



# **L'impatto economico degli eventi sportivi: le esperienze del Giro d'Italia e del Tour de France**

Prof. Enrico Sorano e Alberto Sardi

Enna, 26 marzo 2025



# Agenda

- ✓ **Introduzione al lavoro di ricerca**
- ✓ **Background della ricerca**
- ✓ **Nota metodologica**
- ✓ **Risultati raggiunti**
- ✓ **Conclusioni**
- ✓ **Bibliografia**




# Introduzione



*Article*

## **Economic Impact Analysis of Mega Events for Sustainable Tourism: Insights from the Giro d'Italia and Tour de France**

Alberto Sardi <sup>1,\*</sup> , Alessandro Rizzi <sup>1</sup> and Enrico Sorano <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Department of Management, University of Turin, 10124 Turin, Italy; alessandro.rizzi@unito.it

<sup>2</sup> Department of Scienze Economiche e Giuridiche, Università degli Studi di Enna "Kore", 94100 Enna, Italy; enrico.sorano@unikore.it

\* Correspondence: alberto.sardi@unito.it



# Introduzione

La competizione tra paesi, città e stati desiderosi di ospitare grandi eventi sportivi è sempre più frequente, infatti **molti studi evidenziano i numerosi vantaggi nell'ospitare queste manifestazioni**. Oltre ai benefici economici, la letteratura sottolinea un impatto positivo su aspetti come l'orgoglio civico, la coesione, l'identità della comunità, l'interazione sociale e la comprensione culturale (Bull e Lovell, 2007). Sebbene ospitare grandi eventi sportivi implichi anche aspetti negativi come la congestione stradale e l'affollamento delle vie di comunicazione, spesso i cittadini sono disposti ad accettare i disagi, sostenendo le scelte politiche, al fine di vivere ed ospitare eventi unici (Balduck *et al.*, 2011; Crompton, 1995).

**I grandi eventi sportivi hanno, inoltre, una riconosciuta capacità di migliorare l'immagine di una destinazione, contribuendo a valorizzazione il territorio, anche a fini turistici** (Bull e Lovell, 2007).



# Introduzione

La relazione presenta l'analisi dell'impatto economico della Grande partenza del Giro d'Italia e del Tour de France 2024 nel territorio della Regione Piemonte, descrivendo i benefici economici sulle attività commerciali, sulle infrastrutture e sul turismo. Per sviluppare un'analisi congrua delle ricadute economiche è stato utilizzato un approccio basato su una triangolazione di metodi scientifici (Crompton, 1995; Desbordes, 2007; Yin, 2018), emersi dalla revisione sistematica della letteratura internazionale (Giovando *et al.*, 2021).

Oltre ai dati forniti dalla Regione Piemonte e da VisitPiemonte S.c.r.l., per una valutazione accurata e completa delle ricadute economiche, la ricerca presenta i risultati di un questionario somministrato durante le tappe di partenza e di arrivo e in alcune aree particolarmente importanti per gli eventi. Questo sondaggio ha permesso di raccogliere dati diretti delle attività commerciali e dei turisti di prossimità che hanno partecipato agli eventi, fornendo così una panoramica dettagliata delle ricadute economiche sul territorio.



# Background della ricerca

**REVISIONE DELLA  
LETTERATURA**

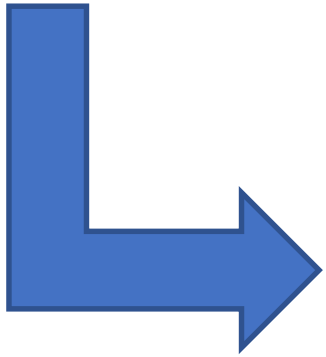
**REVISIONE DEL  
QUADRO  
NORMATIVO**

**REVISIONE DELLA  
PRATICA  
SPORTIVA**



# Revisione della letteratura

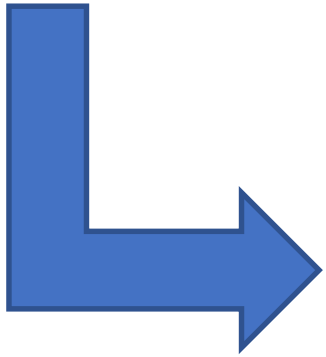
La letteratura tende ad evidenziare la convinzione diffusa secondo cui **ospitare eventi sportivi mega, speciali o caratteristici** (Roche, 2006) **è estremamente vantaggioso** (Desbordes, 2007).



