



# REPORT SERIE A FEMMINILE

stagione sportiva 2023-2024



INDICE

<b>1.</b>	<b>PREFAZIONI</b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>SNAPSHOT SERIE A FEMMINILE 2023-2024</b>	<b>6</b>
<b>3.</b>	<b>EXECUTIVE SUMMARY</b>	<b>7</b>
<b>4.</b>	<b>LA QUANTIFICAZIONE E CARATTERIZZAZIONE DELLA FAN BASE DEL CALCIO FEMMINILE IN ITALIA</b>	<b>9</b>
<b>5.</b>	<b>I CLUB DELLA SERIE A FEMMINILE</b>	<b>15</b>
<b>6.</b>	<b>ANALISI DEL VALORE DEL MOVIMENTO CALCISTICO E DELLA PRATICA CALCISTICA FEMMINILE</b>	<b>31</b>
<b>7.</b>	<b>CONCLUSIONI</b>	<b>33</b>
<b>8.</b>	<b>NOTA METODOLOGICA</b>	<b>35</b>





## GABRIELE GRAVINA PRESIDENTE FEDERAZIONE ITALIANA GIUOCO CALCIO

# PREFAZIONE

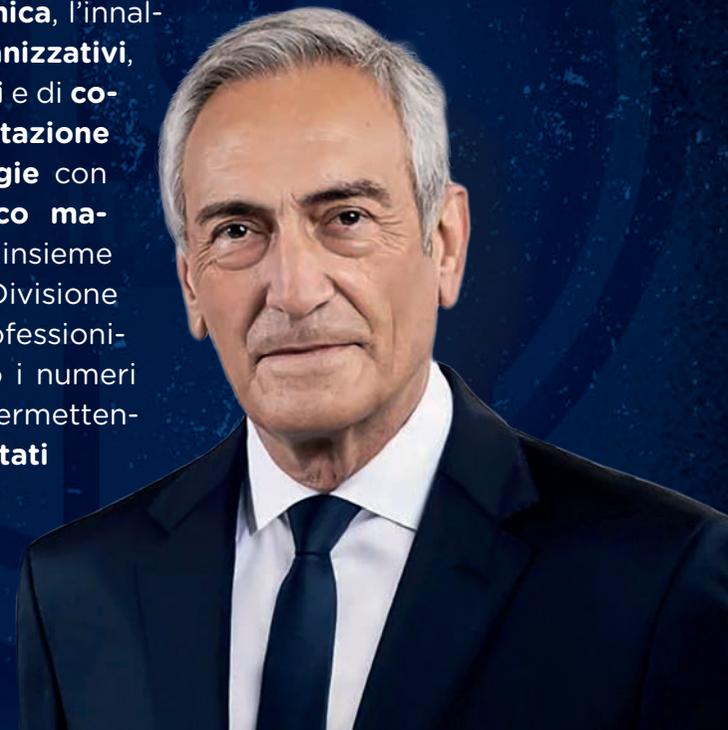
Il **Calcio Femminile**, o meglio il calcio praticato dalle donne, in Italia sta vivendo una **fase di crescita straordinaria**, consolidandosi come un **pilastro essenziale** del **sistema calcistico nel suo complesso**. I dati relativi all'**aumento** dei **tifosi**, all'**impatto economico e sociale**, nonché alla crescita del numero di **tesserate**, dimostrano come questo movimento sia sempre più **centrale** nel **ruolo** che il **calcio** gioca per lo sviluppo del nostro **Paese**.

In particolare, il Calcio Femminile rappresenta un'opportunità per esprimere il talento e la passione delle ragazze, ma anche uno strumento fondamentale per **promuovere l'empowerment femminile**, l'**uguaglianza di genere** e l'**inclusione sociale**. Il passaggio al **professionismo** della Serie A Femminile, avvenuto nella stagione 2022-2023, ha segnato un momento storico e un **atto di civiltà** per il nostro movimento, riconoscendo il valore e il contributo significativo delle atlete che, con impegno e determinazione, hanno scritto pagine importanti nella storia dello sport italiano. Un passaggio reso possibile dal fondamentale **contributo** delle **società** della **Serie A Femminile** e della **Federazione Italiana Giuoco Calcio** che ha necessitato e continua ancora a necessitare di investimenti per il suo completamento.

Questo report si inserisce all'interno dell'**impegno** della **FIGC** per valorizzare il **pilastro della trasparenza** e fornisce per la prima volta nella nostra storia un **quadro dettagliato** sul **massimo campionato** di Calcio Femminile nel nostro Paese. I dati raccolti disegnano un **quadro in linea** con quanto già evidenziato in **altri segmenti** del nostro sport. In tutte le sue forme, il **calcio** è un settore capace

di fornire un **apporto sostanziale** che non si limita al campo di gioco, ma si estende a **tutta la società** che per la sua sostenibilità richiede un **grande impegno corale** ed è ancora caratterizzato da **importanti sfide** da affrontare appieno. Tra queste, il **potenziamento** delle **infrastrutture**, il sostegno agli **investimenti** dei **Club** e la creazione di **nuove opportunità** per favorire una **crescita** ancora più ampia e strutturata.

Il **Calcio Femminile** è un asset strategico e prioritario per la **Federazione**, che si impegna costantemente a **valorizzarlo** attraverso un rafforzamento continuo del proprio **programma** dedicato allo **sviluppo** e **crescita** del movimento. L'impegno della **FIGC** è distribuito su **diversi fronti**, tra cui il miglioramento della **formazione tecnica**, l'innalzamento dei **criteri organizzativi**, le **iniziative commerciali** e di **comunicazione**, e la **facilitazione** nell'attivazione di **sinergie** con il **calcio professionistico maschile**. Un impegno che, insieme a quanto fatto dalla Divisione Serie A Femminile Professionistica, come evidenziano i numeri di questo report, sta permettendo di raggiungere **risultati importanti** su **tutti gli ambiti** che caratterizzano il movimento.







# FEDERICA CAPPELLETTI

## PRESIDENTE DIVISIONE SERIE A FEMMINILE PROFESSIONISTICA

# PREFAZIONE

Il Calcio Femminile in Italia ha compiuto un **passo decisivo**, segnando non solo un successo sportivo, ma anche un'**evoluzione culturale e strutturale**: il **passaggio al professionismo** nella stagione 2022-2023 non è stato solo un adeguamento formale, ma una conquista che ha ridefinito il senso stesso della disciplina, trasformandola in un **terreno di affermazione sportiva, merito e pari opportunità**. Un risultato ancor più significativo se si considera che si tratta della prima ed unica **Federazione in Italia** ad aver introdotto il **professionismo** per le **donne**, segnando un momento **storico** per tutto il **movimento sportivo**.

Il **monitoraggio** attento dei **progressi** della **Serie A Femminile**, frutto della **sinergia** tra la **Divisione Serie A Professionistica**, la **FIGC**, i **Club**, e le **calciatrici** traccia le linee di un **percorso virtuoso**. Un percorso che non è il risultato di eventi fortuiti, ma dell'**impegno collettivo** e della volontà di dare forma a un **sistema solido e sostenibile**. Il **sostegno** ricevuto attraverso i **fondi federali** e **governativi** non ha rappresentato soltanto una spinta economica, ma un **atto di riconoscimento** rispetto alle potenzialità del fenomeno e alla sua sempre più crescente rilevanza: il segnale che il Calcio Femminile non è più una nicchia, bensì una realtà destinata a occupare uno **spazio centrale nel panorama sportivo**.

Questa trasformazione non si esaurisce nei risultati tecnici, ma si riflette in qualcosa di più profondo che tocca tutti i **principali ambiti** della nostra **realtà**. La **stagione 2023-2024** non solo sottolinea la **competitività** del nostro **campionato** nel panorama europeo ma anche un crescente **coinvolgimento dei fan**, un **interesse** sempre

maggiore degli **sponsor** e maggiore consapevolezza del nostro ruolo nel generare **modelli positivi** e **abbattere barriere** che per troppo tempo hanno limitato il talento e le ambizioni.

Eppure, il progresso non è mai un punto di arrivo: la strada intrapresa è promettente, ma richiede **dedizione, investimenti** e una **visione lungimirante**. La **solidità** delle **infrastrutture**, la **sostenibilità economica** e la **valorizzazione** delle **competizioni** devono rappresentare le fondamenta di un sistema che vuole durare nel tempo.

Il Calcio Femminile è un **simbolo di rinnovamento**, un **laboratorio di equità**, un'arena in cui il merito supera le distinzioni e il talento trova finalmente lo spazio per esprimersi senza compromessi. Affinché questo processo si completi, è necessario continuare a **monitorare** i **progressi** con l'obiettivo di **intercettare** le **opportunità di investimento e sviluppo**. Questo **report** rappresenta un **chiaro impegno** che la Divisione Serie A Femminile Professionistica ha intenzione di perseguire tale obiettivo con l'ambizione di replicare l'iniziativa nelle stagioni future.



# SNAPSHOT SERIE A FEMMINILE 2023-2024

## CAMPIONATO DI SERIE A FEMMINILE



## KEY HIGHLIGHTS



**1° CAMPIONATO FEMMINILE PROFESSIONISTICO IN ITALIA...**

...a partire dalla **stagione 22-23**



**ORGANIZZATO DALLA DIVISIONE SERIE A FEMMINILE PROFESSIONISTICA...**

...inquadrate all'interno della **FIGC**



**10 CLUB PARTECIPANTI...**

...che diventeranno 12 a partire dalla **stagione 25-26**



**COMPETITIVITÀ CAMPIONATO**

**1,6 goal medi** di scarto a partita (risultato migliore fra i top 5 campionati europei)



**TELESPETTATORI MEDI PARTITE IN CHIARO**

**318k** (canali generalisti)



**PRESENZE MEDIE ALLO STADIO**

**+130%** vs stagione 21-22



**CRESCITA VALORE SPONSORIZZAZIONI CLUB**

**+20%** vs stagione 21-22



**CLUB CHE HANNO MIGLIORATO GLI STADI**

**70%**



**CLUB CHE VEICOLANO MESSAGGI SOCIALMENTE UTILI**

**90%**

# EXECUTIVE SUMMARY

I **risultati ottenuti** dai **Club** e dalla **Divisione Serie A Femminile Professionistica** nella **stagione 2023-2024** hanno **confermato** la **rilevanza** e la **potenzialità** del **Calcio Femminile** in Italia in **termini economici**, di **interesse** e **sociale** attraverso una **crescita significativa a 360°** che ha coinvolto tutti gli aspetti chiave del movimento.

Da un punto di vista tecnico, il **campionato di Serie A Femminile** ha dimostrato un **maggiore equilibrio** in termini di **possesso palla** e **differenza gol** rispetto agli altri principali campionati europei, evidenziando la **competitività** della competizione.

In termini di **interesse**, negli ultimi anni, il numero di **fan** del Calcio Femminile **è cresciuto esponenzialmente**. Attualmente, il **40%** della **popolazione italiana** si dichiara **interessata** al Calcio Femminile e si contano **7 milioni** di persone che si dichiarano **appassionate**. Di conseguenza anche le **presenze allo stadio** durante le partite di campionato sono fortemente aumentate, **raddoppiando** rispetto alla stagione 2021-2022 (che ha visto un graduale ritorno alla normalità dopo le restrizioni legate alla pandemia), e con le **finali di Coppa Italia Femminile** e **Supercoppa Italiana Femminile** che si dimostrano degli **eventi catalizzatori** in termini di **affluenza** negli stadi. Anche l'**audience TV** è **cresciuta considerevolmente**, con le **partite** trasmesse **in chiaro** sui canali generalisti che raggiungono quasi **320 mila ascoltatori medi a partita**, rispetto a circa 140 mila di tre stagioni prima.



Il crescente interesse verso il Calcio Femminile ha attirato l'**attenzione** degli **sponsor**, che vedono nel movimento un'**opportunità** per **associare** i propri **brand** a **valori positivi** e raggiungere **target demografici specifici**. Negli ultimi anni, i **Club** di Serie A Femminile hanno adottato **modelli di sponsorship dedicati** esclusivamente alla sezione femminile, rispondendo a **specifiche esigenze** dei **partner commerciali**, come il raggiungimento di **obiettivi** in ambito **ESG** e **target mirati**. Le **sponsorizzazioni** rappresentano la **principale fonte** di **ricavi diretti** per i Club di Serie A Femminile, contribuendo per circa il **65%** al totale di essi.

Così come i **ricavi commerciali** da sponsorship e dalla vendita dei diritti TV **registrati centralmente** dalla **Divisione Serie A Femminile Professionistica** e redistribuiti ai Club hanno contribuito ad alleggerire l'impatto sui conti economici delle società a fronte degli aumenti dei costi derivanti dal passaggio al professionismo.

Data la crescente rilevanza della componente femminile, i **Club** hanno **rivisto** le proprie **organizzazioni** dando **maggiore struttura** e rilevanza alle **unità dedicate** alle proprie **squadre femminili**. Dei 7 club con controparte maschile della Serie A Femminile nella stagione 2023-2024, **6** hanno una **struttura organizzativa dedicata** al femminile che **riporta direttamente** all'**Amministratore Delegato** della società.

