FIGC
DIVISIONE
SERIE A FEMMINILE
PROFESSIONISTICA

FIGC
DIVISIONE
SERIE B FEMMINILE

SUPERCOPPA FEMMINILE

COPPA ITALIA FEMMINILE

SERIE A FEMMINILE

SERIE B FEMMINILE

PRIMAVERA FEMMINILE

SOCIAL REPORT 2023-24

FIGC DIVISIONE SERIE A FEMMINILE PROFESSIONISTICA

FIGC DIVISIONE SERIE B FEMMINILE

SUPERCOPPA FEMMINILE | COPPA ITALIA FEMMINILE | SERIE A FEMMINILE | SERIE B FEMMINILE | PRIMAVERA FEMMINILE

DATA ANALYTICS

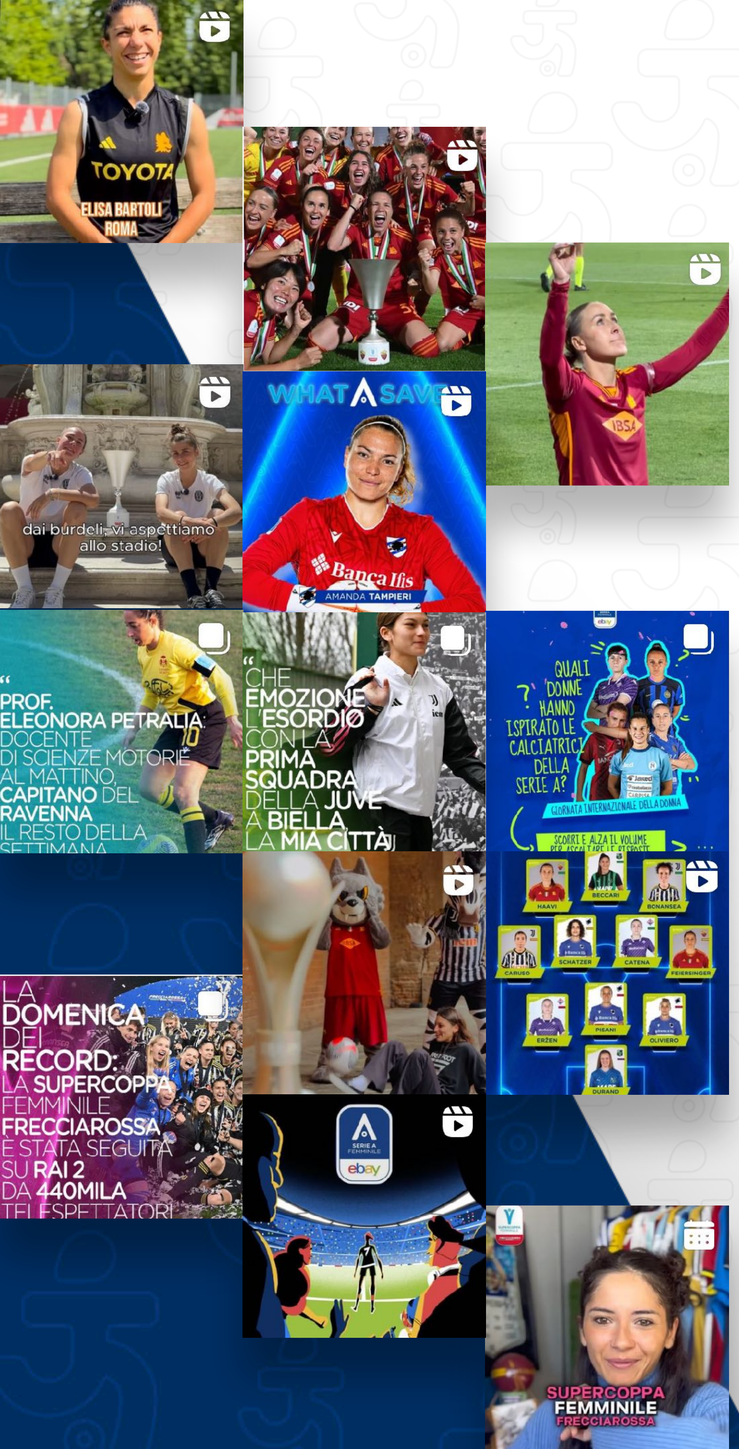
- HIGHLIGHTS 2023-24
- FOCUS ON
  INSTAGRAM
  FACEBOOK
  TIKTOK
  X
  YOUTUBE
- I NUMERI SOCIAL DELLA SERIE A

CONTENT ANALYTICS

- FOCUS ON SERIE A EBAY
- FOCUS ON SERIE B
- LA RUBRICA: #FACES
- EBAY VALUES AWARDS
- COPERTURA EVENTI
  SUPERCOPPA
  COPPA ITALIA
  FINAL FOUR PRIMAVERA

S.S. 2024-25
- NUOVO LOOK & FEEL
- NOVITÀ EDITORIALI

SOCIAL REPORT 2023-24



INTRODUZIONE

SUPERCOPPA FEMMINILE · COPPA ITALIA FEMMINILE · SERIE A FEMMINILE · SERIE B FEMMINILE · PRIMAVERA FEMMINILE

Nel presente report sono presentati i dati principali registrati nella stagione calcistica 2023-24 dai canali social Figc Femminile, che coprono la comunicazione della Divisione Serie A Femminile Professionistica e della Divisione Serie B.

Sotto il profilo qualitativo si è trattato di un anno molto positivo, come verrà mostrato nel report, in particolare per quanto riguarda la capacità di creare e proporre sempre più contenuti mantenendo al contempo quelli già introdotti nelle precedenti stagioni, in un percorso evolutivo avviato nella stagione 2021-22 con la costituzione del team digital interno.

Le novità proposte nella stagione 2023-24 sono state molte. Il nuovo racconto degli eBay Awards, con interviste in profondità alle calciatrici premiate e la collaborazione fornita nell'ideazione e nell'organizzazione del progetto, che dimostra l'importanza strategica del team per le collaborazioni con i partner e con l'Area Revenue della federazione. La sempre più stretta interazione con i 26 club di A e B, grazie alla possibilità di creare contenuti condivisi su Instagram, e in alcuni casi anche raccogliendo spunti e suggerimenti pervenuti dalle società stesse.

E poi ancora, il focus sulla valorizzazione della Serie B, per la prima volta con contenuti video legati ai gol e con una nuova rubrica, "Faces" che durante l'anno ha raccontato attraverso interviste in profondità e soluzioni grafiche originali molte protagoniste del campionato, e tra loro molti talenti giovani. Una nuova rubrica dedicata alla miglior parata settimanale della Serie A, contenuto unico nel suo genere a livello europeo. L'aumento dei contenuti prodotti per la Supercoppa e la Coppa Italia, in particolare per la valorizzazione delle città ospitanti.

Infine, il rafforzamento della copertura della Final Four Primavera, con numerose interviste video alle calciatrici delle quattro squadre coinvolte, e la gestione delle dirette streaming sul canale YouTube Figc Femminile dei quarti e delle semifinali di Coppa Italia.

Nella stagione 2023-24 sono stati prodotti circa 4.000 contenuti, 11 di media al giorno, su 5 piattaforme. Nel mese di maggio, con la finale di Coppa Italia e le Final Four del Campionato Primavera 1, è stato registrato il record di contenuti mensili prodotti, 607.

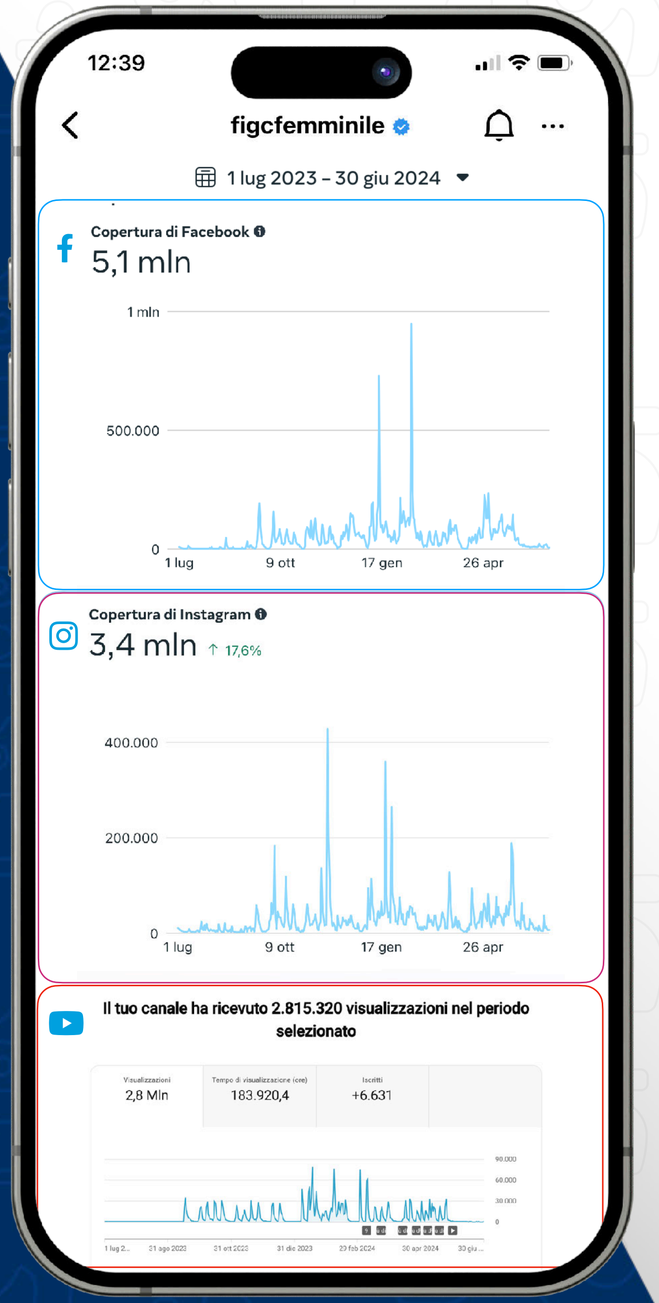
Un impegno costante, basato su un mix di conoscenze tecniche e calcistiche, per una realtà che, nel panorama delle cinque grandi nazioni calcistiche europee, è l'unica a gestire sotto gli stessi profili la comunicazione social dei due principali campionati femminili.

