodo 2019-2023**, la **FIGC** risulta essere la **6° federazione a livello mondiale** per ritmo di **crescita** delle **tesserate**, posizionamento che certifica il **valore** del **percorso intrapreso** e getta le **basi** per gli **sviluppi** futuri del **movimento**.

La **crescita** delle calciatrici **tesserate**, inoltre, è stata **accompagnata** da un importante **aumento** della **pratica** di **base amatoriale**, con le **praticanti** che hanno raggiunto quota **140 mila** nel **2024**, registrando un **incremento** del **43%** nei **9 anni precedenti**. Il **dato** sulla **crescita** delle praticanti amatoriali acquista **maggior valore** se **confrontato** con il **trend** osservato a livello **maschile**, dove la **pratica** di base risulta **in riduzione** (-8% tra 2015 e 2024).

Figura 12 - Calciatrici tesserate e praticanti calcio in Italia
(Report Calcio 2025, FIGC; Elaborazione su dati Istat)



SETTORI GIOVANILI E CALCIATRICI "HOMEGROWN"

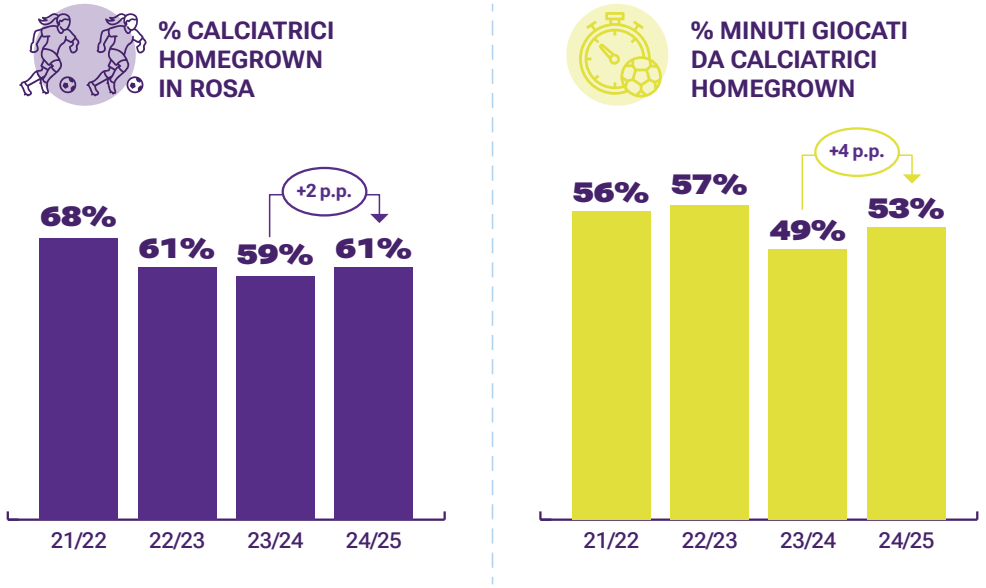
Esaminando i **settori giovanili** dei **Club** di **Serie A Women**, si osserva una **crescita contenuta** dei **tesseramenti** (+3%), indicativa del **cambio** di **priorità** che sta avvenendo nelle **società**, sempre più concentrate sul **potenziamento** del **livello tecnico** delle rispettive tesserate **piuttosto che** sul semplice **incremento quantitativo** delle iscritte.
Significativo in tal senso è l'**aumento** delle **risorse** impiegate nello **staff tecnico** del **settore giovanile,** registrato nella maggior parte dei **Club** di **Serie A**, con l'inserimento di **nuovi allenatori** e **preparatori**, affiancati da **collaboratori** per **supporti** di **natura medica** o **nutrizionale**.

Al fine di **contenere** i **numeri** del **settore giovanile** e orientare lo **sviluppo** verso la **qualità**, assumono particolare rilevanza i **programmi** di **affiliazione** con società sportive terze, che consentono di **monitorare** il **talento**, **supportarne** la **crescita sportiva** e diffondere **metodologie** e **best practice** sul territorio.

In questo contesto, tali programmi rappresentano una **leva strategica** per la **coltivazione** di **nuovi talenti**: **6 Club** su **10** della **Serie A Women** ne **dispongono**, con **4 società** che li **estendono** anche oltre i **confini regionali**, ampliando così il proprio bacino di **influenza** e **reclutamento**. Le iniziative prevedono generalmente la **formazione** degli **allenatori**, la **supervisione** della **preparazione delle calciatrici** e, in alcuni casi, anche la **concessione dell'utilizzo** del **brand**.

L'investimento sul livello tecnico dei settori giovanili trova **riscontro sul campo** nell'**utilizzo** delle **calciatrici** "**homegrown"**, aumentato nell'ultima stagione di Serie A sia in termini di calciatrici in rosa (+2 p.p. rispetto alla stagione 2023-2024) sia in termini di minuti da queste giocati (+4 p.p. rispetto alla stagione 2023-2024). **6** dei **9 Club** che hanno disputato entrambe le ultime stagioni del massimo campionato hanno **incrementato** il **minutaggio** delle proprie **calciatrici "homegrown"**.

Figura 13 - Utilizzo calciatrici "homegrown" Serie A Women



Nel complesso, così come già anticipato per la stagione 2023-2024 si rafforza **l'ipotesi** che la crescita **graduale** e **strutturata** del **settore giovanile**, in particolare all'interno delle **società** di **vertice**, rappresenti un fattore abilitante per la **continuità** dei **risultati** delle **Nazionali femminili**. Questo sviluppo è favorito anche dalla proficua **collaborazione** fra **Club Italia** della **FIGC** e le **società di vertice, in particolare** attraverso protocolli di **performance individuali** e lo scambio di **best practice** e dati legati allo **sviluppo tecnico**.

COMPETITIVITÀ

Il Calcio Femminile italiano presenta ancora **margini** di **miglioramento** nel **confronto internazionale**, sia a livello di **Nazionali** sia a livello di **Club**. Tra le **cinque principali federazioni** europee, **Italia** e **Francia** sono infatti le uniche a non aver ancora conquistato un **titolo internazionale con la Nazionale Maggiore**. Allo stesso tempo, i **Club italiani** non hanno mai superato i **quarti** di **finale** della **UEFA Women's Champions League** e, al termine della stagione 2024-2025, nessuna società italiana figurava nelle **primissime posizioni** del **ranking europeo**.

Nonostante questi elementi, negli ultimi anni il movimento italiano ha mostrato **segnali incoraggianti** di **crescita**, rafforzando progressivamente il proprio **posizionamento** nel **contesto internazionale**. In tal senso, risulta particolarmente significativo il percorso della **Nazionale Maggiore** ai **Campionati Europei** femminili del **2025** in **Svizzera**, concluso con il raggiungimento della **semifinale** e la sconfitta ai tempi supplementari contro l'Inghilterra, poi vincitrice del torneo.

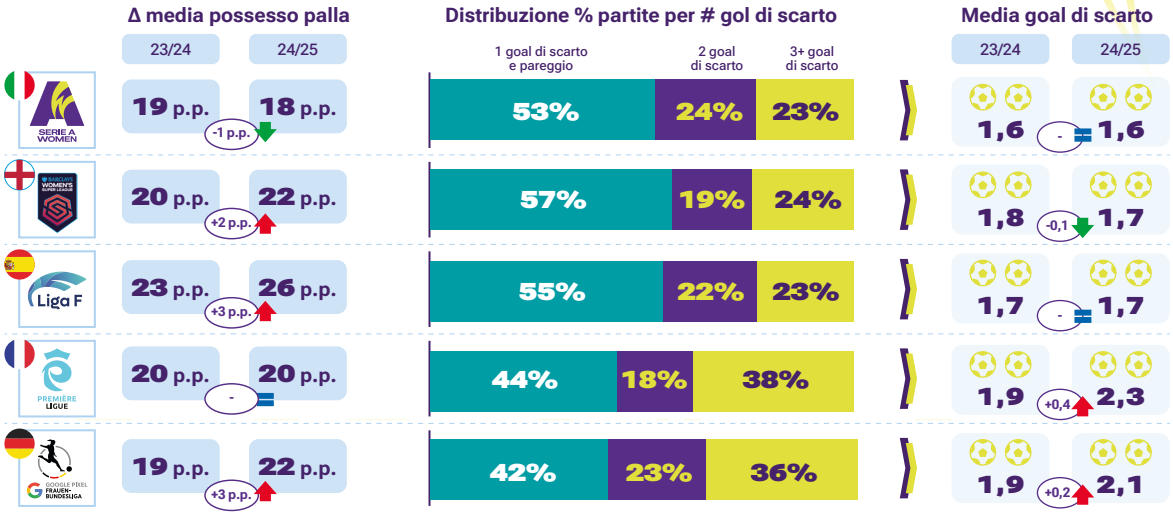


Ulteriori evidenze positive arrivano dalle **rappresentative giovanili**. Nel 2025, sia la **Nazionale Under 19** sia la **Nazionale Under 17** hanno raggiunto la **semifinale** dei rispettivi **Campionati Europei**, con l'Under 17 capace, inoltre, di arrivare fino ai **quarti** di **finale** del **Campionato Mondiale**.

La crescita del movimento trova riscontro anche a **livello individuale**. Nel 2025, la **lista** delle **candidate** al **Pallone d'Oro femminile** includeva due **calciatrici italiane**, **Cristiana Girelli** e **Sofia Cantore**, dopo che nel 2024 Manuela Giugliano era stata la prima italiana di sempre a entrare tra le candidate.

In questo contesto di progressiva crescita, anche il **campionato nazionale** evidenzia **segnali positivi** in termini di **competitività**. Nella stagione **2024-2025**, la **Serie A Women** si conferma una delle **competizioni** più **equilibrate** tra i **principali campionati europei**. In particolare, il campionato italiano registra i valori più contenuti in termini di **differenza media** di **possesso palla** e **differenza reti**, evidenziando un livello di **equilibrio superiore** rispetto agli altri campionati osservati.

