



REPORT FINALE IMPATTO SOCIO-ECONOMICO

REPORT REALIZZATO DA:



FIPAV
Federazione
Italiana
Pallavolo



PREMESSA

L'edizione 2023 dei Campionati Europei Femminili e Maschili ha rappresentato un momento straordinario per la pallavolo italiana.

Era dal 1971 che l'Italia non ospitava congiuntamente le due edizioni continentali: quello vissuto 52 anni dopo, dunque, è stato **un lungo e appassionante mese di pallavolo** avviato in uno scenario unico al mondo, che ha avuto inizio all'**Arena di Verona** con la gara inaugurale del torneo femminile e concluso al **PalaEur di Roma** con la Finale del torneo maschile.

Un successo straordinario, di spettatori e di pubblico televisivo, che ha permesso di generare un indotto economico importante nelle 9 città italiane che hanno ospitato l'evento territorio italiano.

Considerando l'importanza e il prestigio di tali eventi, la Federazione Italiana Pallavolo ha voluto analizzare **l'impatto generato sul territorio in termini di ricaduta economica**.

Attraverso l'analisi di **6 categorie** specifiche, è stato possibile ricavare un dato relativo al ritorno economico che **supera quanto ipotizzato nell'analisi preventiva** realizzata prima dell'evento.



UN'EDIZIONE DA RECORD

I Campionati Europei Femminili e Maschili hanno fatto registrare "record su record" e sono stati uno degli eventi più importanti di tutto lo sport italiano 2023.



37.437.156

spettatori totali nelle **dirette** tv italiane (Rai e Sky)



46

partite giocate in Italia



90

paesi in cui sono stati trasmessi in TV



97.448

spettatori live nelle 9 sedi di gioco (inclusi gli accreditati)

UN'EDIZIONE DA RECORD



€2,9 milioni

incassi totali della biglietteria



4,59 milioni

italiani che hanno assistito in tv alla Finale maschile Italia vs Polonia



4 milioni

utenti che hanno interagito sui social della FIPAV durante i Campionati Europei



877

volontari coinvolti



NOTA METODOLOGICA



L'obiettivo di questa analisi è quello di valutare l'impatto **economico** che l'organizzazione dei due Campionati Europei e degli eventi correlati ha avuto sul territorio.

È stata effettuata, quindi, un'analisi che ha permesso di:

- quantificare la ricaduta addizionale generata sul territorio e determinata non solo dalla presenza del **pubblico**, ma anche da quella degli **atleti**, dello **staff organizzativo**, dei **media** e degli **espositori e partner** dell'evento;
- quantificare le attività di **comunicazione, promozione e visibilità** che gli eventi hanno generato non solo sul territorio italiano ma anche a livello internazionale, al fine di valutare il ritorno di immagine che l'Italia e le città coinvolte hanno ricevuto;
- prendere in considerazione anche tutti i **costi di produzione, organizzazione e promozione** degli Europei e delle manifestazioni ad essi correlati e che hanno rappresentato un indotto territoriale.





NOTA METODOLOGICA

Per il raggiungimento degli obiettivi precedentemente indicati si è scelto di operare su diversi piani di intervento:

- analisi dei dati rilevati direttamente da FIPAV e CEV nell'ambito degli eventi
- analisi dei dati rilevati da agenzie specializzate nell'attività di media analysis (*Nielsen Sports, Meltwater*)

Il presente documento è stato redatto seguendo le norme principali in termini di correttezza d'informazione e serietà, valorizzando i dati sempre in via cautelativa e strettamente prudenziale.

Nello specifico, la valorizzazione economica delle attività di media e promozione è stata realizzata calcolando un abbattimento delle quotazioni di listino sino all'80%.

L'INVESTIMENTO PUBBLICO

La realizzazione dei **Campionati Europei femminili e maschili in Italia** è stata possibile anche grazie all'**investimento pubblico**.

Il sostegno economico da parte delle istituzioni è stato pari ad un totale di **€ 10,274 milioni** e si è articolato come segue:



MINISTERI
9 milioni di euro



REGIONI E COMUNI
1,274 milioni di euro

A fronte di tale investimento, si sono generati **INTROITI PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE** derivanti da IVA, tasse e altre imposte nazionali e locali (*es. tasse soggiorno*).