IL TEAM
Maria Claudia Celadin
Moris Gasparri
Valentina Forlin
Valerio Pantone

SOCIAL REPORT 2023-24

DATA ANALYTICS

Tutti i dati inseriti sono aggiornati al 30/06/2024 e si riferiscono esclusivamente alla copertura organica sulle diverse piattaforme social

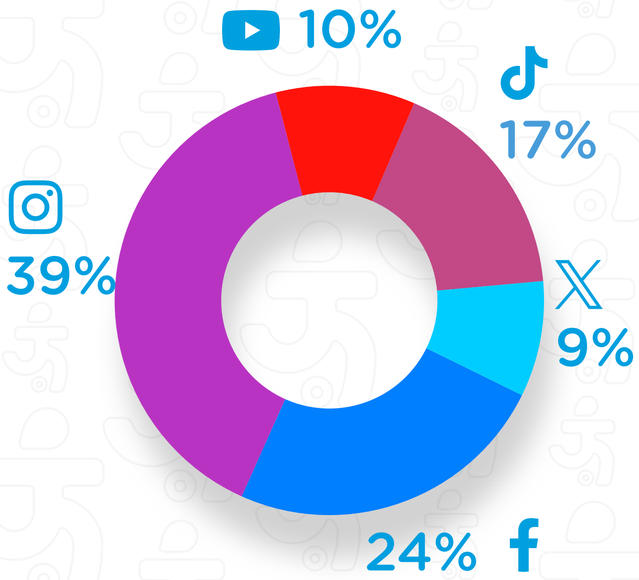


HIGHLIGHTS 2023-24

SUPERCOPPA FEMMINILE | COPPA ITALIA FEMMINILE | SERIE A FEMMINILE | SERIE B FEMMINILE | PRIMAVERA FEMMINILE

- Crescita stagionale di 38.000 follower complessivi, per una **community** avviata verso quota **200 mila**
- Quasi **4000 contenuti** stagionali realizzati sulle cinque piattaforme. Maggior varietà di contenuti a livello europeo tra i profili istituzionali del calcio femminile, e unico profilo che si occupa contemporaneamente di due campionati nazionali (le seconde serie sono ancora praticamente invisibili a livello social negli altri paesi)
- Nel triennio ottenute più di **150 milioni di impression** sulle cinque piattaforme
- Forte crescita nelle **video-views,** arrivate a quota **24 milioni** totali

	2023/24	22/23	21/22
COMMUNITY	174K	136K	98K
CONTENUTI PRODOTTI	3.986	4.255	3.654
IMPRESSION	54,7mln	62,3mln	34,7mln
VIDEO VIEWS	24,3mln	15,7mln	5,2mln
INSTAGRAM REACH	3,4mln	2,9mln	2mln

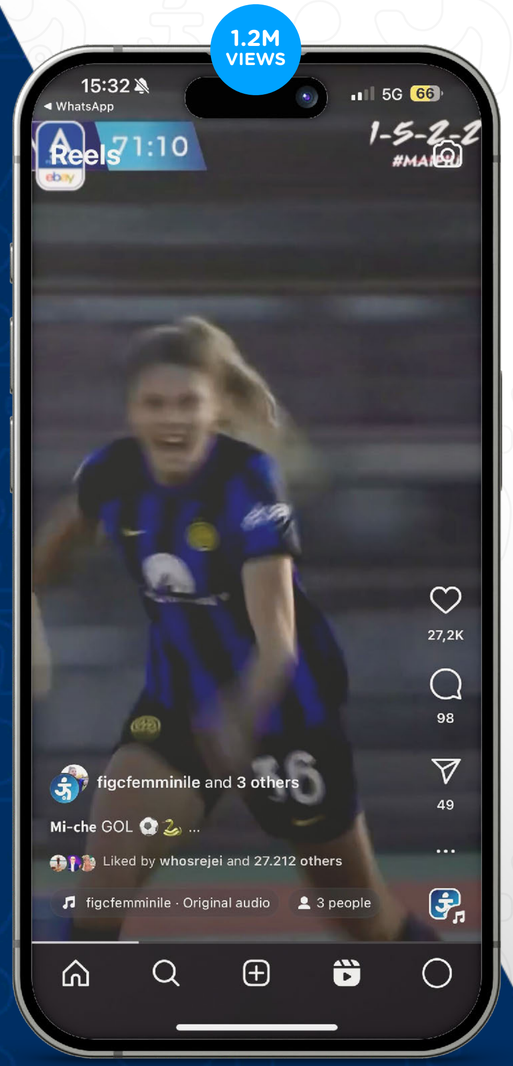


FOCUS ON INSTAGRAM

SUPERCOPPA FEMMINILE | COPPA ITALIA FEMMINILE | SERIE A FEMMINILE | SERIE B FEMMINILE | PRIMAVERA FEMMINILE

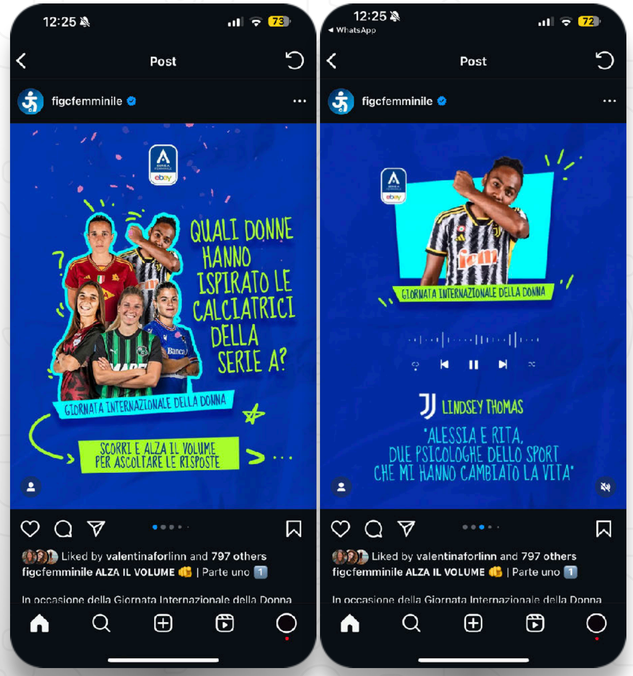
Il profilo Instagram è il motore trainante della nostra community. Il punto di riferimento consolidato, quello che raccoglie i dati più alti in termini di follower ed engagement, anche grazie a contenuti esclusivi, e che registra una partecipazione giovanile femminile, soprattutto nella fascia d'età 18-24, vicina al 50%, mentre tutti gli altri social presentano dati molto più squilibrati a favore della componente maschile. Anche il rapporto tra engagement e impression - 5% - è sensibilmente più alto degli altri canali. Se sei una giovane calciatrice italiana, è molto probabile che questa sia una delle tue pagine di riferimento.

BEST CONTENUTO PER VIEWS



REEL CON IL MAGGIOR NUMERO DI VIEWS REGISTRATE GRAZIE ALLA COLLABORAZIONE CON GLI ACCOUNT DI DAZN, INTER E CALCIATRICE

GIORNATA INTERNAZIONALE DELLA DONNA



Tipologia di contenuto audio-video sperimentato per la prima volta, coinvolgendo da remoto una giocatrice per ogni club

GRAFICA CELEBRATIVA "CAMPIONESSE D'ITALIA 2023-24"

Uno dei contenuti che più mobilita la condivisione e le interazioni da parte dei tifosi

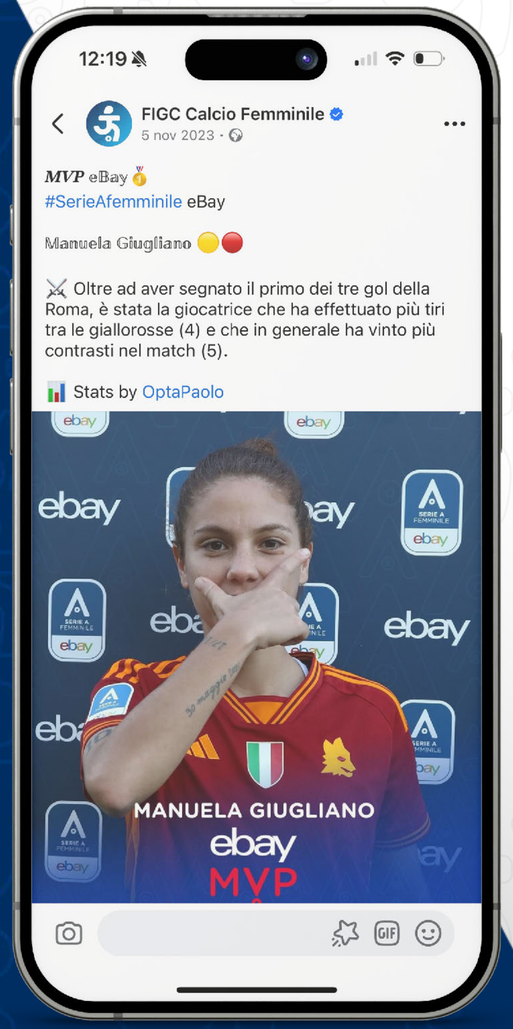
S.S. 2023-24	
FOLLOWER	68,6 mila
REACH	3,4 milioni
ENGAGEMENT	660 mila
VIDEO VIEWS	13,5 milioni

FOCUS ON FACEBOOK

SUPERCOPPA FEMMINILE | COPPA ITALIA FEMMINILE | SERIE A FEMMINILE | SERIE B FEMMINILE | PRIMAVERA FEMMINILE

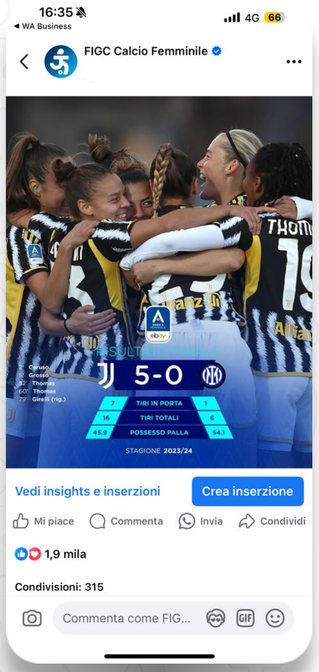
Il profilo Facebook si attiva in maniera rilevante nei momenti post-match, con i commenti alle partite e le condivisioni dei risultati finali, delle MVP, e delle classifiche di giornata. Conserva un'importanza strategica per il coinvolgimento di una fanbase più matura, restando la "piazza digitale" preferita per commentare le partite ed esprimere le proprie passioni di tifo.