Figura 14 **- Competitività ed equilibrio partite nei principali campionati europei, stagione 2024-2025 e confronto con stagione 2023-2024**



5. I CLUB DELLA SERIE A WOMEN

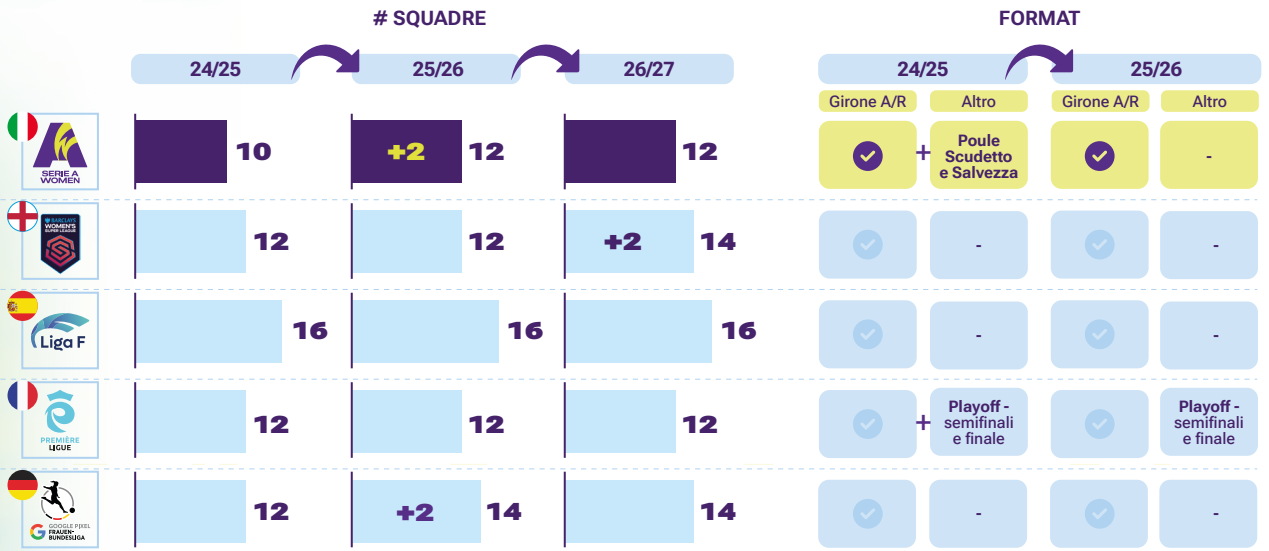
Anche la **lotta** al **vertice conferma** questa **dinamica**. Nella stagione **2024-2025**, la **Juventus** ha conquistato il **titolo** superando **l'Inter** di soli **4 punti**, facendo registrare il **margine** più **ridotto** tra **prima** e **seconda classificata** nei cinque principali campionati europei. Inoltre, con il risultato dell'ultima stagione, **l'Inter** si è **aggiunta** a **Juventus** e **Roma** tra le squadre capaci di chiudere al **primo** o al **secondo** posto della **Serie A Women** nelle **ultime quattro stagioni**. Tra le competizioni europee analizzate, solo la Women's Super League ha registrato una maggiore alternanza al vertice, con quattro squadre diverse nelle prime due posizioni nello stesso periodo.

Come osservato già nella scorsa edizione del report, l'**equilibrio** rilevato è da attribuirsi in parte al **format** seguito dalla massima serie italiana nella stagione in esame, che vedeva un **numero** relativamente **ridotto** di **Club** partecipanti (10) sfidarsi in una **competizione a 2 fasi**. In particolare, la **Serie A Women** prevedeva ancora nella stagione 2024-2025 una **prima fase** composta da un **girone** di **andata** e **ritorno**, seguita dalla **suddivisione** in due gruppi: la **Poule Scudetto** (1°-5° posto) e la **Poule Salvezza** (6°-10° posto), entrambe disputate con un **ulteriore girone** di **andata** e **ritorno**. Questo format era stato infatti introdotto in una **fase di transizione** per garantire un maggiore equilibrio competitivo, rappresentando una **soluzione intermedia**, funzionale all'**evoluzione sportiva** del campionato. A partire **dalla stagione 2025-2026**, il numero di **squadre** è passato **da 10 a 12**, tornando a un **format tradizionale** (con andata e ritorno all'italiana), in continuità con i **principali campionati europei**.

Infatti, insieme alla Serie A Women, anche la **Frauen-Bundesliga** ha **aumentato** dalla stagione **2025-2026** il **numero** di **squadre** partecipanti di **2 unità** e la **stessa sorte** toccherà alla **Women's Super League** dalla stagione **2026-2027**. Dalla stagione 2025-2026, inoltre, **tutti i campionati** osservati si compongono di un **unico girone** di **andata e ritorno**, ad **eccezione** della **Première Ligue francese** che prevede **semifinali e finale playoff** al termine della stagione regolare.



Figura 15 **- Cambiamenti format principali campionati europei**



INFRASTRUTTURE

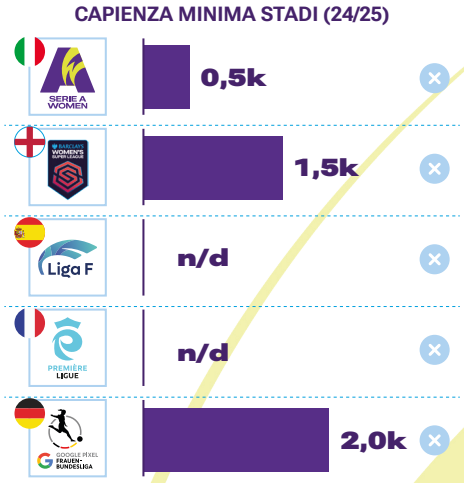
A livello di stadi, la situazione infrastrutturale della Serie A Women evidenzia una **marcata dipendenza** da **impianti non direttamente controllati** dai **Club**. Attualmente, il **50%** delle **squadre** disputa le proprie partite in stadi **gestiti** da **terzi**, come enti pubblici o altre società sportive. Questa modalità **limita** l'**accesso** ai **fondi governativi** destinati alla **riqualificazione** delle **infrastrutture**, in quanto tali contributi sono **riservati** esclusivamente a chi ha la **gestione diretta** o la **proprietà** dello stadio. Solo 2 Club su 10 dispongono di uno **stadio** di **proprietà** in Serie A Women, trattasi di **Fiorentina** e **Lazio** che giocano le rispettive partite casalinghe nei centri sportivi della società (condivisi con la componente maschile). Il **30%** dei **Club gestisce direttamente l'impianto**, condizione che consente maggiore controllo e possibilità di investimento sull'esperienza dello spettatore e sulla valorizzazione dell'asset.

Alcuni Club, data la mancanza di strutture di medie dimensioni vicine ai centri città o in zone limitrofe, sono **costretti** a spostarsi **al di fuori** delle rispettive **città** (2 Club su 5 giocano in una città diversa dalla propria), andando a disputare le partite in **strutture di terzi**, limitando ulteriormente le possibilità di intervenire sulla struttura.

Figura 16 **- Stadi Serie A Women stagione 2024-2025**

Modello di gestione stadio		<1.000	1.000-3.000	3.001-5.000	>5.000	Location		Cambio stadio recente	Interventi di miglioramento	
DI PROPRIETÀ	2 (20%)	-	2	-	-	In città	-	1	Ultima s.s.	1
						Area metropolitana	2		Prossime 3 s.s.	2
						Altra città/ provincia	-			
GESTIONE DIRETTA	3 (30%)	1	1	-	1	In città	3	1	Ultima s.s.	1
						Area metropolitana	-		Prossime 3 s.s.	3
						Altra città/ provincia	-			
GESTIONE IN CAPO A TERZI	5 (50%)	-	5	-	-	In città	2	3	Ultima s.s.	3
						Area metropolitana	1		Prossime 3 s.s.	3
						Altra città/ provincia	2			
TOTALE		1	8	-	1			4		

Figura 17 **- Capienza minima stadi principali campionati europei (stagione 2024-2025)**



Dalla s.s. 27/28, previsto per la Serie A aumento capienza minima (1.500 posti) e dimensioni minime del terreno di gioco

La **maggior parte** dei **Club** di Serie A Women disputa le proprie partite in **stadi** di **medio-piccole dimensioni** (8 Club su 10 giocano in impianti di capienza compresa tra i 1.000 e i 3.000 posti), adeguati agli attuali flussi di pubblico. Attualmente la **capienza minima** per gli stadi di **Serie A Women** è di **500 posti**, inferiore ai valori minimi richiesti da Women's Super League e Frauen-Bundesliga. **Dalla stagione 2027-2028**, è previsto per la massima serie femminile un **incremento** della capienza minima a **1.500 posti**, con **contestuale aumento** delle **dimensioni** minime del **terreno di gioco** (da 100x60m a 105x65m).

La **Divisione** Serie A Femminile Professionistica e la **UEFA** rivedono progressivamente gli **standard minimi** relativi agli impianti

per le **squadre partecipanti** per garantire migliori condizioni di gioco ed incrementare l'audience. Tali **standard, come già evidenziato nella** precedente edizione **del report,** si confermano il **principale stimolo** al fine di realizzare gli **adeguamenti** necessari agli **stadi**.

Tale impulso si riflette nelle azioni compiute dai Club. La **metà** dei **Club** di Serie A Women nella sola **stagione 2024-2025** ha effettuato **interventi di miglioramento** sulle proprie infrastrutture di gara, anche per migliorare l'**esperienza** nel **matchday** di tifosi e atleti (es. rifacimento del campo di gioco, realizzazione uffici, copertura tribune, sviluppo aree hospitality e di ristoro, rinnovamento spogliatoi e altre aree interne) e l'**80%** ha **in previsione** di realizzare **ammodernamenti** nelle **prossime stagioni** (molti dei quali per adattarsi agli standard nazionali/UEFA).

Non si limita alla dimensione tecnico-sportiva l'**impegno infrastrutturale** dei **Club** di **Serie A Women**, che dispongono **anche** di **strutture** per l'**accoglienza** e la **formazione** delle **calciatrici**, spesso provenienti da regioni lontane. In particolare, **6 Club su 10** prevedono un **convitto**, **5** dei quali **dedicati** esclusivamente alla componente **femminile**, e **4 Club** prevedono anche un **istituto scolastico interno**.



