

OSSERVATORIO SPORT DI BANCA IFIS

Ospitare i GP, affare per tutti

Il GP del Giappone è salutato, come da tradizione, da un pubblico folto ed entusiasta, felice di ritrovare la Formula 1 dopo l'assenza per pandemia. A Suzuka (e più in generale in Giappone) le corse d'auto sono sempre grandi eventi e muovono un giro d'affari notevole. Ma non è una caratteristica solo giapponese, ormai è così in tutto il mondo. E questo spiega perché la Formula 1 (intesa come società organizzatrice, quella che appartiene agli americani di Liberty Media ed è diretta da **Stefano Domenicali**) abbia difficoltà ad accettare le tante, troppe, domande di adesione da parte dei Paesi che vogliono entrare nel circuito iridato.

L'Italia, in questo contesto, non fa eccezione. Anzi, caso mai è il contrario. Un fatto che, a parte i risvolti sportivi, è motivo d'orgoglio dal punto di vista strettamente economico. Emerge chiaramente dall'ultimo aggiornamento dell'Ufficio Studi di Banca Ifis nell'Osservatorio sullo Sport System Italiano. L'Italia - motoristicamente parlando - è un unicum che va oltre le corse. A livello mondiale esiste un solo Paese capace di concentrare tutti gli aspetti della passione per il motorsport in un unico, straordinario contenitore di eccellenze. Se si considerano, infatti, marchi sportivi e di lusso di assoluta rilevanza a livello globale (da Ferrari a Maserati a Lamborghini), la presenza di circuiti storici, nonché la nascita di talenti sportivi (più in campo moto che auto, a dire la verità) non si può non parlare di fenomeno italiano. Si tratta di un vero e proprio "ecosistema" che vale 5,4 miliardi di euro, sommando i ricavi delle aziende produttrici di auto sportive e la spesa generata dal turismo legato a eventi e musei. È un segmento pari al 6% dell'intero sistema sportivo italiano (96 miliardi di euro).

Per quanto riguarda l'attività sportiva vera e propria, gli autodromi nazionali sono tappe fisse nei calendari di auto e moto e la partecipazione dal vivo a questi eventi rappresenta un "must" che ogni appassionato vuole ottenere almeno una volta nella vita. Non a caso, sia la Formula 1 che la MotoGP hanno ospitato quest'anno una tappa doppia (Imola e Monza per la Formula 1, Mugello e Misano per il Motomondiale). La stagione sportiva in corso (gli appuntamenti italiani sono passati, ma la considerazione è più generale) grazie al graduale ritorno alla normalità dopo gli anni di pandemia e la piena capienza per gli eventi sportivi, si sta riposizionando oltre i livelli pre-crisi. Per le competizioni del 2022 si stimano 272 milioni di euro di ricavi, contro i 233 milioni del 2019, in crescita del 17%. Le previsioni (in attesa dei bilanci consuntivi) parlano di circa 536 mila spettatori (ma solo a Monza ci sono stati oltre 300 mila presenze, quindi i numeri alla fine saranno superiori) capaci di generare

una spesa media (complice anche l'aumento dei prezzi) di circa 507 euro pro capite tra ticket e indotto (trasporti, ospitalità, ristorazione, merchandising, shopping e affini). Nel 2019, il GP di Monza di Formula 1 aveva registrato ricavi per oltre 117 milioni di euro. La stima per il 2022 era di eguagliare quel dato, ma con ogni probabilità si è andati oltre. Da sola, Monza rappresenta oltre il 40% del totale ricavi complessivi da Gran Premio.

Con numeri così, è evidente perché molti Paesi vogliano ospitare le gare di Formula 1 e anche perché l'Italia deve fare di tutto per confermare le proprie tappe iridate (e il riferimento è soprattutto alle mancanze che si sono avute a Monza). Inoltre le potenziali opportunità per il comparto economico e i territori coinvolti è molto elevata, grazie a una spesa media per la partecipazione ai GP del 97% superiore a quella generata da altri eventi sportivi: una questione di propensione all'acquisto di servizi aggiuntivi.

Per redigere l'Osservatorio sullo Sport System Italiano, l'Ufficio Studi di Banca Ifis ha adottato il perimetro più ampio previsto dallo standard della Comunità Europea (Vilnius 2.0) e analizzato società legate al mondo dello sport, includendo società sportive, di gestione degli impianti, di produzione di beni e servizi legati alla pratica sportiva ma anche non strettamente necessari per fare sport (media, attività ricettiva, betting). In particolare, per il motorsport, sono stati utilizzati - come strumenti di stima - attività di business intelligence (ricerca, studio e confronto di fonti); dati di bilancio e dati di stima di settore da banche dati certificate; machine learning in grado di elaborare grandi volumi di dati per identificare tra i produttori dell'automotive e delle due ruote la quota di produzione relativa al mondo dello sport (veicoli sportivi).

A margine, ma nemmeno tanto, va segnalato che un contributo importante all'appeal del motorsport nazionale arriva anche dal patrimonio museale, cui si deve anche il merito di "spalmare" attrattività lungo tutto l'anno. I musei motoristici legati alla tradizione sportiva italiana - il Mauto di Torino (eccellenza assoluta), i Musei Ferrari e Lamborghini, il Museo Ducati - attraggono ogni anno quasi 1 milione di visitatori, con ricavi annui di poco inferiore ai 9 milioni di euro, in crescita del 4,5% nel 2022. Con l'apporto del patrimonio museale, il giro d'affari generato dal "motor turismo" nel 2019 ha raggiunto 242 milioni di euro, pari al 3% della spesa totale generata dal turismo sportivo italiano. Nel 2022 rispetto ai ricavi pre-pandemia siamo a +16%.

O.D.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il podio di Monza, uno spettacolo nello spettacolo (GETTY)