

Sport, stadi, grandi eventi: un Paese che gioca, un sistema che cresce



Edizione 2026



Sport, stadi, grandi eventi:
un Paese che gioca, un sistema che cresce

Lettera del Presidente

Lo sport continua a creare valore. Un valore economico, sociale e culturale che oggi più che mai si manifesta nella capacità di attivare connessioni tra persone, territori e filiere produttive. È partendo da questa consapevolezza che Banca Ifis rinnova, per il quinto anno consecutivo, il proprio impegno nell'analisi del settore attraverso l'Osservatorio sullo Sport System.

Il 2025 conferma la vitalità dello Sport System italiano, un ecosistema dinamico e sempre più centrale nelle traiettorie di sviluppo del Paese. L'intrattenimento e lo spettacolo si affermano come importanti motori di crescita, il turismo sportivo conferma il suo slancio rispetto al 2024 e l'incremento della pratica sportiva anche nelle fasce più mature della popolazione aumenta il risparmio potenziale per il sistema sanitario, confermando la capacità dello sport di produrre impatti moltiplicativi e duraturi.

In questo scenario, che vede il valore dello sport andare ben oltre i numeri, emerge con forza una priorità strategica: il rinnovamento delle infrastrutture sportive, e in particolare degli stadi. Non più semplici luoghi ospitanti una competizione, ma piattaforme civiche multifunzionali, integrate nel tessuto urbano.



Ernesto Fürstenberg Fassio
Presidente Banca Ifis

L'analisi condotta dal nostro Ufficio Studi, attraverso i quattro modelli proposti di Global, Urban, Glocal e Local Stadium, evidenzia come non esista una soluzione unica, ma come ogni territorio debba sviluppare il proprio modello di impianto in coerenza con le caratteristiche locali e le ambizioni di sviluppo. In tutti i casi, però, la direzione è chiara: ampliare la funzione dello stadio oltre il matchday, rafforzare il legame con il territorio e intercettare nuovi pubblici. Strutture moderne e polifunzionali possono infatti attivare nuova domanda: si stima che oltre 5,3 milioni di italiani in più sarebbero disposti a frequentare gli stadi, generando un impatto economico diretto pari a circa 1,3 miliardi di euro.

Gli stadi non sono soltanto leve di sviluppo locale, sono anche una condizione abilitante per cogliere appieno le opportunità offerte dai grandi eventi internazionali. In questa prospettiva, l'orizzonte di UEFA Euro 2032 rappresenta un'occasione unica per il sistema Paese. Con oltre 1,1 milioni di spettatori attesi negli stadi e un'audience globale stimata di

oltre 5 miliardi di persone, secondo la nostra analisi l'evento, in programma congiuntamente con la Turchia, potrà generare per l'Italia un impatto economico complessivo di circa 4,6 miliardi di euro. Un appuntamento che va ben oltre la dimensione sportiva, configurandosi quindi come un acceleratore di investimenti, visibilità internazionale e sviluppo territoriale.

L'immagine che emerge è quella di uno Sport System che funziona nelle sue ramificazioni settoriali, generando un circolo virtuoso che conferma il ruolo strategico dello sport non solo per la crescita, la rigenerazione urbana e la competitività del Paese, ma anche come spazio di incontro. Un linguaggio condiviso capace di avvicinare culture diverse e di creare momenti di coesione che travalicano confini e appartenenze. È con questa visione integrata, che unisce infrastrutture, territori ed eventi e che vede gli stadi non solo come luoghi dello sport, ma vere e proprie infrastrutture civiche, multifunzionali e multiculturali, che presentiamo la nuova edizione dell'Osservatorio.

Indice

Abstract	7
Società e filiere produttive nello Sport System italiano	19
Nuovi stadi ed Euro 2032: quando infrastrutture e grandi eventi diventano valore	33
<i>I modelli di stadi</i>	<i>37</i>
<i>L'attrattività dei nuovi stadi</i>	<i>59</i>
<i>L'impatto di Euro 2032</i>	<i>75</i>
Nota metodologica	85

 Ifis
sport





Abstract

Cosa ci dicono i dati 2025

Lo Sport System italiano entra nel 2026 con la consapevolezza di essere molto più di un settore economico: è un **ecosistema** che muove persone, imprese, territori e immaginari collettivi.

L'Osservatorio di quest'anno racconta un **sistema maturo**, che continua a generare valore anche in un contesto di domanda più prudente. Accanto a un comparto produttivo in rallentamento, lo sport mostra infatti tutta la sua forza nei segmenti più vicini all'esperienza delle persone: il **turismo sportivo** cresce ancora, i grandi eventi nazionali sostengono audience e investimenti media, il betting consolida il suo ruolo e le esternalità positive – a partire dai benefici sanitari – continuano a giocare un ruolo decisivo.

Dalle analisi emerge una dinamica chiara: lo **sport crea valore quando riesce a intrecciare economia, cultura e socialità**. È ciò che accade, ad esempio, nei **nuovi stadi**. Lo studio su 23 impianti e 25 club rivela un Paese in piena fase di ripensamento infrastrutturale: arene che dal modello anglosassone ereditano polifunzionalità e servizi, ma che rimangono profondamente ancorate ai territori. I quattro modelli individuati – **Global, Urban, Glocal e Local** – offrono risposte diverse ma complementari, mostrando come un impianto possa essere al tempo stesso luogo della partita, piazza urbana, generatore di ricavi e dispositivo identitario. Il dato più eloquente è l'impatto potenziale: **+5,3 milioni di nuovi spettatori e 1,3 miliardi di euro di spesa diretta attivabile grazie a stadi più attrattivi e aperti alla città**.

È un passaggio culturale prima ancora che industriale: lo stadio diventa esperienza, relazione, comunità.

E questa trasformazione non avviene nel vuoto, ma dentro un orizzonte strategico preciso: Euro 2032. Il torneo rappresenta l'occasione più potente per accelerare investimenti, modernizzare infrastrutture e rilanciare il ruolo internazionale dell'Italia. Il suo impatto stimato – 4,6 miliardi di euro, tra spesa immediata, effetto differito e legacy territoriale – racconta la forza di un grande evento quando si innesta su una visione sistemica.

Il quadro che emerge è quello di un'**Italia sportiva** che evolve non per imitazione, ma per vocazione: un Paese in cui lo sport è industria, cultura, salute, attrattività. E soprattutto futuro.

+5,3 mln

nuovi spettatori derivanti
dai nuovi stadi

1,3 mld€

spesa annua attivabile grazie a
stadi più attrattivi e aperti alla città

4,6 mld€

valore generato da Euro 2032 tra
spesa immediata, effetto differito
e legacy territoriale

Lo **sport** è molto più di una pratica: è una leva per l'**economia italiana**, capace di rispondere ai bisogni delle persone, attivare un sistema di imprese e competenze e **generare un impatto sociale** che rafforza salute, inclusione e benessere

Sport System

Di cosa necessita

Valore 2025 (ricavi in mld€)



Abbigliamento



Veicoli



Attrezzature

Sistema sportivo italiano

Produttori

19,5

Società di produzione e di riparazione, la cui attività è relativa ai beni e strumenti utili a fare sport, agonistico e amatoriale

FONTE: analisi interne e stime di Banca Ifis mediante business intelligence su dati di bilanci (depositati e non) da banche dati certificate.

5,1



Contributo Performance

1,8



Attività Sociali

6,8



Spese Sanitarie

Impatto sociale
(esternalità)



Efficacia dello sport nel creare valore economico indiretto e nell'influenzare salute, sicurezza e coinvolgimento dei giovani nella scuola e nel lavoro

Valore 2025 (esternalità in mld€)

Che cosa genera

Bisogni che soddisfa

Valore 2025 (ricavi/spesa in mld€)



Intrattenimento



Spettacolo



Gaming

Sistema sportivo italiano

Media

2,5

Betting

23,3

Turismo

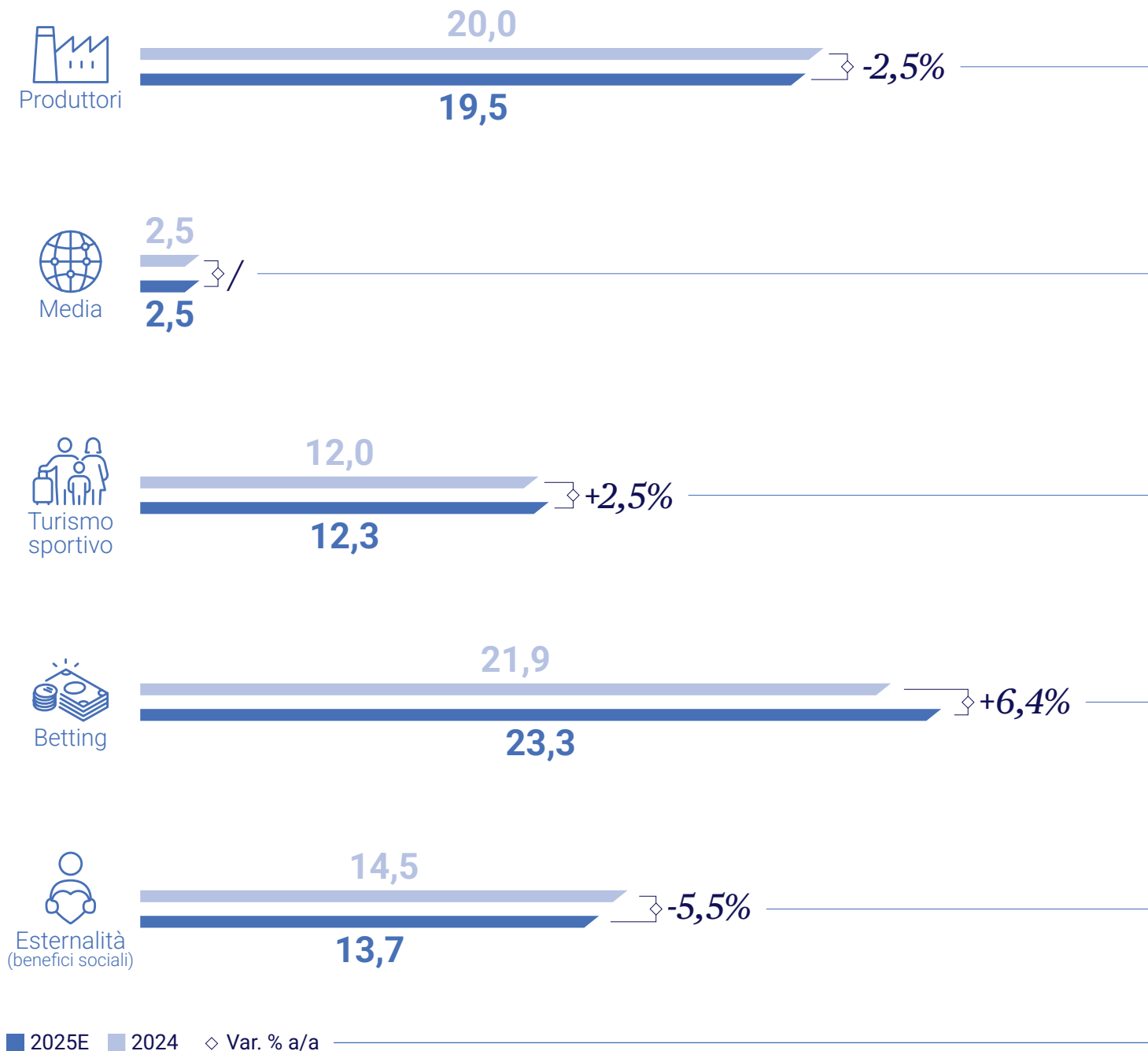
12,3

- **Broadcaster e aziende editoriali per la quota di informazione sullo sport;**
- **Fruizione di eventi sportivi e servizi collegati (trasporti, hospitality e altre attività come shopping, musei...);**
- **Gioco legale per la quota relativa allo sport**