GRAFICA "MVP EBAY"



Contenuto postato pochi minuti dopo la fine di ogni match che celebra la miglior giocatrice

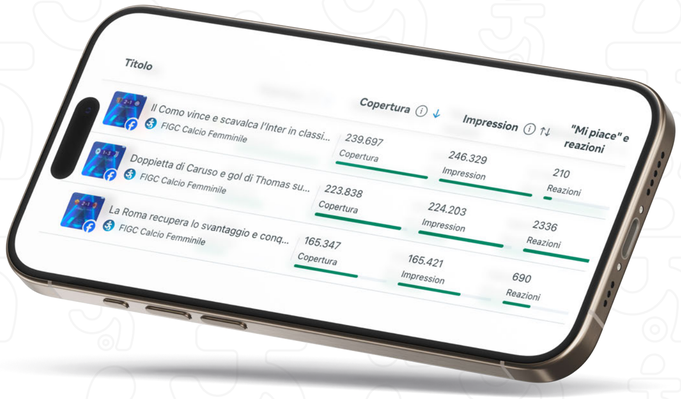
GRAFICA FULL-TIME



Esempio di contenuto postato al termine di ogni match per comunicare il risultato

GRAFICA CELEBRATIVA

Contenuti preparati precedentemente ed utilizzati in occasione di promozioni e verdetti



S.S. 2023-24	
FOLLOWER	42,5 mila
REACH	4,5 milioni
ENGAGEMENT	329 mila
VIDEO VIEWS	1,4 milioni

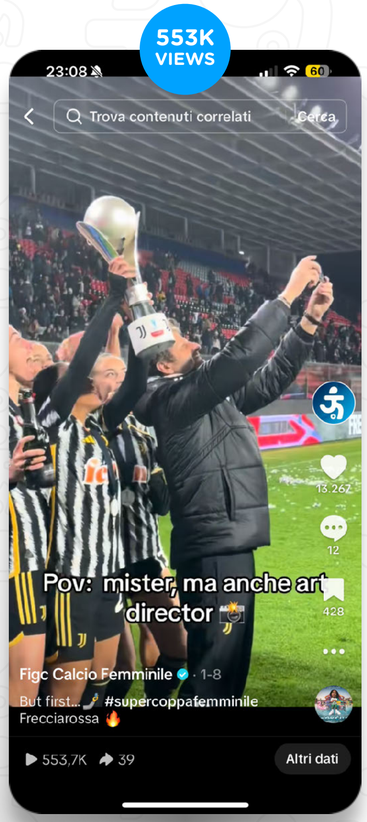
FOCUS ON TIKTOK

SUPERCOPPA FEMMINILE | COPPA ITALIA FEMMINILE | SERIE A FEMMINILE | SERIE B FEMMINILE | PRIMAVERA FEMMINILE

Il profilo TikTok, lanciato nel novembre 2022, è la più recente aggiunta alla nostra rete di canali social e ha mostrato l'incremento più significativo di follower nella stagione 2023-24. L'algoritmo ha particolarmente premiato la pubblicazione di materiale nativo e prodotto interamente dal team come interviste (superato il milione di views con interviste a Vero Boquete) o momenti esclusivi dietro le quinte durante i principali eventi.

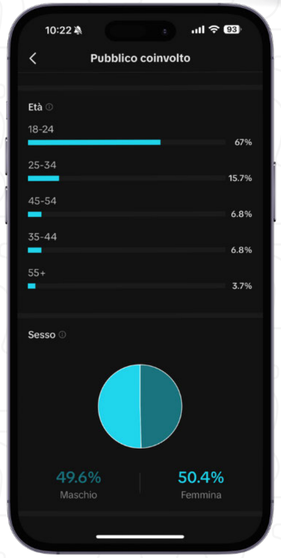
BEST CONTENUTO PER VIEWS

UNA DELLE PRIME VIDEO-INTERVISTE CARICATE SU TIKTOK È IL CONTENUTO PIÙ VIRALE DELLA STAGIONE



Momenti catturati live durante la finale di Coppa Italia Femminile Frecciarossa

L'intervista realizzata in occasione della consegna a Nadia Nadim dell' "eBay Values Award"



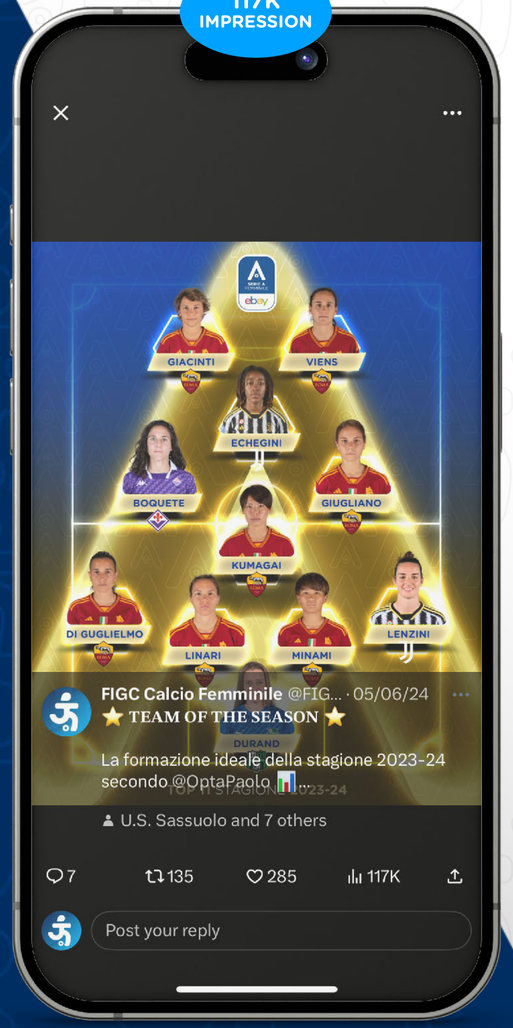
S.S. 2023-24	
FOLLOWER	29,8 mila
VISUALIZZAZIONI	6,9 milioni
ENGAGEMENT	232 mila

FOCUS ON X

SUPERCOPPA FEMMINILE | COPPA ITALIA FEMMINILE | SERIE A FEMMINILE | SERIE B FEMMINILE | PRIMAVERA FEMMINILE

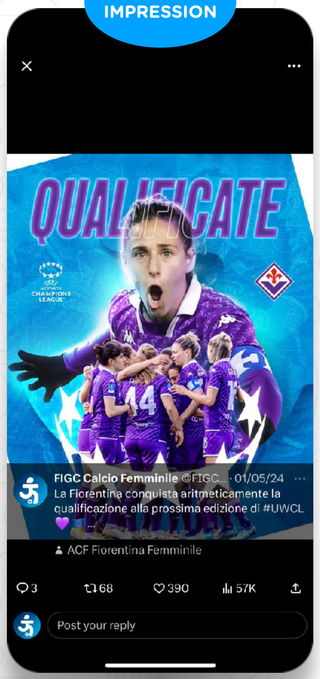
L'analisi dell'attuale profilo X è difficilmente comparabile con gli anni precedenti. La piattaforma stessa, con il cambio di proprietà ed il conseguente rebranding, ha subito un profondo cambiamento strutturale che ha avuto forti ripercussioni sui tipi di contenuto che l'algoritmo predilige. Il profilo resta fondamentale per i contenuti di più ampio interesse come la proclamazione degli MVP stagionali che raggiungono una risonanza internazionale grazie alle decine di ricondivisioni da parte non solo degli utenti della nostra community ma soprattutto da addetti ai lavori autorevoli.

117K IMPRESSION



LA "TOP 11" DI FINE STAGIONE È IL CONTENUTO CON IL MAGGIOR NUMERO DI IMPRESSION REGISTRATE

57K IMPRESSION



QUALIFICAZIONE UWCL

31K IMPRESSION

ROMA CAMPIONE D'ITALIA

26K IMPRESSION

MVP DI FINE STAGIONE

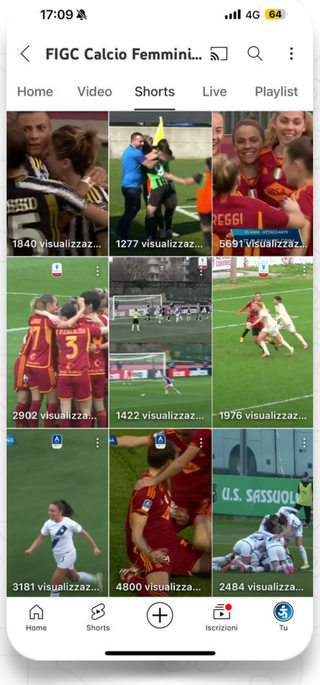
S.S. 2023-24	
FOLLOWER	15,3 mila
IMPRESSION	3,9 milioni

TORNA ALL'INDICE

FOCUS ON YOUTUBE

SUPERCOPPA FEMMINILE | COPPA ITALIA FEMMINILE | SERIE A FEMMINILE | SERIE B FEMMINILE | PRIMAVERA FEMMINILE

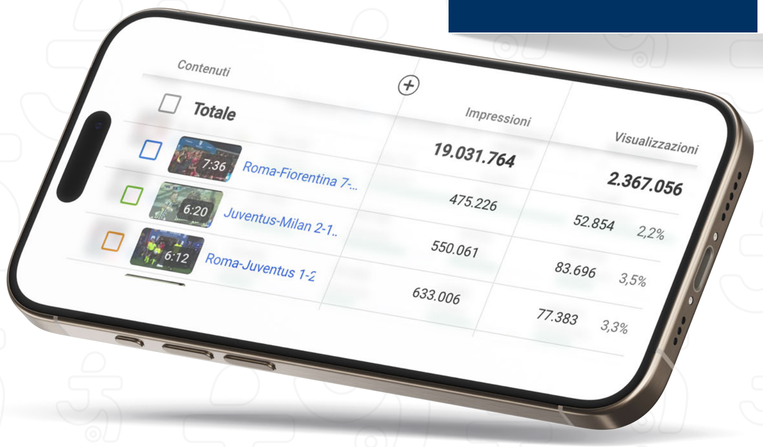
Il canale YouTube è un punto di forza della comunicazione digital della Divisione Serie A Femminile Professionistica, grazie alla distribuzione in tempo reale degli highlights di tutte le partite della Serie A eBay, della Coppa Italia Frecciarossa (a partire dai quarti di finale) e della Supercoppa Frecciarossa. In questa stagione il team, oltre alla trasmissione live dei match di Final Four del campionato Primavera 1, ha curato per la prima volta la gestione della trasmissione in diretta streaming dei quarti di finale e delle semifinali della Coppa Italia Frecciarossa. Il canale è un punto di riferimento per appassionati e tifosi, fatto dimostrato dall'alto numero di visualizzazioni stagionali complessive, vicine a quota 3 milioni, dalla grande crescita stagionale degli iscritti (+6600) e dai tanti commenti.



