

Sport

26 Settembre 2024

Sport. Effetto Tour de France: un milione e mezzo di tifosi e un indotto diretto di oltre 124 milioni

Altissima audience televisiva con 150 milioni di spettatori in Europa e 185 milioni di ore viste in diretta per “Le Grand Départ”, a cui si è aggiunta la visibilità sui social: 13,7 milioni di fan e 14 milioni di interazioni durante le tappe italiane



26 Settembre 2024

Quasi un milione e mezzo di tifosi sulle strade nei tre giorni di corsa, un indotto economico sul territorio di 124,3 milioni di euro, con una ricaduta di 24 euro per ogni euro investito dalla Regione: 5,1 milioni con un contributo della Città Metropolitana di Bologna, i Comuni di Rimini, Cesenatico e Piacenza.

È l'Effetto Tour de France sull'Emilia-Romagna, certificato da una ricerca realizzata dallo Studio SG Plus in collaborazione con l'Università degli Studi di Parma e che è stata presentata oggi al Grand Hotel di Rimini. Un appuntamento voluto dalla Regione per fare il punto sul turismo sportivo in Emilia-Romagna con amministratori ed esperti partendo da un evento come la Grande Boucle.

Coordinati dal capo della segreteria politica della Presidenza della Regione Giammaria Manghi, i lavori sono stati aperti dalla Presidente facente funzioni Irene Priolo e dal sindaco di Rimini Jamil Sadegholvaad. Tra gli interventi anche quello del presidente di Apt Davide Cassani.

“Quest’anno il Tour de France, la terza manifestazione sportiva più seguita al mondo, ha preso il via per la prima volta nella sua storia dall’Italia. E l’Emilia-Romagna è stata protagonista – ha sottolineato la presidente Priolo –, coronando con un evento senza precedenti l’impegno a rendere la nostra Regione la vera Sport Valley italiana.

Questi numeri certificano come la partenza del Tour sia stata un’occasione di visibilità e di promozione eccezionale per tutte le eccellenze del nostro territorio, che hanno fatto il giro del mondo: quando abbiamo iniziato a lavorare per portare la Grand Départ in Italia sembrava molto difficile riuscirci, oggi possiamo dire di avere centrato in pieno l’obiettivo”.

L'impatto economico immediato

Più di 1,4 milioni di persone hanno seguito in presenza le tre tappe dal 29 giugno al 1° luglio tra Rimini, Cesenatico, Bologna e Piacenza. Di questi, quasi il 95% sono italiani (oltre il 31% da fuori regione) e il 5% stranieri (con un 1% da Usa e Canada), per un valore complessivo di 56,5 milioni di euro, considerando la

spese per l'ospitalità, cui vanno aggiunte quelle extra (attività di tipo ricreativo, trasporti e altro) per 42 milioni di euro.

Secondo un'indagine che ha coinvolto i principali tour operator e bikehotel dell'Emilia-Romagna, si è trattato per il 30% di nuovi clienti che hanno partecipato a più tappe e che per il 60% hanno soggiornato esclusivamente in Emilia-Romagna.

Importanti anche i numeri della macchina organizzativa: oltre 4mila persone, considerando i 176 ciclisti in gara, uno staff di 840 persone a supporto degli atleti, 1.991 persone di Aso, l'ente organizzatore del Tour, oltre mille persone tra giornalisti, Forze dell'Ordine e personale per garantire il corretto svolgimento della manifestazione. Il tutto per un indotto sul territorio di 4,3 milioni di euro.

Il valore economico immediato generato dalla partenza del Tour de France considera anche gli investimenti sostenuti dagli Enti locali per l'adeguamento infrastrutturale e per le attività di comunicazione e di promozione pari a 1,5 milioni di euro. Infine, è stato calcolato anche il gettito fiscale generato dall'evento (Iva e imposta di soggiorno): 20 milioni di euro.

La ricaduta nel tempo

Altissima l'audience televisiva con 150 milioni di spettatori in Europa per 185 milioni di ore viste in diretta per "Le Grand Départ", a cui si è aggiunta un'analoga visibilità sui social: 13,7 milioni di fan, 1,5 milioni di impressions e 14 milioni di interazioni durante le tappe italiane.

Un'esposizione mediatica in grado di generare un valore differito nel tempo, che la ricerca ha stimato in via prudenziale, sulla base di statistiche esistenti in letteratura e di ricerche analoghe, in 124 milioni di euro per quanto riguarda gli effetti della visibilità televisiva (l'8% degli italiani e il 4% degli stranieri che hanno visto il Tour visiteranno l'Emilia-Romagna) e in 31,7 milioni di euro considerando la visibilità social(1,75% degli italiani e 0,75% degli stranieri).

Cifre a cui vanno aggiunti i 20,5 milioni derivanti dall'attrattività dell'evento in sé, considerando una rilevazione sulla base di questionari dalla quale risulta che il 15,6% degli spettatori italiani e il 46,6% di quelli stranieri hanno dichiarato una propensione molto forte a tornare in Emilia-Romagna.

Può infine essere calcolato in 0,6 milioni l'indotto differito nel tempo derivante dagli eventi collaterali al Tour, mantenendo le medesime percentuali dei questionari, con il 15,6% degli italiani e il 46,6% degli stranieri che ritorneranno in regione.

Nella foto la presentazione della ricerca. Da sinistra Roberto Lamborghini, Giammaria Manghi, Irene Priolo, Davide Cassani

□