Nel 2025 lo **sport** continua a essere una componente rilevante dell'**economia italiana**, ma cambia ritmo, in un contesto di dinamiche differenziate

Giro d'affari

dati in ml€



FONTE: analisi interne e stime di Banca Ifis mediante business intelligence su dati di bilanci (depositati e non) da banche dati certificate
 NOTA: il dato dei produttori del 2024 è stato aggiornato rispetto alla precedente pubblicazione perché ha avuto una performance meno positiva di quanto ci si attendesse

Mentre alcune componenti rallentano, altre accelerano, riflettendo bisogni, consumi e modelli di fruizione in **trasformazione**

Nel 2025, anno segnato da un generale assestamento della domanda, il **comparto produttivo dello sport** ha registrato una **decelerazione**: il fatturato si è ridotto del 2,5% su base annua, riflettendo soprattutto la contrazione della spesa per abbigliamento, segmento che più risente della normalizzazione dei consumi e dell'impatto sul potere d'acquisto

Nel 2025, il **settore dei media** – sia gli operatori specializzati sia le sezioni sportive delle testate generaliste – ha **mantenuto ricavi stabili**. L'assenza di grandi manifestazioni internazionali come Euro 2024 ha smorzato i picchi tipici dei cicli sportivi, ma l'effetto è stato in larga parte compensato dalla crescente attrattività degli eventi nazionali, che hanno garantito continuità all'interesse del pubblico e agli investimenti pubblicitari

Nel 2025 il **turismo sportivo** conferma il suo **slancio**, raggiungendo 12,3 miliardi di euro di spesa, in aumento del 2,5% rispetto al 2024. Un risultato sostenuto da una sempre crescente attrattività dello sport: da un lato le presenze, salite a 43 milioni (+2,4%), dall'altro una spesa media in crescita, influenzata anche dal rialzo dei prezzi nei servizi legati al viaggio e all'esperienza turistica, con incrementi compresi tra il +2% e il +2,7% nel 2025

Il **betting sportivo** consolida il proprio peso nel mercato del gioco legale, arrivando a rappresentarne il 14,5% e generando una raccolta di 23,3 miliardi di euro. A trainare la crescita è ancora una volta il calcio, che da solo assorbe il 70% delle scommesse, in aumento del 6,4% rispetto al 2024, confermandosi il perno dell'intero comparto e il principale oggetto di attrattività

Nel 2025 le **esternalità positive generate dallo sport** mostrano un valore inferiore all'anno precedente (-5,5%), un dato che non riflette un reale calo ma l'effetto di una crescita meno intensa della componente legata alle performance sportive, che si è tradotta in un **aumento delle retribuzioni** più contenuto del periodo precedente. Parallelamente, i **benefici sanitari** continuano invece a crescere in modo solido, sostenuti da una più ampia diffusione della pratica sportiva

Il rinnovamento degli impianti calcistici è un *must* per il sistema Paese

I modelli degli stadi

Progetti che non puntano a una crescita indistinta, ma interventi pensati per evolvere in modo coerente con le prospettive del club e con il contesto urbano e sociale in cui lo stadio si inserisce

Attraverso lo studio di circa settanta realtà tra territori, club e stadi del calcio professionistico italiano abbiamo identificato **quattro tipologie** di modelli di impianti: **Global, Urban, Glocal e Local Stadium**. Strutture che hanno delle precise peculiarità, per soddisfare i bisogni dei tifosi e della comunità di riferimento



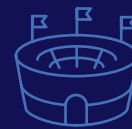
Global Stadium

pubblico **internazionale**; funzione di **intrattenimento multi-purpose**; offerta di servizi onnicomprensiva e calendario **eventi diversificato** e ad alta intensità



Glocal Stadium

pubblico **nazionale**, con quota di visitatori esteri; **funzione sportiva e commerciale**; offerta di servizi incentrata nella zona hospitality e **calendario eventi selezionato** con riguardo alla proiezione internazionale



Urban Stadium

pubblico principalmente **nazionale**; **funzione sportiva**; offerta di servizi accessori e calendario **eventi** complementare alla **vocazione calcistica**



Local Stadium

pubblico prevalentemente **locale**, con limitata estensione nazionale; **funzione** quasi esclusivamente **calcistica**; offerta di servizi limitata all'essenziale e calendario eventi ridotto, **focalizzato su iniziative civiche e territoriali**

Gli stadi devono adattarsi sia alle caratteristiche dei territori, sia al posizionamento e gli obiettivi del club di riferimento, per realizzare strutture che siano attive anche oltre il matchday

L'attrattività dei nuovi stadi

I nuovi stadi devono partire dai bisogni e dalle aspettative delle persone, perché solo così possono davvero ampliare il pubblico interessato all'esperienza di fruizione



La richiesta unanime, sia da parte dei tifosi che dei non tifosi, è che lo **stadio evolva** da semplice impianto sportivo a **centro multifunzionale**. I servizi legati a **“Retail & Intrattenimento”** (concerti, eventi, musei, negozi) sono identificati come la **leva principale per aumentare l'attrattività**, andando oltre il solo giorno della partita

Il **modello Global Stadium** è il più apprezzato in assoluto e il preferito dei tifosi. Incarna un'idea di grandiosità e di “stadio-destinazione” che affascina il pubblico, grazie alla sua polifunzionalità e all'offerta di servizi integrati

I modelli di prossimità convincono per il legame con il territorio, con Urban e Local che raccolgono ampi consensi. Sono strutture che non puntano sulla grandezza, ma sulla capacità di integrarsi nel tessuto sociale ed economico. L'**Urban Stadium** è apprezzato per la **forte connessione con la città**, mentre il **Local Stadium** piace per la sua **sostenibilità** e la sua funzione di hub a servizio della comunità

Il **modello Glocal** non scalda i cuori, pensato come una via di mezzo tra ambizione internazionale e radicamento territoriale, perché probabilmente percepito come il meno caratterizzato. Bisogna anche considerare che si tratta di un modello nuovo per il nostro Paese

L'organizzazione di UEFA Euro 2032 rappresenta per l'Italia un'opportunità straordinaria

L'impatto di Euro 2032

Gli stadi come fattore abilitante al grande evento e al palcoscenico internazionale



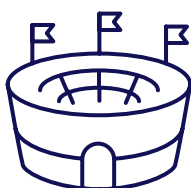
UEFA Euro 2032 porta con sé leve di valore decisive per i territori, grazie al forte effetto attrattivo di un evento di questa scala. Con 1,1 milioni di spettatori attesi e una permanenza media superiore alle tre notti, il torneo si stima potrà generare un **impatto economico** immediato significativo, potenziato da un'audience globale di oltre 5 miliardi di persone che proietta l'Italia al centro dell'attenzione internazionale

Nel complesso, le proiezioni indicano che l'Europeo potrà attivare circa **4,6 miliardi di euro di valore** per il nostro Paese, tra spesa turistica – sia diretta durante l'evento sia differita nei 12-18 mesi successivi – e l'eredità infrastrutturale lasciata sul territorio. La spesa attivata durante la manifestazione deriva da diversi segmenti della domanda: i visitatori internazionali, i turisti domestici, i VIP e ospiti su invito, lo staff organizzativo e le fan zone, luoghi di aggregazione che ampliano la partecipazione cittadina. Nel loro insieme, questi flussi generano un impatto diretto vicino al miliardo di euro

Il successivo anno e mezzo post-Euro 2032 porta con sé un **impatto differito di circa 2,8 miliardi di euro**, attraverso il forte driver **dell'esposizione mediatica globale** dell'evento e all'esperienza positiva che genera «turisti di ritorno»

Euro 2032 attiva inoltre la **leva infrastrutturale**. L'organizzazione del torneo richiede un'accelerazione degli investimenti negli stadi – stimati in circa 450 milioni di euro – e nelle opere civili delle città ospitanti, con un ulteriore volume di interventi pari a 350 milioni di euro, finalizzati al potenziamento delle reti di collegamento e dei servizi urbani

Oltre alla **dimensione sportiva**, può generare un valore duraturo nel tempo, a partire da un elemento imprescindibile: **gli stadi**. Impianti moderni, sicuri e pienamente integrati nel tessuto urbano, in linea con gli **standard internazionali**, costituiscono infatti la preconditione per cogliere appieno il potenziale dell'evento, aprendo al contempo la strada a nuove candidature e all'assegnazione di ulteriori grandi eventi nei prossimi anni




I modelli di stadio rispondono in modo così puntuale alle esigenze delle persone e del sistema Paese che abbiamo stimato due distinti impatti economici: (1) la trasformazione della struttura sportiva in un'infrastruttura polifunzionale capace di attrarre nuovi tifosi – 5,3 milioni di italiani in più negli stadi, con una spesa diretta aggiuntiva di 1,3 miliardi di euro; (2) il ruolo di abilitatore per Euro 2032 che genererebbe per l'Italia un impatto economico complessivo di 4,6 miliardi di euro

 Ifis
sport



Società e filiere produttive nello Sport System italiano



Nel 2025, anno segnato da un generale assestamento della domanda, il **comparto produttivo** dello sport ha registrato una **decelerazione**

Imprese produttrici dello Sport System

ricavi in mld€



Occupati

162.000
2024

163.600
2025E

■ Abbigliamento ■ Attrezzature ■ Veicoli

FONTE: analisi interne e stime di Banca Ifis mediante business intelligence su dati di bilanci (depositati e non) da banche dati certificate.
 NOTA: il dato dei produttori del 2024 è stato aggiornato rispetto alla precedente pubblicazione perché ha avuto una performance meno positiva di quanto ci si attendesse

Il fatturato si è ridotto del 2,5% su base annua, riflettendo soprattutto la contrazione della spesa per abbigliamento, segmento che più risente della normalizzazione dei consumi e dell'erosione del potere d'acquisto

