



WOMEN'S WORLD CUP  
FRANCE 2019



# L'impatto dei Mondiali femminili sul movimento italiano

# SOMMARIO



AUDIENCE



SPETTATORI



SOCIAL MEDIA



NEWS



RANKING FIFA



INTERESSE E  
PRATICA



WOMEN'S WORLD CUP  
FRANCE 2019



# AUDIENCE



I **Mondiali femminili FIFA 2019** sono stati trasmessi in Italia da due delle principali emittenti televisive, **SKY** e **RAI**.

Pay TV



Tutte le **52** partite  
**37** in esclusiva

In chiaro

**Rai**

**15** partite comprese  
le **5** dell'Italia

**25,91** Audience  
milioni **aggregata**

 **1,5 milioni**  
di telespettatori hanno visto "Ragazze Mondiali" su RAI 1  
(10% share), il documentario sulla preparazione ai Mondiali

 **24,41 milioni**  
audience aggregata per le 5 partite delle Azzurre



# AUDIENCE: PARTITE



La Nazionale femminile ha disputato **5 partite** durante i mondiali, con un **totale di 24,41 milioni** di telespettatori in Italia, una **media di 4,88 milioni** a partita e uno **share medio del 31,84%**

Tutte le **5 partite** hanno **migliorato il recente record** di telespettatori in Italia per una partita di calcio femminile (*558.625 durante Italia - Svezia dei Campionati Europei 2017*)



**3,53**  
milioni



**4,58**  
milioni



**2,87**  
milioni



**6,11**  
milioni



**7,32**  
milioni

Record di share:  
44,35%

Per la prima volta, la Nazionale A femminile è andata in onda su **Rai 1** durante il Prime Time



# AUDIENZE: PARTITE



**17,32 milioni di telespettatori** rilevati durante **Italia - Brasile**

hanno superato l'audience registrata durante gli altri principali eventi calcistici trasmessi in Italia nel periodo Giugno-Luglio 2019, comprese le finali dei Mondiali femminili e della UEFA Nations League, oltre all'audience delle partite dei Campionati Europei Under 21



**Finale Mondiali femminili FIFA 2019**

**1,92 milioni**



**Finale UEFA Nations League**

**2,96 milioni**



**Campionati Europei Under 21**

**6 milioni**



# SPETTATORI



VALENCIENNES



15.380



21.669



22.600 (SOLD OUT)

REIMS



12.016



5 PARTITE DELLA NAZIONALE

TOTALE SPETTATORI

89.157

MEDIA SPETTATORI

17.831

82,9% RIEMPIMENTO CAPIENZA

WOMEN'S WORLD CUP  
FRANCE 2019

MONTPELLIER



17.492



# SOCIAL MEDIA



I **Mondiali femminili FIFA 2019** hanno rappresentato l'opportunità per la FIGC di aprire i **profili social ufficiali** dedicati alla **Nazionale femminile**, insieme alla campagna di comunicazione **#RagazzeMondiali**

**#RAGAZZEMONDIALI**



# SOCIAL MEDIA: HIGHLIGHTS



	Emittente TV	Evento sportivo	Interazioni (in migliaia)
1	sky	Formula 1	3.600
2	sky Rai	Mondiali femminili FIFA 2019	3.100
3	Rai	Campionati Europei Under 21 2019	1.100
4	sky	Moto GP	1.000
5	Rai	Qualificazioni UEFA EURO 2020	988
6	DAZN	CONMEBOL Copa America Brasile 2019	460
7	EUROSPORT	Ciclismo: 102° Giro d'Italia	438
8		UEFA Nations League	408
9	sky	UEFA Champions League	366
10	sky	Mondiali Under 20 FIFA 2019	296

In generale, i Mondiali femminili FIFA 2019 hanno rappresentato il **secondo evento sportivo** in Italia in termini di **interazioni social** durante la diretta televisiva

Fonte: Nielsen (dati relativi a Giugno 2019)



# SOCIAL MEDIA: HIGHLIGHTS

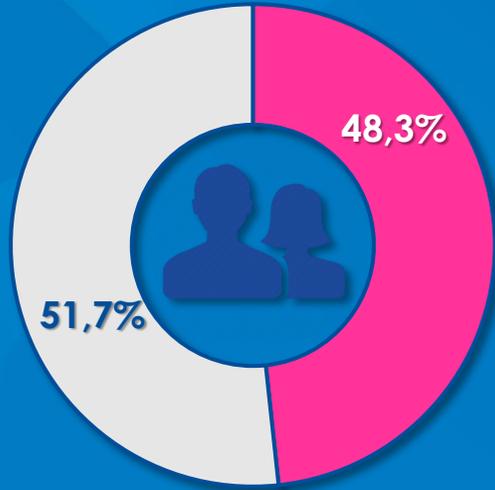


	Profili social	Post	Engagement (in migliaia)
1	Formula 1 - Ferrari	657	4.800
2	Nazionale A maschile	1.143	4.100
3	<b>Nazionale A femminile</b>	<b>693</b>	<b>341</b>
4	Moto GP - Sky Racing Team VR46	661	306
5	Federazione Italiana Pallavolo	372	209