Secondo Gratton et al. (2005), molti governi di tutto il mondo hanno adottato politiche sportive nazionali che includono l'organizzazione di grandi eventi sportivi. **I benefici di questi grandi eventi sono la rigenerazione urbana** (Hall, 2004), **l'eredità sportiva, il turismo e il miglioramento dell'immagine, nonché benefici sociali, culturali ed economici** (Gratton *et al.*, 2005).



# Revisione della letteratura



Un'interessante ricerca ha approfondito le percezioni dei residenti di Canterbury durante una tappa del Tour de France 2007 (Bull e Lovell, 2007). **I risultati della ricerca hanno mostrato che** i residenti erano a conoscenza dell'evento e molti avevano intenzione di guardare la gara o partecipare ad attività correlate.

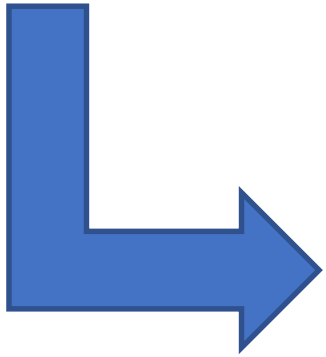
Nonostante alcuni impatti negativi, **vi era stato un sostegno schiacciante alla decisione di ospitare l'evento per una serie di effettivi positivi come: la promozione della città, l'incremento del turismo e lo sviluppo dell'economia locale** (Desbordes, 2007).





# Revisione della letteratura

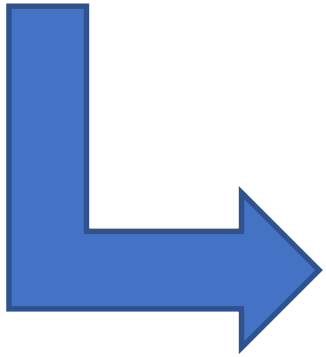
**I grandi giri ciclistici sono eventi molto diversi rispetto alle grandi manifestazioni sportive**, come Olimpiadi e Mondiali di calcio, in quanto non comportano spese per la costruzione di strutture fisiche permanenti.



**I costi associati ai grandi giri sono legati ad attività meno tangibili**, quali: la promozione, operazioni di polizia e gestione della sicurezza. Di conseguenza, tali costi possono risultare relativamente invisibili, conferendo un vantaggio nell'ospitare tali eventi.



# Revisione della normativa



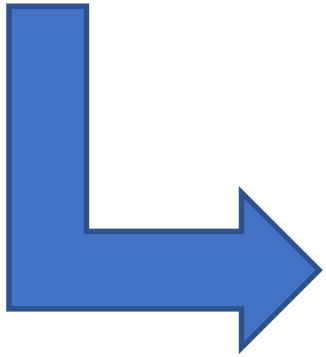
Il 1° ottobre 2020, il Consiglio della Regione Piemonte ha approvato la legge recante “*Norme in materia di promozione e di impiantistica sportiva*”, abrogando cinque leggi di settore tra cui quella cardine del sistema sportivo regionale, emanata il 22 dicembre del 1995, la n. 93, che aveva definito le politiche sportive dell’Ente per circa 25 anni.

**La Regione Piemonte riconosce la funzione sociale, educativa, formativa ed economica della pratica sportiva e nell'attività fisico-motoria-ricreativa un valore fondamentale per la promozione della crescita umana, il miglioramento degli stili di vita, il benessere psico-fisico, la tutela della salute, lo sviluppo delle relazioni, l'inclusione sociale e la promozione delle pari opportunità, così come sancito dall'articolo 1 della Legge Regionale n. 23 del 2020.**



# Revisione della pratica sportiva

Secondo il Rapporto Sport 2023 di Sport e Salute:



