



Athora Italia di nuovo in campo per il calcio femminile: al via “A parità di pagine”, il progetto editoriale con Corriere dello Sport – Stadio e Tuttosport

Athora Italia, Title Sponsor della Serie A Women, promuove un’iniziativa per dare spazio al calcio femminile, per la prima volta nella storia dei media sportivi italiani, con due nuove pagine tutte da scrivere, ogni settimana, su Corriere dello Sport – Stadio e Tuttosport.

Il progetto si inserisce nella più ampia strategia di comunicazione che ha visto il lancio della campagna TV dedicata alla Serie A Women “Il domani non si gioca da soli, è un gioco di squadra” e prevederà, nelle prossime settimane, il supporto a Young Finance, podcast realizzato in collaborazione con Il Sole 24 Ore e dedicato all’educazione finanziaria delle nuove generazioni.

Milano, 9 febbraio 2026 - Athora Italia è sempre più nel vivo del gioco. La Compagnia assicurativa vita del Gruppo Athora, eccellenza europea nel risparmio assicurativo e nella previdenza, rafforza il proprio **sostegno al calcio femminile** presentando una nuova iniziativa editoriale sviluppata con Nuova Editoriale Sportiva, gruppo editoriale di riferimento nel panorama sportivo italiano, tramite la concessionaria Sport Network. Il progetto, denominato “A parità di pagine”, prevede, **per tutta la stagione 2025/2026, un ampliamento dell’offerta informativa dedicata alla Serie A Women Athora sulle testate Corriere dello Sport – Stadio e Tuttosport.**

A partire da oggi e con cadenza settimanale, ogni lunedì i due quotidiani incrementeranno la foliazione introducendo due pagine interamente dedicate al racconto del campionato di calcio femminile, con cronache, risultati e approfondimenti realizzati dalle redazioni giornalistiche.

Un’iniziativa senza precedenti nel panorama dei media sportivi italiani, che nasce con l’obiettivo di contribuire concretamente a ridurre il gender media gap nello sport, **favorendo una copertura continuativa e strutturata del calcio femminile.** Nel ruolo di Title Partner della Serie A Women, Athora Italia mette a disposizione degli appassionati uno spazio editoriale unico e inedito, che consente al calcio femminile di essere raccontato con piena autonomia giornalistica.

“Questo progetto editoriale unico nel suo genere si unisce alle tante iniziative che stiamo mettendo in campo per contribuire a costruire un cambiamento concreto nel racconto della Serie A Women Athora. Abbiamo scelto di sostenere lo sviluppo del calcio femminile mettendo a disposizione uno spazio editoriale che ne favorisca la crescita culturale e mediatica e renda questo sport sempre più accessibile e riconosciuto”, dichiara Jozef Bala, CEO di Athora Italia.

“Con Athora c’è una condivisione totale di valori e di obiettivi da raggiungere – sottolinea la presidente della Serie A Women, Federica Cappelletti –. E tra gli obiettivi c’è sicuramente quello di aumentare ulteriormente la visibilità del nostro campionato su ogni piattaforma. Ogni lunedì, dopo ogni giornata della Serie A Women Athora, i lettori del Corriere dello Sport – Stadio e di

Comunicato Stampa

Tuttosport avranno quindi l'opportunità di rimanere aggiornati sull'andamento di un campionato che si sta rivelando tra i più avvincenti degli ultimi anni".

*"La nostra società, tramite i giornali sportivi rappresentati da oltre 25 anni, è da sempre vicina al mondo dello sport raccontandone valori e protagonisti. Siamo quindi felici ed onorati di iniziare questa ulteriore collaborazione con il calcio femminile, di cui siamo Media Partner da qualche anno, avendone compreso potenzialità e caratteristiche positive", dichiara **Valerio Gaviglia, Direttore Generale di Sport Network.***

Non solo un nuovo racconto tutto da scrivere: "A parità di pagine" si inserisce nella più ampia strategia di comunicazione attraverso cui Athora Italia rafforza il proprio posizionamento come promotore di educazione finanziaria, inclusione e valorizzazione del talento femminile.

Il progetto segue infatti il **lancio della recente campagna televisiva dedicata alla Serie A Women** *"Il domani non si gioca da soli, è un gioco di squadra"*, che racconta lo sport come metafora di pianificazione e gioco di squadra. Lo spot andrà in onda durante tutte le partite della Serie A Women Athora trasmesse su Rai e DAZN, durante la finale della Coppa Italia Women su SKY e durante tutte le gare della UEFA Women's Champions League in onda su Disney+.

La campagna TV anticipa ulteriori iniziative previste nelle prossime settimane. Tra queste, **Young Finance**, podcast supportato da Athora e realizzato in collaborazione con Il Sole 24 Ore, con un focus sull'educazione finanziaria delle nuove generazioni. Il progetto prevede quattro puntate, in uscita tra febbraio e marzo, che coinvolgeranno quattro calciatrici della Serie A Women in conversazioni sul rapporto con la gestione delle finanze personali, il risparmio, la previdenza, i rischi e le opportunità legate alla pianificazione del proprio futuro.

Informazioni su Athora Italia

Athora Italia, Compagnia assicurativa vita del Gruppo Athora, è specializzata nell'offerta di prodotti assicurativi vita, con forti ambizioni di crescita nel mercato assicurativo italiano, con solide radici ed una consolidata esperienza nella bancassicurazione grazie ad una storia iniziata oltre 50 anni fa. Offriamo un'ampia gamma di soluzioni assicurative per soddisfare, in modo completo e innovativo, i bisogni di risparmio assicurativo, previdenza e protezione dei nostri clienti che serviamo attraverso un'ampia rete di partner distributivi composta da sportelli bancari, reti di consulenza finanziaria e private banking, broker, agenzie e piattaforme di comparazione.

Per informazioni: www.athora.it;
LinkedIn: www.linkedin.com/company/athora-italia

Per ulteriori informazioni:

Athora Italia, Media Contact:

Close to Media: +39 02 70006237
Davide di Battista - davide.dibattista@closetomedia.it
Elisa Gioia - elisa.gioia@closetomedia.it
Marco Gabrieli - marco.gabrieli@closetomedia.it