Gli highlights più visti della stagione 2023-24

Roma-Juventus 1-2 | La perla di Garbino incorona le bianconere |...
77.562 visualizzazioni • 6 mesi fa

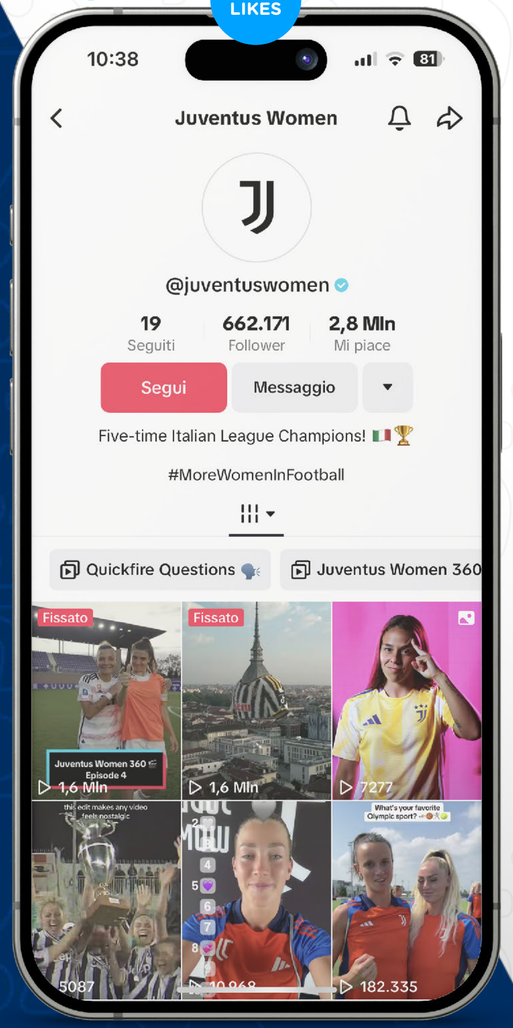
S.S. 2023-24	
FOLLOWERS	18,8 mila
VIEWS	2,8 milioni



I NUMERI SOCIAL DELLA SERIE A: I CLUB

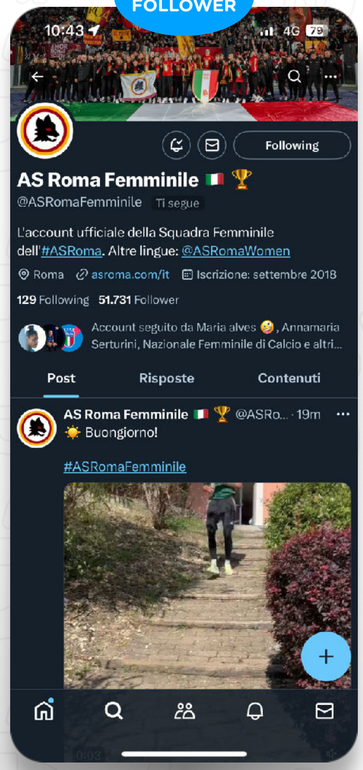
SUPERCOPPA FEMMINILE | COPPA ITALIA FEMMINILE | SERIE A FEMMINILE | SERIE B FEMMINILE | PRIMAVERA FEMMINILE

2.8m LIKES



L'ACCOUNT TIKTOK DELLA JUVENTUS WOMEN È IL PROFILO PIÙ SEGUITO DI UNA SQUADRA DI SERIE A FEMMINILE

51.7K FOLLOWER



L'account della Roma è quello più seguito su X

1.6 MILIONI FOLLOWER TOTALI

I numeri social complessivi generati dai club superano il milione e mezzo di utenti, un dato che rispetto alla stagione precedente è cresciuto grazie a diversi fattori: la promozione del Napoli, una delle squadre con più follower del campionato cadetto, l'apertura del profilo Instagram dedicato alla squadra femminile da parte del Milan e l'approdo della Juventus su TikTok con, tuttavia, la contestuale chiusura dell'account X.

SQUADRA	Instagram	Facebook	TikTok	X
COMO	13.2k	Non presenti	313	Non presenti
FIORENTINA	53k	40.5k	•	9.5k
INTER	•	•	•	34.6k
JUVENTUS	480k	•	662k	•
MILAN	88k	•	•	•
NAPOLI	30.4k	50.1k	22.3k	3.6k
POMIGLIANO	5.6k	5.9k	•	•
ROMA	134k	•	•	51.6k
SAMPDORIA	•	•	•	•
SASSUOLO	•	•	•	•

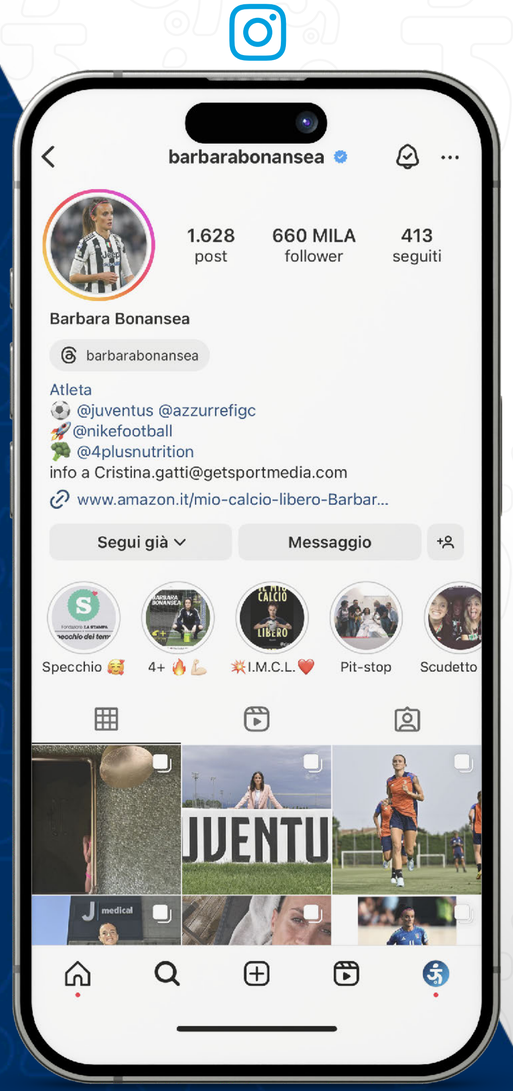
• = profilo unico per squadra maschile e femminile

TORNA ALL'INDICE

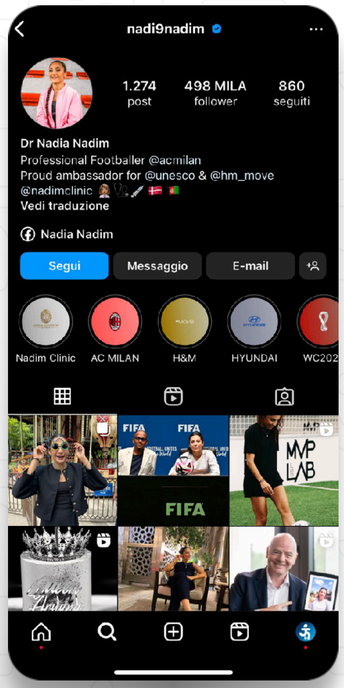
I NUMERI SOCIAL DELLA SERIE A: LE CALCIATRICI

SUPERCOPPA FEMMINILE | COPPA ITALIA FEMMINILE | SERIE A FEMMINILE | SERIE B FEMMINILE | PRIMAVERA FEMMINILE

Un ruolo importante e trainante nella crescita della community lo ha certamente il seguito social delle calciatrici, sia quelle italiane sia quelle internazionali, soprattutto grazie alla funzione di Instagram che permette di poter creare dei contenuti in collaborazione con il nostro profilo. Nella tabella sono raggruppate le calciatrici di ciascun club col maggiore seguito social, e tra esse figurano non a caso campionesse come Barbara Bonansea, o star internazionali come Veronica Boquete, Lina Magull e Nadia Nadim.



BARBARA BONANSEA È LA GIOCATRICE DI SERIE A FEMMINILE CON IL MAGGIOR NUMERO DI FOLLOWER SE CONSIDERIAMO INSTAGRAM, X E TIKTOK



Nadia Nadim è una delle giocatrici internazionali con più seguito

GIOCATRICE		
MATILDE LUNDORF	134k	13,7k
VERONICA BOQUETE	73,1k	311
LINA MAGULL	159k	-
BARBARA BONANSEA	661k	67,4k
NADIA NADIM	500k	5,1k
ELISA DEL ESTAL	29.6k	-
DEBORA NOVELLINO	14,6k	-
ALAYAH PILGRIM	243k	165k
NORA HEROUM	36,7k	-
DANIELA SABATINO	40k	22,4k

TORNA ALL'INDICE

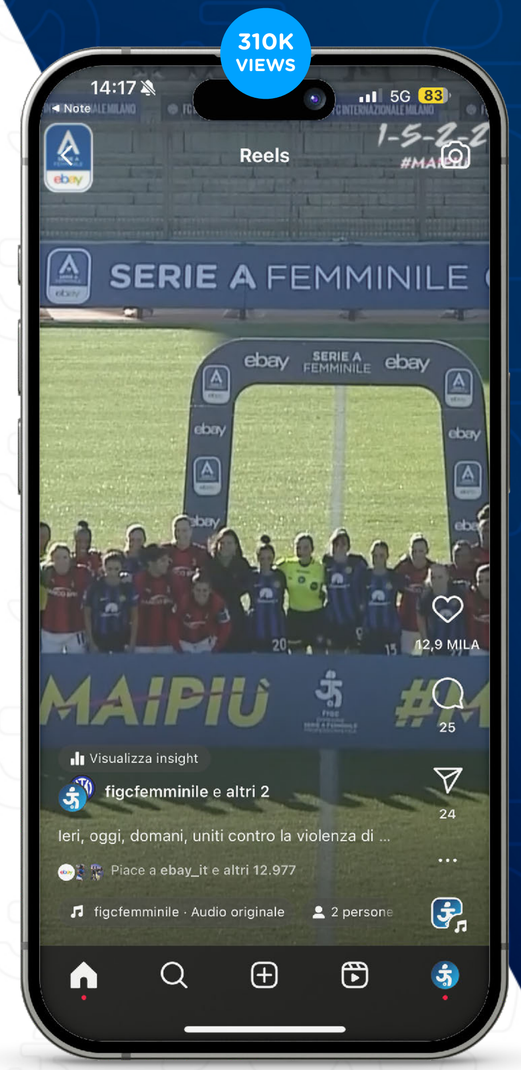
SOCIAL REPORT 2023-24

CONTENT ANALYTICS

FOCUS ON SERIE A EBAY

SUPERCOPPA FEMMINILE | COPPA ITALIA FEMMINILE | SERIE A FEMMINILE | SERIE B FEMMINILE | PRIMAVERA FEMMINILE

La puntualità delle informazioni, dei risultati e la pubblicazione tempestiva di clip che valorizzano gli aspetti di gioco rendono i nostri profili il punto di riferimento del campionato di Serie A per tifosi e addetti ai lavori.
La stagione 2023/24 ha visto poi l'inserimento di due nuove rubriche, What A Save e Faces, create per dare visibilità a ruoli e aspetti mai valorizzati in precedenza; la prima, una rubrica video dedicata alle migliori parate del weekend; la seconda, una rubrica di approfondimento sulle storie delle singole atlete.