*“In Italia il settore dello Sport ha raggiunto una dimensione economica rilevante pari a circa 22 mld €, con un contributo al PIL dell’1,3%. Lo Sport si conferma una vera e propria industria, con un effetto leva in termini di ricadute economiche, stimato in 2,2x e un’incidenza significativa a livello occupazionale. Gli addetti sono circa 400 mila unità, grazie ad oltre 15 mila imprese private, circa 82 mila Enti non profit e quasi 900 mila volontari. L’84% del valore del mercato deriva dall’indotto, a conferma della capacità moltiplicativa del business sportivo. **Oltre 10 mld € di PIL dello Sport è generato dalle attività connesse** (es. produzione e vendita di attrezzature e abbigliamento sportivo) **e altri 8,4 mld da comparti connessi allo Sport** (es. media sportivi, servizi turistici)”.*



# Nota metodologica

Le fasi metodologiche della ricerca sono state:

FASE 1. Definire il quadro normativo regionale, le caratteristiche dell'evento sportivo e la spesa pubblica sostenuta per la manifestazione.

FASE 2. Mappare gli attori che determinano la spesa iniziale e il conseguente effetto diretto.

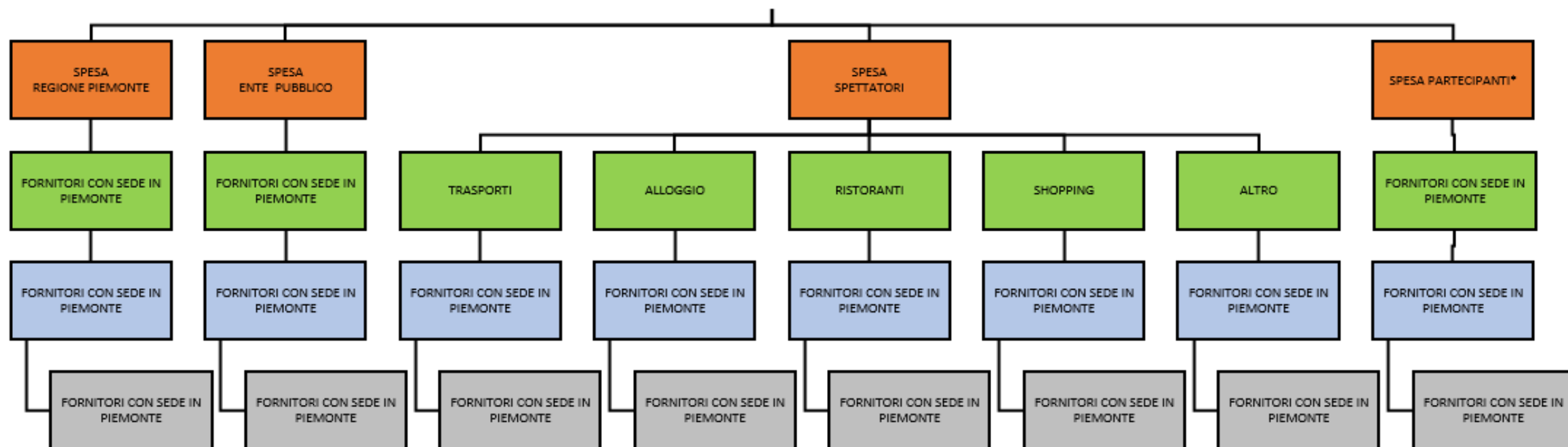
FASE 3. Definire lo schema dell'impatto economico generato dalla spesa iniziale.

FASE 4. Definire l'effetto diretto della spesa iniziale attraverso la raccolta e l'analisi dei documenti, delle interviste e dei questionari.





FASE 5. Definire la spesa dei vari attori. Per determinare l'impatto economico netto, il calcolo prevede di sottrarre dall'impatto lordo la spesa pubblica per l'evento.

**Il risultato definisce un valore prudenziale dell'impatto economico netto generato dalla Grande partenza del Giro d'Italia e dal Tour de France 2024 in Piemonte.**

# SCHEMA IMPATTO ECONOMICO GENERATO DALLA SPESA INIZIALE



## LEGENDA:

-  LIVELLO 0: SPESA INIZIALE
-  LIVELLO 1: EFFETTO DIRETTO
-  LIVELLO 2: EFFETO INDIRETO
-  LIVELLO 3: EFFETO INDOTTO

\* PARTECIPANTI (organizzatori, sponsor, team, ospiti e media accreditati)