Nel 2024 si è reso necessario ricalcolare il **valore del comparto Produttori**, alla luce di due dinamiche non immediatamente prevedibili. Da un lato, la ripresa registrata nella seconda parte dell'anno – pur significativa – non è stata sufficiente a compensare **il calo produttivo** del primo semestre, soprattutto per abbigliamento e attrezzature sportive, frenati dall'eccesso di magazzino accumulato a fine 2023. Dall'altro, è emerso che **la performance del comparto veicoli sportivi** era stata sottostimata: la contrazione attesa per il settore delle due ruote non si è manifestata con l'intensità ipotizzata, determinando un risultato migliore delle previsioni iniziali



Abbigliamento

Il comparto – il più rilevante dell'intero perimetro, con oltre il 60% dei ricavi dei produttori – ha mostrato un **andamento omogeneo tra PMI e imprese di maggiori dimensioni**, convergendo in una riduzione complessiva del fatturato del 4%. Secondo gli operatori del settore, questa dinamica è riconducibile a due fattori principali: il calo della domanda interna e l'incremento dei costi di produzione, che hanno compresso i margini ma anche impedito la crescita del giro d'affari



Attrezzature

Le **imprese** di questo segmento risultano **stabili sul 2024**, principalmente grazie alla tenuta della domanda interna – dinamica opposta all'abbigliamento – e agli investimenti in marketing e comunicazione



Veicoli

Anche i **ricavi** di questi produttori sono sostanzialmente **stabili**, risultato di una sostanziale tenuta del mercato interno, che ha però reso necessaria una riduzione dei prezzi per poter mantenere inalterata la propria quota di mercato

Il **turismo sportivo** continua a registrare una crescita costante nel corso degli anni osservati. Nel 2025 la **spesa complessiva raggiunge i 12,3 miliardi di euro**, con un incremento del 2,5% rispetto al 2024, sostenuta dall'**aumento delle presenze** che si attestano a 43 milioni (+2,4%). Nonostante l'incremento dei prezzi del comparto Servizi, la propensione alla spesa rimane stabile su molte attività, confermando la solidità del **comportamento di consumo**

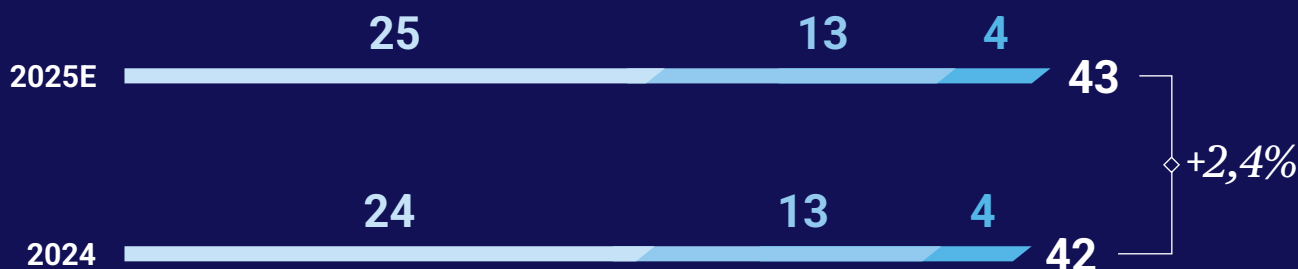
Spesa dei visitatori agli eventi sportivi

dati in mlde



Presenze agli eventi sportivi

numeri in mln



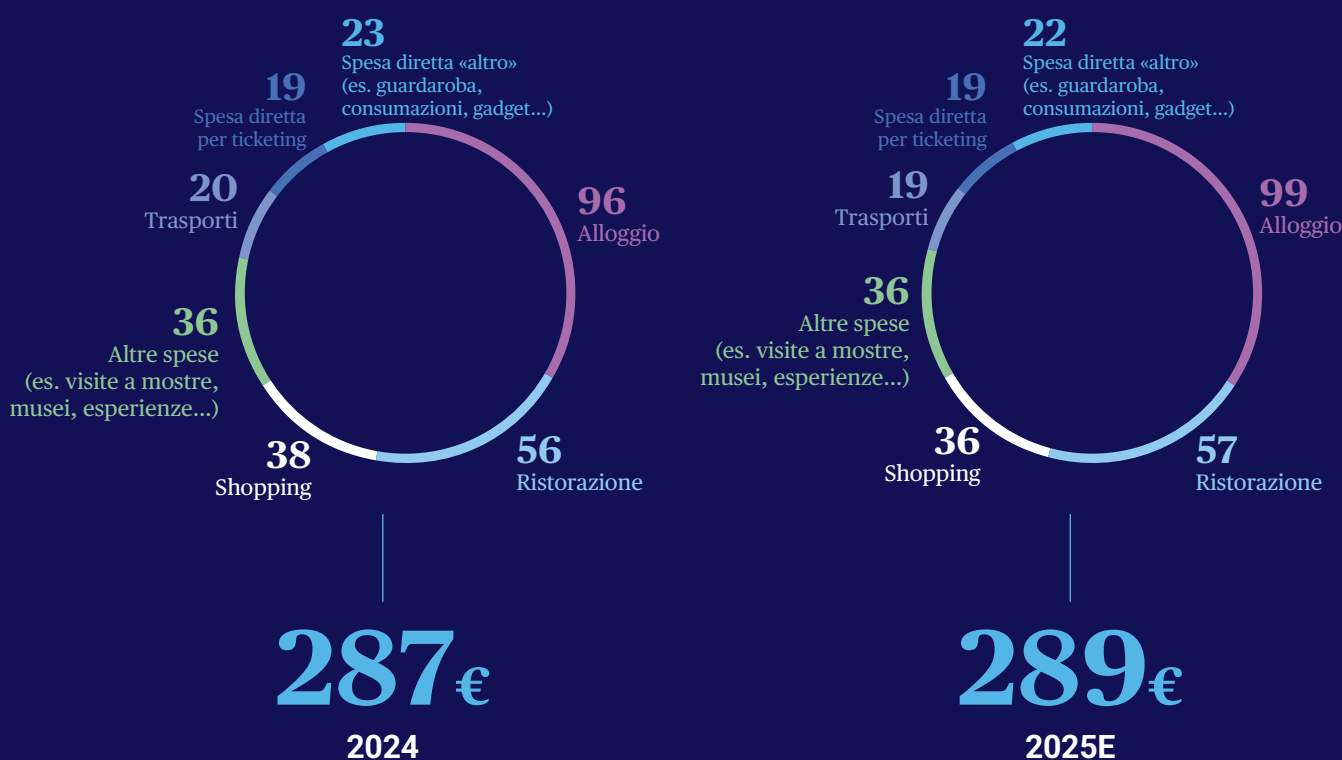
■ Italiani residenti nel luogo dell'evento ■ Italiani non residenti nel luogo dell'evento ■ Stranieri

FONTE: analisi interne e stime di Banca Ifis mediante business intelligence su dati Banca d'Italia, Istat, SIAE, World Sport Tourism Show e Osservatorio del Turismo delle Camere di Commercio.

La **propensione alla spesa** si conferma articolata su un ampio insieme di attività, nonostante l'incremento dei prezzi dei servizi: il **profilo di distribuzione** delle principali voci di consumo rimane allineato ai livelli del 2024

Distribuzione della spesa media pro capite

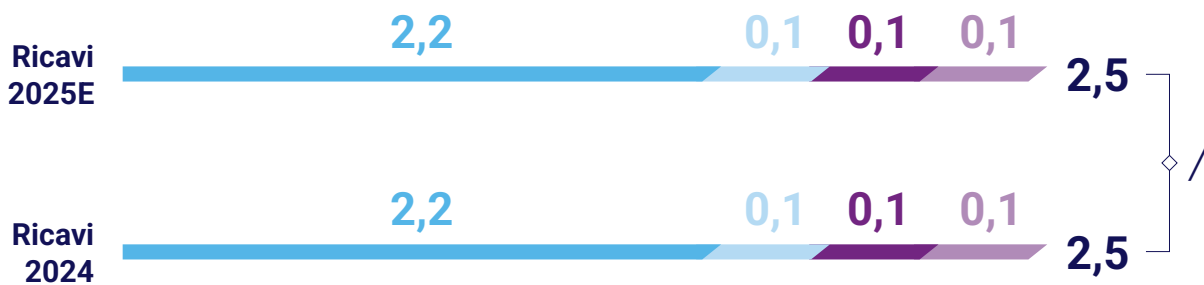
dati in €



Nel 2025, il **settore dei media** – sia quelli specializzati sia le sezioni sportive delle testate generaliste – ha mantenuto **ricavi stabili** pari a 2,5 miliardi di euro. L'assenza di **grandi manifestazioni** internazionali come Euro 2024 ha smorzato i picchi tipici dei cicli sportivi, ma l'effetto è stato in larga parte compensato dalla **crescente attrattività degli eventi nazionali**, che hanno garantito continuità all'interesse del pubblico e agli investimenti pubblicitari

Aziende editoriali per la quota di pubblicazioni sportive

ricavi in mld€



■ Broadcaster ■ Stampa sportiva ■ Stampa generalista ■ Siti web sportivi

FONTE: analisi interne e stime di Banca Ifis mediante business intelligence su dati di bilanci (depositati e non) da banche dati certificate

La componente **broadcaster** – che da sola concentra l'88% dell'intero mercato dei **media sportivi** – conferma anche nel 2025 il proprio ruolo predominante nella comunicazione sportiva. Una **posizione predominante** che si è ulteriormente rafforzata grazie alla capacità di capitalizzare la **copertura dei principali eventi disputati sul territorio nazionale**, amplificando audience, visibilità e valore generato lungo l'intera filiera.