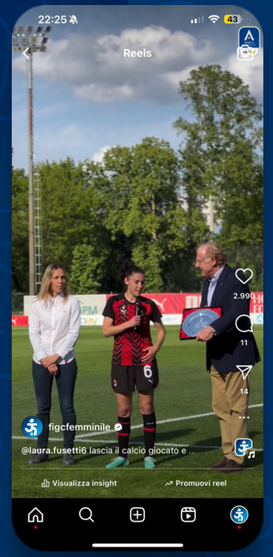


REEL PER LA PROMOZIONE DELLA CAMPAGNA "#MAIPIU" IN OCCASIONE DEL 25 NOVEMBRE IN COLLABORAZIONE CON INTER E MILAN

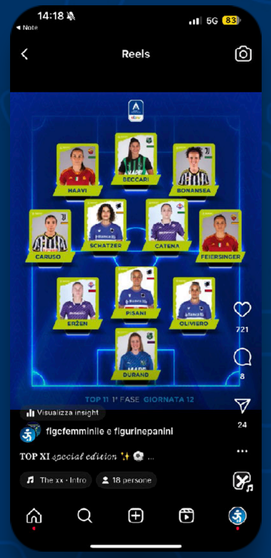
"WHAT A SAVE"
LA PRIMA RUBRICA DEDICATA AI PORTIERI

"FACES"
RUBRICA DI INTERVISTE E APPROFONDIMENTI

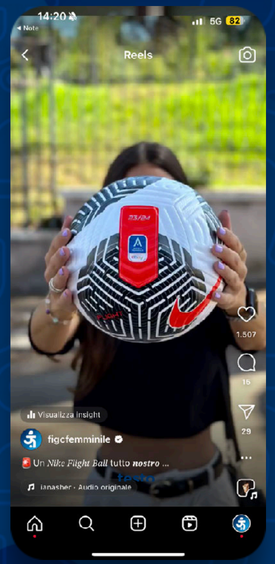
IL RITIRO DAL CALCIO DI LAURA FUSETTI COPERTO SUL CAMPO IN ACCORDO CON IL CLUB



"TOP 11"
SPECIAL EDITION PANINI



LANCIO NIKE FLIGHT 23/24 BRANDIZZATO SERIE A FEMMINILE EBAY

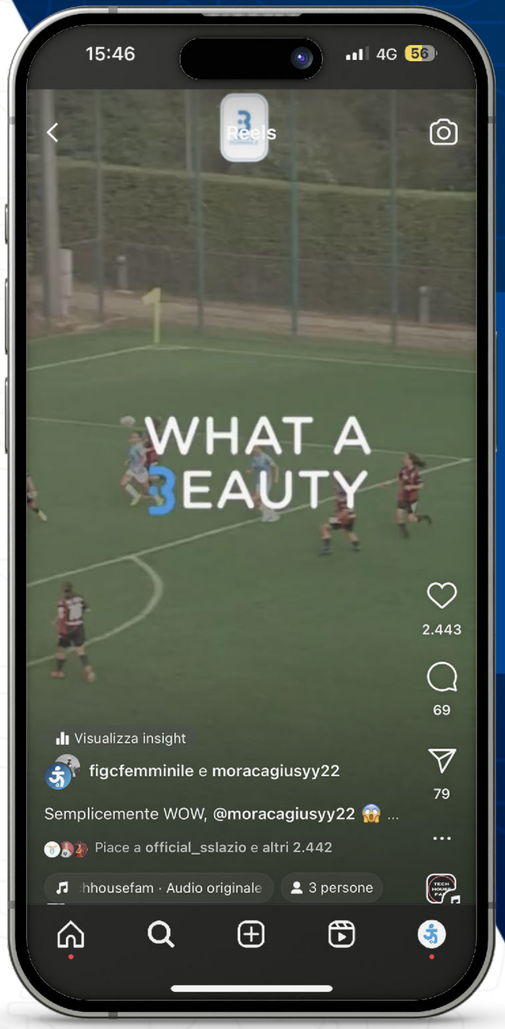


Inoltre, la sempre più consolidata e costante collaborazione con gli uffici stampa dei Club e i team digital dei partner media e commerciali ci ha permesso di creare sinergie virtuose ed esclusive. Tra quelle principali ricordiamo ad esempio la 'Top 11' speciale in collaborazione con Panini, il lancio del primo pallone Nike personalizzato della Serie A Femminile o le clip condivise da Inter, Milan e Dazn.

TORNA ALL'INDICE

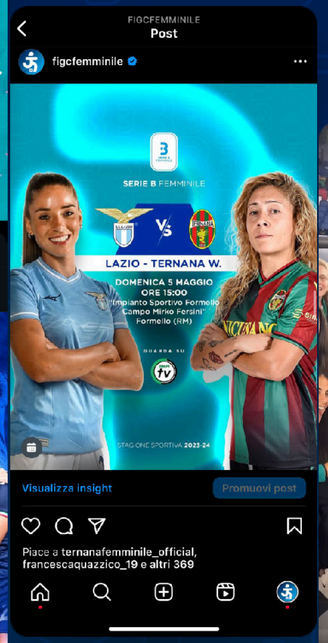
FOCUS ON SERIE B

Mentre nella stagione 2022-23 i format dedicati alla Serie B Femminile erano due di cui uno a cadenza settimanale -MvB- e l'altro mensile - Goals of the Month - nel corso di questa stagione abbiamo incrementato la visibilità del campionato sui nostri canali grazie all'introduzione di due format su base settimanale: What a Beauty, il gol più bello della giornata di campionato in collaborazione con giocatrici, club e broadcaster, e la rubrica FACES, interviste esclusive tradotte in chiave social volte a far conoscere meglio le protagoniste di Serie B alla nostra community.



Il gol di Giusy Moraca nella rubrica What a Beauty è stato il gol della Serie B 23-24 di maggior successo, nonché uno dei contenuti più virali anche su TIKTOK

La rubrica FACES ha contribuito a far emergere in modo autentico le storie di vita delle giocatrici in un modo mai sperimentato prima sui nostri canali.



TORNA ALL'INDICE

IMPRESSION

ACCOUNT RAGGIUNTI

LA RUBRICA: #FACES

SUPERCOPPA FEMMINILE | COPPA ITALIA FEMMINILE | SERIE A FEMMINILE | SERIE B FEMMINILE | PRIMAVERA FEMMINILE

MARCO BRUZZANO
Como Women (Serie A)
28.2K | 21.4mila

ARIANNA GALLINA
(Juventus Primavera)
24K | 19mila

CLAUDIA SAGGION
H&D Chievo W. (Serie B)
20K | 18mila

TORI DELLA PERUTA
Sampdoria (Serie A)
15.7K K | 12mila

GAIA LONATI
Cesena (Serie B)
18K | 14mila

GAIA APICELLA
Pomigliano (Serie A)
20K | 17mila

MANUELA SCIABICA
Sassuolo (Serie A)
25K | 21mila

Le interviste integrali a cura dell'ufficio stampa pubblicate sul sito Figc.it

La rubrica FACES nasce dall'esigenza di raccontare le storie di vita delle protagoniste e dei protagonisti dei campionati di Serie A, Serie B e Primavera. Per farlo è stata creata una sinergia tra il team digital, l'ufficio stampa della Divisione e gli uffici stampa dei club, una collaborazione che ha dato vita ad uno storytelling che non ha eguali nella narrazione del calcio femminile italiano.
L'obiettivo era ed è quello di offrire alla nostra community una narrazione approfondita, da un punto di vista privilegiato, di giocatrici e addetti ai lavori ancora poco conosciuti ma con storie di grande impatto.

I contenuti che hanno riscosso maggior successo sono le storie di Marco Bruzzano, ex allenatore del Como, l'esordio di Arianna Gallina, giocatrice della Juventus Primavera, le dichiarazioni di Gaia Apicella nei giorni precedenti al Derby di Napoli e l'intervista a Manuela Sciabica, giovane esordiente del Sassuolo, dopo aver segnato un gol alla Juventus.

EBAY VALUES AWARDS

SUPERCOPPA FEMMINILE | COPPA ITALIA FEMMINILE | SERIE A FEMMINILE | SERIE B FEMMINILE | PRIMAVERA FEMMINILE

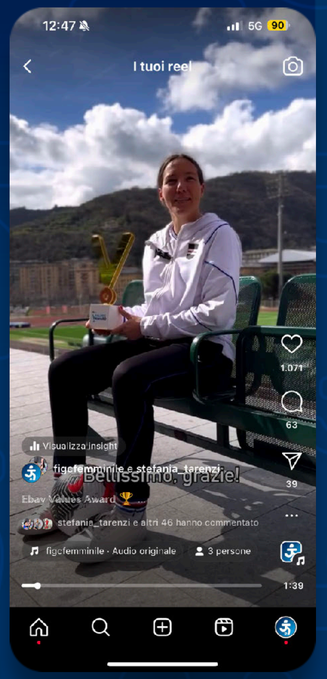
ebay VALUES AWARD

Nella stagione 2023-24 è stata ripensata assieme al title partner l'intera iniziativa degli eBay Values Award. Mentre ne sono stati mantenuti concetto e scopo, la dinamica di premiazione e la strategia di comunicazione sono state profondamente implementate. 4 eBay Values Award che hanno visto non solo la premiazione di una calciatrice meritevole ma la possibilità per l'atleta stessa di scegliere una società dilettantistica con settore femminile a cui destinare uno speciale "kit di attrezzatura tecnico sportiva" costruito secondo le esigenze della società stessa.
Sull'aspetto comunicativo, è stato fatto un racconto più approfondito e coinvolgente dell'atleta, della sua storia e dei suoi valori, producendo in loco video-interviste e challenge destinate ai nostri canali e quelli del partner.