9,617 milioni di euro

AZIENDE SPONSOR

Gli sponsor hanno valorizzato l'immagine delle Nazionali Azzurre, della pallavolo e della competizione attraverso campagne pubblicitarie televisive; campagne di OOH, social media activities e iniziative di ESG.



11
AZIENDE SPONSOR



1
CHARITY PARTNER

**MEDIA VALUE
COMPLESSIVA DEGLI
SPONSOR IN ITALIA**



circa 13 milioni di euro
di ritorno della visibilità
del brand in TV





LE VOCI DI ANALISI



VOCI DI ANALISI



1 DELEGAZIONI

2 STAFF ORGANIZZATIVO

3 SPETTATORI



4 ALLESTIMENTI

5 MEDIA

6 PROMOZIONE

1. DELEGAZIONI



€ 1,49 Milioni

INDOTTO DIRETTO

Nelle 9 città ospitanti italiane si sono alternate un totale di **22 squadre**.

Sono state 12 nel torneo maschile, in cui sono state disputate anche le fasi finali, e 10 nel torneo femminile.

NOTE

- La spesa pro-capite giornaliera è stata quantificata in 200 € per ogni membro delle delegazioni e comprende, oltre alle spese di alloggio, anche tutti i costi collegati alla loro presenza sul territorio italiano (es. vitto, trasporti ecc..)



2. STAFF ORGANIZZATIVO



€ 2,07 Milioni

INDOTTO DIRETTO

In questa categoria sono state comprese tutte le persone facenti parte, a vario titolo, dell'organizzazione dell'evento.

Sono stati presi in considerazione:

- Personale FIPAV e CEV
- Addetti media, tv e stampa
- Addetti all'organizzazione
- Volontari
- Personale impegnato nelle attività degli sponsor e commerciali
- Allestitori e personale tecnico

Il numero di presenze di persone addette a questo settore è stato stimato in **14.600**.

3. SPETTATORI



€ 75,11 Milioni

INDOTTO DIRETTO

L'indotto diretto generato dai **97.448 spettatori live** rappresenta quasi la metà del ritorno complessivo sul territorio italiano.

NOTE

Analizzando i numeri dell'evento, si è determinato che gli spettatori

- **residenti nella regione di svolgimento dell'evento** (senza necessità di pernottamento) hanno rappresentato il **25% del totale**
- **residenti in regioni diverse** da quelle di svolgimento delle gare sono stati il **55% del totale**
- **internazionali** sono stati il **20% del totale**, di cui il 50% ha acquistato i biglietti nei paesi di origine e il 50% li ha acquistati in Italia, direttamente o tramite intermediari.



Giornate con più pubblico

Italia-Polonia
Finale Maschile
11.300 spettatori

Italia-Romania
Gara inaugurale Femminile
8.720 spettatori

4. ALLESTIMENTI

€ 4,84 Milioni

INDOTTO DIRETTO



In questa categoria sono stati considerati tutti i **servizi e attività strutturali e logistiche** che hanno permesso lo svolgimento dell'evento sportivo.

Nello specifico, sono state prese in considerazione le seguenti voci:

- Allestimento e fornitura campi
- Brandizzazione impianti sportivi
- Allestimento led pubblicitari e sport presentation
- Hospitality
- Fan Village



5. MEDIA

La categoria relativa all'**impatto indiretto** generato dai **media** è quella che ha permesso di realizzare la parte preponderante dell'indotto economico dell'evento.

Il dato è stato calcolato analizzando le performance ottenute da:



TV



Media online



Social



Stampa

L'analisi è stata suddivisa tra **mercato ITALIA** e **mercato MONDO**.