Nel 2025 ha potuto far leva sulla copertura di importanti eventi disputati sul territorio nazionale:

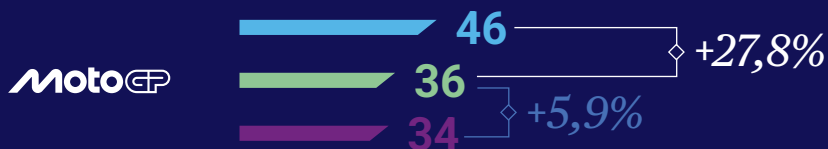
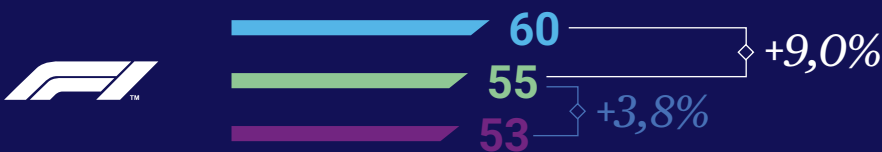


I dati sugli eventi sportivi di audience TV e di engagement sui social non lasciano dubbi sulla crescita globale del settore

Spettatori TV - Dato europeo

Mln di persone

Gli spettatori TV, a livello europeo, sono aumentati: il tennis «Made in Italy» supera il motorsport in termini assoluti, con il Sei Nazioni che primeggia grazie alla natura continentale della manifestazione rugbistica



■ 2025 ■ 2024 ■ 2023 ◇ Var% 2025/2024 ◇ Var% 2024/2023

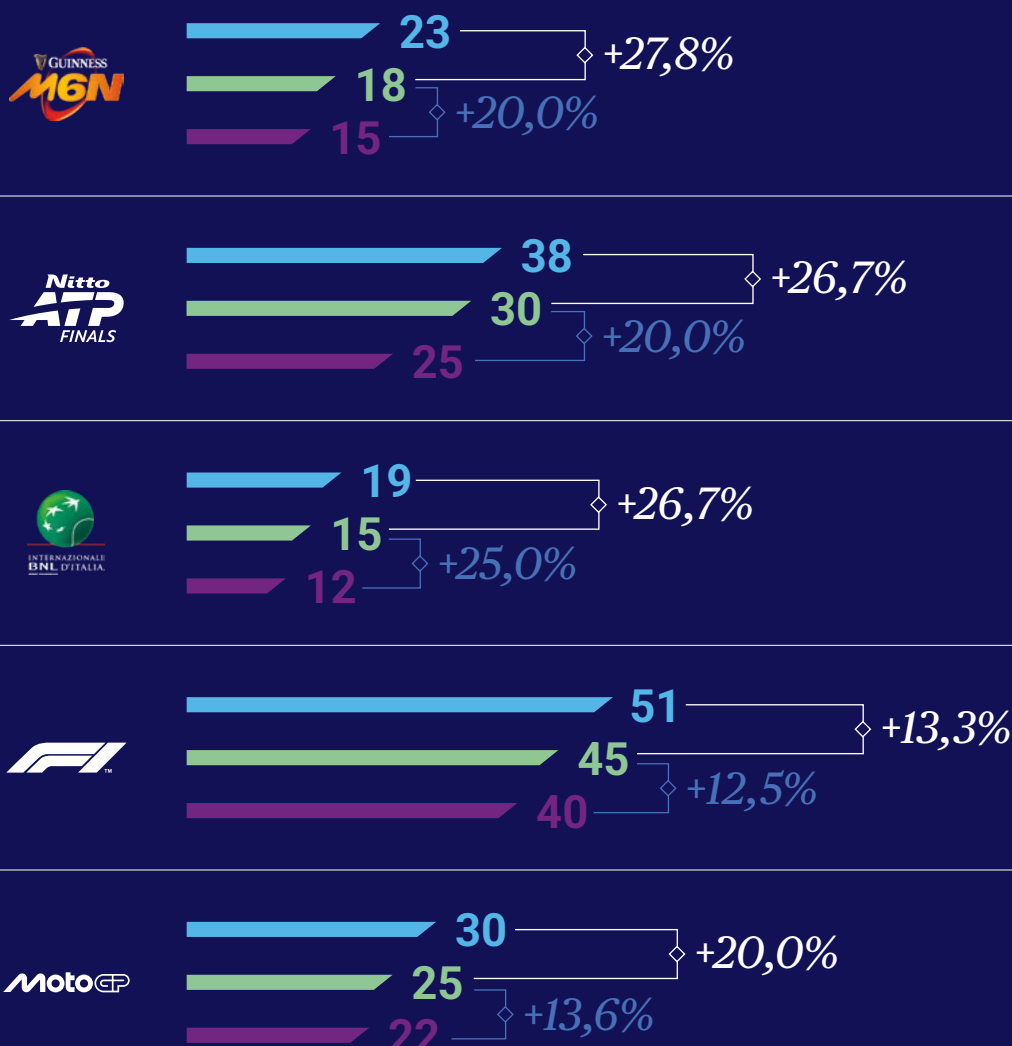
FONTE: analisi interne e stime di Banca Ifis su: atptour, formula1, six nations rugby, motogp, internazionali Bnl d'italia attraverso i dati di audience dei canali ufficiali delle competizioni in Italia, Francia, Spagna, Inghilterra e Regno Unito

Dalla racchetta alla palla ovale, fino ai motori: l'attenzione sui media è una forte chiave interpretativa del **positivo trend economico dello sport**

Interazioni social su X / Twitter - Dato globale

Mln di interazioni

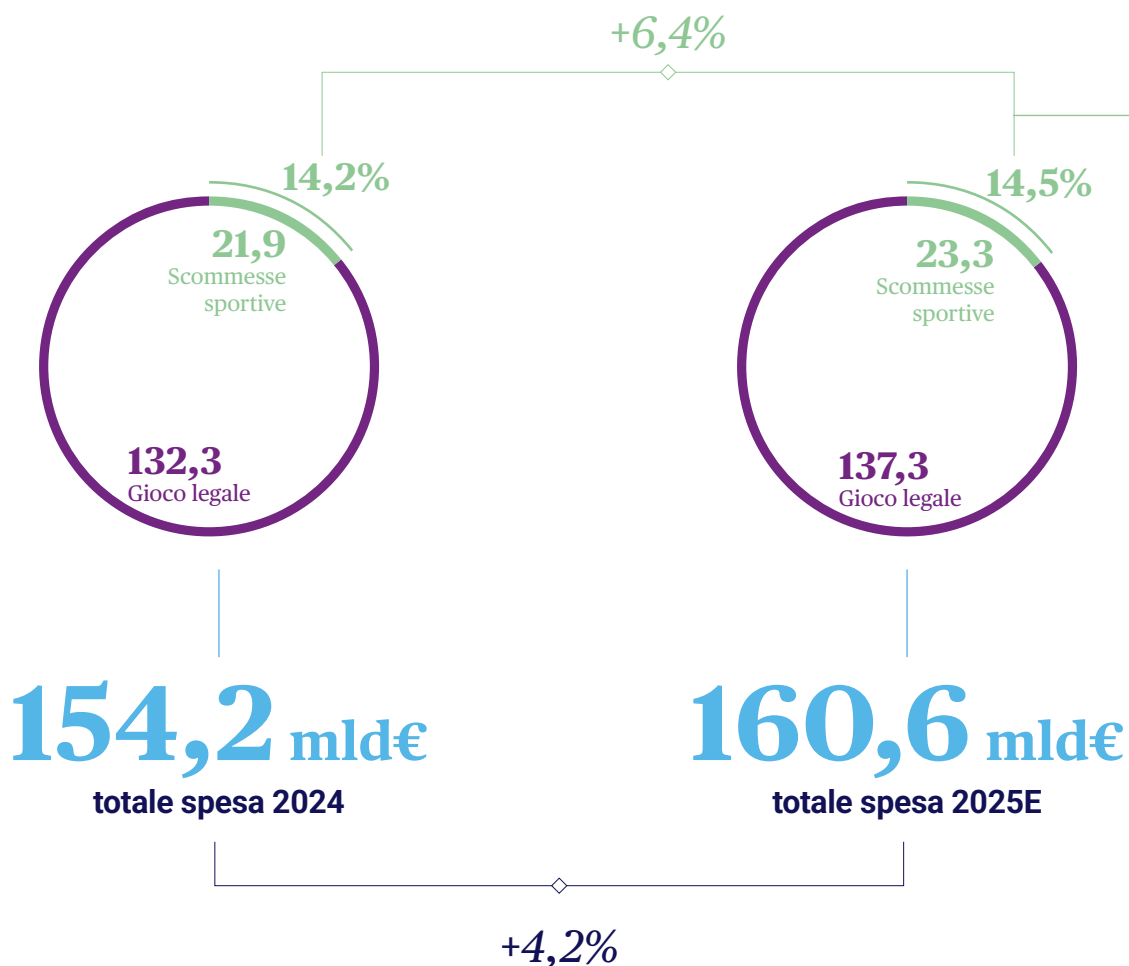
L'engagement sui social è cresciuto più dell'audience TV: dal +13% della Formula 1 al +28% del Sei Nazioni, le **interazioni** hanno un trend di aumento a doppia cifra per tutte le manifestazioni sportive analizzate



Nel 2025 il **betting sportivo** consolida il proprio peso nel **mercato del gioco legale**, arrivando a rappresentarne il **14,5%** e generando una raccolta di **23,3 miliardi di euro**: +6,4% anno su anno, una *over performance* rispetto al betting italiano nel suo complesso

Raccolta complessiva del gioco legale

Dati in mld€ e %

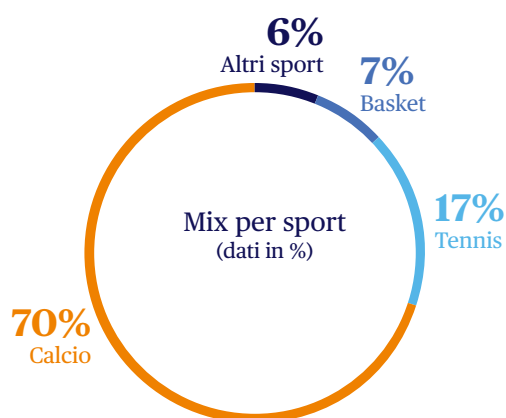


FONTE: analisi interne e stime di Banca Ifis mediante business intelligence su dati Agenzia delle Dogane e dei Monopoli di Stato ed elaborazioni Fair Play Advisory su dati ADM

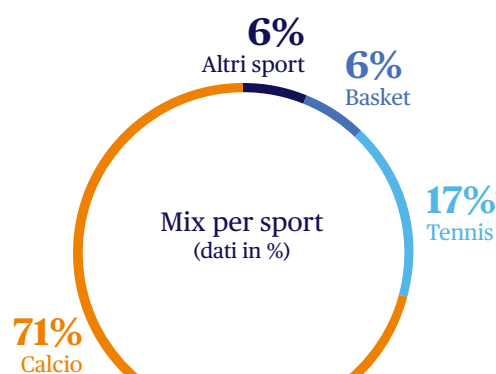
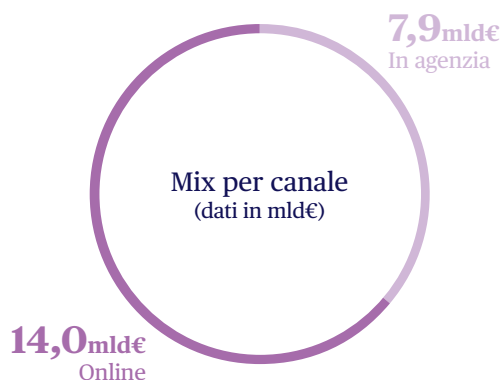
Rispetto al 2024, il **mix dei canali** premia sempre più l'online, canale che copre **il 70% dei volumi**

Il **71%** delle scommesse è stato effettuato sul **calcio**, che vede **salire il suo apporto di 1 punto percentuale** sull'anno precedente, seguito dal tennis con un peso invariato al **17%**