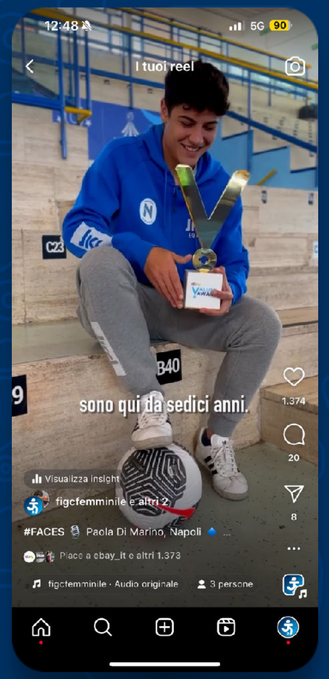
EBAY VALUES AWARD
MARTINA ROSUCCI - JUVENTUS

EBAY VALUES AWARD
NADIA NADIM - MILAN

EBAY VALUES AWARD
STEFANIA TARENZI - SAMPDORIA



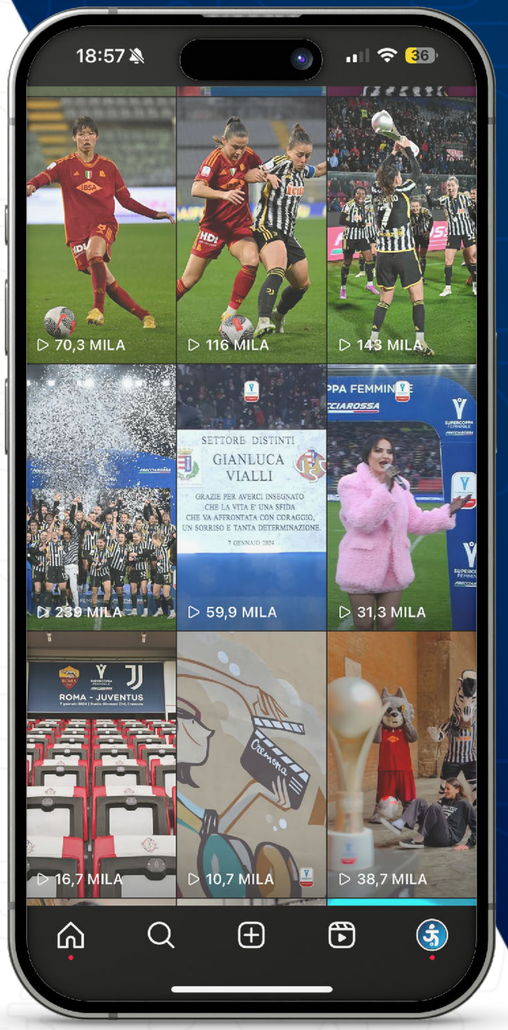
EBAY VALUES AWARD
PAOLA DI MARINO - NAPOLI



TORNA ALL'INDICE

COPERTURA EVENTI:
SUPERCOPPA

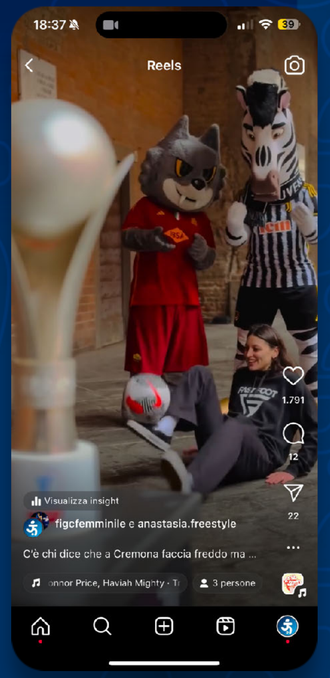
SUPERCOPPA FEMMINILE | COPPA ITALIA FEMMINILE | SERIE A FEMMINILE | SERIE B FEMMINILE | PRIMAVERA FEMMINILE



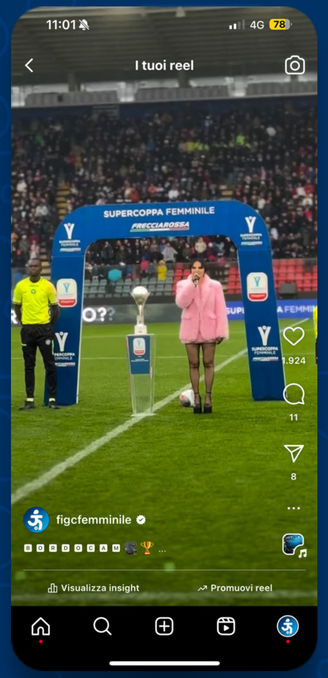
Oltre all'ampia copertura dell'evento sul modello consolidato dei precedenti (coinvolgimento delle calciatrici, contenuti sul territorio, iniziative create ad hoc), la novità assoluta sperimentata nel corso di questo evento è stata la diretta gestione della collaborazione con il talent Lisa Offside, una delle creator calcistiche italiane di maggior rilievo. Oltre a lei, il team ha supervisionato le collaborazioni di altri creator come Anastasia Freestyle e Omag.
L'obiettivo di queste attività è stato quello di avvicinare alla finale un pubblico non fidelizzato e raccontare il match da un punto di vista dinamico e innovativo.

@LISA OFFSIDE X SUEPRCOPPA

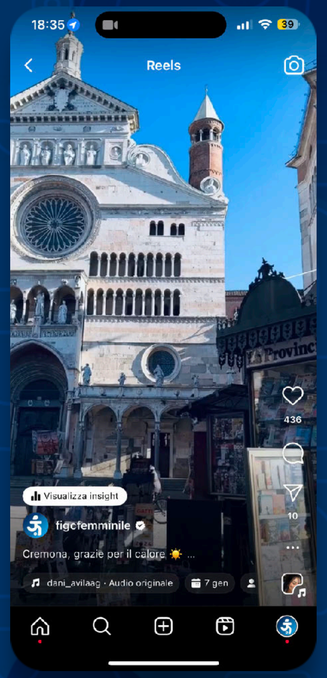
@ANASTASIA FREESTYLE X SUEPRCOPPA



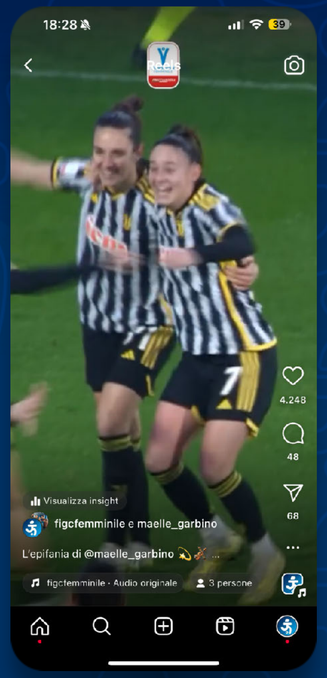
BORDOCAM | BEHIND THE SCENES



CITY SHOWCASE PER PROMUOVERE LA SEDE DELL'EVENTO



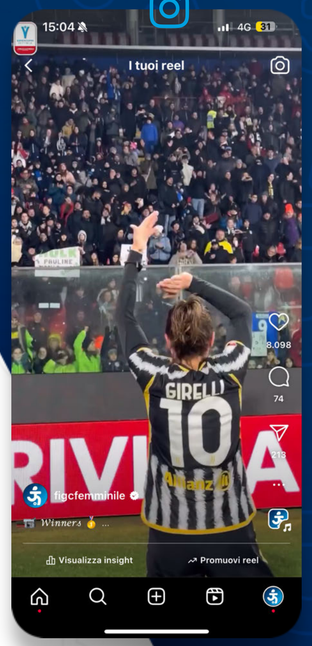
LA CLIP DEL GOL VITTORIA DI MAËLLE GARBINO



TORNA ALL'INDICE

COPERTURA EVENTI:
SUPERCOPPA | I NUMERI

SUPERCOPPA FEMMINILE | COPPA ITALIA FEMMINILE | SERIE A FEMMINILE | SERIE B FEMMINILE | PRIMAVERA FEMMINILE



Instagram recap

CONTENUTI PRODOTTI	55
REACH	770 k
IMPRESSION	1,2 k

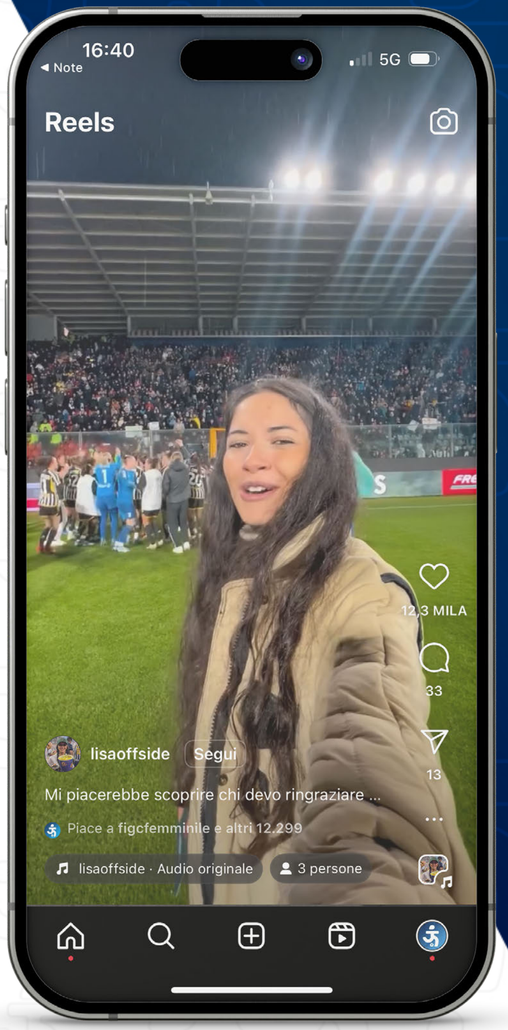
Best of	REACH	IMPRESSION	LINK AL POST
INSTAGRAM	123 k	239 k	
TIKTOK	613 k	671 k	
FACEBOOK	192 k	193 k	
YOUTUBE	78 k views	640 k	

TORNA ALL'INDICE

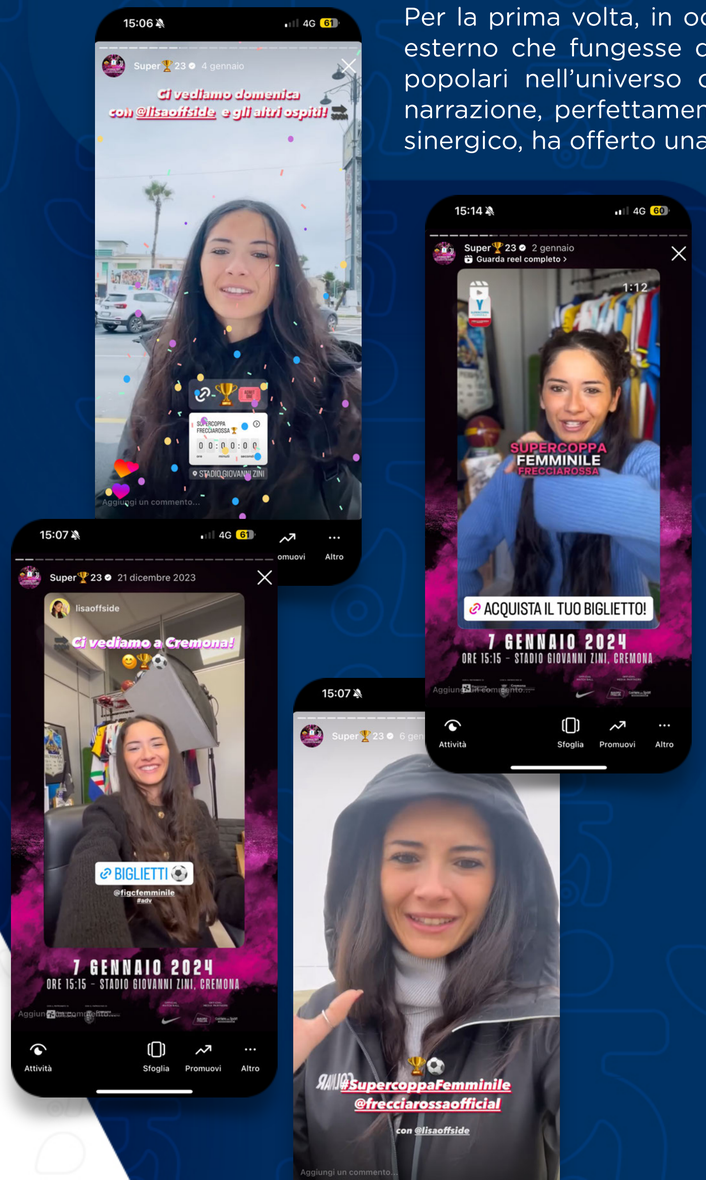
COPERTURA EVENTI:
SUPERCOPPA | @LISAOFFSIDE

SUPERCOPPA FEMMINILE | COPPA ITALIA FEMMINILE | SERIE A FEMMINILE | SERIE B FEMMINILE | PRIMAVERA FEMMINILE

Per la prima volta, in occasione di un grande evento, è stata attivata una collaborazione diretta con un creator esterno che fungesse da volto social dei canali @figcfemminile: Lisa Offside. Si tratta di una delle figure più popolari nell'universo calcistico 2.0 e già collaboratrice di alcuni tra i principali media italiani. Con la sua narrazione, perfettamente integrata a quella dei format consolidati del team attraverso un lavoro quotidiano e sinergico, ha offerto una prospettiva più dinamica e smart di uno degli eventi di punta della Divisione Serie A.