L'**impegno** del movimento si è inoltre **esteso** anche **fuori dal campo**, con i club di Serie A Femminile che hanno

# EXECUTIVE SUMMARY



deciso di **utilizzare** i propri **asset**, in particolare l'**immagine** delle **calciatrici**, per **veicolare messaggi socialmente utili**. Il **90%** dei Club utilizza i propri asset per **promuovere** valori come l'**inclusione**, la **solidarietà** e il **rispetto**, attraverso campagne di comunicazione contro la violenza sulle donne, promozione dell'empowerment femminile e sensibilizzazione verso malattie legate al genere femminile. In tal senso, il **Calcio Femminile** può giocare un **ruolo unico** nel **panorama sportivo** in quanto **associato** dai **fan** a **valori fortemente positivi**: **serenità** nell'**approccio** all'**evento sportivo**, **passione**, **divertimento**, **determinazione** e **competitività**.

Il **progresso registrato** sui diversi ambiti che ruotano attorno al Calcio Femminile professionistico e non, si **sintetizza** in un **impatto economico** complessivo di **3,2 €Mld** sul **PIL italiano**. Questo contributo economico diretto deriva non solo dall'**attività generata** dal **settore**, come il giro d'affari prodotto e i costi operativi sostenuti dai diversi attori coinvolti ma soprattutto dai **benefici intangibili**, favorendo il **benessere psico-fisico**, promuovendo la **coesione sociale** e accelerando l'**uguaglianza di genere**.

Nonostante i progressi, il **Calcio Femminile** in Italia si inserisce in un **contesto** che richiede **azioni concrete** per garantire la **sostenibilità economica** e **industriale** del segmento. Le principali **sfide** ancora presenti includono:

- 🔧 Il **raggiungimento** della **sostenibilità economica** da parte dei **Club**; nonostante i ricavi siano in aumento, rimangono pari a circa 1/4 dei costi sostenuti, in particolare per via del passaggio al professionismo
- 🔧 I **limiti infrastrutturali** e in termini di **offerta** di scuole calcio che

vincolano l'**avvicinamento** delle **giovani ragazze** alla **pratica di base** della disciplina

- 🔧 **Presenze allo stadio** da parte degli spettatori ancora **limitate** se confrontate con gli altri principali campionati europei
- 🔧 L'**assenza di grandi risultati** da parte dei **Club italiani** nelle **competizioni europee**

Lo **sviluppo continuativo** del **Calcio Femminile** in tutti i suoi ambiti richiede una **prosecuzione** del **percorso virtuoso** avviato con la messa a terra di **azioni concrete** anche attraverso il **sostegno** di tutti gli **stakeholder** coinvolti. In particolare, sono stati identificati **quattro principi strategici** su cui fondare tale percorso:

- ⚙️ **COINVOLGIMENTO ATTIVO DELLE ISTITUZIONI**: rafforzare il dialogo continuo con le istituzioni a garanzia del corretto sostegno allo sviluppo del movimento
- ⚙️ **RAFFORZAMENTO DEL RUOLO SOCIALE**: prevedere un coinvolgimento attivo nell'ecosistema sociale e istituzionale del Paese, che veda la Divisione Serie A Femminile Professionistica e i suoi Club come promotori di iniziative sociali che vanno oltre al perimetro del Calcio Femminile
- ⚙️ **CENTRALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ A LIVELLO DI DIVISIONE**: prevedere una mission più ampia della Divisione Serie A Femminile Professionistica, a partire da quanto già attuato, che includa la centralizzazione di alcune attività in una logica di «incubatore» a supporto dei Club
- ⚙️ **CAPITALIZZAZIONE DELLE SINERGIE CON LA CONTROPARTE MASCHILE**: sviluppare il prodotto sul Calcio Femminile facendo leva sulla forza motrice delle controparti maschili sia a livello di Divisione Serie A Femminile Professionistica che di Club

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

Negli **ultimi anni**, il Calcio Femminile ha vissuto un **periodo di significativa crescita e sviluppo**, guadagnando visibilità e riconoscimento **a livello globale**. La **crescente attenzione** verso il Calcio Femminile rappresenta non solo un **riconoscimento** verso le **atlete** e una dimostrazione del **valore commerciale** associato, ma anche una **chiara opportunità** per attrarre **nuovi talenti** e sviluppare la disciplina.

Basandosi su tali premesse, si è identificata l'opportunità, tramite un'indagine demoscopica (a settembre 2024), 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 Femminile**

Rispetto alla **quantificazione** della **fan base**, l'analisi demoscopica di settembre 2024 mette innanzitutto in evidenza un **forte interesse** generato dal movimento: ad oggi, si rileva che 17 milioni di italiani si dicono quantomeno interessati al Calcio Femminile. Inoltre, questo valore è **fortemente in crescita** rispetto a 5 anni fa, segnando un **CAGR** di quasi il **50%** su **ciascuna stagione sportiva** dalla 2019-2020 ad oggi.

L'**aumento** non riguarda solo coloro che si interessano in termini generali, ma anche gli italiani che si dichiarano **veri e propri appassionati** della disciplina. Si contano ad oggi **7 milioni di fan italiani**, **fortemente in aumento** rispetto al milione di italiani che si dichiaravano appassionati nella stagione sportiva 2019-2020.

**Figura 1: INTERESSE E SEGUITO DEL CALCIO FEMMINILE IN ITALIA - 11/2024**

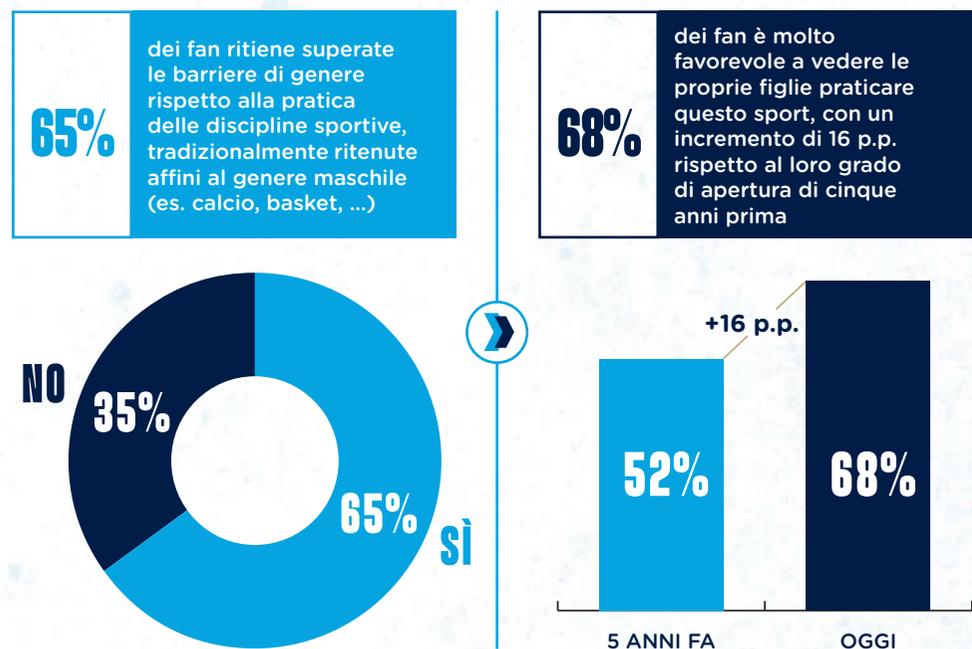


# LA QUANTIFICAZIONE E CARATTERIZZAZIONE DELLA FAN BASE DEL CALCIO FEMMINILE IN ITALIA

L'aumento del numero di **interessati** e **fan** del Calcio Femminile non solo amplifica la visibilità del movimento, ma stimola anche una maggiore **partecipazione** verso la **pratica di base**, grazie ad una **maggiore apertura** da parte delle **giovani ragazze** e dei loro **genitori**. Gli intervistati confermano il superamento delle **barriere di genere** che hanno caratterizzato **discipline tradizionalmente** ritenute **affini al genere maschile**, tra cui il **calcio**. Infatti, i dati rilevano che:

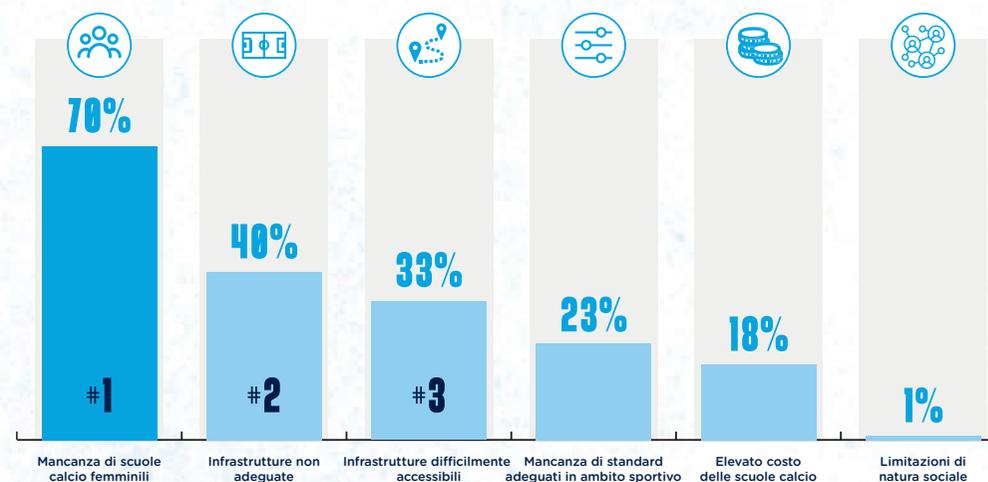
- Il **65%** dei **fan** ritiene che tali **barriere** siano **superate**
- Il **68%** dei **fan** è **molto favorevole** a vedere le **proprie figlie praticare** questo **sport**, dimostrando un incremento di **16 p.p.** rispetto al loro grado di apertura di **cinque anni prima**.

**Figura 2: IL SUPERAMENTO DELLE BARRIERE ALL'INGRESSO DEL CALCIO FEMMINILE**



Nonostante ciò, le **ragazze appassionate** di tale sport continuano a incontrare delle **barriere all'accesso** che ostacolano la loro **possibilità di approcciarsi al calcio**. Il **70%** degli intervistati ritiene che tale limite sia dovuto alla **mancanza di offerta di scuole calcio femminili**, il **40%** sostiene che le **difficoltà** sono legate ad **infrastrutture inadeguate**, mentre il **33%** sostiene che le **infrastrutture** per la pratica sportiva siano **difficilmente accessibili**, perché troppo distanti da casa o dalle scuole, mentre solo l'**1%** segnala potenziali limitazioni di natura di sociale.

**Figura 3: PRINCIPALI MOTIVI CHE OSTACOLANO LA PRATICA DEL CALCIO FEMMINILE**



Superare questi **ostacoli** rimane una **sfida cruciale** per garantire una **piena inclusione** e per favorire la **crescita** e lo sviluppo del **talento** nel **Calcio Femminile**. Risulta pertanto fondamentale il ruolo di tutti gli **attori coinvolti**, poiché possano collaborare per contribuire attivamente a creare un **ambiente più favorevole e accessibile** per le **giovani calciatrici**, cooperando in modo sinergico per sviluppare il movimento.

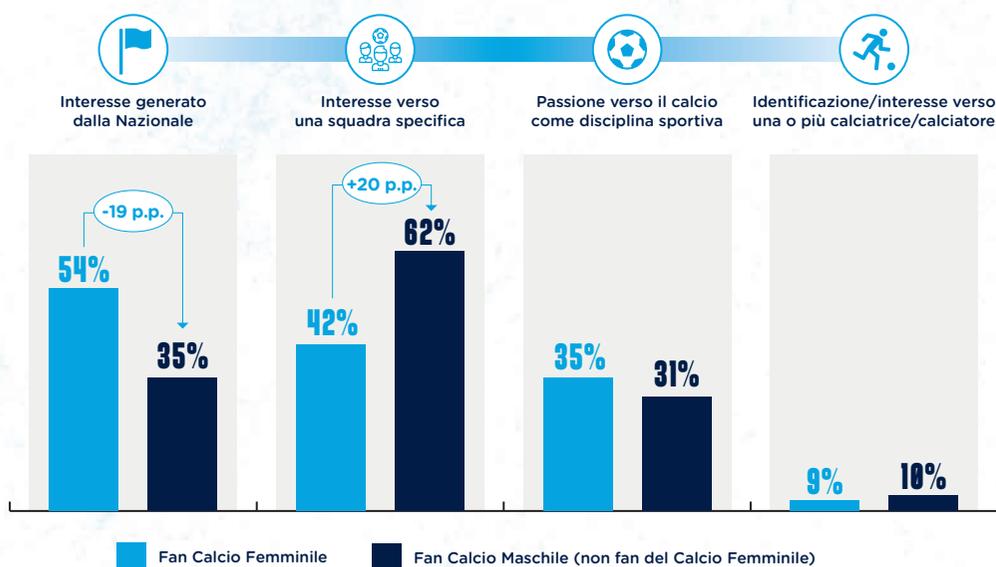
# LA QUANTIFICAZIONE E CARATTERIZZAZIONE DELLA FAN BASE DEL CALCIO FEMMINILE IN ITALIA

Date le **esternalità positive** che l'incremento dei fan può portare al **Calcio Femminile italiano**, ci si è interrogati sulle **motivazioni** che spingono i tifosi a seguire questa pratica. In particolare, l'analisi svolta evidenzia che i **principali motivi** per cui i **tifosi** sono interessati a tale **disciplina** sono **diversi** dalle **motivazioni** legate all'interesse verso il **calcio maschile**.