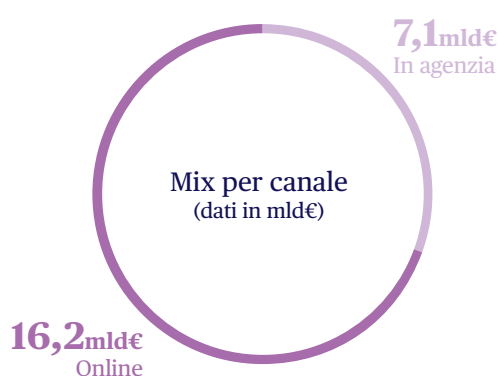
Scommesse sportive



21,9 mld€
scommesse sportive 2024



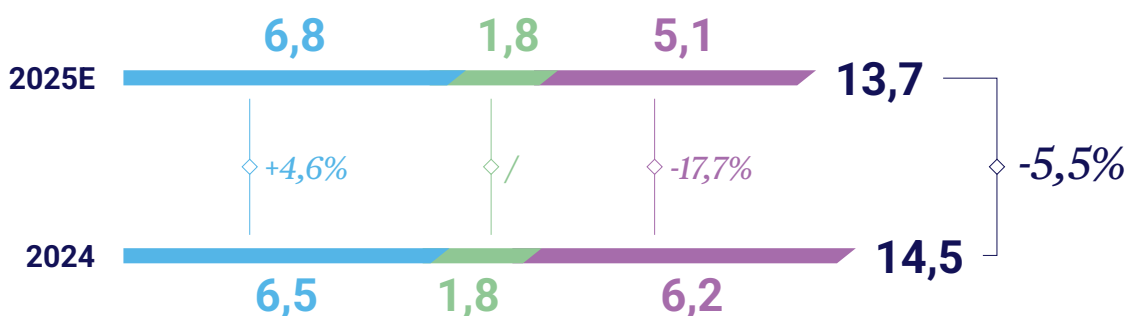
23,3 mld€
scommesse sportive 2025E



Nel 2025 le **esternalità positive** generate dallo sport mostrano un **valore inferiore** all'anno precedente (-5,5%), un dato che non riflette un reale calo ma l'effetto di una crescita meno intensa della componente legata alle **performance sportive**. Rimane positivo e in crescita il **beneficio prodotto sulla salute** degli italiani, grazie al continuo **aumento della pratica sportiva**

Impatto sociale

Dati in mld€ e %



Impatto sanitario

Risparmio di spesa sanitaria in aumento, grazie al beneficio prodotto dalla crescente penetrazione della pratica sportiva tra gli italiani



Attività sociale

La **pratica sportiva continuativa** (almeno 3 volte a settimana) è aumentata negli ultimi anni, includendo una fetta crescente di popolazione anziana (anche oltre i 74 anni). Camminata a passo sostenuto, cyclette, nuoto, yoga e Pilates sono le attività più gettonate tra gli over 50 per il loro basso impatto articolare

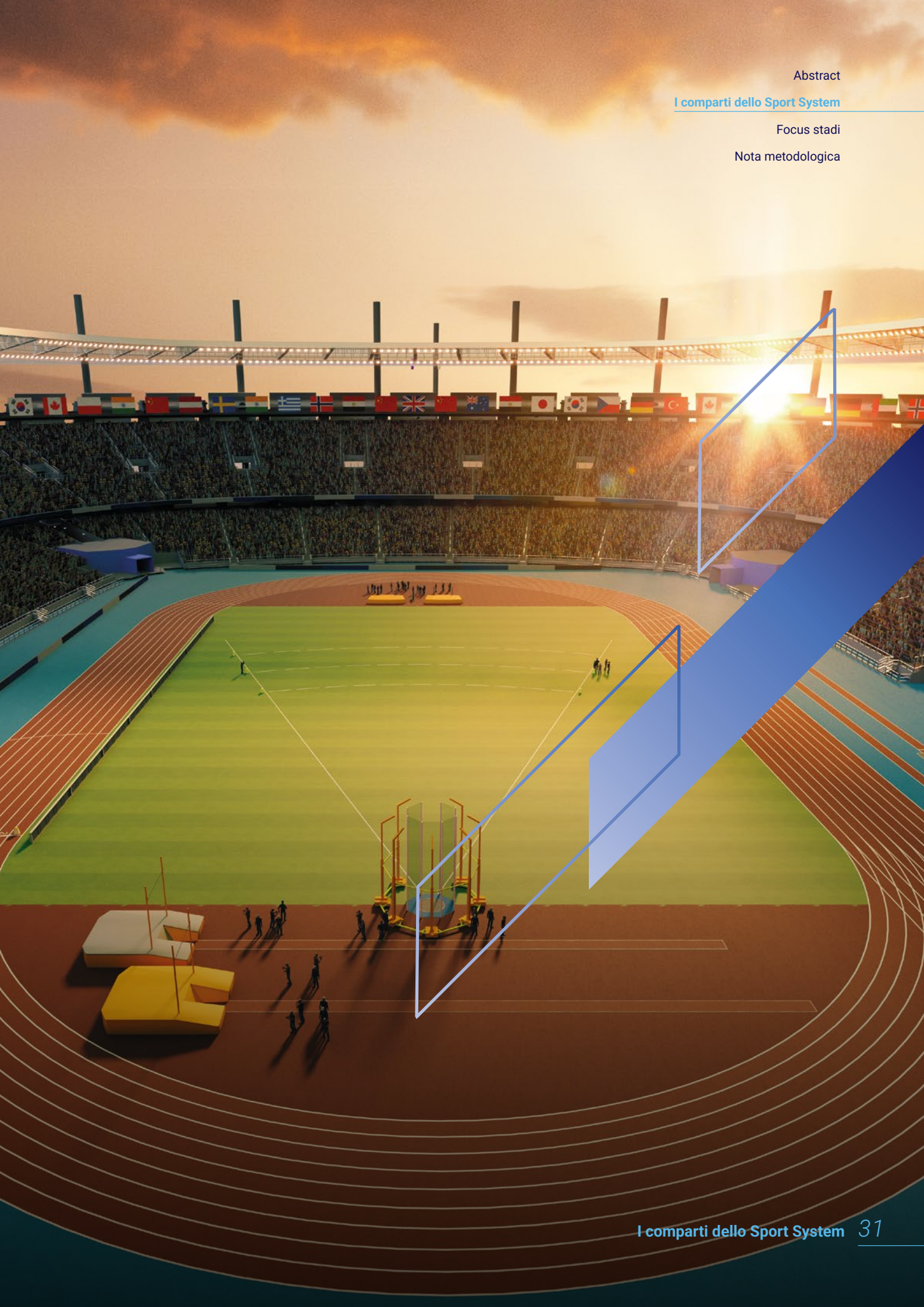


Contributo performance sportive

Nel 2025 subisce una diminuzione. Questa componente misura la **crescita di premi e retribuzioni degli operatori** dello sport e, di conseguenza, il calo registrato tra il 2025 e il 2024 evidenzia una minore crescita di un beneficio che comunque rimane altamente positivo

■ Spese sanitarie ■ Attività sociali ■ Contributo performance sportive

FONTE: analisi interne e stime di Banca Ifis mediante business intelligence su dati Istat, Istituto Superiore della Sanità, Ministero della giustizia







**Nuovi
stadi ed
Euro 2032:
quando
infrastrutture
e grandi eventi
diventano
valore**

“

San Siro non è l'unica partita da giocare.

Ripensare **gli stadi** in funzione delle città che li ospitano è un must strategico, capace di **generare valore** per il sistema Italia in vista di Euro 2032. È il momento giusto per trasformare l'eredità di Milano Cortina 2026 in un **vantaggio competitivo duraturo**

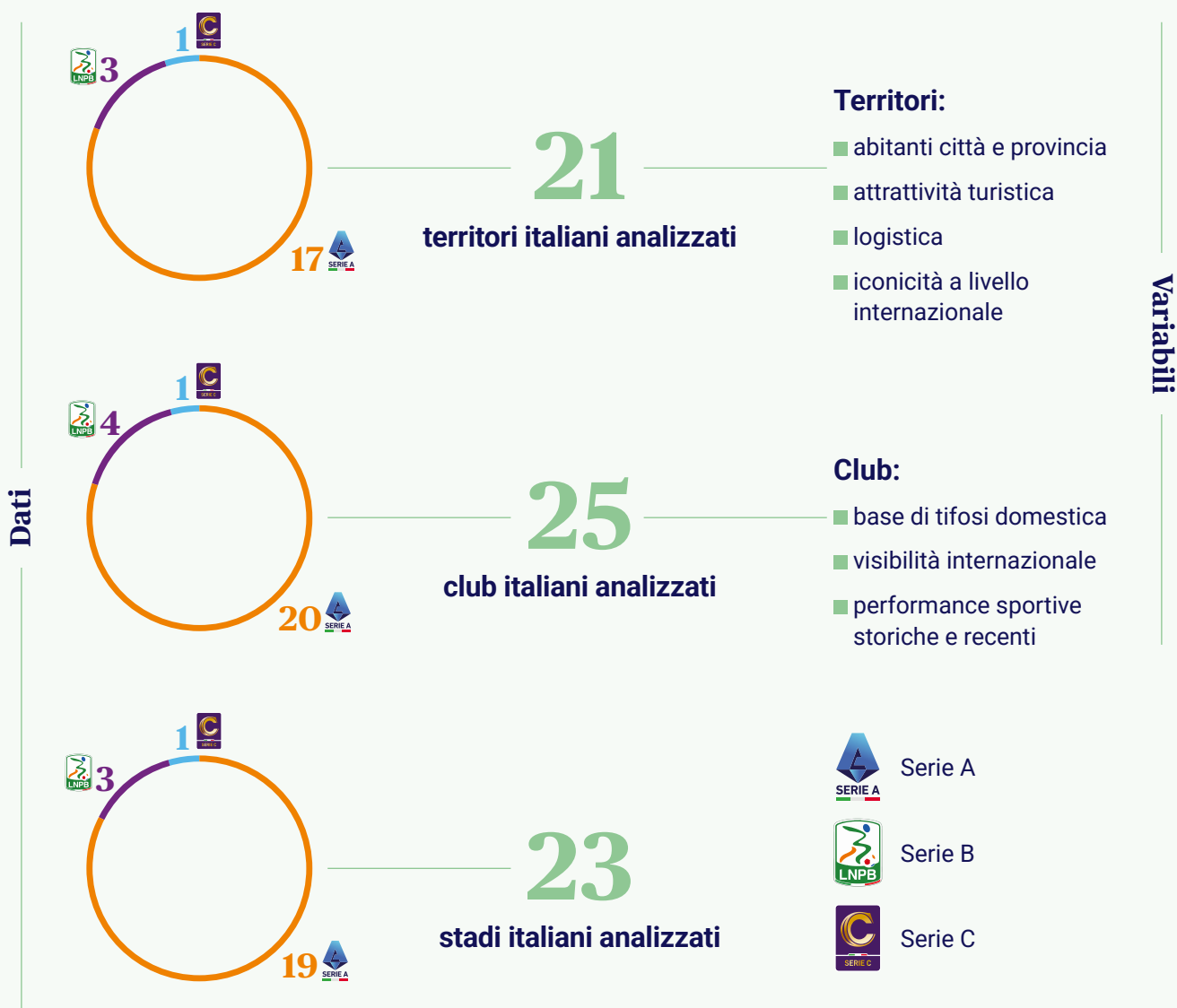




I modelli di stadi

Attraverso lo studio di un'ampia gamma di territori, club e stadi del calcio professionistico italiano abbiamo identificato **quattro tipologie di modelli di impianti: Global, Urban, Glocal e Local Stadium**. Strutture che hanno delle precise peculiarità, per soddisfare i bisogni dei tifosi e della comunità di riferimento

Da dove siamo partiti



FONTI: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis, in collaborazione con Fair Play Advisory
 NOTA: i club di Serie B e Serie C sono stati selezionati in base alla presenza di un progetto, in corso o annunciato, di sviluppo ex novo o restyling del proprio impianto.

