

Studio Banca Ifis: il Giro d'Italia vale 2 miliardi di euro

- Banca Ifis ha effettuato il **primo studio scientifico** che stima l'impatto economico del Giro d'Italia e individua comportamenti, attitudini e identikit degli spettatori e dei turisti sui territori
- **Nel 2023, il Giro d'Italia ha generato un valore pari a 2 miliardi di euro**, dimostrando la sua forza attrattiva e producendo valore economico per i territori che lo hanno accolto
- Il Giro d'Italia ha un'elevata attrattività: **l'edizione 2023 ha accolto dal vivo 2,1 milioni di spettatori per un totale di 5 milioni di presenze;**
- **Il potere attrattivo** dei paesaggi italiani, unito al fascino della manifestazione, è un assist per il turismo: **1,8 milioni di spettatori** che hanno seguito il Giro tramite i media e intendono visitare i luoghi che li hanno affascinati;
- La qualità della filiera produttrice bike italiana è riconosciuta universalmente: **ben il 77% dei team che hanno preso parte all'ultima edizione** ha scelto biciclette o componentistica Made in Italy.

Trento, 13 ottobre 2023 – Due miliardi di euro: è questo il giro d'affari generato dall'edizione 2023 del Giro d'Italia, ennesima conferma di valore di una manifestazione dal fascino senza tempo che, ad oltre 100 anni dalla sua nascita, continua a unire l'intera Penisola nel segno della maglia rosa. Il dato emerge dal rapporto *"Giro d'Italia: la tradizione di eccellenza che valorizza il territorio"* realizzato dall'**Osservatorio sullo Sport System Italiano di Banca Ifis** e dedicato al **valore economico del Giro d'Italia 2023**. Un'analisi che, oltre a dare una dimensione economica a una storica manifestazione sportiva, sottolinea come la Corsa Rosa sia un evento in grado di generare grande forza attrattiva, che si traduce in un ritorno economico per i territori che sopravvive ben oltre la durata della manifestazione stessa.

"Banca Ifis segue da tempo lo sport system e quest'anno abbiamo voluto realizzare uno studio di approfondimento sul Giro d'Italia per evidenziarne le caratteristiche internazionali e di grande prestigio. Questo appuntamento è in grado di generare un considerevole valore economico e di promuovere, sempre più, impatti positivi su ambiente, persone e comunità. Per questi motivi siamo fortemente impegnati nel sostegno diretto allo sport system non solo come realtà finanziaria, ma anche attraverso il nostro ufficio studi, per evidenziare l'impatto positivo che questo comparto può avere sullo sviluppo del nostro Paese" dichiara **Ernesto Fürstenberg Fassio, Presidente di Banca Ifis**.

Entrando nel dettaglio, l'analisi evidenzia come dei 2 miliardi di euro di ricavi generati, ben **620 milioni di euro siano dovuti all'impatto immediato**, prodotto dalla spesa degli spettatori lungo le tappe della kermesse e dalla macchina organizzativa dell'evento. Gli altri **1,4 miliardi di euro, invece, sono generati da benefici economici "differiti"**, ossia dalla spesa di chi, dopo aver assistito – dal vivo o attraverso i media – all'evento, torna (entro 12/18 mesi) nei territori del Giro per vivere altre tipologie di esperienze turistiche.

I driver della creazione di valore

Secondo quanto emerge dallo studio, l'elevata capacità attrattiva del Giro d'Italia si basa su due pilastri: da una parte il prestigioso brand della manifestazione che attrae ogni anno i più forti corridori del mondo; dall'altra, la cornice suggestiva che ogni tappa, grazie alle peculiarità uniche del paesaggio italiano, sa offrire allo spettatore. Questi due pilastri sono a loro volta alla base di due differenti categorie di valore economico: quello immediato e quello differito. Il primo filone, quello del valore di lungo periodo, è direttamente legato alle azioni immediate

poste in atto dalla carovana rosa e dal flusso di spettatori che ne va al seguito. Nel 2023, questi sono stati **oltre 2,1 milioni dal vivo** (7,3% dei quali stranieri) che hanno seguito in media 2,4 tappe a spettatore. La passione per la *Corsa Rosa* va di pari passo con la voglia di scoprire il territorio italiano e di farlo in compagnia di amici e parenti: lo dimostra la dimensione media del gruppo, che raggiunge 2,8 persone. Si tratta di gruppi che, secondo lo studio, spendono un importo pro capite giornaliero di 121 euro. Inoltre, seguendo più di una tappa il 34% degli spettatori sceglie di effettuare almeno una notte di pernottamento nelle aree interessate dalla manifestazione. Le attività di questa fetta di tifosi, sommate a **una macchina organizzativa da oltre 2.300 persone coinvolte lungo i 45 giorni di attività**, sono gli elementi che contribuiscono a creare l'impatto economico immediato sui luoghi toccati dal Giro.

La generazione di benefici economici differiti è invece sostenuta anche dall'esposizione mediatica dei territori: gli scorci e i paesaggi di borghi, città e bellezze naturali italiane spingono lo spettatore a voler tornare. **Sono ben 1,8 milioni gli spettatori, italiani e stranieri, che dopo aver seguito la manifestazione sui media intendono visitare i luoghi del Giro e 618 mila** quelli che, pur avendo **assistito alla kermesse dal vivo**, non si sentono "paghi" e **programmano un pronto ritorno** tra le meraviglie paesaggistiche toccate dalla manifestazione. La voglia di rivivere i luoghi del Giro è supportata anche dalla pluralità di esperienze che si possono fare: dall'enogastronomia alla cultura, dalla natura e svago allo shopping, l'esperienza turistica italiana non si rivela mai monocromatica.