...in particolare, il **profilo social** della Nazionale femminile si è posizionato al **3° posto** in termini di engagement complessivo tra gli sport di squadra italiani



# SOCIAL MEDIA: HIGHLIGHTS



## Fan base femminile sui social FIGC:

le donne rappresentano il **48,3%** dei sostenitori della Nazionale femminile rispetto al 20% della Nazionale maschile

## Le principali fasce d'età

sono comprese tra i **18** e i **44** anni



## Alto livello di engagement

relativo ai contenuti pubblicati sui profili social dedicati, più elevato rispetto alla maggior parte delle altre Federazioni partecipanti ai Mondiali



# SOCIAL MEDIA: RISULTATI



I risultati raggiunti dalla FIGC durante la durata della competizione (29 Maggio - 8 Luglio) rappresentano una **best practice** rispetto ai risultati delle altre 23 squadre partecipanti ai Mondiali



Totale  
nuovi utenti  
**191.982**



Impressioni totali  
**76.216.109**



# SOCIAL MEDIA: FACEBOOK



**70.000**  
nuovi like

**52%**  
fan donne



**25-44**  
principali  
fasce d'età

**41,4 M**  
impressione



**9,06%**  
engagement  
*(3 volte maggiore della  
media di Facebook in Italia)*

**15,1 M**  
copertura  
post



**2,8 M**  
interazioni

**2,2 M**  
reach



**195,7 K**  
interazioni



**TOP**  
post



# SOCIAL MEDIA: TWITTER



**18.900**  
nuovi  
follower

**40%**  
follower donne  
(Twitter benchmark: 32%)



**35.382**  
retweet

**13,7 M**  
visualizzazioni  
tweet



**1,37%**  
engagement

**181.200**  
like



**TOP**  
post



**521,6 K**  
visualizzazioni



**25,9 K**  
interazioni



**4ª partita**  
più twittata nella  
fase a gironi



# SOCIAL MEDIA: INSTAGRAM



**104.082**  
nuovi  
follower

**53%**  
follower donne



**18-34**  
principali  
fasce d'età

**21,7 M**  
impressione



**7,73%**  
engagement  
*(livello più alto tra le  
partecipanti ai Mondiali)*

**274,6 K**  
copertura  
post



**TOP**  
post



**156,1 K**  
visualizzazioni



**1.629.265**  
interazioni



**36,6 K**  
interazioni



# SOCIAL MEDIA: INSTAGRAM



	Nuovi follower	Interazioni	Nuovi post	Visualiz. video
<b>Italia</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>6</b>
Stati Uniti	1	1	4	1
Olanda	2	2	6	2
Inghilterra	4	3	3	3
Germania	5	6	9	8
Svezia	6	5	5	4
Spagna	7	8	7	9
Australia	8	7	1	5
Norvegia	9	9	8	7
Brasile	10	10	10	10

*Classifica basata su Federazioni con un account Instagram dedicato alla Nazionale A femminile nel periodo 27 Maggio - 7 Luglio*