## I NUMERI DEL GIRO D'ITALIA

**7.500 persone** coinvolti nell'evento (escluso il pubblico)  
di cui:

- **802** atleti professionisti + membri della squadra
- **836** persone nell'organizzazione
- **oltre 620** sponsor dello staff
- **oltre 80** fotografi
- **280** giornalisti
- **262** emittenti ufficiali
- **173** Produzione televisiva
- **oltre 4 mila** ospiti





## I NUMERI DEL TOUR DE FRANCE

**7.000 persone** coinvolte nell'evento (pubblico escluso)

di cui:

- **1.800** atleti professionisti + membri della squadra
- **500** lavoratori del villaggio
- **2.250** addetti alla logistica
- **450** fotografi e giornalisti
- **2 mila** ospiti

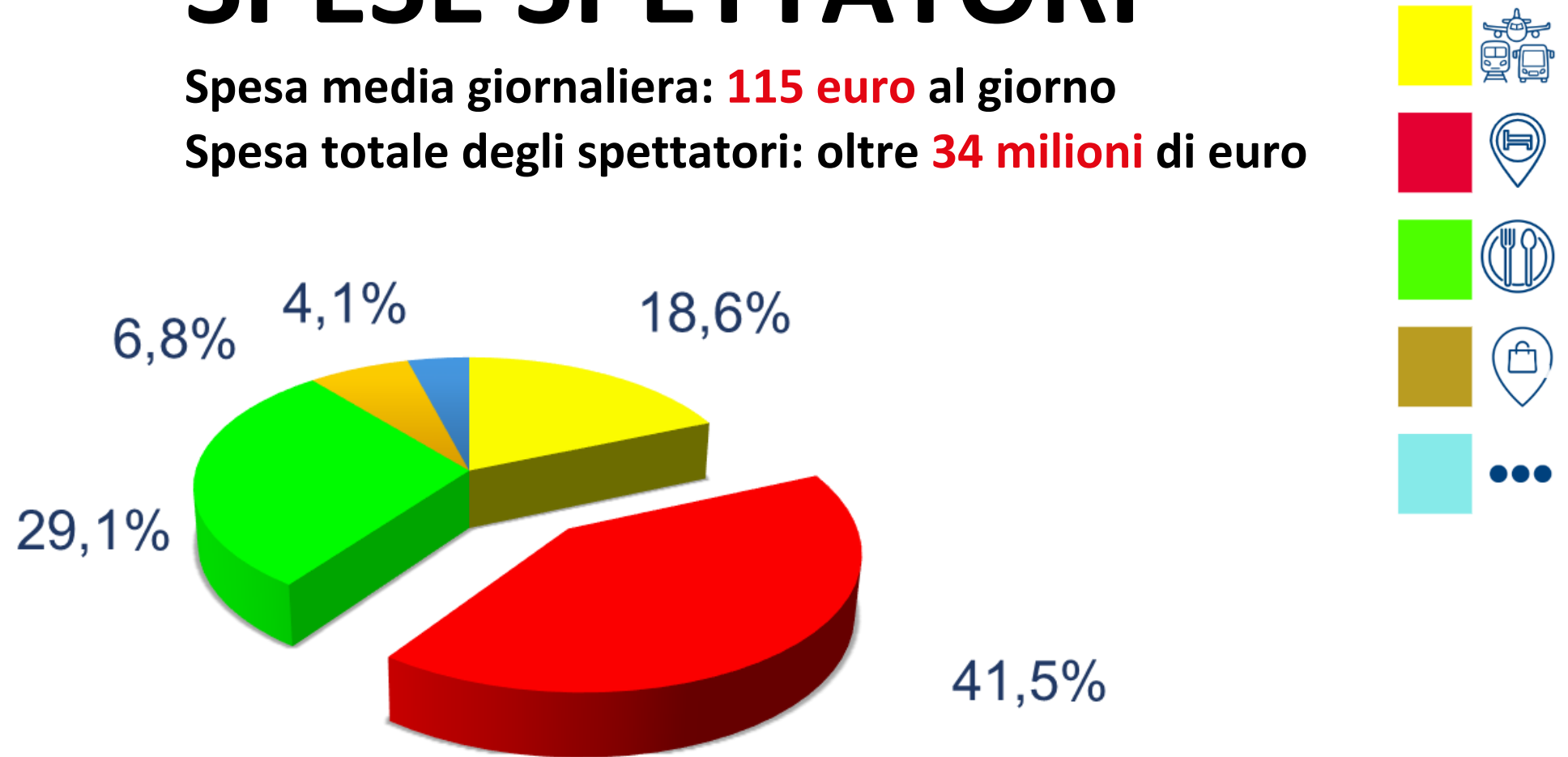




# SPESE SPETTATORI

Spesa media giornaliera: **115 euro** al giorno

Spesa totale degli spettatori: oltre **34 milioni** di euro







# IMPATTO MEDIATICO DEL GIRO D'ITALIA

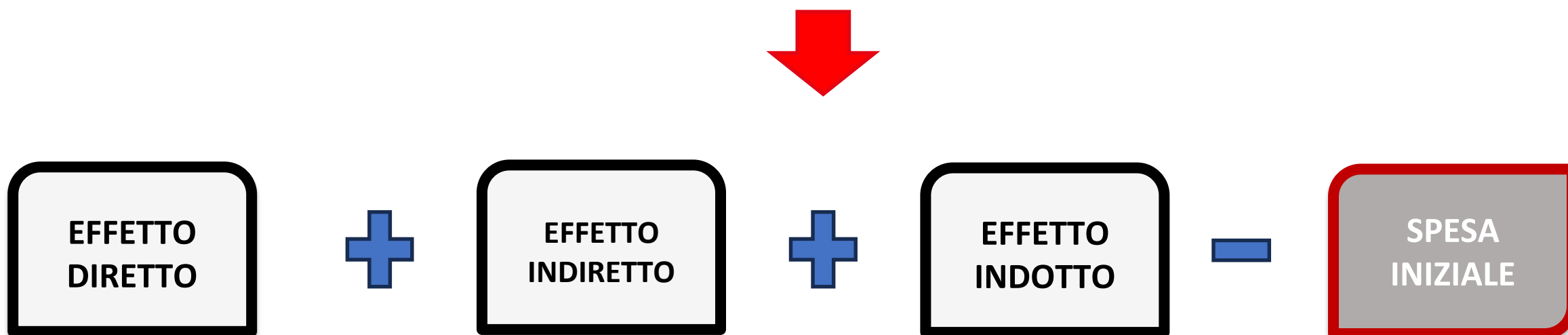
Evento trasmesso **in tutta Italia e nel mondo**

- **oltre 21** mila ore di trasmissione
- **701 milioni** di spettatori
- **21 milioni di** spettatori nelle 4 tappe piemontesi
