



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

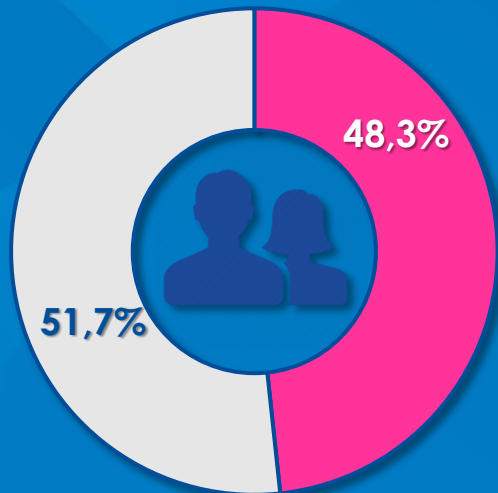


	Profili social	Post	Engagement (in migliaia)
1	Formula 1 - Ferrari	657	4.800
2	Nazionale A maschile	1.143	4.100
3	Nazionale A femminile	693	341
4	Moto GP - Sky Racing Team VR46	661	306
5	Federazione Italiana Pallavolo	372	209

...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



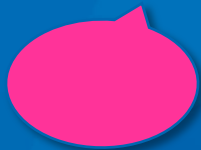
25-44
principali
fasce d'età

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
Italia	3	4	2	6
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

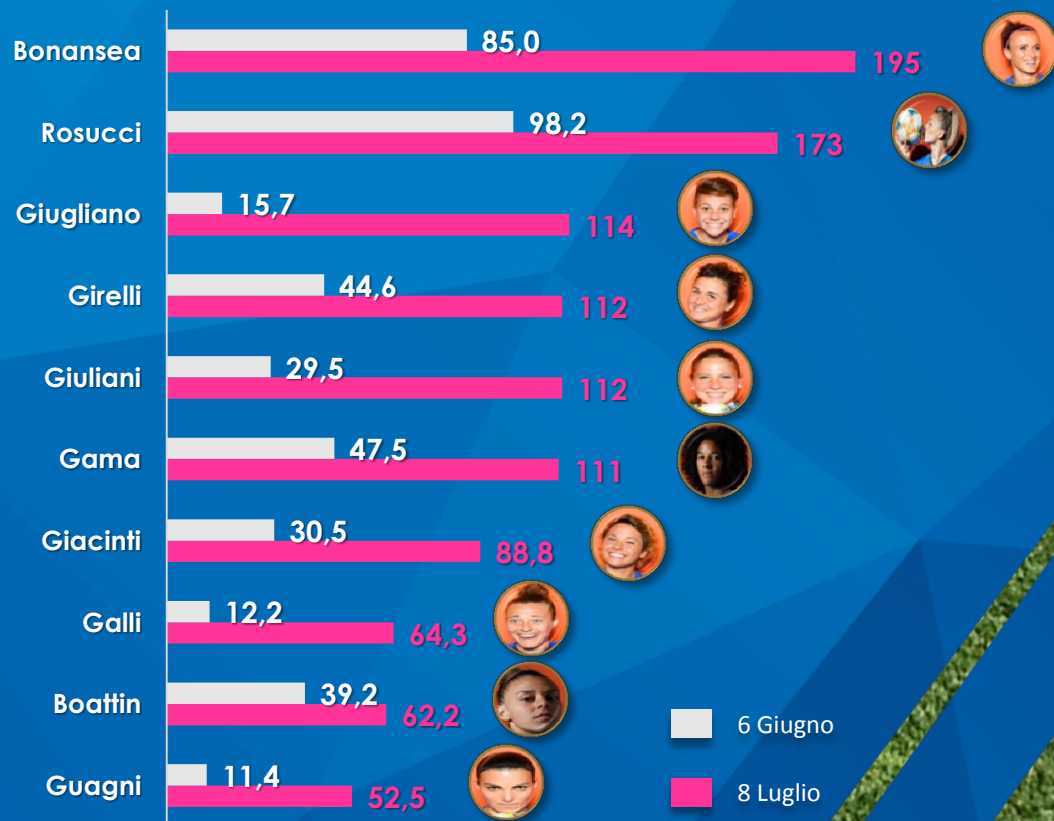
SOCIAL MEDIA: INSTAGRAM



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

MONDIALE FEMMINILE
CINA BATTUTA 2-0
SIAMO AI QUARTI

8 VOLANTI

SORELLE D'ITALIA

I MONDIALI FEMMINILI Italdonne show è già agli ottavi

RANKING FIFA



Approdando ai **Quarti di finale** del torneo, l'Italia ha ottenuto il suo **miglior risultato in un Mondiale femminile**, raggiungendo la **14^a 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)
GENERE			
Uomini	50%	58%	56%
Donne	50%	42%	44%
ETÀ			
16-30 Anni	28%	29%	32%
31-45 Anni	34%	34%	35%
46-59 Anni	38%	36%	33%
TITOLO DI STUDIO			
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%
REDDITO			
Basso	26%	26%	24%
Medio	35%	36%	36%
Alto	24%	26%	29%
Nessuna risposta	14%	12%	11%
OCCUPAZIONE			
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*