**POSIZIONE PER CATEGORIA**

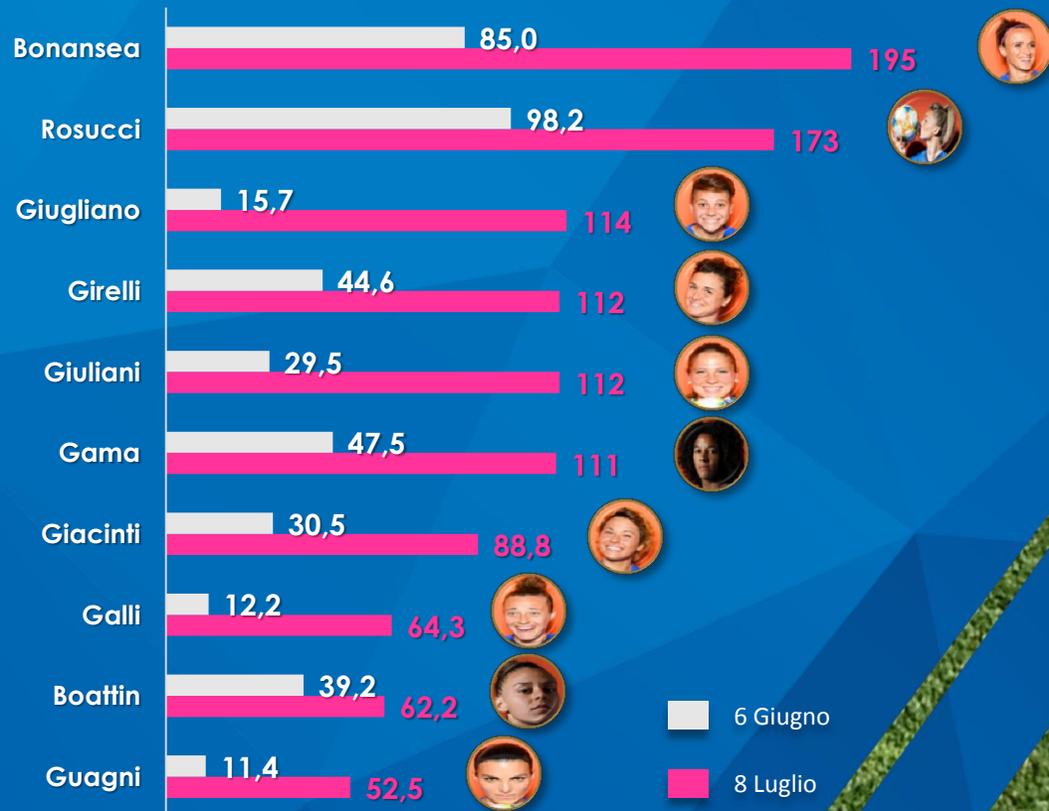
# SOCIAL MEDIA: INSTAGRAM



**820,3 k**  
**+158%**

nuovi follower degli account delle calciatrici della Nazionale femminile nel periodo 6 Giugno - 8 Luglio

## Le 10 calciatrici più seguite (.000)



Profili social della Nazionale femminile durante i Mondiali femminili FIFA 2019 (6 Giugno - 8 Luglio)



# SOCIAL MEDIA: YOUTUBE



Canale VivoAzzurro - Video Nazionale A femminile

	Video	Visualizzazioni	Media Visualiz.
2013	4	6.085	1.521
2014	16	36.426	2.277
2015	12	24.129	2.011
2016	20	54.745	2.737
2017	84	348.178	4.145
2018	84	561.603	6.686
TOT. 13-18	220	1.031.166	4.687
	100	3.013.394	30.134

**3.013.394**

totale  
visualizzazioni

3 volte maggiore  
rispetto all'aggregato  
2013-2018

**100**

video  
caricati

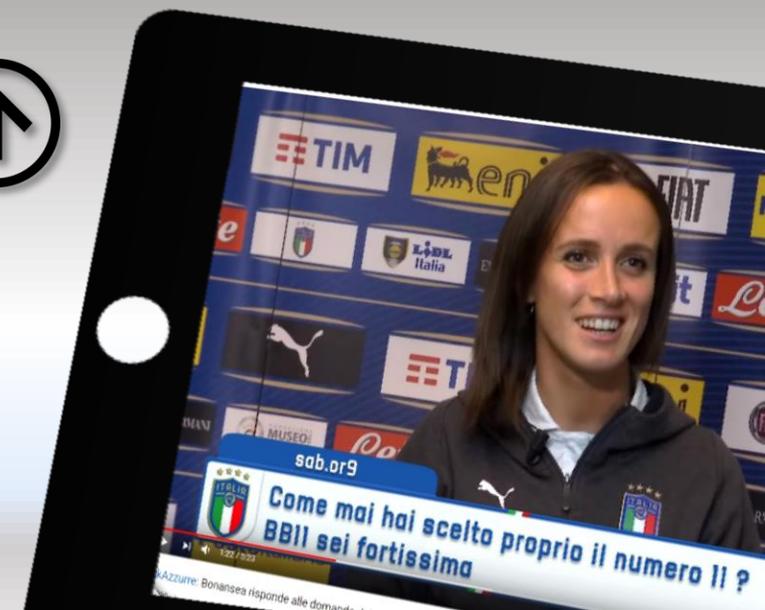
TOP  
video



**159,3 K**  
visualizzazioni



**423,4 K**  
minuti visualizzati



# #RAGAZZE MONDIALI



Campagna di comunicazione lanciata dalla FIGC e dedicata ai Mondiali femminili FIFA 2019

**Valori chiave:** passione, orgoglio, sogno, eccellenza e divertimento

**Storytelling moderno** delle calciatrici della Nazionale e del calcio femminile italiano

**Identità grafica personalizzata**



**Coinvolgimento degli appassionati**



**Sentiment positivo**

Profili social della Nazionale femminile durante i Mondiali femminili FIFA 2019 (29 Maggio - 8 Luglio)



# #RAGAZZE MONDIALI



#RagazzeMondiali è stato un trend topic che ha raggiunto **oltre 150.000 menzioni**, più dell'hashtag dedicato alla squadra vincitrice (#USWNT) e al motto della FIFA World Cup (#DareToShine).