5.3 AMBITO: FAN BASE

ANALISI E COINVOLGIMENTO DEI FAN

La **maggior parte** dei **Club** di Serie A Women ha deciso di adottare una strategia di comunicazione digitale mirata, creando **account dedicati** esclusivamente alla **squadra femminile** su almeno un social media. Tale tendenza è portata avanti principalmente su **Instagram,** dove **6 Club di Serie A Women** su 10, di cui 4 degli 8 con controparte maschile, hanno aperto un **canale specifico** per la **squadra femminile**. Con riferimento alle altre piattaforme, il 40% dei Club di Serie A Women ha un account dedicato su X, il 33% su TikTok e Facebook, mentre solamente il 20% dei Club ne ha uno su YouTube.

Figura 18 **- Social Media dei Club di Serie A Women stagione 2024-2025**



La **profilazione** dei **follower social,** degli account dedicati esclusivamente alla componente femminile, fa emergere un'**audience prevalentemente maschile** (65% in media, range compreso tra 52% e 70%) e **giovane**, con la **fascia d'età** tra i **25** e i **34 anni** che risulta essere la **più rappresentata** (seguita da quella tra i 15 e i 24 anni). Gli account social dei Club dedicati alla componente femminile, unitamente ai profili ufficiali della Serie A Women, consentono di raggiungere una **community** di **oltre 4 milioni** di **follower**, che superano i 23 milioni includendo anche i profili Instagram delle 3 calciatrici più seguite di ciascun Club.

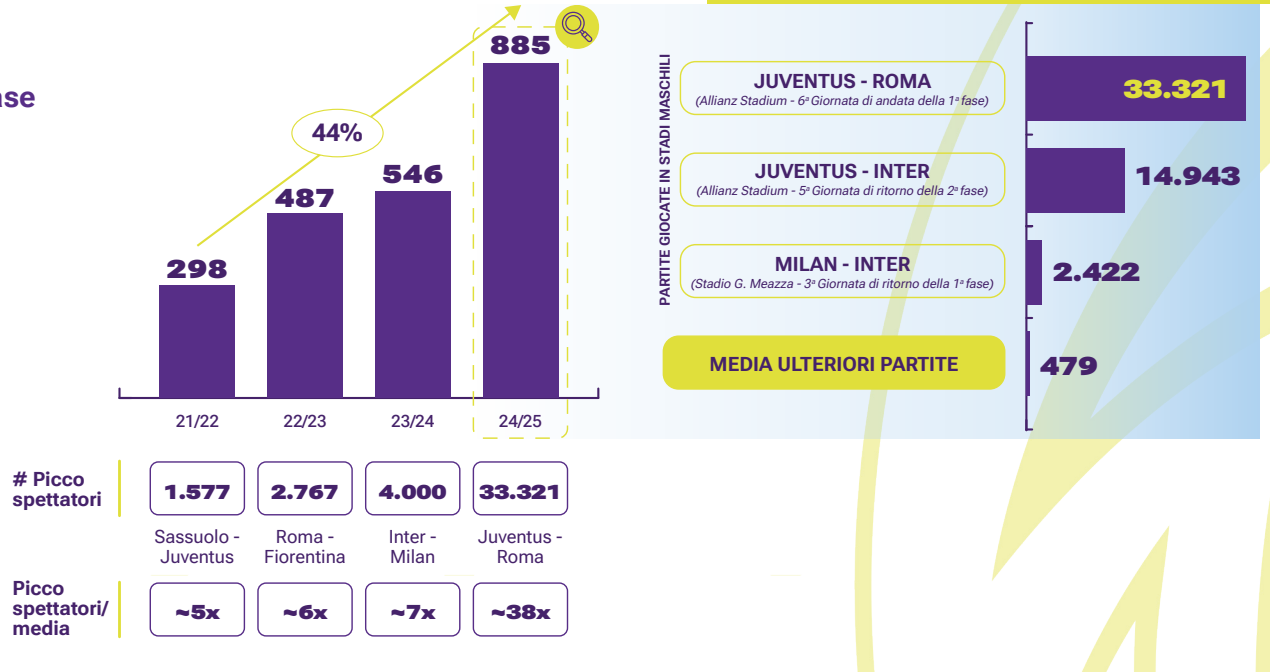
Accanto allo sviluppo di canali digitali, si osserva un **crescente impegno** dei **Club** anche **nell'attivazione** di **iniziative** volte al coinvolgimento **diretto** della Fan Base. Nella stagione 2024-2025 la **totalità** dei **Club** di Serie A Women (rispetto ai 6 nella stagione 2023-2024) ha attivato **iniziative** di **fan engagement**, quali:

- **Concorsi a premi** basati sulle **presenze** allo **stadio**
- **Invio** di **Direct Email Marketing** (DEM) all'intera **Fan Base** del **Club**
- **Amichevoli internazionali** trasmesse in **diretta globale** su **DAZN** e **YouTube**
- **Collaborazioni** con **testate giornalistiche locali** per aumentare la **reach** delle **partite**
- **Partecipazione** delle **giocatrici** ad **iniziative** sul **territorio** per coinvolgere la **comunità**

PRESENZE ALLO STADIO

Le **presenze medie** allo stadio delle partite di Serie A Women sono **triplicate** nelle **ultime 4 stagioni**, con un **aumento** del **62%** nella sola **ultima stagione**. La **crescita** è stata principalmente **guidata** dall'**utilizzo** dei **grandi stadi** per alcune partite di Serie A Women. Nella **stagione 2024-2025** si sono infatti giocate **3 partite** di Serie A Women nei **grandi stadi** delle **squadre casalinghe** (i.e. Milan-Inter a San Siro nella 3ª giornata di ritorno della 1ª fase, Juventus-Roma nella giornata 6ª della 1ª fase e Juventus-Inter nella 5ª giornata di ritorno della 2ª fase - Poule Scudetto all'Allianz Stadium) coinvolgendo una **media** di **~17.000 spettatori**, con un **picco** di circa **33mila spettatori** all'**Allianz Stadium** in occasione di **Juventus-Roma**, **contro** la media di **479** spettatori delle **altre partite**. Il maggior **utilizzo** di **grandi stadi** ha permesso alla **Serie A Women** di registrare nella stagione 2024-2025 l'**incremento più alto** di presenze tra le **principali leghe europee**. L'**utilizzo** di **grandi stadi** per le partite di cartello, **unitamente** alla **promozione** delle stesse **partite**, si conferma essere un'importante **leva** per un maggior **coin-**

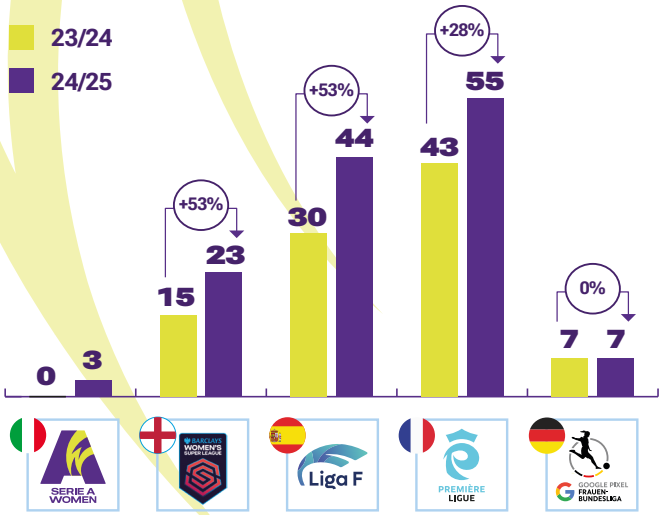
Figura 19 **- Presenze allo stadio Serie A Women**



volgimento di **tifosi** altrimenti non attivi. I principali **ostacoli** che limitano l'utilizzo degli stadi della maschile sono legati alla **programmazione** delle **partite**, da organizzare in base alla Prima Squadra maschile e gli altri eventi ospitati dalle infrastrutture, oltre che agli **elevati costi** di **apertura.**

Negli **altri** principali **campionati** europei si ricorre in **misura** significativamente **maggiore** agli **stadi** di **grandi dimensioni**. La **Frauen Bundesliga**, che dopo la Serie A Women è il campionato che ha visto meno partite venir disputate in grandi stadi, ne ha comunque viste **7** nella stagione 2024-2025, più del doppio rispetto alla massima serie italiana. Tutte le altre Leghe hanno previsto l'utilizzo di grandi stadi per un numero nell'ordine delle decine: **23** in **Women's Super League**, **44** in **Liga F** e **55** in **Première Ligue**. Tale **maggiore utilizzo**, come già evidenziato, ha un **forte impatto** sulle **numeriche** medie di **attendance** alle partite.