→ I modelli di stadio

**GLOBAL
STADIUM**

**URBAN
STADIUM**

**GLOCAL
STADIUM**

**LOCAL
STADIUM**

Dall'analisi empirica dei club e dei territori di appartenenza è stata realizzata una **mappatura dei territori italiani**, per affidare a ciascun centro cittadino un modello di stadio che ben rispecchi sia le caratteristiche del contesto sia le peculiarità delle squadre

Abbiamo suddiviso i modelli di stadio nei contesti cittadini in cui le caratteristiche del club e dei territori sono maggiormente coerenti con le peculiarità di ogni singolo impianto



Global Stadium Urban Stadium Glocal Stadium Local Stadium

FONTE: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis, in collaborazione con Fair Play Advisory

Nel momento in cui ogni modello di stadio è diversificato in base ai valori assunti dai due parametri chiave rappresentati dalla **capienza** e dalle **caratteristiche funzionali**, è possibile definire un **vero e proprio identikit**

GLOBAL STADIUM

«La casa globale dell'intrattenimento totale»

Capienza tipo: 65.000 – 80.000+

Pubblico: internazionale

Funzione: intrattenimento multi-purpose

Offerta di servizi: omnicomprensiva

Calendario eventi: diversificato e ad alta intensità

URBAN STADIUM

«Il palcoscenico dello sport nazionale, al centro del Paese»

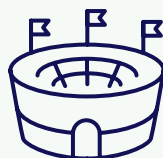
Capienza tipo: 35.000 – 55.000

Pubblico: principalmente nazionale

Funzione: sportiva

Offerta di servizi: accessoria

Calendario eventi: complementare alla vocazione calcistica



Stadi

LOCAL STADIUM

«Il simbolo locale della passione calcistica più profonda»

Capienza tipo: 10.000 – 25.000

Pubblico: prevalentemente locale, con limitata estensione nazionale

Funzione: calcistica

Offerta di servizi: limitata all'essenziale

Calendario eventi: ridotto, focalizzato su iniziative civiche e territoriali

GLOCAL STADIUM

«L'arena sportiva che eleva il brand territoriale al mondo»

Capienza tipo: 20.000 – 40.000

Pubblico: nazionale, con quota di visitatori esteri

Funzione: sportiva e commerciale

Offerta di servizi: hospitality (eventi B2B, meeting aziendali, ...)

Calendario eventi: selezionati con riguardo alla proiezione internazionale

GLOBAL STADIUM

Descrizione impianto

Stadio metropolitano di rilevanza internazionale, progettato per ospitare eventi sportivi e non sportivi di scala globale.

Si configura come una **piattaforma di intrattenimento a 360 gradi in città con forte capacità di attrazione turistica e mediatica**.

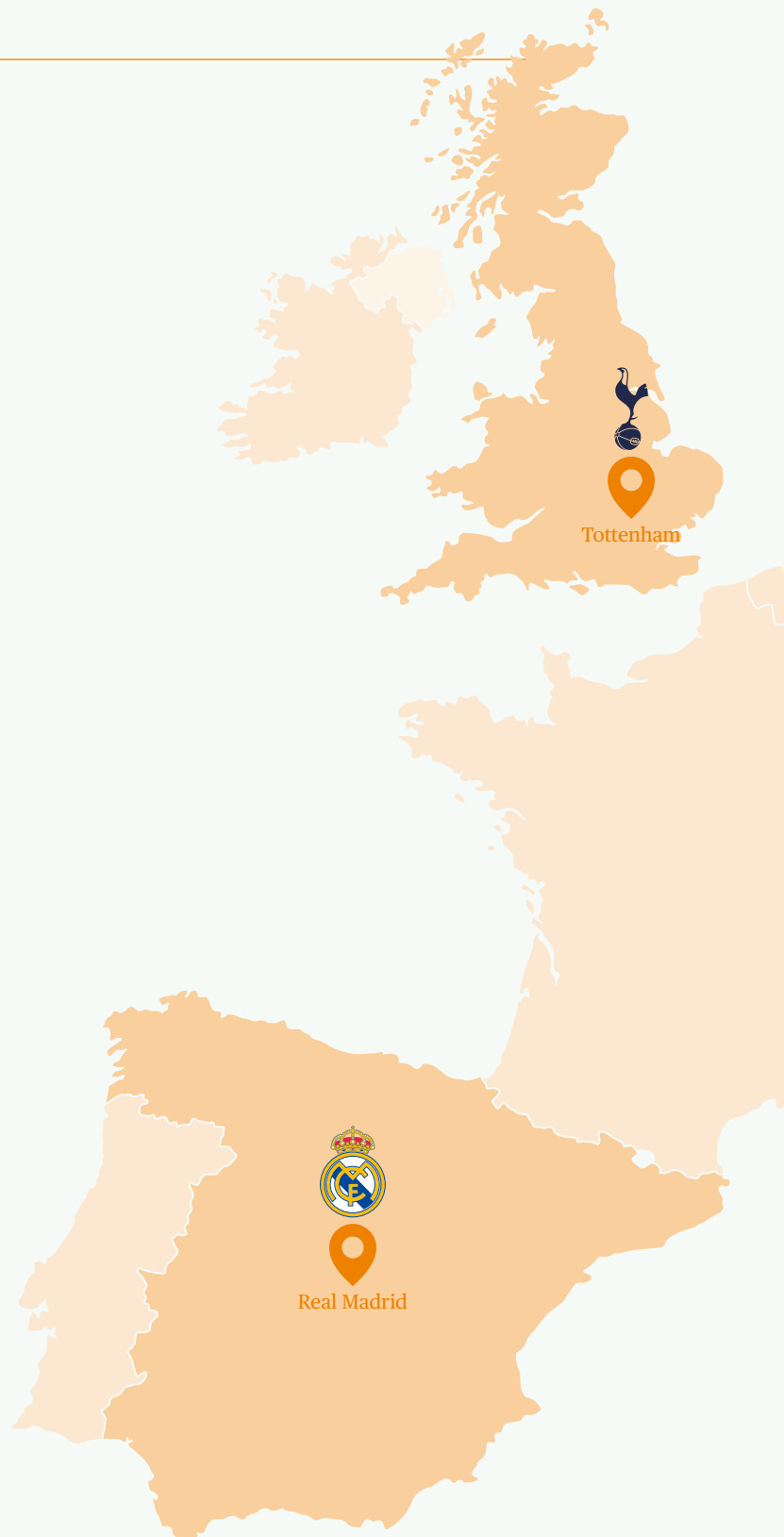
La **progettazione** privilegia hospitality premium ed è **disegnata per valorizzare** servizi «non sportivi» quali **musei, spazi retail, attivazioni degli sponsor e ristorazione**.

L'impianto è solitamente inserito in un'area del contesto cittadino che prevede **progetti di riqualificazione urbana** (edificazione di uffici, centri commerciali e hotel, ampliamento della rete urbana, ecc...), in modo da fornire alla popolazione una nuova zona completamente rigenerata.

In questo contesto, lo stadio evolve da infrastruttura meramente sportiva a vera e propria **destinazione di turismo esperienziale**, diventando **parte del brand globale del club e della città**.

La struttura accoglie un pubblico ampio e trasversale, che include una quota strutturale di visitatori internazionali.

Il calendario è ricco di appuntamenti e improntato a massimizzare l'utilizzo annuale, con eventi che spaziano da concerti a congressi di forte risonanza fino a gare di altre discipline sportive dal forte eco mediatico



Benchmark nazionale e internazionale

Cluster	Club	Impianto	Status	Capienza
Italia	 Inter Milan	Nuovo San Siro	In piano	71.500
Italia	 Juventus	Allianz Stadium	Esistente	41.507
Italia	 Roma	Stadio Pietralata	In piano	60.605
Estero	 Bayer Leverkusen	BayArena	Esistente	30.210
Estero	 Borussia Dortmund	Signal Iduna Park	Esistente	81.365
Estero	 Real Madrid	Santiago Bernabeu	Esistente	83.186
Estero	 Tottenham	Tottenham Hotspur Stadium	Esistente	62.850



 Nome	Impianto all'estero - Realizzato Tottenham Hotspur Stadium
 Club	Tottenham
 Campionato	Premier League
 Capienza	62mila posti (62.850)
 Anno di costruzione	Restyling realizzato tra il 2015 e il 2019 (anno di apertura)
 Valore investimento	1,2 miliardi di euro
 Proprietà impianto	Tottenham Hotspur Football Club (100%)
 Title sponsor	Al momento non esistono naming rights attivi: lo stadio è ufficialmente chiamato Tottenham Hotspur Stadium e il club ha rifiutato offerte importanti, nell'ordine di 15-18 milioni di euro annui
 Insight sulla struttura	È composta da più livelli e dotata di un campo retrattile, spazi modulabili per concerti ed eventi corporate, senza intaccare il terreno di gioco. Tutti gli spazi sono aperti anche nei giorni senza partita. Il risultato è una realtà integrata nel tessuto urbano che genera 400 milioni di euro di impatto economico annuo sull'area e occupa stabilmente 3.700 persone. L'impianto rientra in uno dei piani di rigenerazione urbana più ampi realizzati a Londra, un progetto che oltre ai vari utilizzi della struttura integra spazi pubblici e percorsi pedonali, promuove la mobilità dolce e connette lo stadio con trasporti pubblici, trasformando l'area in polo urbano e non solo sportivo
 Utilizzi non calcistici	È stato concepito come destinazione attiva 365 giorni l'anno nella quale lo sport a tutto tondo – e quindi non solo il calcio – è uno dei molteplici ambiti di utilizzo. È casa degli NFL London Games, diventando la prima sede ufficiale del football americano fuori dagli Stati Uniti, ma non solo: l'impianto ospita fino a 30 grandi eventi non calcistici l'anno
 So what	Il Tottenham Hotspur Stadium rappresenta oggi uno dei casi più avanzati di infrastruttura sportiva globale, concepita non solo come casa di un club di Premier League ma come asset metropolitano e commerciale di rilevanza internazionale: una piattaforma economica, culturale e mediatica che trascende il calcio

FONTE: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis, in collaborazione con Fair Play Advisory

Impianto in Italia - Realizzato**Allianz Stadium****Impianto in Italia - Pianificato****Nuovo San Siro****Juventus****Inter e Milan****Serie A****Serie A**

41mila posti (41.507)

70mila posti (71.500)

Realizzato tra il 2009 e il 2011 (anno di apertura)