La copertura dell'evento da parte dei media nazionali (Rai, Gazzetta dello Sport, ecc.) ha favorito la diffusione dell'hashtag tra il pubblico.

Hashtag	Menzioni
#FIFAWWC	2.769.789
#USA	293.140
#RagazzeMondiali	151.444
#USWNT	138.603
#DareToShine	130.270
#OneNationOneTeam	115.886
#ENG	102.934
#NED	86.000
#USANED	75.208
#FRA	73.197

Profili social della Nazionale femminile durante i Mondiali femminili FIFA 2019 (29 Maggio - 8 Luglio)



# #RAGAZZE MONDIALI



#RagazzeMondiali è diventato inoltre parte della strategia di comunicazione degli sponsor FIGC durante la competizione, espandendone la visibilità e aumentandone l'efficienza



# NEWS



Oltre 1.000 articoli pubblicati sui quotidiani relativi alla Nazionale femminile nel periodo 1 Giugno - 10 Luglio

## Principali 5 quotidiani

Gazzetta dello Sport

95

Corriere dello Sport

79

Tuttosport

77

Giorno/Resto del Carlino

49

Corriere della Sera

48

# La Gazzetta dello Sport

Tutto il rosa della vita

## MONDIALE FEMMINILE CINA BATTUTA 2-0 SIAMO AI QUARTI

### 8 VOLANTI

Le azzurre incantano ancora ed entrano tra le prime otto squadre al mondo Sabato (ore 15) ci giochiamo con l'Olanda il passaggio a una storica semifinale

IL COMMENTO IL GRANDE BALZO DELLE DONNE

L'ARRIVATA LA MOSSA VINCENTE DEL CT BERTOLINI

I MONDIALI FEMMINILI Italdonne show è già agli ottavi

Tre gol Girardi e due Gallucci le azzurre stendono la Giamaica e conquistano la qualificazione

# RANKING FIFA



Approdando ai **Quarti di finale** del torneo, l'Italia ha ottenuto il suo **miglior risultato in un Mondiale femminile**, raggiungendo la **14<sup>a</sup> posizione** nel **Ranking FIFA**

**MIGLIOR  
RISULTATO**  
da Marzo  
2016



# INTERESSE E PRATICA



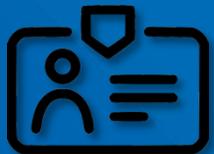
34,1%

45,3%

Il **34,1%** degli Italiani dichiara di essere **interessato** al calcio femminile, mentre il dato raggiunge il **45,3%** tra quelli interessati al calcio - fonte Nielsen

**21 milioni** di persone hanno seguito la Nazionale Italiana durante i Mondiali femminili FIFA 2019, superando l'interesse per l'Under 21 (**20,6 milioni**), ad un livello poco inferiore rispetto all'intero Mondiale FIFA 2019 (**24,9 milioni**) e alla Serie A maschile (**30,2 milioni**) - fonte IPSOS

Dopo i Mondiali, è stato stimato un **incremento del 40%\*** del numero di richieste di iscrizione presso le scuole calcio femminili



\* Fonte: QS Sport 19 Agosto 2019

Fonte Nielsen

## PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO DEGLI INTERESSATI

	TOT. POPOLAZIONE(TO P- 2-BOX)	INTERESSATI AL CALCIO (TOP- 2-BOX)	INTERESSATI AL CALCIO FEMM. (TOP- 2-BOX)
<b>GENERE</b>			
Uomini	50%	58%	56%
Donne	50%	42%	44%
<b>ETÀ</b>			
16-30 Anni	28%	29%	32%
31-45 Anni	34%	34%	35%
46-59 Anni	38%	36%	33%
<b>TITOLO DI STUDIO</b>			
Scuola elementare / media inferiore	6%	5%	6%
Scuola superiore / Istituto professionale	52%	50%	51%
Università / Master / Dottorato	41%	43%	43%
Nessuna risposta	1%	1%	1%
<b>REDDITO</b>			
Basso	26%	26%	24%
Medio	35%	36%	36%
Alto	24%	26%	29%
Nessuna risposta	14%	12%	11%
<b>OCCUPAZIONE</b>			
Lavoratore autonomo	13%	13%	13%
Lavoratore dipendente	49%	52%	54%
Non occupato	23%	19%	18%
Studente	10%	9%	9%
Altro	5%	5%	4%
Nessuna risposta	1%	1%	0%

# INTERESSE E PRATICA



ha ideato un **album di figurine**  
dedicato ai **Mondiali femminili FIFA 2019**  
contenente tutte le 24 squadre partecipanti



*Photo credits per  
l'intero studio:  
Getty Images*