Figura 20 **- Partite giocate nei grandi stadi, principali campionati europei**





ASCOLTI TV

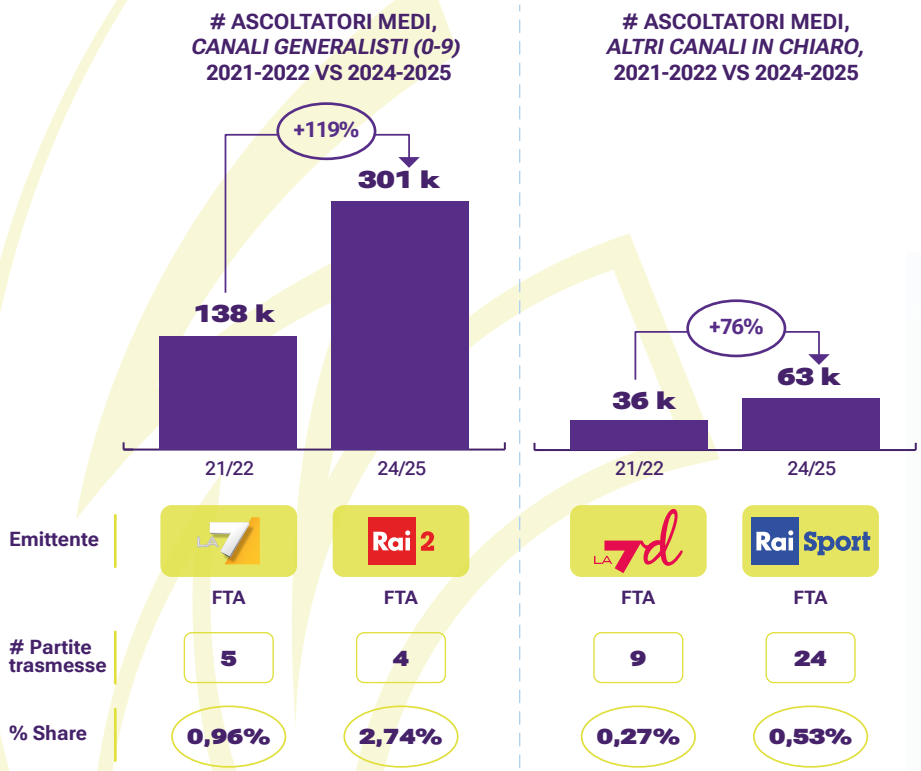
La **stagione 2024-2025** è stata la **prima** del nuovo **ciclo triennale** di diritti tv siglato dalla Divisione Serie A Femminile Professionistica. Tale ciclo prevede un **mix** di **diritti** concessi **in esclusiva e non** per le partite di **campionato**, che vengono tutte trasmesse in **modalità freemium** su **DAZN**, con una partita a giornata messa in onda anche su **Rai**. Gli accordi prevedono anche il **coinvolgimento** di **Sky**, come emittente per le partite di **Coppa Italia** e **Supercoppa**.

Tali accordi risultano in linea con le best **practice europee**. La definizione di cicli pluriennali consente infatti a **Leghe** e **Divisioni** una **pianificazione** più **efficace** di **attività** e **investimenti**, mentre i modelli di distribuzione adottati evidenziano un ricorso sempre più frequente a **logiche** di **co-esclusività**, che permettono di presidiare più canali contemporaneamente. Questo approccio favorisce l'**ampliamento** della **platea** e sostiene una **crescita congiunta** del **prodotto** e dei **broadcaster coinvolti**.
In questo contesto, alcune realtà hanno avviato anche la trasmissione di partite su **YouTube**, soluzione che viene generalmente **accolta positivamente** dagli stessi **broadcaster**, i quali ne riconoscono il **valore strategico** in termini di **aumento** della **visibilità** e **sviluppo complessivo** del **prodotto**.

Il **confronto** delle **numeriche** di **audience** della **stagione 2024-2025** con quelle della **stagione 2021-2022**, **primo anno** del **precedente ciclo** di diritti tv, testimonia la **crescita** del **movimento**. Anche il **precedente ciclo** prevedeva, infatti, la **trasmissione in chiaro** di alcune partite, grazie agli accordi con **La7**. Sia **Rai** che **La7** hanno previsto la **messa in onda** di **partite** su **canali generalisti** (0-9) così come su **altri canali in chiaro**.
Esaminando l'**audience** TV **per tipologia** di **canale**, si osserva come questa sia **aumentata** nelle ultime 4 stagioni **sia** sui **canali generalisti** (i.e. Rai2, La7) **che** sugli **altri canali** in chiaro (i.e. RaiSport, La7d). Sui **canali generalisti** gli **ascoltatori medi** sono **più che raddoppiati** tra la stagione 2021-2022 e la stagione 2024-2025, mentre sugli **altri canali** in chiaro si

è passati **dai circa 36 mila ascoltatori** medi della stagione 2021-2022 **ai circa 63 mila** della stagione 2024-2025. Numeri che dimostrano come la **trasmissione** su **Rai** permetta di intercettare un **pubblico maggiore**.

Figura 21 **- Audience* TV Serie A Women su canali in chiaro, confronto stagioni 2021-2022 e 2024-2025**



*Escluse dall'analisi le partite trasmesse su più canali

La **crescente visibilità** si riflette anche sulla **portata internazionale** delle **competizioni**, con la Divisione Serie A Femminile Professionistica che, nella stagione 2024-2025, per il secondo anno, ha visto le proprie **competizioni** di **Serie A Women**, **Coppa Italia Women** e **Supercoppa Women** venire trasmesse in circa **150 paesi** grazie agli accordi con **ESPN**, **Fox Sports**, **DAZN** e **W-Sport**.

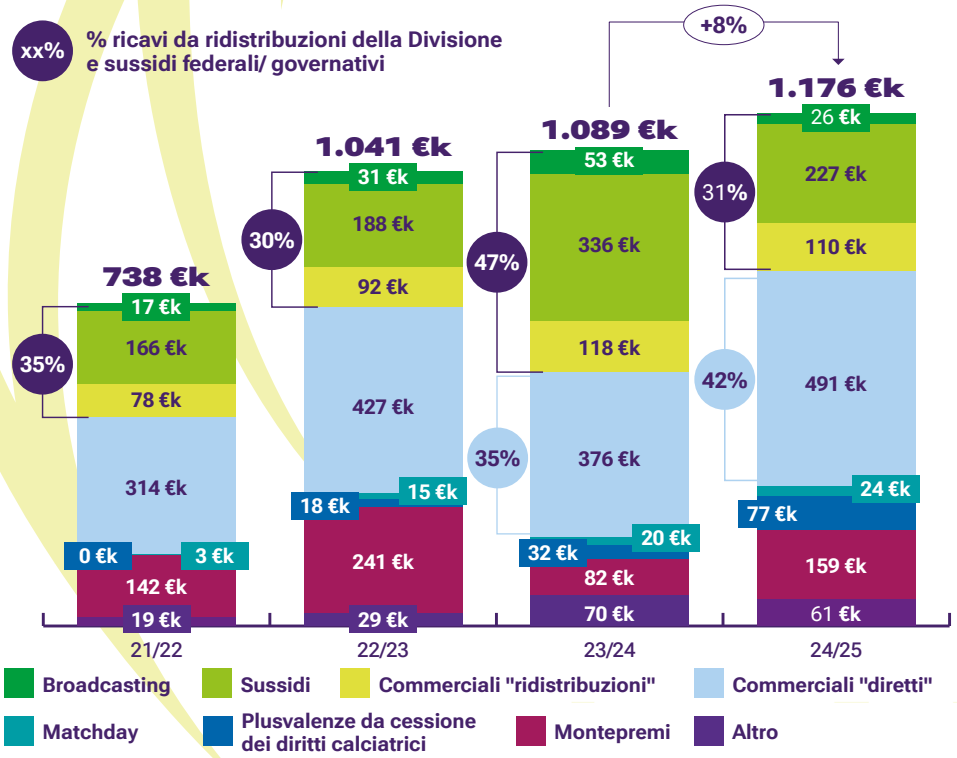
La **crescita** dell'**audience** è stata **supportata** da **investimenti** nella **produzione** televisiva, che hanno permesso di migliorare la **qualità** del **prodotto** (es. attraverso l'incremento del numero di telecamere utilizzate). Le partite vengono trasmesse secondo **standard diversi** che si differenziano per la **qualità/quantità** degli **asset produttivi** utilizzati (es. numero di telecamere). In particolare, ogni giornata di **Serie A Women** ha previsto nella stagione 2024-2025 la trasmissione di **3 partite** in **standard D** (3 camere), **1 partita** in **standard C** (6 camere) e **1 partita** in **standard B** (8 camere), con l'**aggiunta** di **2 microcamere** per gli **standard B** e **C** e altre migliorie (es. Sistemi Ronin, ...).



5.4 AMBITO: ECONOMICO-FINANZIARIO

Nell'**ultima stagione** si osserva una **lieve crescita** (+8%) dei **ricavi medi** dei **Club** di **Serie A Women**, che si attestano a **~1,2 Mln€** per **Club**, confermando il **trend di aumento** già osservato nelle **due stagioni precedenti**.

Figura 22 - Ricavi medi dei Club di Serie A Women 2021-2025



Complessivamente, si osserva un **cambiamento** del **mix complessivo** delle **fonti di ricavo**, a favore della **componente commerciale** diretta che, in crescita del **31%** rispetto alla **stagione 2023-2024**, ha **aumentato** il proprio **peso** di **7 p.p.**

In particolare, analizzando nel **dettaglio** i **ricavi medi per Club**, si evidenzia che:

- La componente **commerciale** rappresenta quasi la **metà** del totale dei ricavi (42%), in **forte crescita** dall'**anno precedente** (+31% in media a Club vs 23-24; +7 p.p. nel mix complessivo)
- Le **plusvalenze** da **cessione** dei **diritti** delle **calciatrici** sono più che **raddoppiate** (+138% in media a Club vs 23-24; ~+4 p.p. nel mix complessivo)
- I **montepremi** per le società che partecipano **all'UWCL** sono **quasi raddoppiati** rispetto alla **stagione 2023-2024**
- Il **peso** dei ricavi provenienti da **ridistribuzioni** della Divisione e **sussidi federali/ governativi** è pari al **31%** dei **ricavi totali**



Dal punto di vista dei **costi** invece, si evidenzia un **incremento** del **+16%** nell'**ultima stagione**, che conferma la **crescita costante** rilevata dall'avvento del **professionismo** nella stagione **2022-2023**.

L'**evoluzione dei costi** è **principalmente dovuta** agli **aumenti significativi** del **costo del personale**, che risulta **più che raddoppiato** dalla stagione **2021-2022** alla stagione **2024-2025**, in cui ha raggiunto una **media per Club** pari a **~3,5 Mln€**, principalmente composto dal costo per **calciatrici tesserate** (65%).