Nuova costruzione da realizzare tra il 2027 (inizio lavori previsto nel secondo semestre) e il 2030

155 milioni di euro

1,5 miliardi di euro (stimato)

Juventus Football Club (100%)

Stadio San Siro Spa (100% Nsm Holding, joint venture costituita, alla pari, da Red Stadco Srl e Blueco Srl)

La società ha un accordo – attivo dal 2017 con il gruppo assicurativo Allianz. L'ultimo rinnovo prevede un pacchetto che, oltre alla denominazione dello stadio, include anche il training kit e altre dotazioni, per un valore complessivo da 103 milioni di euro. La quota di riferimento dei naming rights dell'impianto è stimabile in 10 milioni di euro a stagione

Nel progetto congiunto di Inter e Milan le stime delle due società prevedono un title sponsor che versi nelle casse 15-20 milioni di euro a stagione

Il progetto ha rappresentato una discontinuità strutturale per il calcio italiano: stadio senza pista d'atletica, tribune a ridosso del campo, hospitality integrata e gestione diretta da parte del club. Il modello economico è fondato sulla piena valorizzazione del matchday revenue (biglietteria premium, corporate hospitality, sky box) e sul complesso della "Continassa", che integra strutture sportive e commerciali. L'impianto non è un'arena polifunzionale nel senso anglosassone (non ospita NFL o grandi concerti con continuità), ma è parte di un progetto più ampio di riqualificazione dell'area in cui gravita lo stadio

I rendering preliminari prevedono una struttura dotata di due grandi anelli continui con visibilità ottimizzata dal campo, un podio d'ingresso che si trasforma in piazza urbana nei giorni senza eventi e soprattutto zone di premium hospitality tra le più grandi mai dedicate in un impianto. Il nuovo stadio sorgerà nell'area attualmente occupata dal San Siro «storico», consentendo di lasciare in funzione l'attuale impianto fino al completamento della nuova arena. Il progetto, sviluppato da Foster + Partners e Manica, è integrato in un piano più ampio di riqualificazione urbana dell'area di San Siro di circa 281mila mq. Inoltre, un'area di circa 148mila mq sarà destinata ad alberi e parchi e verrà prodotta energia pulita attraverso pannelli fotovoltaici sul tetto dell'impianto

Durante l'anno lo Juventus Stadium ospita eventi aziendali, corporate e concerti. In particolare questa stagione, dopo aver ospitato per la prima volta il rugby, vedrà grandi nomi del panorama musicale per eventi che porteranno nelle casse della società 3 milioni di euro circa. Complessivamente, le attività non calcistiche generano 13-14 milioni di euro a stagione

Si stima che i ricavi extra-matchday del Nuovo San Siro potrebbero portare nelle casse dei club circa 100 milioni aggiuntivi all'anno da tutti quei servizi disponibili all'interno dell'impianto come museo, store, eventi ed attività leisure e retail

L'Allianz Stadium ha il grande merito di aver rotto il paradigma della concessione comunale tradizionale, anticipando di oltre un decennio il dibattito nazionale sulla proprietà privata degli stadi e ha contribuito in modo decisivo alla crescita del brand Juventus nel ciclo vincente 2011-2020, diventando leva competitiva oltre che infrastrutturale

Il Nuovo San Siro è destinato a occupare una posizione unica nel panorama europeo e internazionale. Non si tratta soltanto di uno stadio che potrebbe ridefinire gli standard italiani in materia di infrastrutture sportive, ma dell'unico grande impianto condiviso stabilmente da due club dal blasone globale come Inter e Milan, a loro volta espressione della capitale economica italiana

URBAN STADIUM

Descrizione impianto

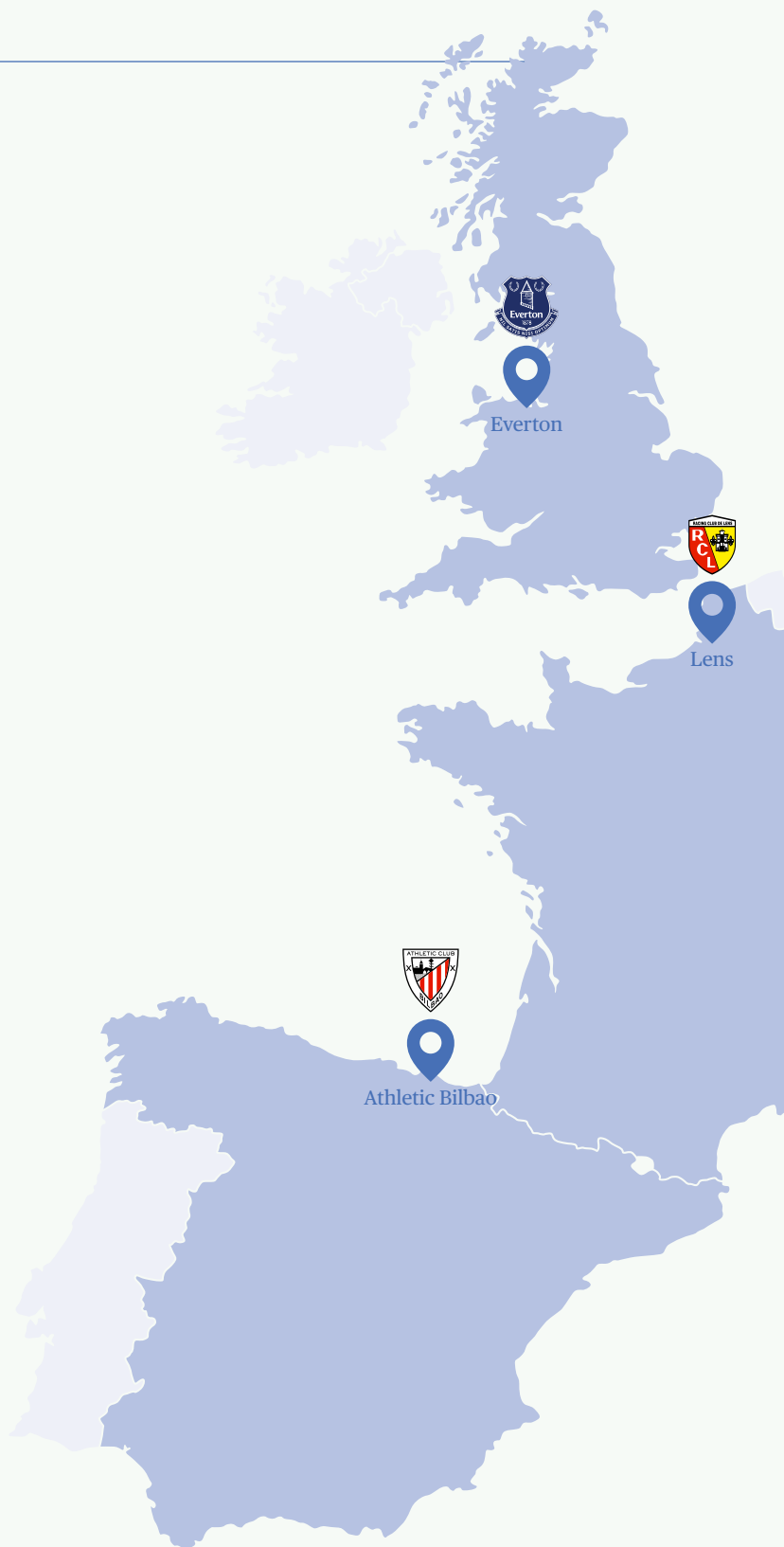
Stadio urbano orientato prevalentemente alla domanda domestica e fortemente integrato nel tessuto cittadino.

L'impianto si sviluppa tipicamente in **città con significativa rilevanza economica e demografica** a livello nazionale, caratterizzate da **elevata dotazione infrastrutturale**.

La progettazione della struttura privilegia **funzionalità e accessibilità**, con un'offerta di servizi hospitality e commerciali organizzata ma non predominante rispetto alla funzione sportiva. Infatti, il palinsesto include eventi sportivi, concerti e manifestazioni corporate di scala prevalentemente nazionale, mantenendo la centralità della gara calcistica e la prevalenza del matchday tra le fonti di ricavo.

La presenza di spazi retail, ristorazione e servizi per il tempo libero è orientata a migliorare l'esperienza matchday e a favorire l'utilizzo dell'impianto anche in occasione di eventi cittadini e manifestazioni locali.

Il **pubblico di riferimento** è composto prevalentemente da **tifosi regionali e nazionali**, con una presenza internazionale limitata e non strutturale. Il calendario eventi è complementare ed orientato a garantire l'utilizzo dell'impianto in coerenza con le esigenze del territorio






FONTE: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis, in collaborazione con Fair Play Advisory

Benchmark nazionale e internazionale

Cluster	Club	Impianto	Status	Capienza
Italia	 Fiorentina	Stadio Artemio Franchi	Ristrutturazione in corso	40.000
Italia	 Cagliari	Nuovo Stadio Gigi Riva	In piano	30.000
Italia	 Genoa Sampdoria	Stadio Luigi Ferraris	Ristrutturazione in piano	30.000
Estero	 Everton	Hill Dickinson Stadium	Esistente	52.769
Estero	 Lens	Stade Bollaert-Delelis	Esistente	38.223
Estero	 Athletic Bilbao	San Mamés	Esistente	53.289
Estero	 Union Berlin	Stadion An der Alten Försterei	Ristrutturazione in piano	40.500



	Impianto all'estero - Realizzato
 Nome	San Mamés
 Club	Athletic Bilbao
 Campionato	La Liga
 Capienza	53mila posti (53.289)
 Anno di costruzione	Restyling realizzato tra il 2015 e il 2019 (anno di apertura)
 Valore investimento	211 milioni di euro
 Proprietà impianto	San Mamés Barria S.L (società pubblico-privata partecipata da: Athletic Bilbao 23,6%, Governo Basco 23,6%, Provincia di Biscaglia 23,6%, Kutxabank (BBK) 23,6%, Comune di Bilbao 5,2%)
 Title sponsor	La società, il Governo Basco e le altre istituzioni locali hanno scelto di non monetizzare i naming rights, mantenendo il nome storico, rafforza ulteriormente il legame identitario con il territorio
 Insight sulla struttura	L'impianto è situato in un hub urbano multifunzionale che ospita spazi sportivi aperti alla cittadinanza, aree commerciali, centro sportivo, aree ristorazione e spazi polifunzionali destinati a eventi culturali e istituzionali, che ne rafforzano la funzione di infrastruttura civica
 Utilizzi non calcistici	Oltre agli utilizzi calcistici e legati al ruolo centrale di «arena civica», il San Mamés ospita concerti di artisti nazionali e manifestazioni rugbystiche di vario livello, tra cui la Champions Cup e Challenge Cup
 So what	Costruito in continuità simbolica e fisica con il vecchio impianto, lo stadio rappresenta una sintesi tra modernità infrastrutturale e identità storica, in linea con i valori del club e della città di Bilbao ed è frutto di un partenariato pubblico-privato che ha coinvolto istituzioni locali e soggetti finanziari del territorio. Il risultato è una struttura fortemente identitaria e totalmente destinata alla città ma capace anche di collocarsi in uno scenario nazionale di rilievo