Il **54%** dei tifosi segue **principalmente** il **Calcio Femminile** per via dell'interesse generato dai **successi** della squadra **Nazionale**. Mentre i **risultati** degli **Azzurri**, in **Europa** e nelle competizioni **mondiali**, stimolano l'**interesse** soltanto per il **35%** del pubblico del **calcio maschile**.

Al contrario, solo il **42%** dei fan di Calcio Femminile è spinto dall'**interesse** verso una **squadra specifica**, mentre il **62%** dei **tifosi di calcio maschile** (+ 20 p.p. vs fan del Calcio Femminile) si dichiara guidato dall'attaccamento alla squadra del cuore. Ciò fa emergere come il fan del Calcio Femminile sia **meno legato** alla logica di "**attaccamento alla maglia**" rispetto al fan del calcio maschile.

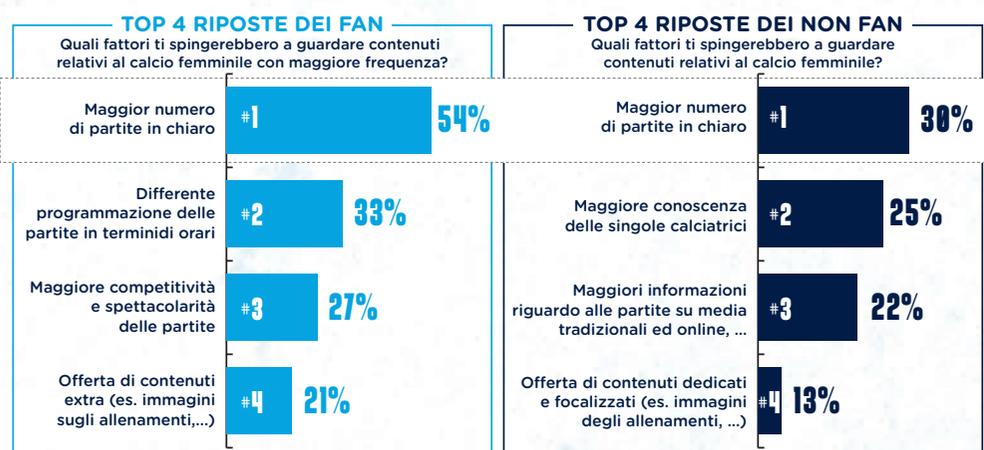
Figura 4: PRINCIPALI MOTIVAZIONI DEI FAN A SEGUIRE IL CALCIO FEMMINILE E MASCHILE



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

Sempre con riguardo ai contenuti, i dati dell'analisi demoscopica mostrano che il **54%** dei fan desidererebbe un **maggior numero di partite trasmesse in chiaro** e il **33%** una **differente programmazione** in termini di **orari** come principali fattori trainanti per l'aumento della fruizione dei contenuti sul Calcio Femminile. Il **30%** dei **non fan**, concordano che l'**aumento delle partite in chiaro** rappresenterebbe un elemento chiave per **avvicinarli** a tali contenuti.

**Figura 5: PRINCIPALI FATTORI CHE SPINGEREBBERO FAN E NON FAN A FRUIRE MAGGIORMENTE DEI CONTENUTI DI CALCIO FEMMINILE**

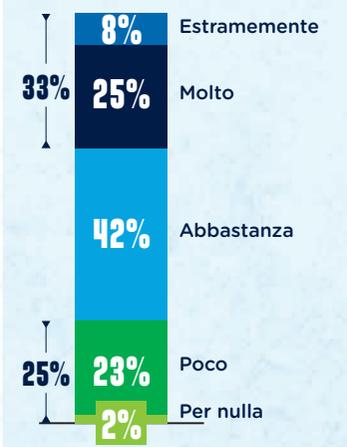


I **contenuti extra partita**, che vanno oltre le riprese dei 90 minuti di gioco, rappresentano degli **strumenti cruciali** per ampliare l'**audience** e **rafforzare il legame** tra i tifosi e la propria squadra del cuore. Ad oggi però, solo **1 fan su 3** ne **considera la copertura** e la **qualità adeguata** e **1 fan su 4 non** si ritiene **soddisfatto** di tali contenuti. In particolare, il **73%** dei fan, ritiene sia **necessaria** una **maggior copertura** in termini di **trasmissioni** e **servizi TV** dedicati alla **Serie A Femminile** come, per esempio, contenuti dedicati sui canali sportivi. A seguire, gli appassionati richiedono una **copertura più ampia**

sui **siti web sportivi** (39%) e la necessità di una **maggior presenza** di programmi e notizie dedicate sui canali **radio** (30%).

**Figura 6: SODDISFAZIONE DEI FAN SODDISFATTO RISPETTO ALLA COPERTURA E QUALITÀ DEI CONTENUTI DELLA SERIE A**

Quanto ti ritieni soddisfatto della copertura e della qualità dei contenuti relativi alla Serie A?



Cosa vorresti che venisse migliorato riguardo alla copertura della Serie A di calcio femminile e su quali canali?



Come precedentemente evidenziato, la **squadra Nazionale Femminile** gioca un **ruolo chiave** nello sviluppo della fan base del Calcio Femminile in Italia così come lo sarebbe vederla giocare in un **grande evento internazionale** negli **stadi italiani**. Infatti, **3 fan su 4**:

- ☀ Ritengono **fondamentali** i **risultati** della **Nazionale** per spingere la disciplina
- ☀ Si dichiarano **favorevoli** ad **ospitare** un **Mondiale/ Europeo femminile** in **Italia**
- ☀ Sono consapevoli dell'**impatto** in termini di **promozione** della **disciplina** che l'organizzazione di un grande evento (Mondiale/ Europeo) porterebbe sul **territorio nazionale**.

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

Inoltre, il **Calcio Femminile** impatta favorevolmente il **panorama sportivo** e la società nel suo complesso; infatti, la maggior parte dei fan la collega a valori ed un percepito fortemente positivi: l'**80%** associa la disciplina a **valori** legati a tematiche di **serenità** nell'approccio all'**evento sportivo**, il **78%** a **passione e divertimento**, ed il **76%** a **determinazione e competitività**.

L'associazione del **Calcio Femminile** ai **valori positivi** sopracitati si riflette anche sulla **reputazione** e sull'immagine dei **brand sponsor** che investono in tale segmento. Infatti, le **esternalità positive** offerte dall'associazione con il Calcio Femminile sono confermate dal **75%** dei **fan**, che ritengono che la **sponsorizzazione** nel **Calcio Femminile** incida molto positivamente su almeno uno dei **seguenti fattori**:

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

**Il calcio femminile è fortemente associato dai propri fan a valori legati a tematiche di serenità nell'approccio all'evento sportivo, passione e divertimento, ...**

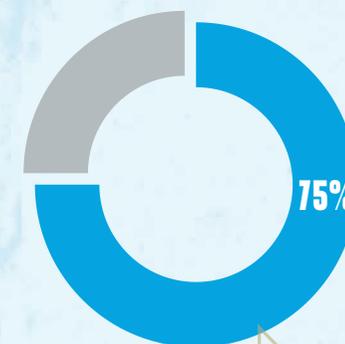


**Figura 7: VALORI ASSOCIATI AL CALCIO FEMMINILE DA PARTE DEI FAN E IMPATTO SUGLI SPONSOR**

**...che si riflettono in un beneficio significativo per i brand che sponsorizzano il prodotto calcio femminile**

Per **3 fan su 4 (75%)** una **sponsorizzazione nel calcio femminile** incide **molto positivamente** su almeno uno dei **seguenti fattori**

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



Quasi **1 non-fan su 2** sostiene lo stesso

Se si guarda alle **sponsorizzazioni nel calcio maschile** il **~70%** dei fan ritiene che **1+ fattori** di cui sopra siano molto **positivamente impattati**

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

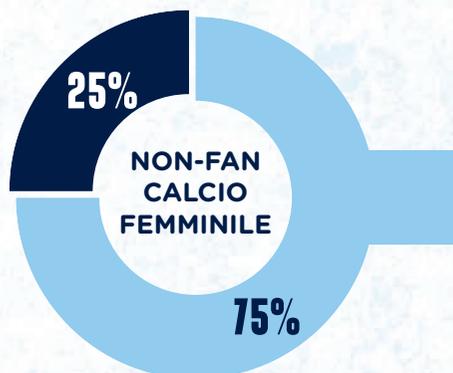
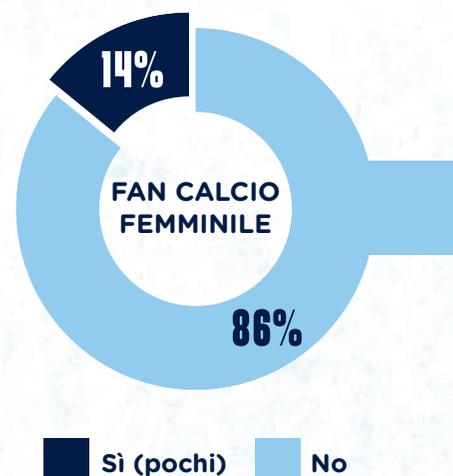
Nonostante la crescita del Calcio Femminile negli ultimi anni, gli investimenti in questo settore non sono percepiti come ancora sviluppati appieno. Infatti, gli **investimenti attuali** nel Calcio Femminile sono valutati come **insufficienti** dai cittadini, esprimendo una diffusa insoddisfazione per la scarsità di risorse dedicate. In particolare, **fan** (86%) e **non fan** (75%), concordano sul fatto che gli **investimenti attuali** nel movimento del **Calcio Femminile non** siano **abbastanza**, a dimostrazione di una richiesta di aumentare le risorse economiche necessarie per consentirne il raggiungimento del suo pieno potenziale.

Infatti, un **aumento** nel **futuro** degli investimenti viene percepito **positivamente** dalla maggior parte degli intervistati. In particolare, il **97%** dei **fan** e l'**85%** dei **non-fan** valuterebbe positivamente un aumento per sviluppare e far crescere ulteriormente il Calcio Femminile.

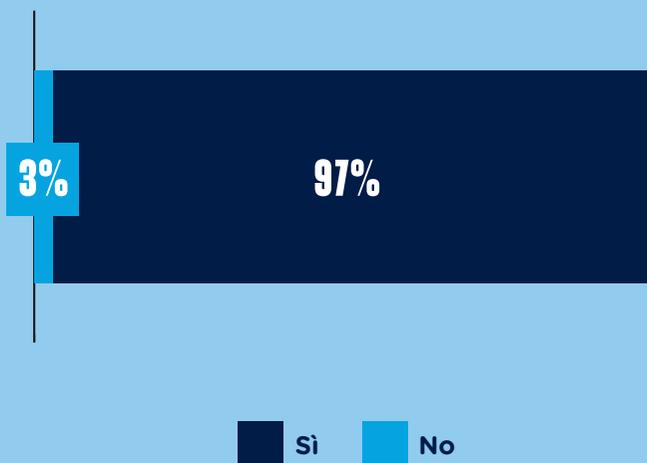


Figura 8: CONSIDERAZIONE DEGLI INVESTIMENTI NEL CALCIO FEMMINILE DA PARTE DEI FAN E NON FAN

Ritieni che gli investimenti nel calcio femminile siano ad oggi stati troppo pochi?



Valuteresti positivamente un investimento per sviluppare e promuovere maggiormente il calcio femminile?



# I CLUB DELLA SERIE A FEMMINILE

La forte volontà di **monitorare** l'**andamento** dei **principali aspetti** che caratterizzano la Serie A Femminile ha dato vita ad un osservatorio basato su dati raccolti con la collaborazione dei Club. Le evidenze raccolte mettono in luce:

- ⊕ Una **crescita significativa** dei **principali indicatori**, confermando l'**impegno** congiunto delle **società**, della **Divisione Serie A Femminile Professionistica** e della **FIGC**
- ⊕ Le **sfide** che caratterizzano il **contesto italiano**, anche in **confronto** alle altre **principali controparti europee**

L'analisi ha preso in esame **sei differenti ambiti**, tra cui l'ambito **sportivo**, la **fan base**, quello **commerciale**, **economico-finanziario**, nonché gli aspetti connessi a **governance** e **sociale**.