5. MEDIA - ITALIA

€ 27,5 Milioni

INDOTTO INDIRETTO ITALIA SOCIAL, STAMPA E WEB

SOCIAL MEDIA



Circa **1 miliardo** di REACH sulla totalità dei Post in lingua italiana

Circa **36 milioni** di REACH sui Post Social FIPAV

STAMPA



Oltre **7 mila** articoli sulla rassegna stampa FIPAV

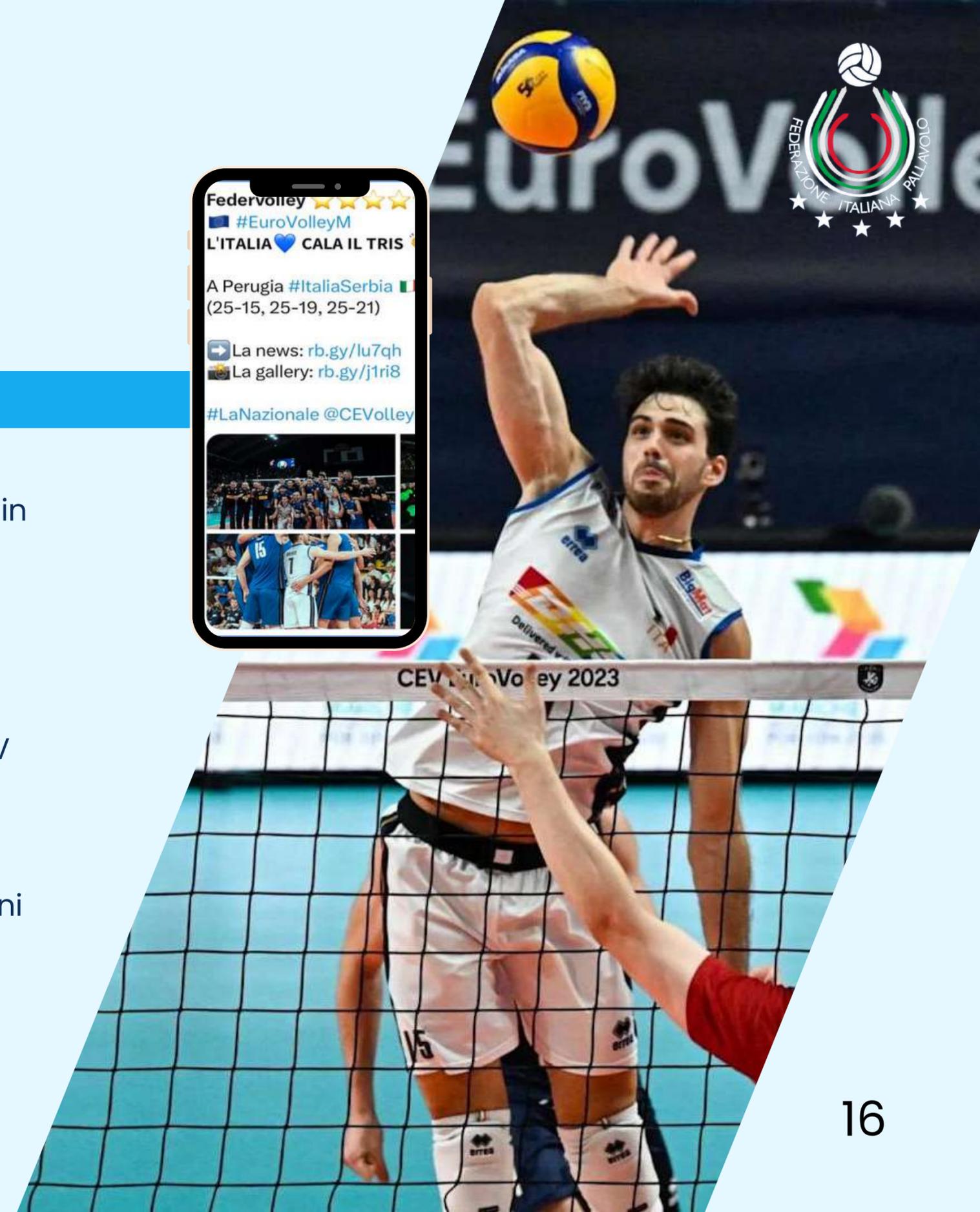
MEDIA ONLINE



Oltre **720 milioni** di REACH su articoli Web italiani

NOTE

- Il dato di **reach** dei contenuti social media e media online si riferisce ai contatti potenzialmente raggiunti da post e articoli **in lingua italiana**



5. MEDIA - ITALIA

€ 50,44 Milioni

INDOTTO INDIRETTO ITALIA TV



Gare più viste

Italia-Polonia
Finale Maschile
4,59 mln di spettatori

Italia-Francia
Quarto di finale Femminile
3,12 mln di spettatori

377 ore
Copertura
Televisiva

37,4 milioni
Audience
live broadcasting

108,3 milioni
Audience
cumulativa
complessiva

NOTE

Il dato relativo all'**audience cumulativa e copertura tv** è formato dal **live broadcast**, dalle **repliche**, dagli **highlights** e dalla **secondary coverage** (tg, programmi sportivi, news, magazines) ed è relativo alle performance registrate in Italia delle gare disputate **in Italia**.