Dall'analisi del profilo dell'appassionato alla creazione del *marketing tool*

Analizzare l'esperienza del Giro d'Italia 2023 si rivela anche un potente strumento al servizio del marketing turistico e di promozione del territorio. Conoscere il profilo dell'appassionato e le attività che sceglie di svolgere nelle diverse tipologie di tappe comporta infatti la creazione di un vero e proprio *marketing tool* per l'offerta di servizi. In primo luogo, è bene sottolineare che il Giro può fare affidamento su uno zoccolo duro di appassionati: **il 59% di chi l'ha seguito dal vivo nell'edizione 2023 lo aveva già fatto in passato** ma, al contempo, il Giro ha una sua capacità di rinnovamento, considerando che per il 41% degli spettatori quella del 2023 è stata la prima edizione vissuta sul territorio. L'appassionato della Corsa Rosa cerca di viverla il più a lungo possibile: **il 27% dei partecipanti si concede un vero e proprio tour, con una media di 6 tappe seguite pro capite**. Ci si trova di fronte a un viaggiatore che ha una molteplicità di interessi, svolge attività e cerca esperienze differenti, sulle quali primeggiano quelle di natura culturale e di svago. La percentuale di spettatori che pratica attività cresce anche in base alla disponibilità di esperienze che le tappe fanno offrire: non a caso se la media, tra i vari cluster di tappa, di chi fa attività extra rispetto alla manifestazione, è del 21% questa sale addirittura al 39% nelle tappe cosiddette "iconiche". L'analisi delle preferenze e delle scelte di acquisto degli spettatori e dei turisti nel territorio del Giro 2023 costituisce una prima e importante conferma del modello economico del Turismo Esperienziale, sviluppato da Banca Ifis in occasione del 30esimo anniversario di Federturismo Confindustria.

L'altro giro: storie da una filiera d'eccellenza

Vi è infine un "**altro Giro**" che non si corre tra le strade e non si declina nell'offerta turistica, ma è rappresentato dalla **filiera di produttori di bici e componentistica italiana**. Una filiera d'eccellenza che sa fare scuola nel mondo: **il 77% dei team che ha preso parte all'ultima edizione dell'evento ha scelto biciclette o componentistica Made in Italy**. Quella nostrana è infatti una tradizione di valore che conquista sia i Paesi storicamente legati alle due ruote, come Francia, Olanda, Belgio, sia Paesi "nuovi" alle corse ciclistiche come il Kazakistan e gli Emirati Arabi. La qualità produttiva italiana è riconosciuta nel mondo e diventa un volano di crescita per le imprese italiane che alimentano questa filiera. Lo studio evidenzia che il fatturato delle imprese produttrici e fornitrici delle squadre che hanno partecipato al Giro 2023 è cresciuto del 71% nel 2022. Nello stesso periodo l'utile ha registrato un incremento del 52% e il ROE medio si è assestato al 38%. Questi numeri dimostrano come produrre biciclette da corsa e relativi componenti sia un potente volano di crescita, grazie all'elevato posizionamento di mercato. Lombardia e Veneto si contendono il primato nella produzione di mezzi e componenti adottati dagli agonisti nella kermesse 2023.

Banca Ifis: l'impegno per la mobilità sostenibile

La vicinanza di Banca Ifis al mondo del ciclismo rientra nel più ampio percorso di valorizzazione della mobilità sostenibile. Nel 2023, la Banca ha proposto sul mercato la **prima soluzione in Italia di leasing e noleggio destinata ad aziende interessate a dar vita a flotte di e-bike**. Il prodotto, sviluppato da Ifis Rental Services Srl, consente ai clienti di dilazionare l'impegno economico attraverso piani di durata compresa tra i 12 e i 48 mesi, al termine dei quali possono scegliere se riscattare il prodotto o se attivare un nuovo contratto. La soluzione consente inoltre di rateizzare l'Iva, così da poter ridurre al minimo i costi iniziali e massimizzare i ricavi fin dalle prime fasi del progetto.

Sempre nell'ambito del mondo a due ruote, Banca Ifis dedica ogni anno uno dei suoi Market Watch all'analisi dell'"**Ecosistema della Bicicletta**", indagando i trend industriali e non dell'industria italiana delle bici. Banca Ifis sostiene inoltre l'Oscar Italiano del Cicloturismo e, nel 2022, è stata *main sponsor* delle grandi classiche del ciclismo nazionale.

Rosalba Benedetto

Direttore Comunicazione, Marketing, Public Affairs e Sostenibilità
Banca Ifis S.p.A.

Davide Tammaro

Responsabile Brand, Corporate Communications e Sostenibilità
davide.tammaro@bancaifis.it
+39 366 6258525

Davide Pastore

Responsabile Relazioni con i Media
davide.pastore@bancaifis.it
+39 337 1115357

Giulia Di Martella Orsi

Relazioni con i Media
giulia.dimartellaorsi@bancaifis.it
+39 366 6579799