Figura 23 - Costi medi dei Club di Serie A Women 2021-2025

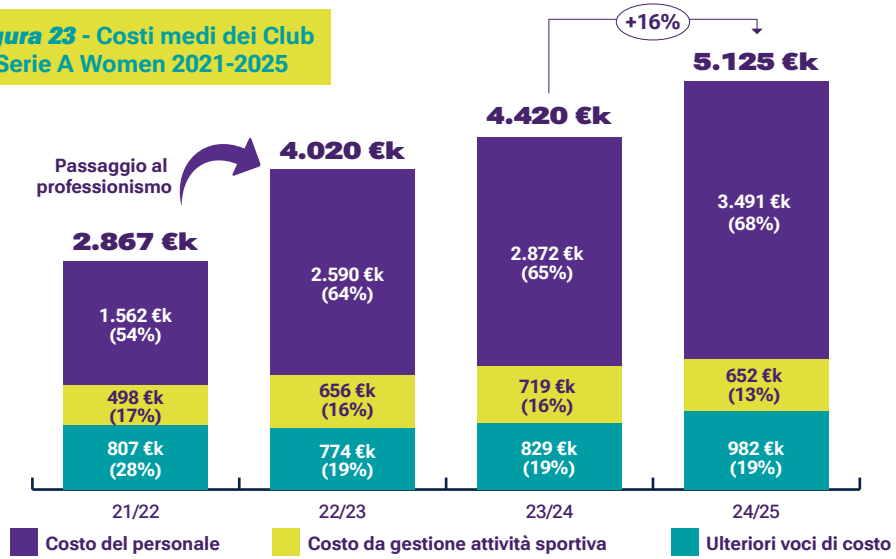
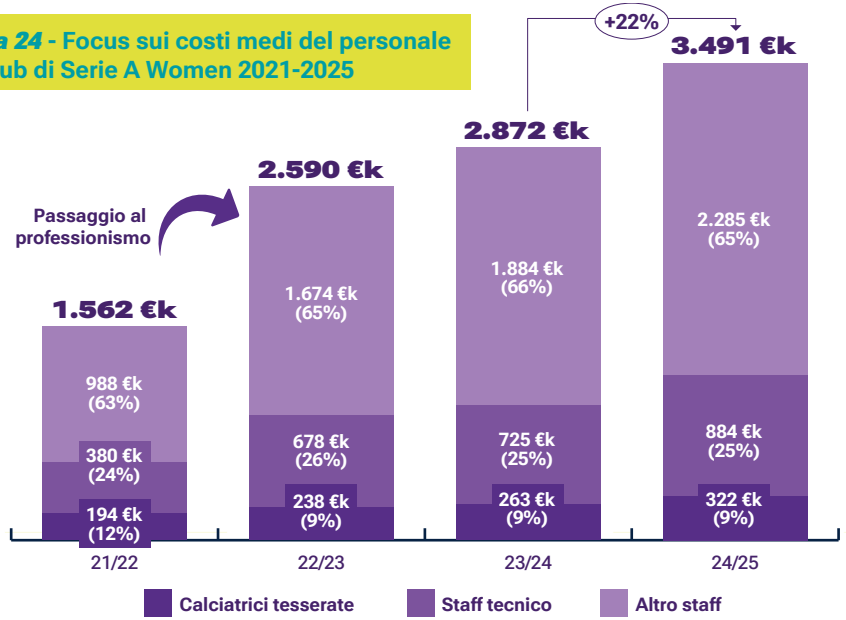


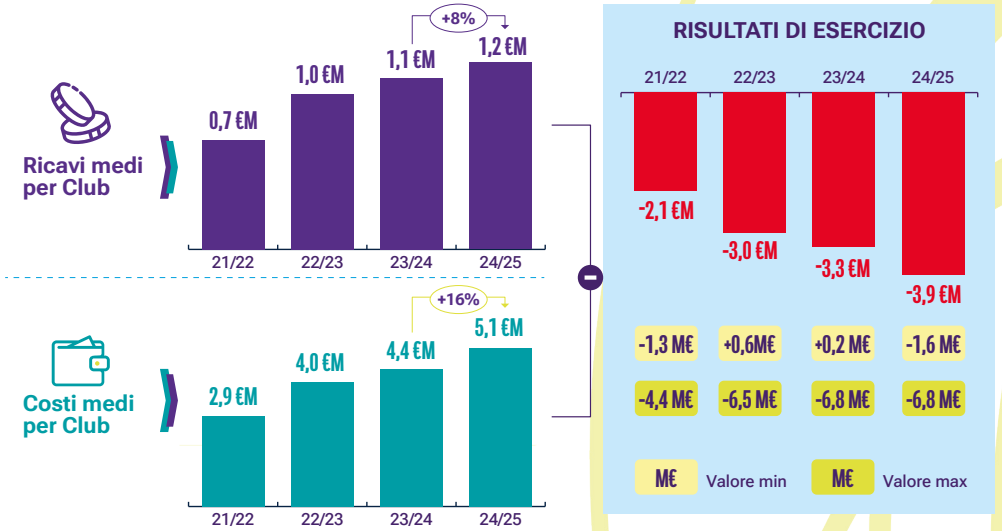
Figura 24 - Focus sui costi medi del personale per Club di Serie A Women 2021-2025



Complessivamente, l'**evoluzione** di **ricavi e costi** risulta in un **aumento** delle **perdite medie** registrate dai Club nelle ultime **4 stagioni** sportive, con i **risultati di esercizio** medi che si attestano a **~-3,9 Mln€** per Club. Nell'ultima stagione, a livello di **singoli Club**, i **risultati** si collocano in un **intervallo** compreso tra circa **-1,6 Mln€** e **-6,8 Mln€**.



Figura 25 - Risultati dei Club di Serie A Women



5.5 AMBITO: COMMERCIALE

SPONSORIZZAZIONI

Al netto di sussidi e meccanismi di redistribuzione gestiti dalla FIGC e dalla Divisione Serie A Femminile Professionistica, le **sponsorizzazioni si confermano** anche nella **stagione 2024-2025** la **principale fonte** di **ricavi "diretti"** per i Club di Serie A Women, contribuendo per circa il **61%** al **totale** degli introiti generati direttamente dalle società.

Gli accordi di **sponsorizzazione** hanno portato nelle **casse** dei **Club** nella **stagione 2024-2025** una media di **491 k€**, in aumento del **31%** rispetto alla **stagione precedente**. Il risultato appare ancora più significativo se si considera che i **Club attivi** nella valorizzazione commerciale della componente femminile restano una **quota limitata** del **totale**. In particolare, **5 Club** su **10** hanno attivato **sponsorizzazioni** con un valore **esplicitamente attribuito** ai diritti della **componente femminile**, di cui **3** sugli **8** dotati anche di una **controparte maschile**.

Guardando alla **struttura economica** di tali accordi, emerge come le sponsorizzazioni siano **prevalentemente** guidate dalla **componente cash**, che rappresenta circa il **70%** del **valore complessivo** dei contratti, a fronte di un **30%** riconducibile a **componenti VIK** (value in kind).

Tra i **3 Club** con **controparte maschile** e con **valorizzazione esplicita** della **componente femminile** nei contratti di sponsorizzazione, solo una **parte** ha affiancato al modello di **vendita congiunto** maschile-femminile anche la **commercializzazione** di sponsorizzazioni **esclusivamente dedicate** alla **componente femminile.** In particolare**, 2 Club** su **3** hanno infatti **attivato** questa **tipologia** di **accordi**, con risultati particolarmente positivi. Il **ticket** medio degli accordi esclusivamente dedicati al femminile supera i **100 k€**, con un range compreso tra circa **40 k€** e **200 k€**, in **crescita** di circa **10 k€** rispetto alla **stagione precedente**. Questo risultato è riconducibile anche alla possibilità di **calibrare** le **proposte commerciali** sulle **specificità** del **prodotto femminile**, adottando un approccio più mirato che trova riscontro come **best practice** anche a **livello internazionale**.

Al contrario, nei casi in cui viene adottato esclusivamente un **modello** di **vendita congiunto** tra componente maschile e femminile, pur con **attribuzione** di **valore** ai **diritti** legati a quest'ultima, il **ticket** medio risulta **sensibilmente inferiore**, attestandosi su valori **poco superiori** ai **50 k€**, con un range particolarmente ampio compreso tra circa **6 k€** e **300 k€**.

Andando ad analizzare la **composizione merceologica** degli sponsor, analogamente a quanto osservato per la stagione precedente, si nota una **forte concentrazione**: oltre il **60%** del **valore complessivo** dei **contratti** è generato da **tre categorie** principali che nella stagione 2024-2025 sono state **abbigliamento** e **moda** (condizionato anche dalla presenza degli sponsor tecnici che forniscono i kit alle squadre), **automotive** e **servizi finanziari** (banche, assicurazioni, ...), con **automotive** che ha **sostituito** la categoria **Salute** nella top 3. Una simile concentrazione suggerisce un potenziale inespresso da parte di categorie merceologiche ancora poco presidiate.

La **componente commerciale** rimane una fonte di ricavo **rilevante** anche per la **Divisione Serie A Femminile Professionistica**, che alimenta le **entrate centralizzate** attraverso **nuove partnership**, come quella attiva dalla stagione **2025-2026** con **Athora**, nuovo **title sponsor** della **Serie A Women**, facendo leva sul **crescente interesse** per il **Calcio Femminile**.

Per anni, sostenere lo sport femminile è stato visto soprattutto come un'iniziativa di responsabilità sociale: positivo per l'immagine, ma marginale in termini economici. Oggi la **prospettiva** è **cambiata**, con le aziende che ne riconoscono la **capacità** di **generare ritorni misurabili** e **sostenibili** nel **tempo**.