5. MEDIA – MONDO

€ 69,68 Milioni

INDOTTO INDIRETTO MONDO



TV



Oltre **206 milioni** di audience cumulativa complessiva

SOCIAL
MEDIA



Circa **2,2 miliardi** di REACH su Post Social

NOTE

- Il dato relativo all'**audience cumulativa complessiva** è formato dal live broadcast, dalle repliche, dagli highlights e dalla secondary coverage (tg, programmi sportivi, news, magazines) ed è relativo alle performance registrate all'estero delle gare **disputate in Italia**.
- Il dato di **reach dei contenuti social media** si riferisce ad una stima dei contatti potenzialmente raggiunti nel Mondo da tutti i post relativi a gare disputate in Italia.



5. MEDIA - SINTESI



ITALIA - SOCIAL, STAMPA E WEB ➔ € 27,53 milioni



ITALIA - TV ➔ € 50,44 milioni

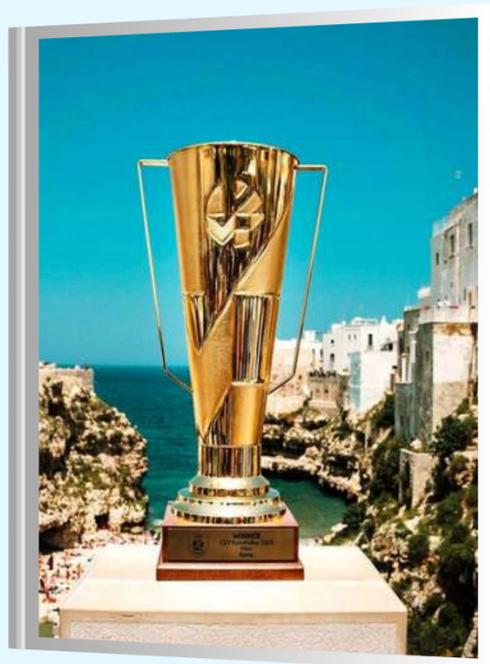


MONDO ➔ € 69,68 milioni

€ 147,65 Milioni

INDOTTO INDIRETTO MEDIA COMPLESSIVO (ITALIA E MONDO)