- **oltre 5 milioni di** utenti per le comunità Social
- **oltre 241** milioni Visualizzazioni video sui canali ufficiali





# IMPATTO ECONOMICO NETTO





# Risultati

	<b>GIRO D'ITALIA</b>	<b>TOUR DE FRANCE</b>	<b>TOTALE</b>
<b>Spesa pubblica</b>	<b>8,6 milioni di euro</b>	<b>2,5 milioni di euro</b>	<b>11,1 milioni di euro</b>
<b>Effetto diretto</b>	<b>34,5 milioni di euro</b>	<b>9 milioni di euro</b>	<b>43,5 milioni di euro</b>
<b>Effetto indiretto e indotto</b>	<b>41,4 milioni di euro</b>	<b>10,8 milioni di euro</b>	<b>52,2 milioni di euro</b>
<b>Impatto economico netto totale</b>	<b>67,3 milioni di euro</b>	<b>17,250 milioni di euro</b>	<b>84,55 milioni di euro</b>

**EFFETTO DIRETTO**

**+**

**EFFETTO INDIRETTO E  
INDOTTA**

**-**

**SPESA PUBBLICA**

**= 84,5 milioni di €**

**67.3**

**17.2**



**OGNI EURO INVESTITO**  
**NE HA GENERATI CIRCA 8**



# ULTERIORI EFFETTI

- **RITORNI TURISTICI**  
grazie alla promozione delle bellezze artistiche e naturali
- **DIFFUSIONE DELLA PRATICA SPORTIVA**  
sulla popolazione
- **IMPATTO MEDIATICO A LUNGO TERMINE**  
con milioni di utenti raggiunti