Figura 26 - Valore delle categorie merceologiche rispetto al totale delle sponsorizzazioni

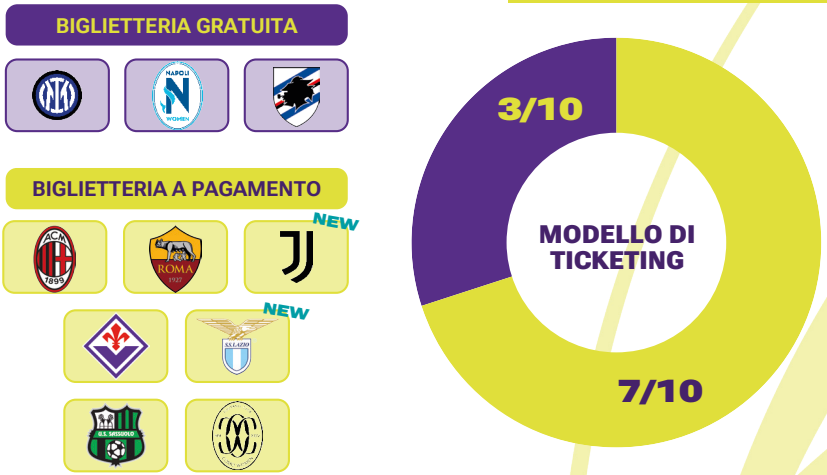
Categorie merceologiche	24-25	Δ vs 23-24
Abbigliamento & Moda	43%	-1 p.p.
Automotive	12%	+11 p.p.
Banche, Assicurazioni, FS	7%	-4 p.p.
Telecomunicazioni	5%	+5 p.p.
Salute	4%	-10 p.p.
Alimentare	4%	-1 p.p.
Media	4%	-1 p.p.
Servizi, Consulenze	3%	-1 p.p.
Tecnologia & Elettronica	3%	+1 p.p.
Energia	2%	-
Trasporti	2%	+2 p.p.
Turismo e ospitalità	2%	+2 p.p.
Altro	7%	-

TICKETING

I **ricavi** da **matchday** di tutti i Club di Serie A Women sono **ancora limitati**, con alcuni Club che continuano ad offrire biglietti gratuiti al fine di attrarre un pubblico sempre più ampio ai propri eventi.

Tuttavia, è in crescita il **numero** di **Club** che adotta un modello di **ricavi da matchday** tramite **biglietteria a pagamento**, con la stagione **2024-2025** che ha visto **7 Club su 10** adottare tale modello (+2 vs precedente stagione: Juventus e Lazio).

Figura 27 - Modello di ricavi matchday



Inoltre, il **costo medio** dei **biglietti** si è attestato intorno agli **8,4€**, in **crescita** di +1,4€ rispetto alla **stagione 2023-2024**, con alcuni **"big match"** che hanno previsto prezzi **fino a 50€** per la zona **hospitality**. Conseguentemente a tutto ciò, nell'**ultima stagione** i **ricavi** da **matchday** per i Club di Serie A Women sono aumentati del **20%** circa.

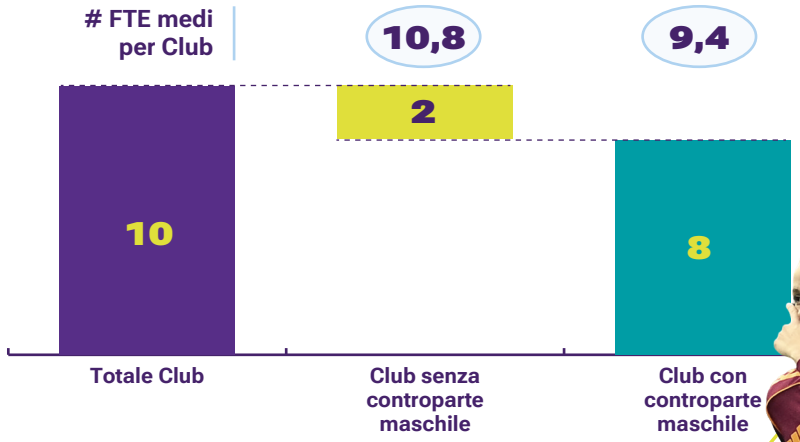
5.6 AMBITO: GOVERNANCE

Come sottolineato nella **scorsa edizione** del report, il **movimento calcistico femminile** ha attraversato negli ultimi anni una **trasformazione significativa**, che ha reso indispensabile una gestione più focalizzata delle competizioni di vertice femminili.

La **gestione** dei principali **campionati** europei risulta ancora oggi **eterogenea**, con **due approcci** di **governance** distinti: **leghe calcistiche indipendenti** dedicate ai principali campionati femminili nazionali, e **divisioni** dedicate **all'interno** della **federazione calcistica** del paese di riferimento (rientra in questa casistica la Divisione Serie A Femminile Professionistica). Tuttavia, **tutte le maggiori realtà europee** si stanno muovendo **verso** il modello della **Lega indipendente** in modo da incrementare la propria autonomia, **supportate** da **contributi federali/governativi** (es. 20 Mln€ per i primi 3 anni per lo sviluppo della Liga F concessi dal governo spagnolo) e dalle rispettive **controparti maschili** (es. prestito interest free da 20 Mln£ fornito **dalla Premier League per lo sviluppo della** Women's Super League Football).

Anche **a livello** dei **Club** di **Serie A Women** si registra un **cambiamento** nella **cultura organizzativa**, con la **componente femminile** che sta acquisendo **sempre più rilevanza** negli organigrammi societari. Infatti, **degli 8 Club con controparte maschile** della Serie A Women 2024-2025, **6** hanno una **struttura** organizzativa **dedicata** al **femminile** che **riporta direttamente** all'**Amministratore Delegato** della società. Sia i **Club** con controparte maschile sia quelli unicamente femminili stanno **rafforzando** le proprie **strutture organizzative** coinvolgendo un **maggior numero** di **risorse**: mediamente nella stagione 2024-2025 i **Club** di Serie A Women **unicamente femminili** hanno coinvolto circa **11 FTE**, mentre quelli con **controparte maschile** circa **9**, quando nella **stagione precedente tutti i Club** in media ne coinvolgevano circa **8**. Tuttavia, nella **maggior parte** dei **Club** con **controparte maschile**, le **aree dedicate** esclusivamente alla **componente femminile** risultano ancora essere **solamente** l'Area **Tecnico-Sportiva** e quella **Organizzativa**, mentre le **altre aree** (es. Finance, Amministrazione, Marketing, ...) sono **condivise** con la **componente maschile**.

Figura 28 - FTE Club Serie A Women 2024-2025



Ben **5 Club su 10** hanno indirizzato i rispettivi sforzi nel Calcio Femminile definendo un **piano strategico dedicato**. **4 di** questi **5** piani strategici vedono tra gli **ambiti di interesse** quelli legati all'**area sportiva** (come l'eccellenza dei risultati e il miglioramento del settore giovanile) e alla crescita della **Fan Base**; **altre tematiche**, come l'impatto sociale, la sostenibilità finanziaria e il miglioramento delle infrastrutture, vengono osservate da un **minor numero** di Club.



5.7 AMBITO: SOCIALE

Per il **ruolo** che ricoprono, per il **contesto** in cui operano e per i **valori** che esprimono, gli **attori** del **Calcio Femminile** si configurano come veri e propri **agenti di cambiamento**, capaci di incidere **non solo** sul **piano sportivo**, ma **anche** su quello **sociale** e **culturale**. I **Club** di **Serie A Women** mostrano una **crescente consapevolezza** di questa loro natura, che si traduce in un **impegno concreto** nella **promozione** di **valori** quali **inclusione**, **solidarietà** e **rispetto**. Le **iniziative attivate** mirano a contribuire in modo significativo al **tessuto sociale** di riferimento, favorendo al contempo la **crescita** dell'intero **movimento**.

L'indagine condotta evidenzia come la **totalità** dei **Club** di **Serie A Women** abbia **attivato iniziative** socialmente utili, **distinguibili tra** quelle a **beneficio** della **comunità e** quelle rivolte alla **tutela** e alla **formazione** delle proprie **tesserate**. **Tra le prime** rientrano i **programmi** che utilizzano il **calcio** come **strumento** di **integrazione** e **sviluppo**, quali **progetti** dedicati alle **persone** con **disabilità**, i **percorsi** nelle **scuole** finalizzati a promuovere i **valori** dello **sport**, le **campagne** per il rafforzamento del **ruolo** delle **donne** nella **società** e le **attività** a supporto di **persone** in **situazioni di vulnerabilità**. Con riferimento, invece, alle **tesserate**, i Club hanno introdotto **sistemi** volti a garantire **ambienti** sicuri, inclusivi ed equi, **programmi** per la **salute psico-fisica** delle atlete, **misure** a supporto della **vita personale** e **familiare**, tra cui **policy** per la **tutela** della **maternità**, e **percorsi** di **formazione** a **360°**.



6. ANALISI DEL VALORE DEL MOVIMENTO CALCISTICO E DELLA PRATICA CALCISTICA FEMMINILE



Ad oggi, si stima che il movimento e la pratica calcistica femminile generino un contributo economico complessivo di circa **3,2 Mld€**, in termini di **impatto** sul **PIL Italiano** nel 2024, e che generino, altresì, complessivamente un impatto di produttività annuo pari allo 0,2%. Tale produttività può essere così scomposta:

- **contributo diretto** pari allo 0,05%, derivante dai benefici sul miglioramento delle condizioni di salute e del benessere psico-fisico;
- un **contributo indiretto** pari allo 0,15%, derivante dai benefici legati (i) al miglioramento di aspetti sociali e comportamentali (relazioni sociali, abuso di sostanze e performance scolastiche), (ii) all'inclusione e alla parità di genere nonché (iii) al circolo virtuoso generato dall'interrelazione tra tali aspetti.

Si ritiene inoltre che circa il **46%** (1,5 Mld€) dell'impatto sul **PIL** stimato possa essere attribuito al ruolo e all'attività dei **Club** di **Serie A** (di cui ~54 Mln€ derivanti dall'attività economica diretta dei Club), che rappresentano il **cuore pulsante** del **movimento calcistico femminile** in **Italia** e del suo ecosistema economico. Risulta pertanto fondamentale il rafforzamento dei Club di Calcio Femminile, che non solo favoriscono la competitività sportiva, ma rappresentano anche un'importante **leva** per lo **sviluppo economico** del **Paese**.

Oltre al contributo economico, il Calcio Femminile gioca un ruolo chiave nell'occupazione. Si stima infatti che l'intero **movimento** del **Calcio Femminile** possa supportare circa **11.791 FTE** in Italia, contribuendo in maniera rilevante al tessuto economico-sociale del territorio.

Si stima che il movimento e la pratica calcistica femminile abbiano un effetto positivo e significativo anche sulla promozione della coesione sociale e sugli aspetti relativi a inclusione e parità di genere. In particolare, si ritiene che, *ceteris paribus*, un **aumento della pratica calcistica femminile** (qualora il numero di tesserate aumentasse del 30% in tutte le regioni italiane) potrebbe **generare**, nel **medio-lungo termine**, un miglioramento di:

- **partecipazione femminile** (+0,2% in termini di rappresentanza politica femminile a livello locale);
- **parità** di **genere** (+0,5% in termini di Gender Equality Index).