6. PROMOZIONE

€ 3,03 Milioni

INDOTTO INDIRETTO



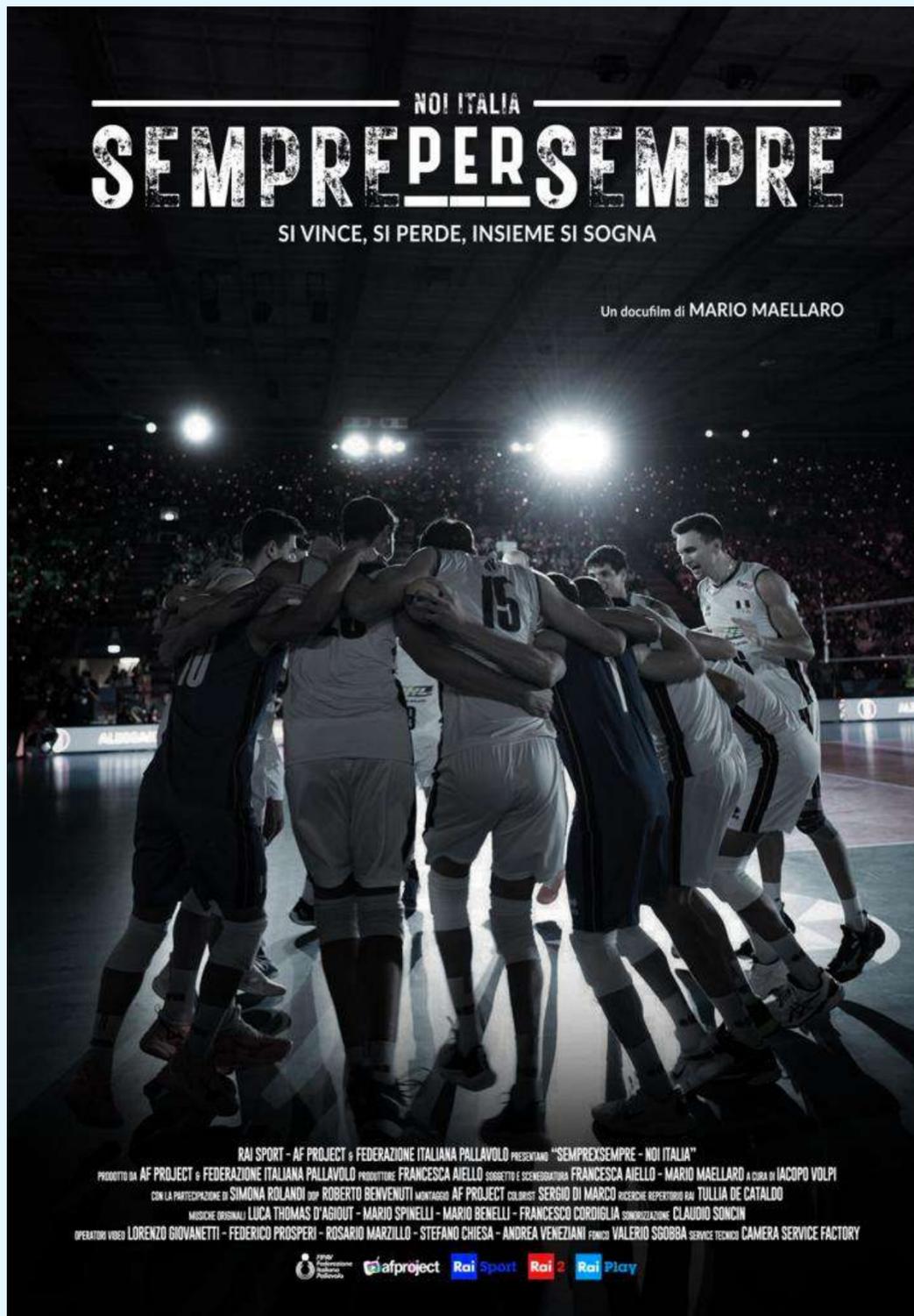
Il dato relativo alla **promozione** riguarda tutte quelle attività che sono state messe in atto prima, durante e dopo l'evento sportivo, finalizzate a portare attenzione e quindi valore all'evento sportivo.

Sono stati considerati:

- **Trophy Tour** (*realizzato tra maggio e luglio*) e altre attività collaterali
- Promozione attraverso **Volley S3**
- Brandizzazione di **mezzi e luoghi pubblici** (metro, aeroporti, stazioni) nelle 9 città ospitanti
- **City dressing** e **campagna out of home**
- **Francobollo celebrativo**, realizzato con una tiratura di 350.010 pezzi
- **Docufilm** «Sempre per sempre - Noi Italia»



6. PROMOZIONE – DOCUFILM



“**SEMPREXSEMPRE-NOI ITALIA**”, con la regia di Mario Maellaro e realizzato da A.F. Project con il patrocinio e coproduzione della Federazione Italiana Pallavolo, è un **docufilm** racconto del doppio Campionato Europeo che ha coinvolto ben 9 città italiane dal punto di vista dei protagonisti: le **atlete e gli atleti azzurri**.

Un lavoro con all'interno tante interviste esclusive ad azzurre e azzurri che parlano del proprio sport, della loro vita, ma soprattutto i racconti e le emozioni di ragazzi e ragazze uniti dalla passione per la pallavolo e dalla voglia di vincere.

SEMPREXSEMPRE -NOI ITALIA è andato in onda in prima visione su Rai 2 il 19 dicembre 2023 ed è sempre disponibile anche su Raiplay.