Figura 9: AMBITI DI ANALISI



## AMBITO SPORTIVO

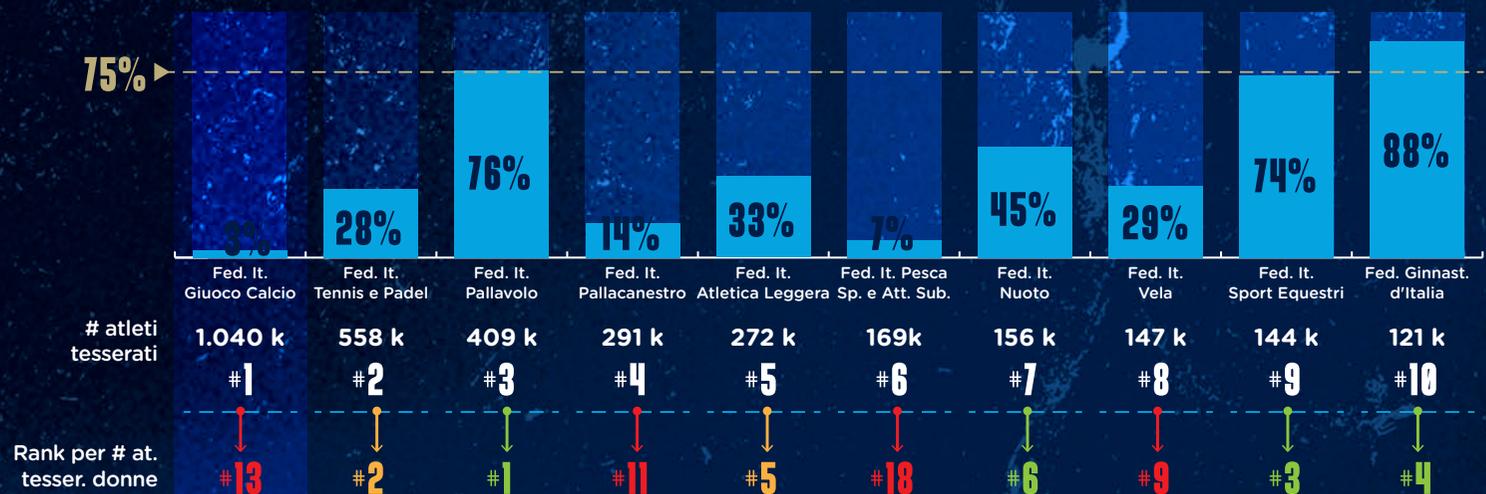


### Tesseramenti

Sebbene la **FIGC** sia la **Federazione Sportiva Nazionale** con il **maggior numero di tesseramenti**, è stato riscontrato che, considerando esclusivamente le **atlete**, nel 2021 essa si posizionava solo al **13° posto** tra le varie Federazioni in Italia in termini di **tesserate**, le quali rappresentano soltanto il **3% del totale** dei **tesseramenti FIGC**.

Figura 10: % ATLETE NELLE TOP 10 FSN PER TESSERAMENTI - 2021  
(Elaborazione dati su Report "I Numeri dello Sport 2021-2022", CONI)

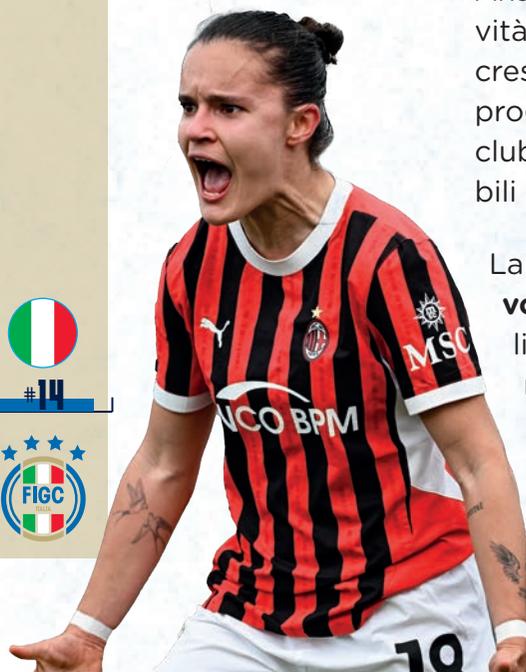
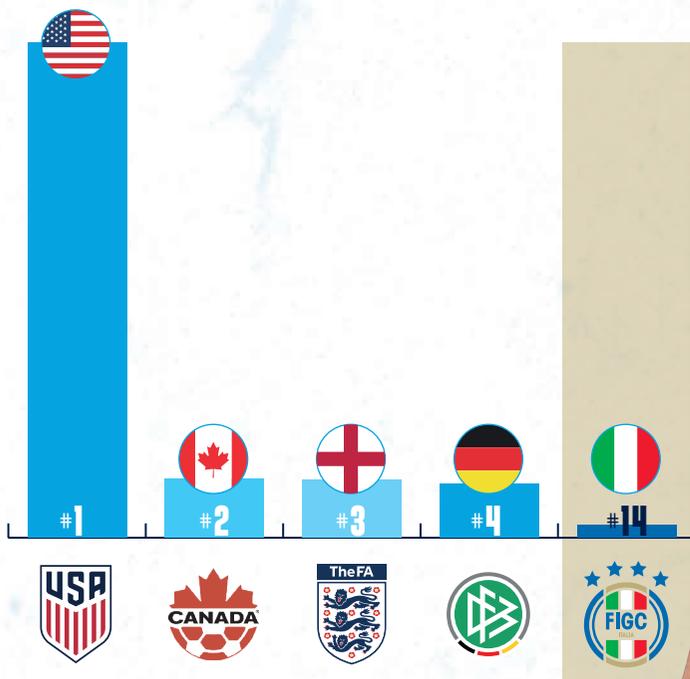
% donne sul totale atleti tesserati top 10 FSN (2021)



# I CLUB DELLA SERIE A FEMMINILE

Tuttavia, paragonandosi al **contesto internazionale**, i dati raccolti mostrano che la **FIGC** si posiziona **14°** tra le federazioni calcistiche al mondo per **numero di atlete tesserate** tra le **203 analizzate** dalla **FIFA**. Un dato significativo che mette in luce le enormi potenzialità del Calcio Femminile nel nostro Paese, sottolineando come l'Italia sia in prima linea rispetto ad altre nazioni. Ancora più rilevante è la **traiettoria di crescita intrapresa**: la FIGC si colloca infatti al **6° posto** a livello mondiale per incremento del numero di tesserate nel periodo 2019-2023, confermando la **solidità del percorso** e le **prospettive di ulteriore sviluppo del movimento**.

**Figura 11: RANKING FEDERAZIONI CALCIO FIFA PER # CALCIATRICI TESSERATE - 2023**  
(WOMEN'S FOOTBALL MA SURVEY REPORT 2023, FIFA)



## Settori giovanili e calciatrici “homegrown”

Esaminando il fenomeno dello **sviluppo giovanile** a livello dei **Club italiani**, emerge che l'incremento dei tesseramenti nel settore giovanile è ancora bloccato da determinati **vincoli infrastrutturali** e di **costo**, che limitano i Club di Serie A Femminile. Infatti, solo il **50%** dei **Club** dichiara la **volontà di aumentare** il numero di **calciatrici tesserate** dei propri **settori giovanili**.

D'altro canto, l'**affiliazione** ad altre società rappresenta una **risorsa fondamentale** per le società per **reclutare giovani calciatrici**. In particolare, **5 Club su 10** della Serie A Femminile fanno leva sui programmi di affiliazione. Questi ultimi solitamente includono la **formazione** degli **istruttori** delle affiliate da parte dei Club e la **supervisione** della **preparazione** agonistica e tecnica delle calciatrici, nonché in alcuni casi la **concessione dell'utilizzo del brand**.

Analizzando il ruolo del **settore giovanile** come motore per l'attività e i risultati delle Nazionali femminili, si evidenzia una fase di crescita **tangibile** per il movimento calcistico italiano femminile. Il progressivo potenziamento dei programmi tecnici all'interno dei club di Serie A Femminile, sta iniziando a produrre effetti osservabili anche a livello **internazionale**.

La **Nazionale Maggiore** femminile ha preso parte per la **seconda volta consecutiva** (mai successo prima nella storia del calcio italiano) alla **FIFA Women's World Cup 2023**, partecipazione che riflette il consolidamento del percorso tecnico avviato negli ultimi anni. Nella **UEFA Women's Nations League 2023-2024**, ha chiuso al **secondo posto** nel proprio girone di Lega A, garantendosi la **permanenza** nella **massima divisione europea** senza la necessità di disputare spareggi.

# I CLUB DELLA SERIE A FEMMINILE

Sul fronte giovanile, la **Nazionale Under 19** ha confermato la propria **competitività** con la qualificazione alla fase finale del **Campionato Europeo UEFA 2025**. La **Nazionale Under 17**, invece, ha raggiunto per la prima volta dal 2019 la **fase finale** del **Campionato Europeo UEFA 2025**, in programma alle Isole Faroe; nel 2025, per la prima volta nella storia tutte e 3 le Nazionali femminili (A, U19 e U17) parteciperanno nello stesso anno ai Campionati Europei.

Nel complesso, la stagione 2023-2024 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 competitività e la continuità dei risultati delle Nazionali femminili.

## Competitività

Osservando la competitività dei Club di Serie A Femminile nel contesto europeo emerge che **nessun Club** di Serie A Femminile ha mai superato i **quarti di finale** della **UEFA Women's Champions League (UWCL)** nelle ultime 5 edizioni. In contrasto, tutte le **altre principali nazioni europee** vantano **almeno un Club** che ha raggiunto una **finale di UWCL**. Tuttavia, il ranking UEFA dei **due club italiani** presenti nella **top 20 del ranking UEFA** ha mostrato segnali incoraggianti di miglioramento tra la stagione 2023-24 e la stagione 2024-25. La **Juventus** ha mantenuto stabilmente la **10ª posizione**, confermandosi come una delle realtà più solide a livello continentale. Ancora più rilevante è stato il balzo in avanti compiuto dalla **Roma**, che è salita dal **17° all'11° posto**, evidenziando una crescita costante e un rafforzamento della propria competitività in ambito europeo.

In aggiunta, a partire dalla stagione 2024-25, l'Italia ha ottenuto un importante riconoscimento a livello europeo: i **posti disponibili** per

le squadre di **Serie A Femminile** nella **UEFA Women's Champions League** sono passati da **2 a 3**. Questo traguardo rappresenta un passo significativo per il movimento calcistico femminile italiano, offrendo a un numero maggiore di squadre l'opportunità di misurarsi con l'élite del calcio europeo e di contribuire ulteriormente al rafforzamento del ranking UEFA nazionale.

Figura 12: RISULTATI UWCL ULTIME 5 EDIZIONI (2019/20 - 2023/24)

# Club top 20 ranking UEFA	Vittorie	Finaliste	Semifinaliste	Quarti
 #2				2
 #3		1	3	4
 #3	3	1	1	3
 #3	2	1	4	5
 #2		2	2	4

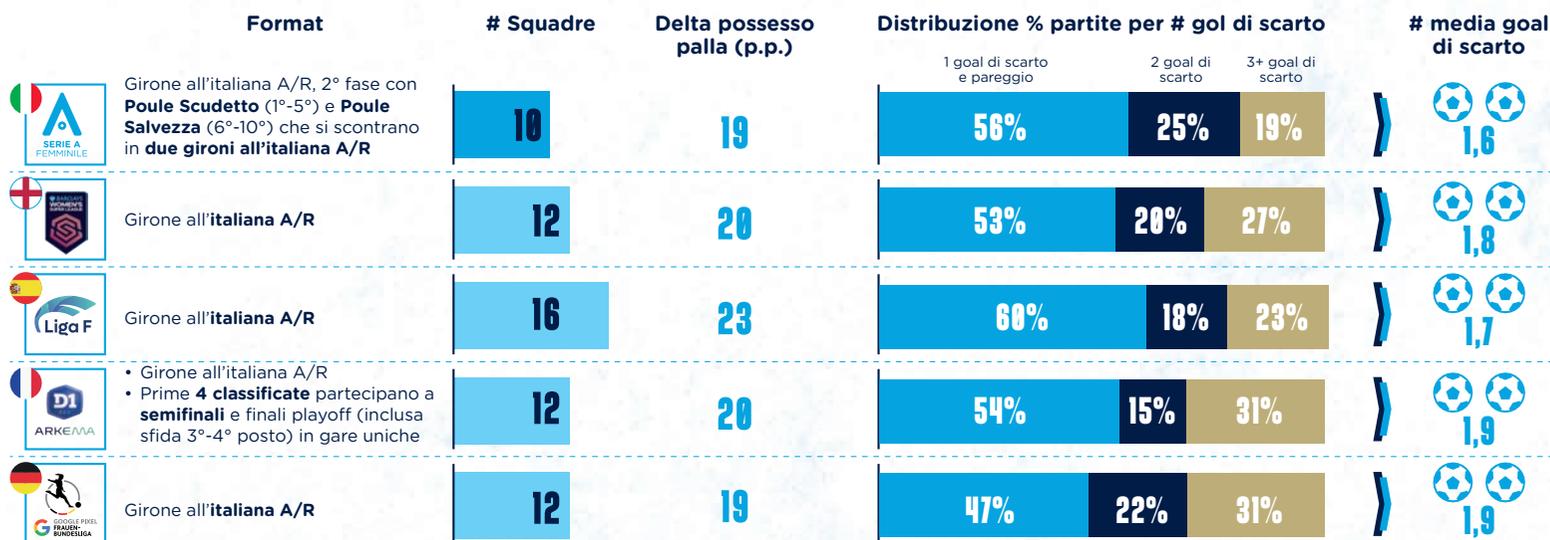
D'altro canto, soffermandoci sulle analisi dei risultati dei singoli campionati per la stagione 2023-2024 in termini di competitività e gioco, la **Serie A Femminile** mostra il **maggiore equilibrio** in termini di **possesso palla** e **differenza gol** rispetto alle altre Leghe europee. Tale **equilibrio** è potenzialmente attribuibile a **diversi fattori**, tra cui il **numero relativamente ridotto** di Club partecipanti, che consente una **maggiore competitività** e un **confronto** più **paritario** ed il **format** del campionato, che prevede nella **seconda fase** scontri tra

# I CLUB DELLA SERIE A FEMMINILE

**Club** di livello simile, contribuendo a mantenere le **partite equilibrate e avvincenti**.

In particolare, il **format** della **Serie A Femminile** prevedeva nella stagione 2023-2024 una **prima fase** con 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, introdotto in una fase di **transizione**, ha avuto l'obiettivo di 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 passerà da 10 a 12 e si tornerà a un **format tradizionale** (con andata e ritorno all'italiana), in continuità con i **principali campionati europei**.