Inoltre, lo stesso incremento produrrebbe un **impatto addizionale** sul **PIL** di circa **965 Mln€** e un impatto addizionale in termini di **occupazione supportata** di oltre **3.550 FTE**.

Il movimento del Calcio Femminile si ritiene, pertanto, capace non solo di accelerare il raggiungimento dell'uguaglianza di genere, offrendo modelli di riferimento positivi, ma anche di ridefinire gli stereotipi culturali nel mondo dello sport e oltre. L'**impatto** di questi effetti è ancora più **marcato** e rilevante se si considera la **natura** stessa di questo **sport** e il suo **crescente ruolo** nel panorama **sociale** ed **economico**.

La crescente visibilità e professionalizzazione del movimento non solo amplificano questi effetti, ma generano un **cambiamento strutturale** con ricadute di lungo termine sulla **partecipazione femminile** nello **sport** e nei contesti professionali ad esso collegati. Lo sviluppo del Calcio Femminile richiede un approccio strutturato e ambizioso, capace di generare un circolo virtuoso che ne assicuri crescita e consolidamento nel lungo periodo. Un elemento chiave di questo processo è il raggiungimento dell'eccellenza sportiva, condizione indispensabile per accrescere la competitività a livello nazionale e internazionale. Solo investendo nella qualità del gioco, nella formazione delle atlete e nel potenziamento degli staff tecnici sarà possibile elevare il livello del movimento e garantire prestazioni all'altezza delle aspettative.



Parallelamente, la **costruzione** di una **Fan Base** solida è essenziale per **alimentare** l'**interesse** del **pubblico** e degli **stakeholder**, creando un seguito appassionato che possa sostenere attivamente il Calcio Femminile. La crescita dell'attenzione mediatica e il coinvolgimento delle tifoserie rappresentano infatti strumenti fondamentali per accrescere la visibilità delle competizioni e attrarre nuove opportunità commerciali.

In questo contesto, **massimizzare** il **valore** degli **asset** disponibili è un obiettivo imprescindibile per incrementare la visibilità del movimento. Attraverso accordi di sponsorizzazione, diritti televisivi e iniziative di marketing mirate, è possibile amplificare l'attrattività del Calcio Femminile, valorizzandolo agli occhi di investitori e partner strategici.

L'**adozione** di queste **strategie** non solo favorisce la crescita sportiva ed economica, ma **rafforza** anche il **ruolo sociale** del Calcio Femminile. Un movimento strutturato e sostenibile diventa infatti un veicolo di valori positivi, un ambiente sicuro e inclusivo in cui atlete, tifosi e professionisti possono riconoscersi e contribuire a un cambiamento culturale profondo e duraturo, alimentando il circolo virtuoso del Calcio Femminile.



7. L'ATTIVITÀ DELLA DIVISIONE SERIE A FEMMINILE PROFESSIONISTICA

La Divisione Serie A Femminile Professionistica ha portato avanti un **percorso strutturato** di **sviluppo**, articolato in una **serie** di **iniziative** e **progettualità**, proseguite fino alla **stagione 2025-2026**, attualmente in corso. Le attività realizzate si inseriscono in un **disegno organico** di **crescita** del **movimento** di **vertice**, guidato da **direttrici strategiche chiare** e **condivise**.

In questo contesto, la Divisione Serie A Femminile Professionistica fonda il proprio operato su **quattro principi strategici**:

1. **ECCELLENZA SPORTIVA E SOCIALE**: Utilizzare il calcio come piattaforma di trasformazione sociale, posizionando il movimento come un'élite sportiva credibile, moderna e attrattiva;
2. **COMPETITIVITÀ DEL PRODOTTO**: Trasformare il Calcio Femminile di vertice in un fenomeno sportivo per il grande pubblico attraverso competizioni di interesse, visibilità trasversale e brand identity di impatto;
3. **SUPPORTO CONCRETO AI CLUB:** Supportare i Club con professionalità, coordinamento efficiente e dialogo costante, attraverso un'organizzazione dedicata, adeguatamente strutturata e competente;
4. **SOSTENIBILITÀ ECONOMICA:** Costruire un modello economico sostenibile per Club e Divisione attraverso partnership commerciali strategiche e diversificazione dei ricavi, rendendo concreto il percorso verso l'autonomia.

Partendo da tali principi, la Divisione Serie A Femminile Professionistica ha portato avanti diverse iniziative lungo gli ambiti chiave di sviluppo del Calcio Femminile di vertice. La strutturazione delle iniziative della Divisione parte da quelli che sono gli **input** emersi da **due attività chiave** di **confronto** e **monitoraggio**:

- Le **tavole rotonde** di **confronto** con i **Club**, organizzate periodicamente con le società per discutere su **temi strategici** per lo **sviluppo** (es. com-

petizioni, opportunità commerciali, ...) in aggiunta ai confronti assembleari

- **Evidenze** e **insight** emersi nella stesura del "**Report Serie A Women**" per guidare in **logica data-driven** le azioni intraprese

Le iniziative definite anche attraverso gli input emersi dai confronti con i Club e le attività di monitoraggio spaziano lungo **quattro ambiti chiave di sviluppo** del movimento di vertice:

EVOLUZIONE DELLE COMPETIZIONI:

- Nuovo format di campionato (a partire dalla stagione 2025-2026): a partire dalla stagione 2025-2026, il campionato di Serie A Women è passato **da 10 a 12 squadre**, ripristinando il tradizionale **format** del **girone all'italiana** con gare di andata e ritorno;
- Introduzione della Serie A Women's Cup (a partire dalla stagione 2025-2026): parallelamente al nuovo format di campionato, per mantenere un adeguato numero di gare disputate, è stata introdotta la **nuova competizione** della **Serie A Women's Cup**, calendarizzata ad inizio stagione, prima dell'inizio del campionato, che termina con una **fase finale organizzata** direttamente dalla **Divisione**;
- Introduzione della Coppa Italia Primavera: istituita la **nuova competizione giovanile** della **Coppa Italia Primavera**, in via sperimentale dalla stagione 2024-2025, e ufficializzata dalla 2025-2026 introducendone l'**obbligatorietà** nel sistema delle **Licenze Nazionali** per la Serie A Women;
- Miglioramento gestione gare e programmazione: rafforzamento della **pianificazione** e della **gestione operativa** delle **gare** di Serie A Women, attraverso una **programmazione anticipata** e il **coordinamento strutturato** di tutti gli attori coinvolti (Club, delegati, broadcaster, istituzioni), il **potenziamento** dei **flussi operativi** e della **reportistica**, nonché l'innalzamento degli **standard produttivi**;
- FIFA Football Video Support: Serie A Women **selezionata** dalla **FIFA** come uno dei campionati in cui **testare** il **Football Video Support** in via sperimentale che è stato attivato all'inizio della stagione 2025-2026;
- Presenza osservatore arbitrale: introduzione della **presenza** degli **osservatori** AIA su tutte le partite di **Serie A Women** con l'obiettivo, a partire dalla stagione 2026-2027, di **estendere** la presenza su tutte le partite di **Coppa Italia Women** dai quarti di finale in poi;
- Negoziazione diritti di match analysis e scouting: avviate **interlocuzioni** con i **principali stakeholder** per la **cessione** dei **diritti** di **match analysis** e **scouting** della Serie A Women;

VISIBILITÀ E BRAND:

- Rebranding strategico: ridefinizione dell'**identità grafica** della **Serie A Women**, svelata a maggio 2025, con totale **rinnovamento** di **tutti** i **loghi**, gli **allestimenti** e le **grafiche** social e TV;
- Copertura televisiva integrale su DAZN: trasmissione delle **gare** di **Serie A Women** gratuitamente (previa registrazione) sui **canali OTT** di DAZN con un accordo triennale dalla stagione 2024-2025 alla 2026-2027
- Partnership con Rai e Sky: **trasmissione in chiaro** su **Rai2** o **Rai Sport** del **big match settimanale** di campionato e delle **finali** delle **altre competizioni**; dalla stagione 2024-2025 **Supercoppa** e **Coppa Italia** (dai quarti di finale) vengono trasmesse anche su **Sky** e dalla stagione 2025-2026 anche la **Serie A Women's Cup**. **Sky Sport 24** cura il prodotto con **interviste** e **approfondimenti** ulteriori;
- Copertura televisiva internazionale: per la prima volta a partire dalla stagione 2023-2024, le **competizioni** organizzate dalla **Divisione** sono **trasmesse** in **circa 150 paesi** grazie agli accordi con ESPN, Fox Sports, DAZN e W-Sport;
- Sponsorship ed eventi: concluse diverse operazioni di sponsorizzazione, tra cui le più recenti con:
  - **Athora Italia** come **title sponsor** del campionato per la stagione dalla

2025-2026 e sponsor anche della seconda edizione di **Game ON**, l'evento finale che celebra i successi della stagione appena terminata;

- **MSD Italia** come **Premium Partner** con l'obiettivo per il brand di comunicare al grande pubblico i temi della prevenzione dei tumori HPV-correlati;
- conferma della partnership con **Frecciarossa** come **Premium Partner** della **Serie A** e **Title Partner** della **Coppa Italia**.

⚽ <u>Posizionamento su media tradizionali e digitali</u>**:**

- posizionamento su **quotidiani sportivi**, grazie anche al supporto di Athora, con una **pagina dedicata** alla **Serie A Women** ogni lunedì su **Corriere dello Sport** e **TuttoSport**;
- **partnership** con **RDS**, con **contenuti settimanali** dedicati all'interno di una trasmissione di carattere sportivo;
- **servizi dedicati** sul **telegiornale** di **Rai 2**, prima volta italiana nella storia del Calcio Femminile di Club;
- avviata una collaborazione con **"Cronache di Spogliatoio"** sul fronte dei **nuovi media digitali**, per coinvolgere un nuovo target di appassionati.