REEL DI RECAP DELL'EVENTO
DAL PUNTO DI VISTA DELLA CREATOR



CONTENUTI PRODOTTI	10
REACH	225 k
IMPRESSION	323 k

TORNA ALL'INDICE

COPERTURA EVENTI:
FINALE DI COPPA ITALIA

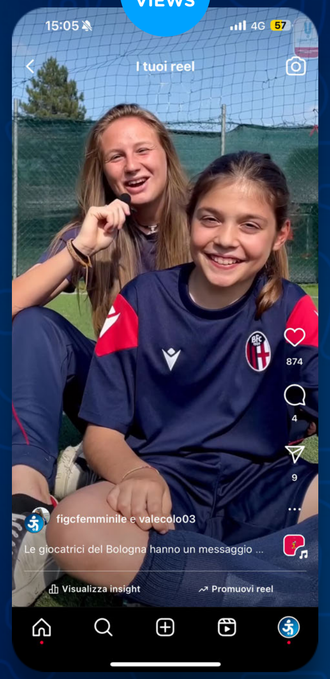
SUPERCOPPA FEMMINILE | COPPA ITALIA FEMMINILE | SERIE A FEMMINILE | SERIE B FEMMINILE | PRIMAVERA FEMMINILE

La Coppa Italia Femminile Frecciarossa ha visto una copertura a 360° da parte del team digital: dalla realizzazione di contenuti sul territorio, al coinvolgimento delle squadre locali, alle interviste realizzate con le protagoniste della Finale, alla creazione di un incontro con l'Istituto scolastico situato a pochi passi dallo stadio, il coinvolgimento di talent e una copertura pre, live e post evento più prolifica rispetto alle precedenti edizioni.

137K VIEWS

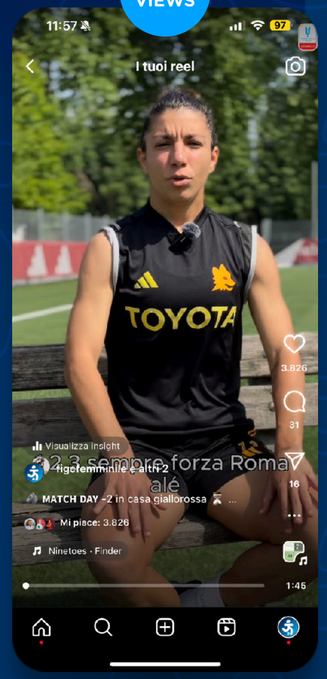
RACCOLTA DI ATTIMI APPENA SUCCESSIVI AL FISCHIO FINALE DELLA ROMA, SQUADRA VINCENTE

23K VIEWS



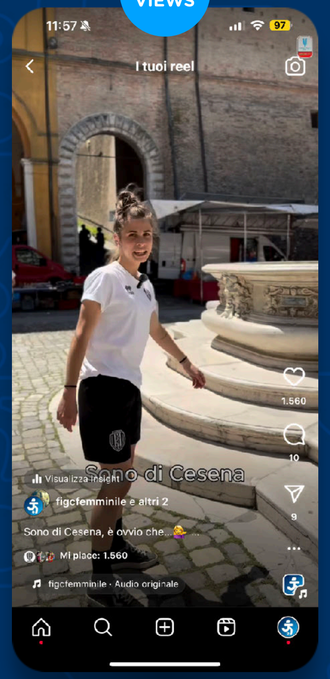
PROMOZIONE DELL'EVENTO ATTRAVERSO LE SQUADRE DEL CAMPIONATO SI SERIE B DEL TERRITORIO

89K VIEWS



INTERVISTE ALLE PROTAGONISTE RIVIVENDO GLI EPISODI PIÙ IMPORTANTI DEL PERCORSO NELLA COMPETIZIONE

60K VIEWS



TREND "È OVVIO CHE" CON GIOCATRICI DEL CESENA

La gara, inoltre, ha registrato il nuovo primato italiano per partite di competizioni femminili di club grazie ad uno share del 6.9% su RAI2.

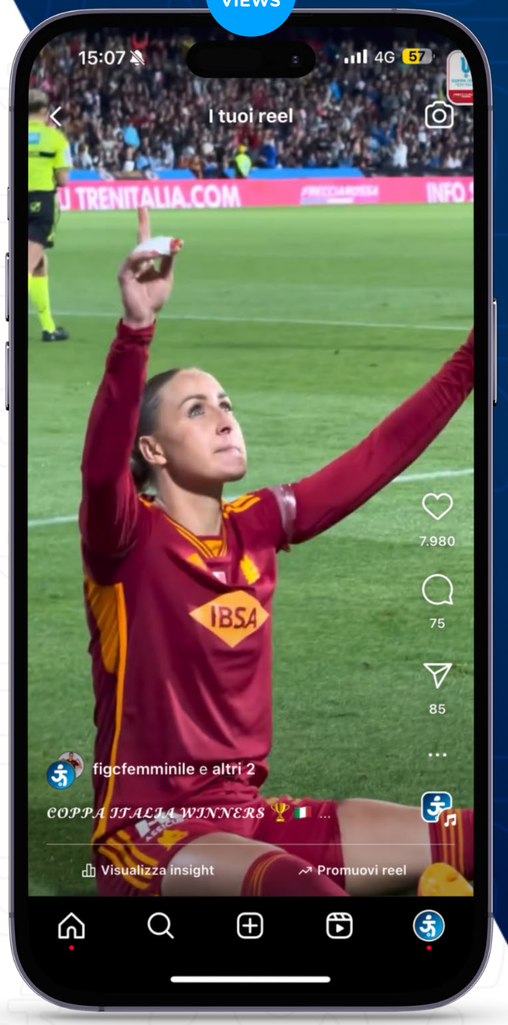
TORNA ALL'INDICE

COPERTURA EVENTI:
COPPA ITALIA | ON THE PITCH

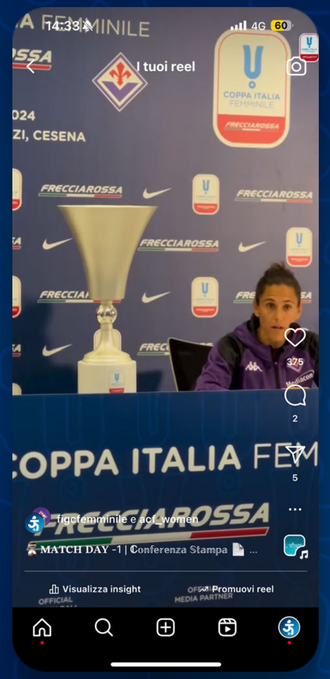
SUPERCOPPA FEMMINILE | COPPA ITALIA FEMMINILE | SERIE A FEMMINILE | SERIE B FEMMINILE | PRIMAVERA FEMMINILE

Rispetto agli eventi precedenti è stata aumentata la copertura di ogni fase dell'evento. Dalla conferenza stampa della vigilia e fino ai festeggiamenti finali, abbiamo raccolto immagini esclusive e non catturate dalle telecamere televisive, offrendo un'esperienza ricca di dettagli. La nostra presenza costante a bordo campo ci ha permesso di trasformare rapidamente i momenti salienti in contenuti visivamente accattivanti grazie a una post-produzione veloce, mantenendo i fan aggiornati e coinvolti in tempo reale. Questo approccio non solo ha amplificato l'atmosfera dell'evento ma ha anche rafforzato la nostra capacità di coinvolgere la community.

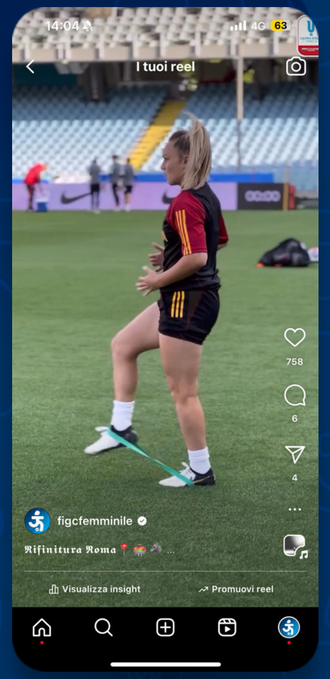
161K VIEWS



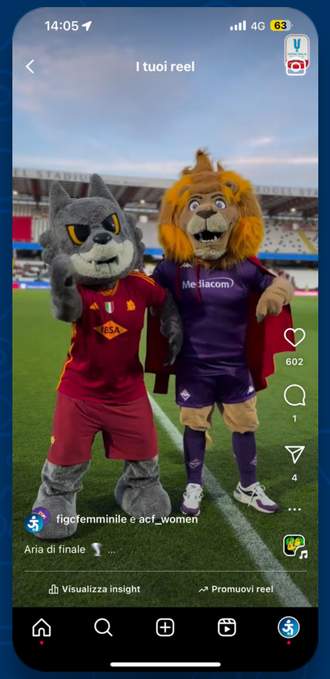
L'ESULTANZA DI SANNE TROELSGAARD DOPO AVER SEGNATO IL RIGORE DECISIVO CHE HA REGALATO LA VITTORIA ALLA ROMA