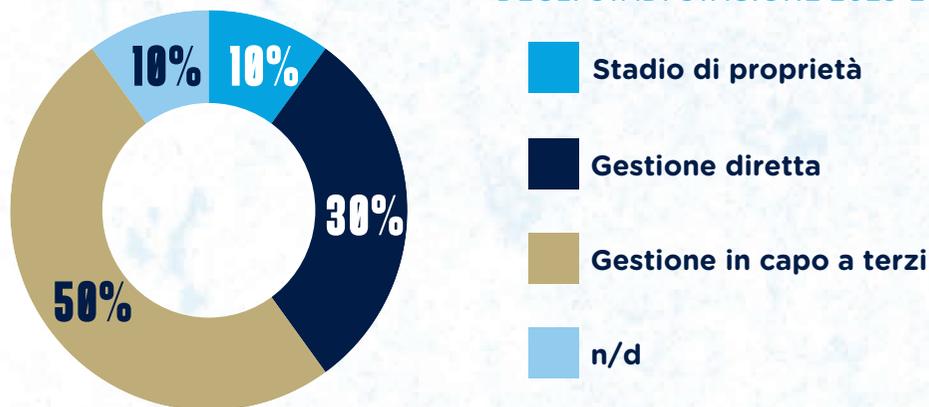
**Figura 13: COMPETITIVITÀ ED EQUILIBRIO PARTITE NEI PRINCIPALI CAMPIONATI EUROPEI - STAGIONE 2023-24**



## Infrastrutture

A livello di stadi, la situazione infrastrutturale della Serie A Femminile 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 federali** destinati alla **riqualificazione** delle **infrastrutture**, in quanto tali contributi sono **più facilmente utilizzabili** da chi ha la **gestione diretta** o la **proprietà** dello stadio. Solo il 10% dei Club dispone di uno **stadio di proprietà**, in Serie A Femminile l'unico caso è quello della **Fiorentina**, che gioca le sue partite casalinghe al **Viola Park**, un centro sportivo all'avanguardia inaugurato nel 2023. 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.

**Figura 14: MODALITÀ DI GESTIONE DEGLI STADI STAGIONE 2023-2024**

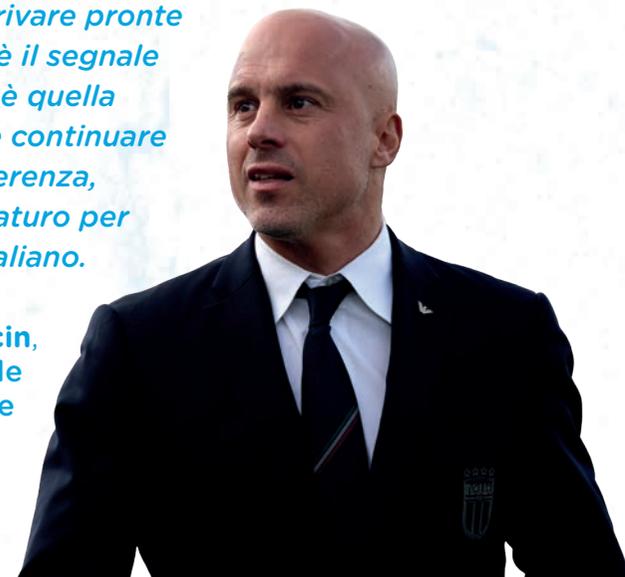


Al fine di migliorare e innovare gli stadi per permettere migliori condizioni di gioco ed incrementare l'audience, la **Divisione** Serie A Femminile Professionistica e la **UEFA** rivedono progressivamente gli **standard minimi** relativi agli impianti per le **squadre partecipanti** rispettivamente al campionato nazionale e alla UEFA Women's Champions League. Tali **standard** rappresentano il **principale stimolo** al fine di realizzare gli **adeguamenti** necessari agli **stadi**. Questo impulso si riflette nelle azioni compiute dai Club a partire dalla stagione 2021-2022 fino a quella 2023-2024: il **50%** dei **Club** di Serie A Femminile ha **cambiato stadio**, il **60%** ha modernizzato l'impianto attraverso **lavori di miglioramento** e il **40%** dei Club ha in **previsione** di realizzare **ammodernamenti**. In particolare, con riferimento agli interventi già effettuati, questi si sono articolati in ambiti diversi: **quattro Club** su **dieci** hanno migliorato le **tribune stampa** per garantire ai **Broadcaster** le **condizioni tecniche** richieste per le trasmissioni, mentre **tre Club** su **dieci** hanno effettuato interventi mirati al **miglioramento** della **fan experience**, come l'introduzione di **seggolini**, la creazione di **aree hospitality** e l'ottimizzazione degli impianti sonori.

ff

**N**egli ultimi anni, il calcio femminile italiano ha intrapreso un percorso di crescita solido e strutturato, reso possibile anche dal grande lavoro portato avanti dai settori giovanili delle squadre di Serie A. I Club stanno investendo in maniera sempre più convinta sulla formazione delle giovani, mettendo a disposizione competenze tecniche, risorse e ambienti di alto livello. Questi sforzi si stanno traducendo in risultati concreti, che oggi possiamo osservare lungo tutta la filiera delle Nazionali: dalle Under 17 e Under 19, che hanno ritrovato la qualificazione alla fase finale del Campionato Europeo, che continua a consolidare la propria identità e competitività internazionale. Il contributo dei vivai delle società di vertice è diventato un elemento chiave per lo sviluppo del nostro movimento: vedere sempre più ragazze formate nei Club italiani arrivare pronte a vestire la maglia azzurra è il segnale che la direzione intrapresa è quella giusta. Ora è fondamentale continuare a lavorare con visione e coerenza, per costruire un futuro duraturo per tutto il Calcio Femminile italiano.

**A. Soncin,**  
CT Nazionale  
Italiana Femminile



”

# I CLUB DELLA SERIE A FEMMINILE

## FAN BASE



### Analisi e coinvolgimento dei fan

La **maggior parte** dei **Club** di Serie A femminile ha deciso di adottare una strategia di comunicazione digitale mirata, creando **account dedicati** esclusivamente alla **squadra femminile** sui social media. I dati raccolti, infatti, confermano tale tendenza maggiormente su **Instagram** e **X**, con rispettivamente il **66%** ed il **50%** dei Club di Serie A Femminile che si sono dedicati all'apertura di un canale specifico per la squadra femminile. Rispetto alle altre principali piattaforme, solamente il 33% dei Club di Serie A Femminile ha creato un account dedicato alla squadra femminile su TikTok e Facebook, mentre solamente il 22% dei Club su YouTube.

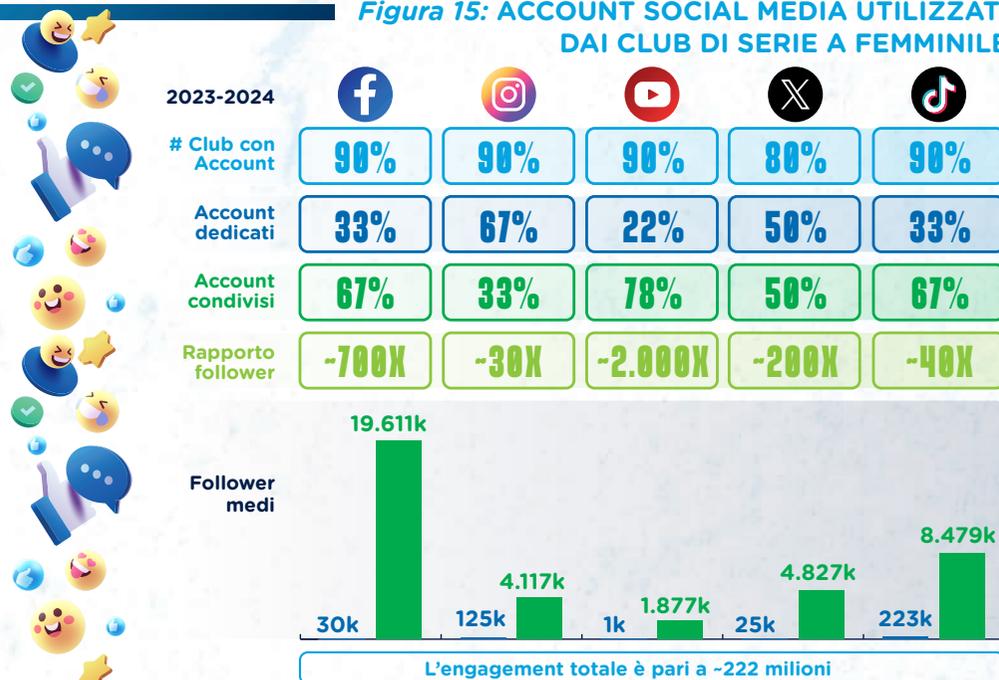
Nonostante il monitoraggio sia un elemento da sviluppare, la **maggior parte** dei **Club** di Serie A Femminile (60%) ha attivato **iniziative** per **sviluppare** la **fan base** della propria squadra femminile. Per esempio, attraverso:

- 🔗 **Proiezione** sui **maxischermi** degli **stadi** della **prima squadra maschile** con contenuti e news della controparte femminile
- 🔗 Realizzazione di **contenuti inediti** sui **social media** con **influencer**
- 🔗 **Omaggio** agli studenti delle **scuole** locali di **biglietti** per lo **stadio**
- 🔗 **Ampliamento** dell'**esperienza** allo **stadio** coinvolgendo i tifosi con musica, intrattenimento e aree food dedicate durante la partita.

### Presenze allo stadio

Le **presenze medie** allo stadio per partita sono **cresciute** del **35%** nelle ultime stagioni. Allo stesso tempo, le **finali di Coppa Italia e Supercoppa** si dimostrano eventi catalizzatori per avvicinare i fan all'evento partita, facendo registrare dei **picchi di presenze**. In particolare, le finali delle edizioni 2023-2024 hanno registrato oltre 5.000 presenze superando il record segnato dal derby di campionato Inter-Milan con le sue 4.000 presenze.

Figura 15: ACCOUNT SOCIAL MEDIA UTILIZZATI DAI CLUB DI SERIE A FEMMINILE



# I CLUB DELLA SERIE A FEMMINILE

Per **incrementare l'audience** allo stadio, alcuni Club di Serie A Femminile hanno utilizzato l'**impianto delle controparti maschili**, potendo raggiungere un pubblico più ampio grazie alla maggiore disponibilità di posti e alla risonanza generata da tali impianti. Ad esempio, nella stagione 2024-2025, la partita di vertice **Juventus-Roma** del **13 ottobre 2024**, disputata all'**Allianz Stadium**, ha attirato **oltre 33.000 spettatori**, rappresentando il picco stagionale in termini di affluenza. 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 agli altri eventi ospitati dalle infrastrutture, nonché gli **elevati costi**.

## Ascolti TV

La **crescita dell'interesse** nel Calcio Femminile è anche **confermata dall'audience televisiva**. In particolare, facendo riferimento ai **canali in chiaro**, nelle stagioni dalle 2021-2022 a quella del 2023-2024, gli **ascolti sui canali generalisti** hanno registrato un **incremento del 130%**, passando da 138k nel 2021-2022 a 318k. Tali dati sono **in linea** con gli **ascolti** negli altri **principali campionati europei**, che mediamente registrano circa 400k ascoltatori a partita. Offrire il Calcio Femminile su canali generalisti incrementa la visibilità e potenzialmente attrae un pubblico più vasto che non segue abitualmente i canali sportivi tematici. Infatti, i dati ci mostrano che **canali generalisti garantiscono ascolti nettamente più alti** rispetto agli altri canali.