PRODOTTO:

⚽ <u>Apertura grandi stadi</u>**: tre partite** del campionato 2024-25 disputate in **grandi stadi** con eventi realizzati anche grazie ai **fondi** stanziati dalla **Federazione** per i Club;

⚽ <u>Potenziamento promozione eventi</u>**:** ideazione di **nuovi momenti promozionali** per gli eventi organizzati dalla Divisione attraverso:

- **momenti di spettacolo** in campo prima della partita e all'intervallo, con coinvolgimento di **artisti** di grande livello (es. Alessandra Amoroso, Arisa), **corpi di ballo** e la **banda** dell'**Esercito** Italiano;
- attività promozionali nelle **scuole**;
- **animazione** e **promozione** sul territorio: a partire dalla finale di Coppa Italia a maggio 2026 un **Fan Village** in collaborazione con **Nike**;

⚽ <u>Football Manager</u>**:** inserimento di alcune squadre della Serie A Women nel **celebre gioco** della **SEGA**, **Football Manager**, un'opportunità di visibilità e coinvolgimento del **pubblico** dei **videogames internazionale**;

⚽ <u>Album Calciatrici Panini</u>**:** realizzazione delle **prime due edizioni cartacee** dedicate alla **Serie A Women** dell'iconico **album di figurine Panini**, un'iniziativa di grande valore per la promozione del movimento e il coinvolgimento del pubblico più giovane;

⚽ <u>Attivazione copertura totale fotografi ufficiali</u>**:** presenza, a partire dalla stagione 2024-2025, di un **fotografo ufficiale in tutte le partite di Serie A Women**, con garanzia di una copertura professionale e di qualità di tutti gli eventi del campionato.



RESPONSABILITÀ SOCIALE:

⚽ <u>Campagna «MaiPiù» contro la violenza sulle donne</u>**:** attivazione, dalla stagione 2024-2025, della **campagna "Mai Più" contro la violenza** sulle donne e la **violenza** di **genere**, e sviluppo dei **rapporti** con **associazioni antiviolenza** e previsione nel **cerimoniale di ingresso in campo** di **tre player escort** con **t-shirt** dedicate all'iniziativa;

⚽ <u>Altre attivazioni su tematiche di genere e inclusione</u>**:** sviluppate **specifiche attivazioni** concrete in occasione della **Giornata Internazionale contro la violenza sulle donne**, della **Giornata Internazionale delle Donne**;

⚽ <u>Safeguarding e Tutela</u>**:** introduzione da par-

te della FIGC delle **linee guida CONI** sul **Safeguarding**, con implementazione di **politiche** di **prevenzione** e **gestione** del **rischio**, **Codici di Condotta**, programmi di **formazione** e **informazione**, nomina di **figure responsabili** Safeguarding e sistemi di **segnalazione** e **procedure disciplinari**.

Alla base di tali iniziative, insistono **due abilitatori chiave** al **lavoro** svolto dalla **Divisione** al fianco del Club:

- L'attività continua di **consolidamento** e **rafforzamento** dei **rapporti** con le **istituzioni**, da quelle governative a quelle del sistema calcio maschile e femminile;
- L'investimento nell'**accrescimento** del **capitale umano** della **Divisione** per **rafforzare organico** e **competenze** per strutturare al meglio il supporto professionale offerto.

Guardando alle **prossime stagioni**, la Divisione Serie A Femminile Professionistica ha definito **quattro ambiti di intervento prioritari** con un **focus** sugli **interventi** necessari per **trasformare** la **crescita** realizzata in un **modello economicamente autonomo**:

1. **LEGA AUTONOMA**: Avviare il percorso verso l'autonomia dell'ente organizzatore delle competizioni di vertice del Calcio Femminile italiano, pianificata attualmente per la stagione 2027-2028, garantendone sostenibilità economica duratura;
2. **INFRASTRUTTURE**: Supportare i Club nel miglioramento degli impianti per arricchire esperienza fan e standard degli stadi
3. **ANALISI E PROFILAZIONE DELLA FAN BASE**: Sviluppare una comprensione profonda dei profili dei tifosi del Calcio Femminile in generale, delle competizioni di vertice e dei singoli Club partecipanti;
4. **PROMOZIONE PRODOTTO**: Ampliare la visibilità nazionale e internazionale attraverso iniziative ad alto impatto in termini di coinvolgimento e sviluppo commerciale e della Fan Base.





8. NOTA METODOLOGICA

INDAGINE DEMOSCOPICA PER QUANTIFICARE E CARATTERIZZARE LA FAN BASE DEL CALCIO FEMMINILE IN ITALIA

I dati presentati in questo report fanno riferimento ad una **indagine demoscopica** condotta da Marketing Problem Solving su commissione di Deloitte, rispettivamente con gli obiettivi di:

1. **Quantificare** coloro che in Italia si definiscono **fan** o anche **solo interessati** al Calcio Femminile
2. **Caratterizzare** i **fan** in termini di **percepito** rispetto al **movimento** del Calcio Femminile nel suo complesso, la sua **pratica di base** e il **prodotto Serie A Women**

Il **campione**, intervistato con **metodologia CAWI**, si compone di **1.000 soggetti** (individui residenti in Italia di età compresa tra i 15 e i 75 anni).

I DATI DEI CLUB DI SERIE A WOMEN E IL CONFRONTO CON GLI ALTRI PRINCIPALI CAMPIONATI EUROPEI

La raccolta dei **dati** relativi ai **Club** di Serie A Women è stata condotta con il supporto tecnico di Deloitte, attraverso la somministrazione di **questionari** alle singole società, riguardanti i diversi **ambiti di analisi**. Il processo è stato successivamente integrato da **interviste** ai **rappresentanti** delle **società** per raccogliere maggiori elementi e comprendere appieno le dinamiche sottostanti le numeriche. In particolare, i dati presenti fanno riferimento a quelli di **9 Club di Serie A Women su 10** in totale.

I dati raccolti dai Club sono stati poi integrati con quanto già a disposizione della Divisione Serie A Femminile, i dati pubblicamente disponibili e quanto raccolto tramite interviste ad esponenti di rilievo del panorama del Calcio

Femminile nazionale e internazionale, grazie al supporto tecnico di Deloitte. Il riferimento alle principali controparti europee della Serie A Women comprende La Liga F spagnola, la Frauen-Bundesliga tedesca, la Division 1 Féminine francese e la Women's Super League britannica.

ANALISI SULL'IMPATTO DEL CALCIO FEMMINILE SUL PIL ITALIANO

Lo studio, svolto dal team Deloitte Economics, ha avuto come scopo principale quello di indagare la possibile esistenza di **interrelazioni** tra la **pratica calcistica femminile** e alcuni **aspetti relativi alla qualità della vita delle persone** (quali ad esempio salute e benessere psico-fisico, ...) nonché di **analizzare** le **conseguenze economiche sulla collettività** che derivano da tali eventuali interrelazioni.

Lo studio è composto da **due fasi principali**:

1. Analisi **dell'impatto economico e occupazionale** della **gestione** operativa delle **squadre di Serie A Women**
2. Analisi **del valore del movimento calcistico** e della **pratica calcistica femminile in Italia**.

Nella **fase iniziale** dell'analisi, è stato stimato il **contributo**, in **termini di valore aggiunto e occupazione**, apportato all'**economia italiana** da parte delle attività operative relative a **Serie A Women**. Lo **svolgimento** di tali **attività** contribuisce infatti di per sé a **generare ricchezza per il territorio**. Gli impatti economici e occupazionali della gestione operativa delle squadre di Serie A femminile sono stati stimati utilizzando la **Metodologia Input-Output (I-O)**. Il modello I-O è **un modello economico quantitativo** che rappresenta le **interdipendenze** tra **diversi settori** dell'economia nazionale e delle diverse economie regionali. In particolare, l'utilizzo di Modelli Input-Output consente di **misurare** gli **impatti economici e occupazionali sia ex-ante che ex-post**.



8. NOTA METODOLOGICA

Nella seconda fase, è stato analizzato il valore del movimento calcistico e della pratica calcistica femminile, tramite la definizione e la stima di **modelli econometrici** da parte di Deloitte Economics per analizzare le eventuali **relazioni di causalità esistenti** tra i vari aspetti considerati e **quantificarne la relativa magnitudo**. Tali modelli sono stati stimati costruendo innanzitutto un **dataset integrato**, costruito tramite la **raccolta** e l'**integrazione di dati** relativi a:

- Pratica calcistica femminile (numero tesserate, spettatori delle partite di Serie A Women, Fan Base totale in termini di followers sui social media)
- Partecipazione femminile e parità di genere (rappresentanza politica femminile a livello locale, rappresentanza politica femminile in Parlamento, rappresentanza femminile nei consigli di amministrazione delle società quotate in borsa, Gender Equality Index)
- Salute e benessere fisico e mentale (soddisfazione della propria vita, indice di salute mentale, multicronicità, eccesso di peso, patologie cardiovascolari, patologie muscolo-scheletriche, speranza di vita, speranza di vita in buona salute alla nascita)
- Aspetti sociali e comportamentali (relazioni sociali; risultati prove invalsi, fumo, alcol, criminalità).

Tali dati sono stati **raccolti a livello nazionale** e per le **singole regioni**.

Sono state quindi analizzate le **interrelazioni** tra le suddette variabili attraverso la **costruzione di modelli econometrici** basati su un **sistema di equazioni strutturali** che consentisse di esaminare la relazione tra la pratica sportiva femminile, salute e benessere e aspetti sociali e comportamentali, controllando per l'**eterogeneità regionale non osservata** (cioè possibili differenze territoriali non riconducibili a fattori osservabili).

Nello specifico, l'utilizzo di un approccio "**Structural Equation Modelling**", caratterizzato da un sistema di equazioni, una per ognuno degli aspetti analizzati, ha consentito di **considerare molteplici percorsi di causazione** nell'interrelazione tra i diversi aspetti, nonché quindi la possibile relazione di **causalità inversa** tra i vari aspetti considerati e l'incidenza della pratica sportiva femminile.






SUPERCOPPA WOMEN
Jeep
Visit Detroit
27
23


Jeep
SUPERCOPPA
WOMEN



Divisione Serie A Femminile Professionistica
Via Po, 36 00198 Roma