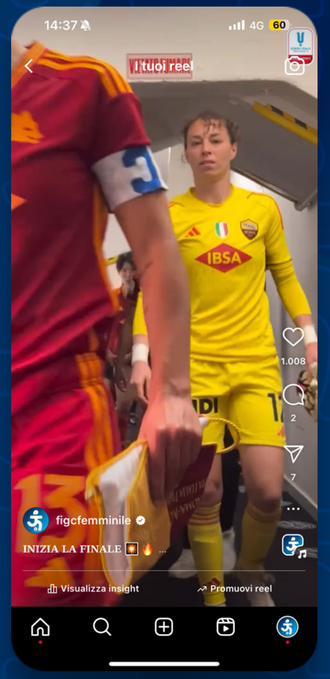
CONFERENZA STAMPA DELLA VIGILIA



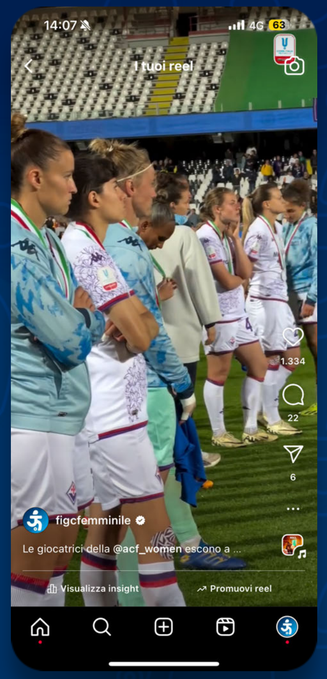
RIFINITURA DELLE SQUADRE



PITCH INSPECTION DELLE SQUADRE E INTRATTENIMENTO PRE MATCH



INGRESSO IN CAMPO DA POSIZIONE ESCLUSIVA



LA COMMOZIONE DELLA FIORENTINA DURANTE LA PREMIAZIONE

TORNA ALL'INDICE

COPERTURA EVENTI:
COPPA ITALIA | OFF THE PITCH

SUPERCOPPA FEMMINILE | COPPA ITALIA FEMMINILE | SERIE A FEMMINILE | SERIE B FEMMINILE | PRIMAVERA FEMMINILE

Il team digital, all'interno del piano di promozione della Finale di Coppa Italia, ha organizzato un evento significativo presso l'Istituto "Versari Macrelli" di Cesena, con l'obiettivo di promuovere il calcio femminile e trattarne altri temi correlati. Durante l'incontro hanno portato la loro testimonianza le calciatrici di ben tre club del campionato di Serie B: Bologna, Cesena e Ravenna, squadra di appartenenza Eleonora Petralia, quest'ultima conosciuta attraverso la nostra serie social "Faces" e docente presso l'istituto. Circa 100 studenti hanno partecipato a discussioni che spaziavano dai cenni storici del calcio femminile alla violenza di genere, con un focus particolare sulle strategie di comunicazione. Questo evento non solo ha valorizzato il territorio romagnolo, ma ha anche motivato circa 100 studenti a presenziare allo stadio "Dino Manuzzi" per la finale, amplificando l'entusiasmo e il supporto per il calcio femminile.

IL TROFEO ALL'ISTITUTO PROFESSIONALE "VERSARI MACRELLI"

TORNA ALL'INDICE

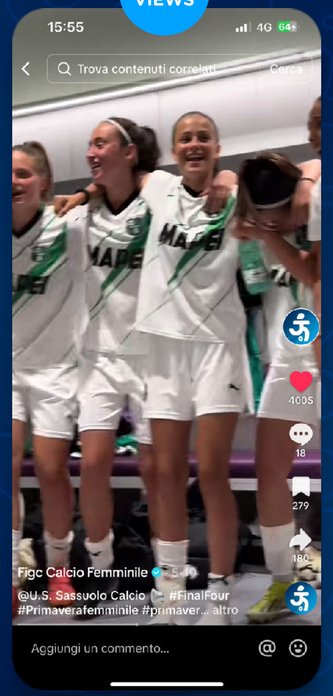
COPERTURA EVENTI:
FINAL FOUR PRIMAVERA

SUPERCOPPA FEMMINILE | COPPA ITALIA FEMMINILE | SERIE A FEMMINILE | SERIE B FEMMINILE | PRIMAVERA FEMMINILE

Oltre alla trasmissione in diretta delle partite e la produzione di highlights e grafiche come da pratica consolidata nelle ultime stagioni, quest'anno abbiamo valorizzato la competizione con contenuti esclusivi registrati in loco dando voce alle protagoniste attraverso interviste nel pre e nel post partita e catturando momenti salienti da pubblicare sui nostri canali raccogliendo oltre mezzo milione di visualizzazioni tra Instagram e Tiktok.

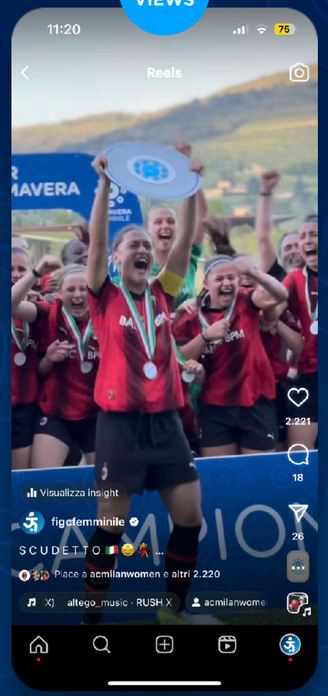
COPERTURA A 360 GRADI DI SEMIFINALI E FINALI CON INTERVISTE PRE-PARTITA, IMMAGINI DI GIOCO LIVE E VALORIZZAZIONE DEI MOMENTI SALIENTI NEL POST.

48.5K VIEWS



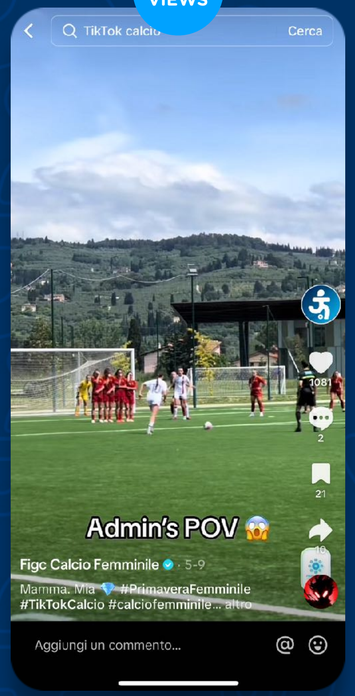
L'utilizzo di TikTok per celebrare i momenti più autentici dell'evento si è rivelata una scelta adatta.

36.1K VIEWS



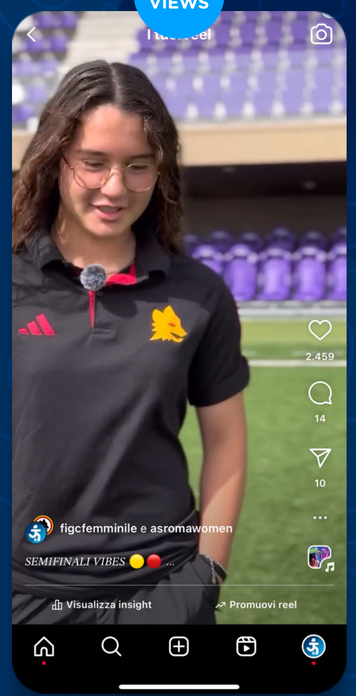
Il reel sul festeggiamento dello Scudetto Primavera da parte del Milan ha totalizzato 36.1k views e raggiunto 20.6k account su IG.

10.6K VIEWS

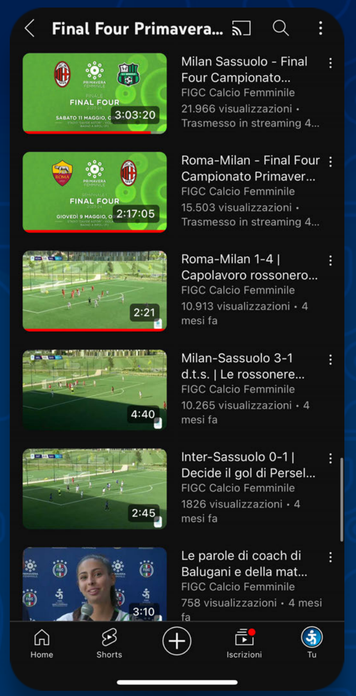


Gol ripreso live e caricato su TikTok

53.4K VIEWS



Una delle brevi interviste live, post prodotte e pubblicate pre-match



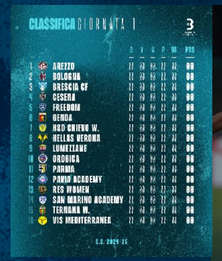
La programmazione di YouTube tra dirette integrali dei match, gli highlights e le interviste

TORNA ALL'INDICE

S.S. 2024-25

NUOVO LOOK & FEEL

SUPERCOPPA FEMMINILE · COPPA ITALIA FEMMINILE · SERIE A FEMMINILE · SERIE B FEMMINILE · PRIMAVERA FEMMINILE



TORNA ALL'INDICE

S.S. 2024-25

NOVITÀ EDITORIALI

NEL CORSO DELLA STAGIONE 2024-25 L'OBIETTIVO È QUELLO DI MANTENERE I CONTENUTI DEFINITI NELLE PRECEDENTI STAGIONI E POTENZIARE IL PIANO EDITORIALE ATTRAVERSO NUOVI CONCEPT E NUOVI FORMAT CHE SIANO IN GRADO DI RACCONTARE LE STORIE DELLE GIOCATICI, LE LORO PASSIONI E TUTTO CIÒ CHE GRAVITA ATTORNO AL LORO MONDO SFRUTTANDO ANCHE, DOVE POSSIBILE, LE OPPORTUNITÀ OFFERTE DALLA NUOVA MEDIA FACTORY FEDERALE, STABILENDO COSÌ NUOVE CONNESSIONI E SINERGIE.

ALTRI DUE TASSELLI FONDAMENTALI CHE INTEGRERANNO IL RACCONTO SOCIAL SONO:

- REALIZZAZIONE DI CONTENUTI ATTRAVERSO VIDEO E IMMAGINI CHE RACCONTINO L'UNIVERSO DEI TIFOSI E DELLE TIFOSE DELLE SQUADRE FEMMINILI
- COINVOLGERE E REALIZZARE CONTENUTI CON PERSONAGGI DEL MONDO DELLO SPETTACOLO E DELLA CULTURA CHE POSSANO AIUTARE A CREARE LEGAMI CON IL CALCIO FEMMINILE

FIGC
DIVISIONE
SERIE A FEMMINILE
PROFESSIONISTICA

FIGC
DIVISIONE
SERIE B FEMMINILE

SUPERCOPPA
FEMMINILE

COPPA ITALIA
FEMMINILE

SERIE A
FEMMINILE

SERIE B
FEMMINILE

PRIMAVERA
FEMMINILE