Figura 16: PRESENZE ALLO STADIO FINALI COMPETIZIONI EXTRA-CAMPIONATO

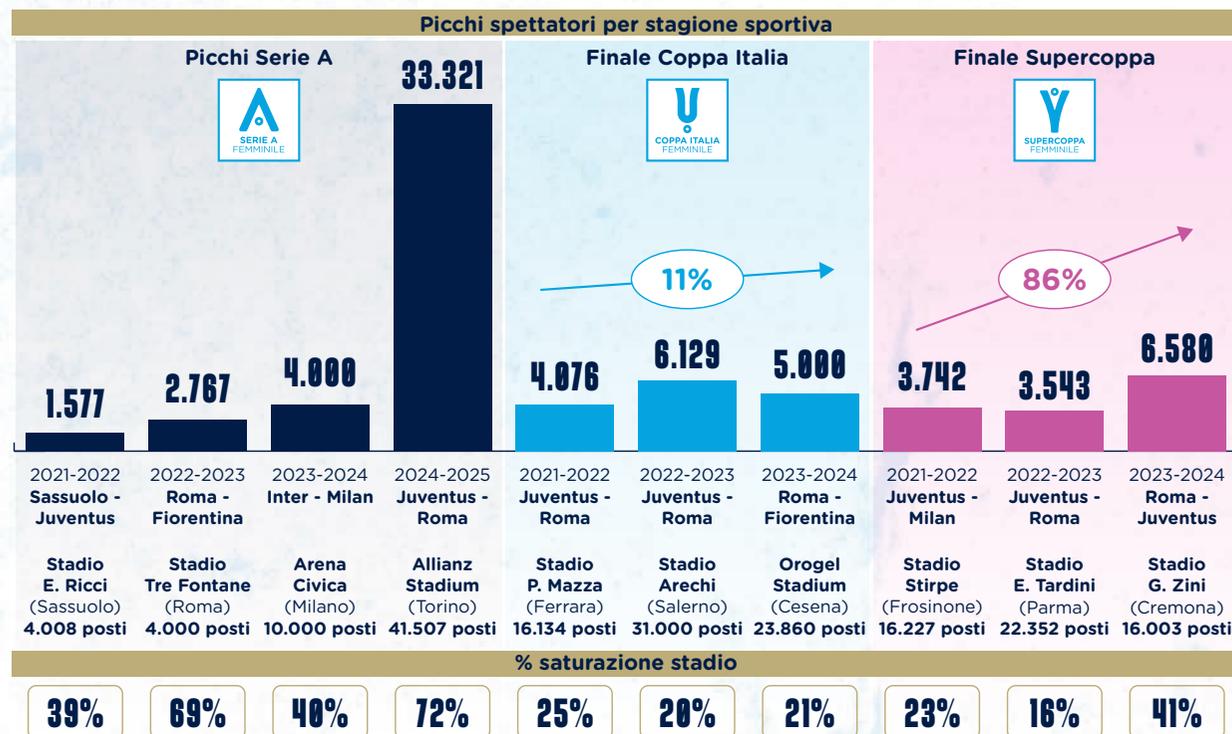
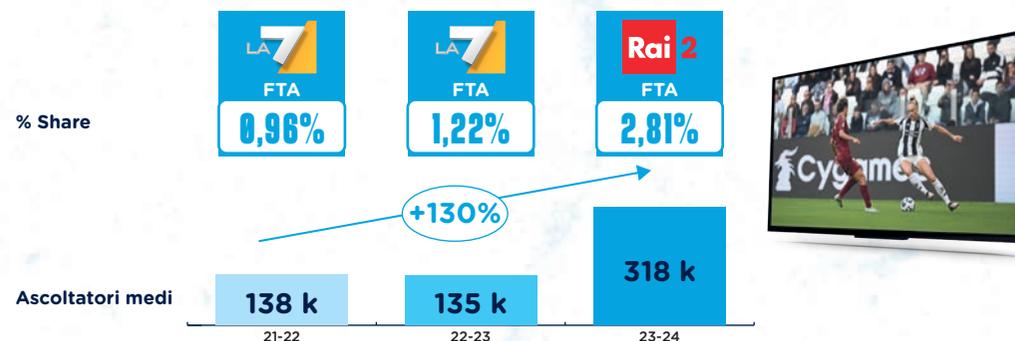


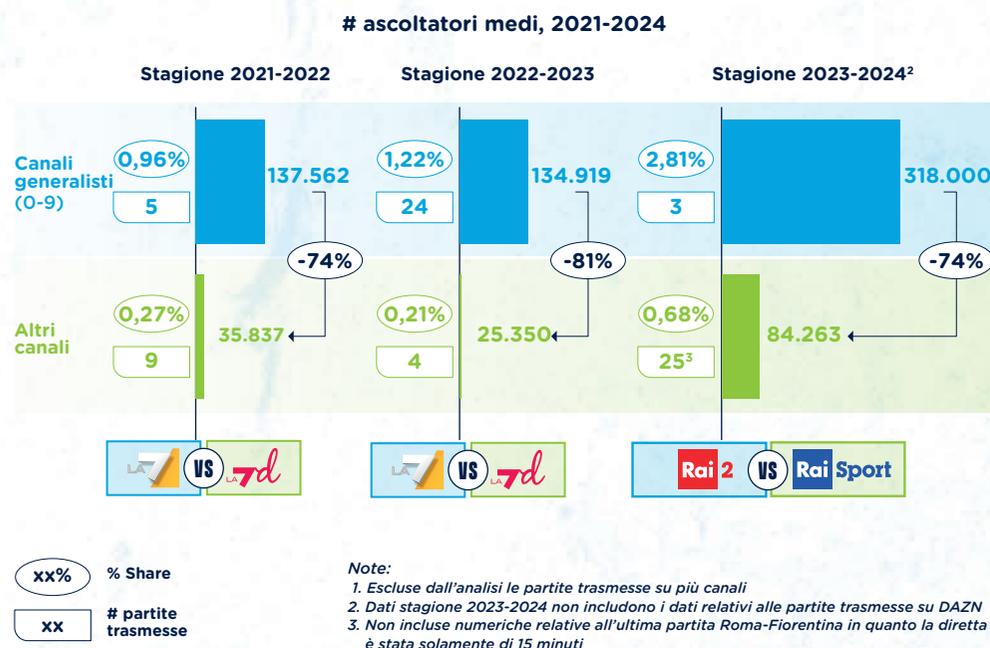
Figura 17: AUDIENCE TV SERIE A FEMMINILE SU CANALI GENERALISTI 2021-2024



# I CLUB DELLA SERIE A FEMMINILE

Questa **crescente visibilità** si riflette anche sulla **portata internazionale** delle **competizioni**, con la Divisione Serie A Femminile Professionistica che, per la **prima volta** a partire dalla **stagione 2023-2024**, ha visto le proprie **competizioni di Serie A Femminile, Coppa Italia Femminile e Supercoppa Femminile** trasmesse in circa **150 paesi** grazie agli accordi con **ESPN, Fox Sports, DAZN e W-Sport**.

**Figura 18: AUDIENCE TV SERIE A FEMMINILE PER TIPOLOGIA CANALE<sup>1</sup>**



## AMBITO ECONOMICO-FINANZIARIO



Mediamente i Club della Serie A Femminile hanno registrato un **aumento** delle **perdite** relative alla propria **componente femminile** tra la stagione 2021-2022 e la stagione 2023-2024, che hanno raggiunto i **circa 3,3 €M medi per Club**. Se guardiamo al **contesto interna-**



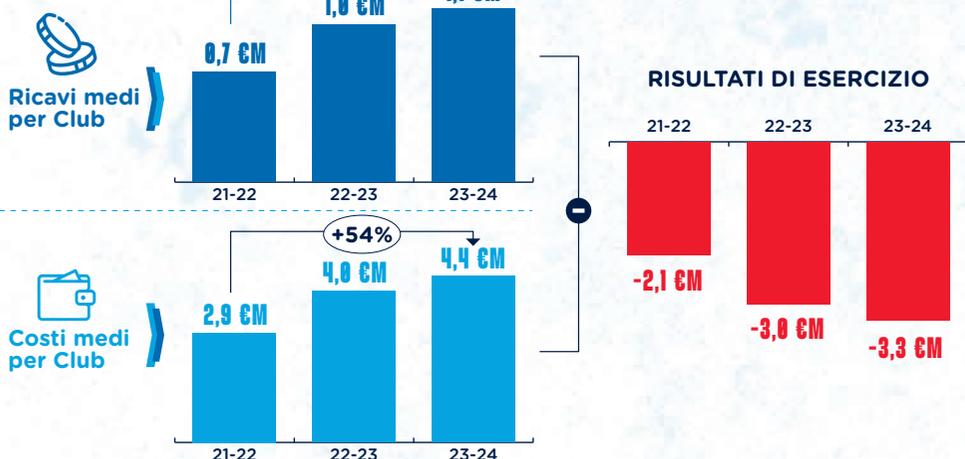
*Il Calcio Femminile in Italia, ed in particolare, la Serie A Femminile sta registrando un interesse in costante crescita, con ascolti in aumento e performance in termini di audience spesso superiori ad alcune categorie maschili. Il pubblico mostra sempre più interesse, segno che il movimento sta conquistando attenzione e spazio nel panorama sportivo nazionale. Per continuare su questa strada, una leva per coinvolgere sempre più pubblico è sicuramente quella di aumentare la visibilità delle calciatrici anche fuori dal campo. Raccontare le storie personali più significative delle giocatrici può creare un legame emotivo con i fan e rafforzare l'identità del movimento. Il Calcio Femminile richiede una narrativa nuova rispetto a quella a cui siamo abituati per il calcio maschile: un connubio tra la spettacolarità delle azioni dei match con il racconto personale di ciò che c'è oltre i 90 minuti di partita. Nell'epoca dei social in cui tutto è visibile da ogni angolo del mondo, le ragazze stanno osservando gesti tecnici di grandi qualità e stanno dimostrando di saper ripetere certe magie sul campo. Viviamo in un tempo in cui le calciatrici stanno abbattendo limiti e idee preconcepite di un passato che non ci appartiene più. Una ragazza su un campo di calcio può essere Bellingham, può stertzare come Lamine Yamal o metterla sotto all'incrocio dei pali come Barella o come Manuela Giugliano.*

A. Antinelli, giornalista e telecronista RAI

**zionale**, stando agli ultimi dati disponibili della stagione 2022-2023, mediamente anche nel campionato inglese, spagnolo e tedesco i **Club** risultavano essere in **perdita** nella **stagione 2022-2023**: in par-

icolare in media **-2 €M** in **Women's Super League**, **-1,8 €M** in **Frauen Bundesliga** e **-0,7 €M** in la **Liga F**.

**Figura 19: RISULTATI ECONOMICI CLUB SERIE A FEMMINILE 2021-2024**

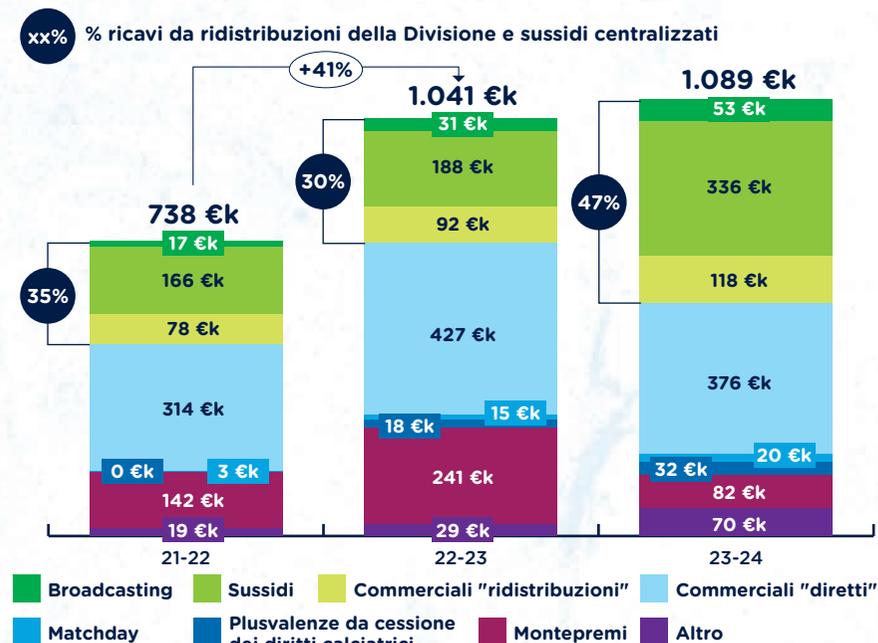


I **ricavi medi** per Club seppur **in aumento** del **48%**, sono passati da 0,7 €M a 1,1 €M nella stagione 2023-2024, **non dimostrandosi** ad un **livello sufficiente** per **pareggiarne** i costi.

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

- Le **ridistribuzioni** dei ricavi raccolti centralmente della **Divisione Serie A Femminile Professionistica** e i **sussidi federali/governativi** sono **aumentati** del 94 % dalla stagione 2021-2022 alla stagione 2023-2024 e hanno raggiunto un peso pari al **47%** rispetto al **totale** dei ricavi
- I **ricavi commerciali diretti** sono **cresciuti rapidamente** dalla stagione 2021-2022 alla 2022-2023 (+36%)
- Le **plusvalenze** da **cessioni** di **calciatrici**, pur rappresentando ancora solo il 3% dei ricavi totali, sono **quasi raddoppiate** rispet-

**Figura 20: RICAVI CLUB SERIE A FEMMINILE 2021-2024**



*Note: Inclusi esclusivamente i valori dei Club che hanno indicato le numeriche per tutte e tre le stagioni sportive per fornire una comparazione attendibile*

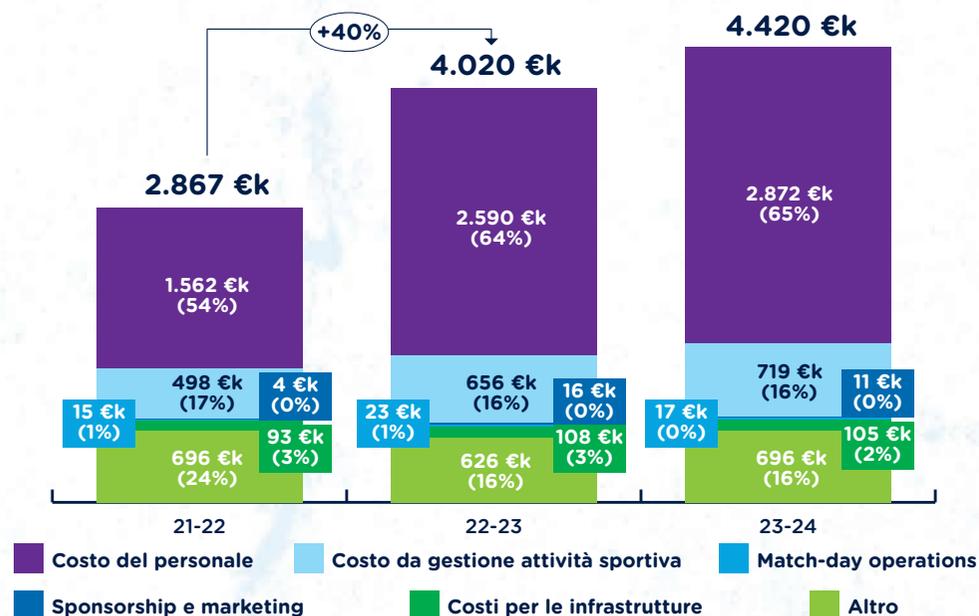
to alla stagione precedente, evidenziando un **trend di crescita**; di queste, il **65%** deriva da **operazioni** con **Club esteri**, mentre il 35% rimane a livello nazionale.