# Bibliografia

- Balduck, A.L., Maes, M. e Buelens, M. (2011), «The social impact of the tour de france: Comparisons of residents' pre-and post-event perceptions», *European Sport Management Quarterly*, Vol. 11 No. 2, pagg. 91–113.
- Banca d'Italia. (2023), «Indagine sul turismo internazionale», available at: [https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/indagine-turismo-internazionale/2024-indagine-turismo-internazionale/statistiche\\_ITI\\_18062024.pdf](https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/indagine-turismo-internazionale/2024-indagine-turismo-internazionale/statistiche_ITI_18062024.pdf).
- Bull, C. e Lovell, J. (2007), «The impact of hosting major sporting events on local residents: An analysis of the views and perceptions of canterbury residents in relation to the tour de France 2007», *Journal of Sport and Tourism*, Vol. 12 No. 3–4, pagg. 229–248.
- Crompton, J.L. (1995), «Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication», *Journal of Sport Management*, Vol. 9 No. 1, pagg. 14–35.
- Desbordes, M. (2007), «A review of the economic impact studies done on the Tour de France: Methodological aspects and first results», *International Journal of Sport Management and Marketing*, Vol. 2 No. 5–6, pagg. 526–540.
- Getz, D. (2008), «Event tourism: Definition, evolution, and research», *Tourism Management*, Vol. 29 No. 3, pagg. 403–428.
- Giovando, G., Mangialardo, A., Sorano, E. e Sardi, A. (2021), «Impact Assessment in Not-for-Profit Organizations: The Case of a Foundation for the Development of the Territory», *Sustainability*, available at: <https://doi.org/10.3390/su13179755>.
- Gratton, C., Shibli, S. e Coleman, R. (2005), «The economics of sport tourism at major sports events», in Elsevier (A c. di), *Sport tourism destinations: Issues, opportunities and analysis*, pagg. 233–247.
- Hall, C.M. (2004), «Sport tourism and urban regeneration.», in Clevedon: Channelview Publications (A c. di), *In Sport tourism: Interrelationships, impacts and issues*, pagg. 192–206.
- Hunter, W.J. (1988), «Economic impact studies: Inaccurate, misleading, and unnecessary».
- I.S.T.A.T. (2024), *Attività fisica, sedentarietà e obesità: Aspetti della vita quotidiana 2022*.
- IRES. (2023), *Piemonte Regione Europea dello Sport 2022 - Rapporto di analisi*.
- Istituto credito sportivo e Sport e salute. (2024), *Rapporto sport 2023*, available at: [https://www.aics.it/wp-content/uploads/2024/01/Rapporto-Sport\\_2023-ICS-SPORT-E-SALUTE.pdf](https://www.aics.it/wp-content/uploads/2024/01/Rapporto-Sport_2023-ICS-SPORT-E-SALUTE.pdf).
- Kaplan, R. e Norton, D. (2004), «Measuring the Strategic Readiness of Intangible Assets», *Harvard Business Review*, Vol. 82 No. 2, pagg. 52-63+121.
- Kim, H.J., Gursoy, D. e Lee, S.-B. (2006), «The impact of the 2002 World Cup on South Korea: comparisons of pre- and post-games», *Tourism Management*, Vol. 27 No. 1, pagg. 86–96.
- Leontief, W. (1970), «Environmental Repercussions and the Economic Structure: An Input-Output Approach Author(s): Wassily Leontief Source: The Review of Economics and Statistics ENVIRONMENTAL REPERCUSSIONS AND THE ECONOMIC STRUCTURE: AN INPUT-OUTPUT APPROACH», *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 52 No. 3, pagg. 262–271.
- Nicolau, J.L., Nielsen, C.G. e FeddeSharma, A. e Zarankin, T. (2019), «The effect of the 2018 Giro d'Italia on Israel's tourism firm value», *Tourism Economics*, SAGE Publications Ltd, Vol. 25 No. 7, pagg. 1070–1083.
- rsen, A. (2023), «Willingness to pay for hosting the Tour de France», *Sports Economics Review*, Elsevier Ltd, Vol. 3 No. February, pag. 100014.
- Roche, M. (2006), «Mega-Events and Modernity Revisited: Globalization and the Case of the Olympics», *The Sociological Review*, SAGE Publications Ltd, Vol. 54 No. 2 suppl, pagg. 27–40.
- Varnajot, A. (2020), «The making of the Tour de France cycling race as a tourist attraction», *World Leisure Journal*, Routledge, Vol. 62 No. 3, pagg. 272–290.