La Federazione Italiana Pallavolo sta utilizzando il docufilm come **strumento di promozione**, veicolandolo non solo ai tantissimi tifosi e appassionati di volley, ma anche ad un pubblico più ampio, considerando l'umanità degli atleti e delle atlete protagoniste che emerge dai loro racconti.

LA LEGACY

I risultati generati dall'organizzazione di un doppio appuntamento così importante non si limitano ai ritorni economici quantificati nella presente ricerca. La grande visibilità e l'altrettanto importante entusiasmo che EuroVolley 2023 è stato capace di generare nel nostro Paese sono un «seme» che potrà produrre frutti importanti nel futuro della pallavolo italiana.

La **capillarità territoriale**, alla base della scelta della FIPAV di coinvolgere 9 sedi di gioco, ha infatti permesso di portare i campioni e le campionesse del volley europeo in mezzo agli appassionati di tutto il Paese, generando – auspicabilmente – un effetto volano che andrà misurato nei prossimi anni.

La **legacy** dei due eventi sarà infatti da considerarsi pienamente realizzata se, accanto a risultati economici positivi per il territorio, essi avranno saputo avvicinare ed entusiasmare nuovi appassionati.

I primi dati sono assai confortanti ma una parola finale si potrà dire a un anno dall'evento.



LA LEGACY – GLI IMPIANTI

I Campionati Europei Femminili e Maschili sono stati occasione per incidere concretamente sulla **dotazione impiantistica** delle città ospitanti.

EuroVolley ha permesso infatti di effettuare **lavori di miglioramento** agli impianti di:

- **BARI** (PalaFlorio): riqualificazione ed efficientamento energetico dell'impianto di climatizzazione
- **PERUGIA** (Pala Barton): ampliamento dell'impianto, con un incremento di circa 1.000 posti
- **TORINO** (Pala Gianni Asti): intervento sull'impianto di illuminazione con installazione di proiettori a led
- **ANCONA** (PalaPrometeo): interventi di adeguamento e riqualificazione

Inoltre, il **TARAFLEX** utilizzato negli impianti è stato destinato a rimanere sul territorio ospitante, secondo le indicazioni di FIPAV in condivisione con gli Enti del territorio.



EFFICACIA E TRASPARENZA

La FIPAV, per l'organizzazione dei Campionati Europei, si è avvalsa della collaborazione di **FIPAV Servizi**, che ha operato in piena autonomia negoziale con la massima **efficacia** e in assoluta **trasparenza**.

L'azione di FIPAV Servizi è stata costantemente orientata ad assicurare le **migliori forniture e servizi all'evento**, nel massimo del contenimento possibile della spesa.

Il confronto competitivo tra le società invitate alle gare – selezionate tra soggetti di assoluto rilievo – ha costituito il principale strumento di aggiudicazione.

Per alcune tipologie di approvvigionamenti particolari (*catering, controlleria, assistenza sanitaria*) non si è proceduto a gare centralizzate in considerazione della scarsa appetibilità delle basi d'asta ma sono stati interessati i Comitati regionali.

Nella gestione del tema della **sicurezza**, considerato strategico per il buon esito della manifestazione, FIPAV Servizi è stata affiancata da una società di consulenza, che ha svolto un'analisi iniziale e si è interfacciata con i vari fornitori sino alla fase esecutiva.

Le procedure attuate hanno, in sintesi, permesso di utilizzare al meglio le risorse economiche disponibili, evitando al contempo disservizi o il verificarsi di problematiche di particolare rilievo.

SINTESI FINALE



In considerazione dell'analisi delle singole voci, il totale dell'indotto economico generato dai due tornei continentali che si sono svolti sul territorio italiano, è stato pari a oltre **234 milioni di euro**.

VOCI DI IMPATTO	VALORE ECONOMICO
Delegazioni	1.490.000 €
Staff organizzativo	2.073.000 €
Spettatori	75.112.000 €
Allestimenti	4.840.000 €
Media (<i>Italia e Mondo</i>)	147.650.000 €
Promozione	3.037.000 €
TOTALE	234.202.000 €



GRAZIE DELL'ATTENZIONE!



**FIPAV
Federazione
Italiana
Pallavolo**