Dal punto di vista dei **costi** invece, si evidenzia un **forte incremento** dalla stagione 2021-2022 alla stagione 2022-2023 con l'**avvento** del **professionismo** (+40%), e un successivo **assestamento** nella **stagione 2023-2024**, raggiungendo i 4,4 €M, per un incremento complessivo del +54% sulle tre stagioni sportive. I dati confermano che la crescita è stata generata **prevalentemente** dall'**aumento** dei **costi del personale**, cresciuti da 1,6 €M (54%) nella stagione 2021-2022 a 2,6 €M (64%) nella stagione 2022-2023<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Fonte: Elaborazione su dati Club Serie A

# I CLUB DELLA SERIE A FEMMINILE

Figura 21: COSTI CLUB SERIE A FEMMINILE 2021-2024



ff

Il Calcio Femminile in Italia si trova in una fase cruciale di crescita e sviluppo, che richiede investimenti consistenti e una visione di medio termine. Per i Club si tratta dell'attivazione di una vera e propria "startup" all'interno del proprio business, i cui ritorni economici iniziali sono ancora limitati, e che quindi richiede il coinvolgimento di una rete di stakeholder a supporto, al fine di poter valorizzare tutto il potenziale ancora inespresso. Si tratta di una dinamica fisiologica dal punto di vista economico e finanziario per un settore emergente, che richiede una fase iniziale di investimento prima di poter diventare sostenibile. In questa fase, successiva all'introduzione del professionismo e al relativo impatto economico, il sostegno delle istituzioni, le sinergie con il calcio maschile e il supporto della Federazione con politiche di sviluppo mirate risultano determinanti per accompagnare e consolidare questo percorso di crescita. Tuttavia, è necessario che questo settore evolva gradualmente verso un modello in grado di autosostenersi e generare valore economico: il Calcio Femminile deve diventare sempre di più un asset strategico dei club e dell'intero Sistema Calcio, sia sul piano sportivo che su quello economico e sociale, e questo può avvenire anche con la crescita dell'investimento nel Capitale Umano, a livello tecnico, organizzativo e manageriale.

N. Donna,  
Responsabile Centro Studi FIGC

”



## AMBITO COMMERCIALE



### Sponsorizzazioni

Al netto di sussidi e meccanismi di redistribuzione gestiti dalla FIGC e dalla Divisione Serie A Femminile Professionistica, le **sponsorizzazioni** rappresentano la **principale fonte di ricavi “diretti”** per i Club di Serie A Femminile, contribuendo per circa il **65%** al **totale** dei ricavi prodotti direttamente dalle società.

Negli ultimi anni, i Club stanno attribuendo **crescente rilevanza** a questa **leva commerciale**: 6 Club su 10 hanno attivi contratti di sponsorizzazione con una valorizzazione degli asset femminili. Inoltre, un numero crescente di Club sta introducendo **modelli di sponsorship** dedicati **esclusivamente** alla **componente femminile**. Tra i Club che dispongono anche di una controparte maschile (7 su 10), **3** su 7 stanno adottando contratti **standalone** rispetto alla squadra maschile, caratterizzati da **“entry-price”** inferiori rispetto a quelli del calcio maschile, in grado comunque di offrire **visibilità** e **associazione** al **brand** del **Club**.

Le sponsorship nel Calcio Femminile rispondono a specifiche esigenze dei partner commerciali, in particolare al perseguimento di **obiettivi ESG** e al raggiungimento di **target demografici mirati**, come giovani donne, famiglie e nuove generazioni. Tuttavia, permane una significativa dipendenza dagli sponsor della controparte maschile (circa 70% del totale degli sponsor per i Club con controparte maschile) e da sponsor appartenenti al medesimo gruppo societario della proprietà del Club.

L'analisi della **composizione merceologica** degli sponsor evidenzia una forte concentrazione: oltre il **60%** del **valore complessivo dei contratti** è generato da tre categorie principali - **abbigliamento e moda, salute e servizi finanziari** (banche, assicurazioni, ...). Tale concentrazione suggerisce un potenziale inespresso di sviluppo in categorie merceologiche ad oggi meno presidiate.

**Figura 22: VALORE DELLE CATEGORIE MERCEOLOGICHE RISPETTO AL TOTALE DELLE SPONSORIZZAZIONI (ESCLUSA VALORIZZAZIONE KIT SPONSOR)**

	<b>Abbigliamento &amp; Moda</b>	<b>33%</b>
	<b>Salute</b>	<b>17%</b>
	<b>Banche, Assicurazioni, Servizi Finanziari</b>	<b>13%</b>
	<b>Alimentare</b>	<b>6%</b>
	<b>Media</b>	<b>5%</b>
	<b>Servizi, Consulenza, Altri servizi</b>	<b>4%</b>
	<b>Technologia &amp; Elettronica</b>	<b>3%</b>
	<b>Gaming</b>	<b>3%</b>
	<b>Energia</b>	<b>3%</b>
	<b>Bevande</b>	<b>2%</b>
	<b>Real Estate</b>	<b>2%</b>
	<b>Automotive</b>	<b>1%</b>
	<b>Altro</b>	<b>9%</b>

# I CLUB DELLA SERIE A FEMMINILE

Anche per la Divisione Serie A Femminile Professionistica, la componente commerciale costituisce una fonte di ricavo rilevante. Il crescente interesse verso il Calcio Femminile trova conferma nella **partnership** con **eBay**, **attuale title sponsor** del campionato di Serie A Femminile.

Come evidenziato anche nell'analisi della fan base, le **competizioni extra-campionato** si configurano come **asset commerciali** ad alto **potenziale**, grazie alla capacità di generare picchi di **audience** e coinvolgimento. Ne è esempio la **Coppa Italia Femminile**, che ha attratto come **title sponsor** un brand di rilievo come **Frecciarossa**.

Oltre ai title sponsor, la Divisione ha attivato un accordo con **Nike**, **partner tecnico** ufficiale del **pallone da gara**.

## Ticketing

Nonostante un crescente interesse e un aumento del numero di spettatori, i **ricavi da match day** di tutti i Club di Serie A Femminile sono **ancora limitati**. Ciò è riconducibile al fatto che solo circa la **metà** dei **Club** di Serie A prevedono il **pagamento del biglietto** per l'ingresso allo stadio, con dei **prezzi medi** esigui.

I dati raccolti mostrano che il **prezzo medio** in Italia per accedere alle partite a pagamento di una partita di Serie A Femminile è di **7€** nella stagione 2023-2024. In aggiunta, solamente il **30%** dei Club di Serie A offre la possibilità di acquistare l'**abbonamento stagionale** ad un **prezzo medio** pari a **100€**.

Dall'altro lato, il **50%** dei **restanti Club** offrono i **biglietti gratuiti**, considerando tale metodo una strategia efficace per **incentivare un pubblico più ampio ad avvicinarsi** al Calcio Femminile e a scoprire l'emozione degli eventi dal vivo.

## Altre iniziative marketing

Durante la stagione 2023-2024, **nessun Club** con la controparte maschile ha offerto sul mercato il **technical kit** con un **design specifico** e dedicato per la **squadra femminile**, ma il **60%** dei **Club** ha offerto il **technical kit** della **prima squadra maschile** con **tagli** dedicati alle **fan donna**. Allo stesso tempo, i Club stanno puntando ad ampliare la gamma di articoli di merchandising per il pubblico femminile, introducendo linee di prodotti innovative, come abbigliamento sportivo ad hoc.

Guardando ad **altri elementi** legati allo **sviluppo commerciale e alla brand identity**, anche in questo caso, tali elementi **non** sono **pienamente sfruttati** dai Club di Serie A Femminile. Ad esempio, solo il **10%** dei **Club** della Serie A Femminile presenta una **mascotte dedicata** alla squadra.

I Club di Serie A Femminile possono inoltre espandere le opportunità commerciali attraverso un maggiore **engagement** sui **media channel** della **società**. Infatti, sono diversi i Club in Italia che dispongono del proprio canale TV, mostrando **contenuti esclusivi, allenamenti, interviste** o **dettagli inediti** delle partite passate. A fronte di ciò, si osserva che **4 dei 7 Club** con **controparte maschile** offrono **canali** di questo tipo per la squadra maschile **proponendo anche contenuti** relativi alla **controparte femminile**.

# I CLUB DELLA SERIE A FEMMINILE

Un ulteriore elemento che i Club possono sfruttare per ampliare la propria fan base e di conseguenza incrementare i ritorni commerciali sono le **tournées**, che rappresentano un'**opportunità di crescita sportiva** significativa e **visibilità internazionale**. Nella stagione 2023-2024 il **20%** dei **Club** ha programmato l'organizzazione di **tournées** con focus sui **mercati nord e sudamericani**.



## AMBITO GOVERNANCE



Negli ultimi anni, il **movimento calcistico femminile** ha attraversato una **trasformazione significativa**, rendendo indispensabile una **gestione più focalizzata** e **orientata** alla **componente femminile**.

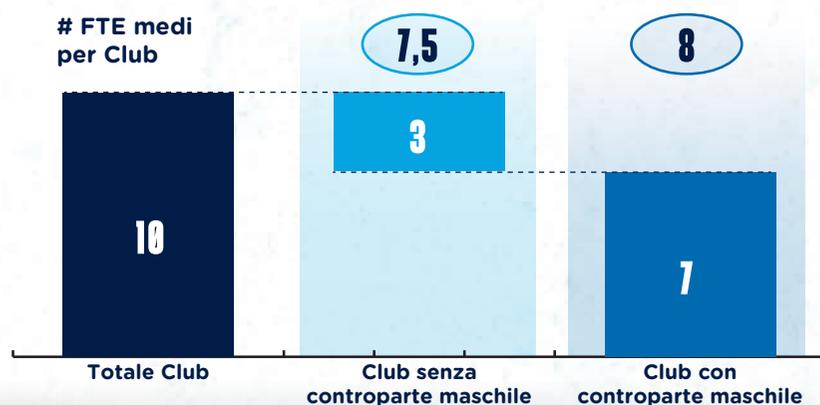
A livello di **enti organizzatori** dei **principali campionati**, il **panorama** a livello europeo risulta ancora **eterogeneo**. Infatti, tra i maggiori campionati si distinguono **due principali approcci di governance**: **leghe calcistiche indipendenti** dedicate ai principali campionati femminili nazionali, e **divisioni** dedicate **all'interno** della **federazione calcistica** del paese di riferimento. Quest'ultimo caso rappresenta anche la situazione della **Divisione Serie A Femminile Professionistica**, che è **inquadrata all'interno** della FIGC pur essendo dotata di **una sostanziale autonomia gestionale e amministrativa**. In particolare, il Regolamento della Divisione prevede un Presidente e un Consiglio Direttivo direttamente eletti dall'Assemblea dei club e un'autonomia decisionale su numerosi aspetti di natura sportiva e commerciale. La Divisione organizza il **campionato di Serie A Femminile**, la **Coppa Italia Femminile**, la **Supercoppa Italiana Femminile** e il **Campionato Primavera 1 Femminile**.

Facendo riferimento invece alle **strutture organizzative** dei **Club** della Serie A Femminile, si rileva che la **componente femminile** sta acquisendo **sempre più rilevanza** negli **organigrammi** delle **società**, riflettendo un cambiamento significativo nella cultura organizzativa del settore. Infatti, dei **7 Club con controparte maschile** della Serie A Femminile nella stagione 2023-2024, **6** di questi hanno una **struttura organizzativa dedicata** al femminile che ad oggi **riporta direttamente all'Amministratore Delegato** della società.

# I CLUB DELLA SERIE A FEMMINILE

Tuttavia, nella maggior parte dei casi dei 7 Club di riferimento, le **Aree dedicate esclusivamente alla componente femminile** risultano essere l'**Area Tecnico-Sportiva** e **Organizzativa**, mentre le **altre aree** (Finance, Amministrazione, Marketing, ...) sono **delegate alla componente maschile**. Mediamente i Club di Serie A Femminile presentano circa **8 FTE dedicati alla componente femminile**, senza notevoli differenze tra i Club che possiedono e non possiedono una controparte maschile.

Figura 23: FTE CLUB SERIE A FEMMINILE 2023-2024



ff

*Il Calcio Femminile in Italia sta attraversando una fase di trasformazione profonda, che si riflette sia nella sua crescente rilevanza sportiva che nella sua evoluzione organizzativa. In questo percorso di crescita stanno agendo contemporaneamente due forze fondamentali. Da un lato, il Calcio Femminile sta assumendo una struttura sempre più solida, con campionati meglio organizzati, Club più attrezzati e un interesse in costante aumento. Dall'altro, ci si sta rendendo conto con sempre maggiore consapevolezza, che il movimento femminile presenta peculiarità specifiche che meritano di essere riconosciute e valorizzate adeguatamente. Il connubio tra questi due elementi - lo sviluppo del Calcio Femminile e la valorizzazione delle sue specificità - sta generando un cambiamento importante nel modo in cui i Club e gli enti organizzatori delle competizioni progettano e gestiscono il Calcio Femminile. Si tende sempre più verso un modello in cui la componente femminile non è semplicemente "collegata" a quella maschile, ma si sviluppa con una propria autonomia operativa e strategica, pur mantenendo punti di contatto utili e virtuosi con l'area maschile.*

F. Sanzone,  
Segretario Divisione Serie A  
Femminile Professionistica

”

## AMBITO SOCIALE



### Iniziative sociali dei Club

Numerosi Club di Serie A Femminile stanno riconoscendo sempre più l'**importanza del fattore sociale, integrandolo attivamente** nelle loro attività e iniziative. Questa crescente consapevolezza si traduce in un **impegno concreto** per **promuovere** valori come l'**inclusione**, la **solidarietà** e il **rispetto**. Attraverso iniziative di responsabilità sociale, i Club di Serie A Femminile non solo mirano a **rafforzare il legame** con i propri **tifosi**, ma anche a **contribuire positivamente al tessuto sociale** in cui operano, favorendo la **crescita del movimento**. Infatti, secondo i dati raccolti, si può confermare che il **90%** dei **Club** di Serie A Femminile **utilizza i propri asset**, in particolare l'**immagine delle calciatrici**, per **veicolare messaggi socialmente utili**, tramite differenti iniziative. Per esempio, alcuni dei Club in esame hanno avviato **campagne di comunicazione contro la violenza sulle donne** o utilizzato testimonial per veicolare messaggi di **inclusività e tolleranza**. Altri Club invece hanno realizzato **collaborazioni con community** dedicate volte a promuovere l'**empowerment femminile** o con le istituzioni pubbliche per **promuovere lo sport femminile**. Infine, alcuni Club hanno realizzato iniziative di **sensibilizzazione verso malattie legate al genere femminile**. A questa attività si aggiunge anche **quella svolta centralmente dalla Divisione Serie A Femminile Professionistica**, che negli anni ha sviluppato numerose **iniziative, campagne e attività sui medesimi temi** (principalmente contrasto alla violenza sulle donne, pari opportunità ed empowerment femminile).



### Safeguarding

Il **CONI** ha redatto le **linee guida sul Safeguarding** rivolto al **settore sportivo** italiano che mirano a garantire un **ambiente sicuro e inclusivo** per tutti i partecipanti alle attività sportive, con particolare attenzione alle **categorie più vulnerabili**. La **FIGC** ha dunque **adottato le linee guida CONI** sul Safeguarding, realizzando un **primo passo importante** verso le best practice internazionali nel mondo del Calcio Femminile. Tali linee guida prevedono:

- ⊕ La definizione di **politiche di prevenzione e gestione del rischio**, che riguardano l'implementazione di strategie volte a prevenire e gestire situazioni di abuso, violenza e discriminazione, assicurando un ambiente sicuro per tutte le atlete
- ⊕ La realizzazione di **Codici di Condotta** che definiscono obblighi, divieti e buone pratiche per prevenire qualsiasi forma di abuso, violenza e discriminazione
- ⊕ **Formazione e informazione** tramite programmi educativi per sensibilizzare e formare atlete, staff tecnico e dirigenti sulle tematiche del Safeguarding, garantendo una cultura sportiva consapevole e responsabile
- ⊕ **Nomina** di una **figura responsabile Safeguarding** dedicata alla gestione delle segnalazioni e alla supervisione delle politiche di tutela, assicurando l'adozione di misure appropriate in caso di violazioni
- ⊕ Implementazione di un **sistema di segnalazione e procedure disciplinari**, che comprende meccanismi chiari e accessibili per la segnalazione di comportamenti inappropriati, supportati da procedure disciplinari efficaci per sanzionare le violazioni.

# I CLUB DELLA SERIE A FEMMINILE



*Il Calcio Femminile in Italia rappresenta una risorsa fondamentale per la società, contribuendo a promuovere lo sviluppo e l'integrazione sociale. La sua influenza va oltre lo sport, poiché veicola principi di equità, solidarietà e inclusività, stimolando una trasformazione culturale profonda. Attraverso il suo esempio, questa disciplina offre alle nuove generazioni un esempio positivo, trasmettendo l'importanza del rispetto reciproco e della coesione. Oltre alle externalità positive fuori dal campo, il movimento sta lavorando per rendere il contesto in cui le atlete operano sempre più sicuro e rispettoso delle rispettive esigenze, garantendo loro una crescita sia sul piano professionale che personale. Un sistema che tuteli il benessere psicofisico delle giocatrici e che favorisca il riconoscimento del loro valore senza preconcetti è essenziale per garantire che ogni talento possa emergere, libero da discriminazioni e ostacoli.*

**B. Geronzi,**  
Responsabile Area Istituzionale FIGC



# ANALISI DEL VALORE DEL MOVIMENTO CALCISTICO E DELLA PRATICA CALCISTICA FEMMINILE

Sulla base di dati raccolti da Deloitte, 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 2023, e che generino, altresì, complessivamente un impatto di produttività annuo pari allo 0,2%. Tale produttività può essere così scomposta:

- ⊕ **contributo diretto** pari allo 0,06%, derivante dai benefici sul miglioramento delle condizioni di salute e del benessere psico-fisico
- ⊕ un **contributo indiretto** pari allo 0,14%, 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 **47%** (1,5 Mld€) dell'impatto sul **PIL** stimato possa essere attribuito al ruolo e all'attività dei **club** di **Serie A** e **Serie B** (di cui circa 50 M€ derivanti dall'attività 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 **11.790 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** (+0,4% in termini di Gender Equality Index)

Inoltre, lo stesso incremento produrrebbe un **impatto aggiuntivo** sul **PIL** di circa **960 Mln€** e un impatto aggiuntivo in termini di **occupazione supportata** di oltre **3.500 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**.

# ANALISI DEL VALORE DEL MOVIMENTO CALCISTICO E DELLA PRATICA CALCISTICA FEMMINILE

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.





Figura 25: CIRCOLO VIRTUOSO DEL CALCIO FEMMINILE

## DIMENSIONE SPORTIVA

Raggiungere l'**eccellenza sportiva** per le squadre partecipanti al fine di garantire un'**alta competitività** delle **competizioni nazionali**, dei Club a **livello europeo** e delle **Nazionali**

## GOVERNANCE

Garantire gli **adeguati presidi** all'interno delle **diverse strutture** coinvolte nel mondo del Calcio Femminile per garantire un adeguato **sviluppo del settore**

## PROFILO ECONOMICO-FINANZIARIO

Raggiungere la **sostenibilità economica** sia a livello di **Divisione** che di singolo **Club** a garanzia della **stabilità del movimento** e degli **investimenti** necessari per la sua **crescita**



## FAN BASE

Raggiungere una **fan base solida** che alimenti la **crescita** del movimento e l'interesse dei diversi **stakeholder** (es. Sponsor, ...)

## COMMERCIALE

Massimizzare il **ritorno** degli **asset** del calcio femminile al fine di incrementare **ricavi**, **promuovere** la **disciplina** e le **atlete** e aumentare la **visibilità** delle competizioni

L'analisi svolta ha permesso di **confermare** da un **punto di vista tecnico** la **rilevanza** e la **potenzialità** del **Calcio Femminile** in Italia in termini **economici**, di **interesse e sociale**. I dati raccolti evidenziano un **circolo virtuoso** attivato dal **movimento** del Calcio Femminile, che ha visto una **crescita significativa** della **fan base**, un **aumento** della **visibilità** e quindi della **rilevanza commerciale** e un **impatto positivo** sul **PIL italiano**.

# CONCLUSIONI

Il campionato di Serie A Femminile ha mostrato una **crescita significativa** in termini di **competitività** mostrando il **maggiore equilibrio** in termini di possesso palla e differenza gol rispetto agli altri principali campionati europei. Negli ultimi anni, il **numero di fan del Calcio Femminile è cresciuto esponenzialmente**; attualmente, il **40%** della **popolazione** italiana si dice **interessata** al Calcio Femminile, con **7 milioni** di **appassionati**. Il **crescente interesse** verso il Calcio Femminile ha attirato l'**attenzione** degli **sponsor**, che vedono nel movimento un'opportunità per **associare** i propri **brand a valori positivi** e raggiungere **target demografici mirati**.

L'**aumento** degli **investimenti** degli **sponsor** sia a livello di Club che di Divisione Serie A Professionistica ha **sostenuto** (anche se ancora in maniera non sufficiente) i **conti economici** dei **Club** a fronte degli aumenti dei costi a valle del passaggio al professionismo. Oltretutto, data la crescente rilevanza della componente femminile, i **Club** hanno **rivisto** le proprie **organizzazioni** in tal senso: dei 7 club con controparte maschile della Serie A Femminile nella stagione 2023-2024, **6** hanno una **struttura organizzativa dedicata al femminile** che **riporta** direttamente all'**Amministratore Delegato** della società. L'**impegno** del movimento si è inoltre **esteso** anche **fuori dal campo** con i **Club** di Serie A Femminile che hanno deciso di **utilizzare i propri asset**, in particolare l'immagine delle calciatrici, per **veicolare messaggi socialmente utili**.

Nonostante i progressi, il **Calcio Femminile professionistico** in Italia si inserisce in un contesto che richiede **azioni concrete** per garantire la **sostenibilità economica e industriale** del **segmento**.

In particolare, per **mantenere vivo** il **circolo virtuoso** e garantire la **crescita** della disciplina, è necessario adottare un **percorso** fondato su **quattro principi strategici**:

- ✦ **Coinvolgimento attivo delle istituzioni:** rafforzare il dialogo continuo con le istituzioni a garanzia del corretto sostegno allo sviluppo del movimento
- ✦ **Rafforzamento del ruolo sociale:** prevedere un coinvolgimento attivo nell'ecosistema sociale e istituzionale del Paese, che veda la Divisione Serie A Femminile Professionistica e i suoi Club come promotori di iniziative sociali che vanno oltre al perimetro specifico del Calcio Femminile
- ✦ **Centralizzazione delle attività a livello di Divisione:** prevedere una mission più ampia della Divisione Serie A Femminile Professionistica, a partire da quanto già attuato, che includa la centralizzazione di alcune attività in una logica di «incubatore» a supporto dei Club
- ✦ **Capitalizzazione delle sinergie con la controparte maschile:** sviluppare il Calcio Femminile facendo leva sulla forza motrice delle controparti maschili sia a livello di Divisione Serie A Femminile Professionistica che di Club

Il Calcio Femminile in Italia ha dimostrato di avere un **enorme potenziale**, ma per garantire la sua sostenibilità e crescita è **necessario** adottare **azioni concrete e strategiche**. **Investire** nel Calcio Femminile significa non solo **favorire l'evoluzione** dello **sport**, ma anche contribuire ad un **ambizioso cambiamento culturale** che possa rendere il **sistema calcistico più moderno** e capace di valorizzare il **talento senza distinzioni**.

# NOTA METODOLOGICA

## Indagine demoscopica per quantificare e caratterizzare la fan base del Calcio Femminile in Italia

I dati presentati in questo report fanno riferimento a **due indagini demoscopiche distinte** condotte da MPS 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 Femminile**

I **due campioni** si compongono rispettivamente di:

- ⊕ **2.000 casi** intervistati tra luglio e agosto 2024 (individui residenti in Italia di età compresa tra i 15 e i 75 anni)
- ⊕ **1.000 casi** intervistati a novembre 2024 (individui residenti in Italia di età compresa tra i 15 e i 75 anni)

Entrambi i campioni sono stati intervistati con **metodologia CAWI**.

## I dati dei Club di Serie A Femminile e il confronto con gli altri principali campionati europei

La raccolta dei **dati** relativi ai **Club** di Serie A Femminile 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 a pieno le dinamiche sottostanti le numeriche. In particolare, i dati presenti fanno riferimento a quelli di **9 Club di Serie A Femminile su 10** in totale.

I dati raccolti dai Club sono stati poi **completati** con quanto già a disposizione della **Divisione Serie A Femminile Professionistica**, 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 Femminile comprende **La Liga F** spagnola, la **Frauen-Bundesliga** tedesca, la **Division 1 Féminine** francese e la **Women's Super League** inglese.

## Analisi sull'impatto del Calcio Femminile sul PIL italiano

Lo studio, svolto dal team Deloitte Economics Advisory, 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 e Serie B femminile**
2. Analisi **del valore del movimento calcistico** e della **pratica calcistica femminile in Italia**

# NOTA METODOLOGICA

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 e Serie B femminili**. 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 e Serie B 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**.

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 Advisory per analizzare le eventuali **relazioni di causalità esistenti** tra i vari aspetti considerati e **quantificarne la relativa, eventuale 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 e B Femminili, 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 **single 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.





# REPORT **SERIE A** FEMMINILE

stagione sportiva 2023-2024