FONTE: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis, in collaborazione con Fair Play Advisory

Impianto in Italia - In realizzazione**Artemio Franchi****Impianto in Italia - Pianificato****Nuovo Stadio Gigi Riva****Fiorentina****Cagliari****Serie A****Serie A**

40mila posti

30mila posti

Restyling in corso dal 2025. Termine previsto 2029

Nuova costruzione annunciata per il 2026 da ultimarsi per il 2029

265 milioni di euro

220 milioni di euro (compresa demolizione vecchio Sant'Elia)

Comune di Firenze

Comune di Cagliari con concessione pluriennale ed esclusiva al Cagliari Calcio

In questa fase non vi sono accordi in essere ma, secondo le stime, tra appeal della città di Firenze e tradizione sportiva del club, l'eventuale accordo potrebbe collocarsi tra i 3 e i 4 mln di euro annui

Non è stato ancora ufficializzato un accordo, ma non si esclude che possa continuare la partnership con Unipol, società assicurativa che già brandizza l'impianto provvisorio del club vista la durata decennale del contratto. Non è stata resa nota la cifra della sponsorizzazione ma il valore dovrebbe aggirarsi attorno a una stima di 100 milioni di euro in dieci anni

L'intervento di ristrutturazione sta trasformando il Franchi in un impianto moderno pur preservando gli elementi iconici della struttura originale, come la Torre Maratona e le rampe elicoidali. La prima fase dei lavori, che include la Curva Fiesole e parti delle tribune principali, è prevista per il completamento entro fine 2026, ma per la seconda fase, che riguarda il resto dell'anello del pubblico e le strutture di servizio, occorre reperire ulteriori fondi (gap finanziario di 50-60 mln di euro) e appaltare le opere: l'obiettivo è rispettare la chiusura dei lavori da cronoprogramma fissata al 2029

Struttura compatta, completamente coperta con tribune ravvicinate al campo. L'impianto sarà di categoria UEFA 4 e prevede 3.000 posti hospitality e corporate, sky box e aree premium, oltre a museo del club, fan zone, spazi commerciali e ristorazione aperti sette giorni su sette. L'area complessiva di intervento supera i 100.000 metri quadrati, includendo anche progetti di viabilità, parcheggi e riqualificazione urbana della zona. La sostenibilità ambientale rappresenta un elemento chiave anche grazie all'ampio utilizzo della tecnologia. L'efficienza energetica passa dall'illuminazione a led, all'installazione di pannelli fotovoltaici e sistemi HVAC modulabili per la gestione di temperatura e ventilazione in funzione delle presenze

Lo scopo principale del progetto resta quello di dotare la Fiorentina di un impianto dagli alti standard UEFA (3 o 4) che sia in grado anche di essere selezionato tra le sedi per Euro 2032

Pensato come polo urbano a tutto tondo – e non solo sportivo dunque – il nuovo impianto intende ospitare eventi culturali e di business oltre che di eventi sportivi non calcistici

Il restyling dello Stadio Artemio Franchi è più di una semplice modernizzazione: è un progetto di trasformazione che miscela tutela storica (in quanto si preserva la struttura originale opera del celebre ingegnere Pier Luigi Nervi), adeguamento funzionale e prospettiva internazionale dell'impianto ancor prima che del club

Il progetto del nuovo stadio Gigi Riva è prima di tutto un progetto di rigenerazione urbana, ancor prima che sportiva, e vuole suggellare il legame tra club e città comportando un salto economico per entrambe le realtà. È, in quest'ottica, una delle operazioni più strutturate e sinergiche del calcio italiano contemporaneo

GLOCAL STADIUM

Descrizione impianto

Stadio fortemente iconico, pensato per **amplificare la visibilità internazionale**, spesso in chiave prospettica, **del club e del territorio**.

Si sviluppa tipicamente in **città di dimensione contenuta** ma dal rilevante appeal, caratterizzate da **forte attrattività internazionale** e in grado di intercettare cospicui flussi turistici.

La progettazione integra **servizi hospitality di livello elevato** con una forte **attenzione all'identità locale**, valorizzando elementi architettonici, culturali e narrativi legati al territorio e al club, che diventano parte integrante della dimensione simbolica dell'impianto.

In questo contesto, lo **stadio** rappresenta un **asset strategico per il posizionamento globale del club**, supportandone sviluppo ed espansione senza perdere il proprio ruolo di riferimento per la comunità locale.

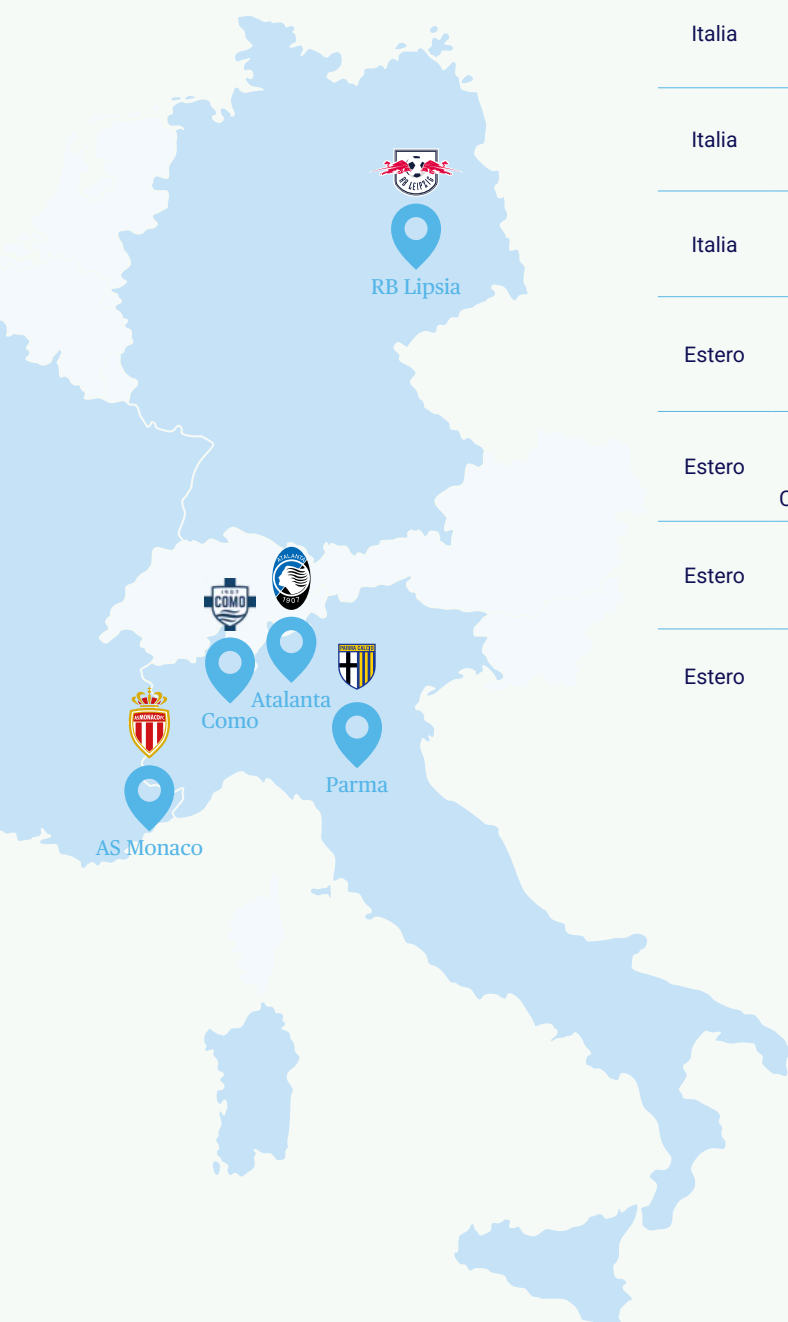
La presenza di **spazi retail e ristorazione** è strutturata e volta a stimolare e ad offrire agli spettatori, con particolare riferimento agli utenti esteri, un'esperienza sfaccettata e articolata (attraverso attività che sfruttano al meglio le peculiarità del territorio)














FONTE: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis, in collaborazione con Fair Play Advisory

Benchmark nazionale e internazionale

Cluster	Club	Impianto	Status	Capienza
Italia	 Atalanta	New Balance Arena	Esistente	24.950
Italia	 Como	Stadio Giuseppe Sinigaglia	Ristrutturazione in piano	15.000
Italia	 Parma	Stadio Ennio Tardini	Ristrutturazione in piano	22.000
Estero	 AS Monaco	Stade Louis II	Esistente	18.523
Estero	 Crystal Palace	Selhurst Park	Ristrutturazione in piano	34.000
Estero	 Villarreal	Estadio de la Cerámica	Esistente	23.500
Estero	 RB Lipsia	Red Bull Arena	Esistente	47.069



 Nome	Impianto all'estero - Realizzato Red Bull Arena (Zentralstadion)
 Club	RB Lipsia
 Campionato	Bundesliga
 Capienza	41mila posti (41.122)
 Anno di costruzione	Nuova costruzione realizzata tra il 2000 e il 2004
 Valore investimento	116 milioni di euro
 Proprietà impianto	RasenBallsport Leipzig (100%)
 Title sponsor	Non esistono accordi di naming rights in quanto l'impianto porta il nome della società di bevande energetiche austriaca proprietaria del club dal 2009. La struttura e la società rientrano quindi nell'ampio piano di investimenti nel calcio e più in generale nello sport di Red Bull
 Insight sulla struttura	La Red Bull Arena è stata costruita come parte delle infrastrutture di Germania 2006, su progetto dello studio di architettura Gerkan, Marg und Partner (gmp) e ha ospitato in seguito anche i campionati di Euro 2024. È uno degli impianti di riferimento dal punto di vista della sostenibilità ambientale ed è uno dei primi impianti 'Zero Waste' del calcio europeo (85% dei rifiuti generati dallo stadio viene ridotto, riciclato e recuperato), adotta un sistema di gestione energetica certificato ISO 50001, utilizza illuminazione LED e integra una quota di energia da fonti rinnovabili. Inoltre ha sostituito i seggiolini con fibre riciclate al 90%
 Utilizzi non calcistici	Pur non essendo progettata come venue multi-purpose nel senso più ampio del termine, la Red Bull Arena è utilizzata per eventi aziendali e conferenze legate al brand Red Bull e fa parte del Red Bull Campus Deutschland, polo sportivo e formativo
 So what	La Red Bull Arena è il simbolo dell'ascesa del Lipsia , dalla quinta categoria tedesca alla massima divisione e rappresenta una delle diverse scommesse sportive dell'universo Red Bull. Ha chiuso una stagione recente con oltre mezzo milione di visitatori complessivi, su oltre 100 eventi tra concerti, grandi manifestazioni e spettacoli live ponendola sia come struttura di rilievo calcistico, sia come arena di rilievo per la regione della Sassonia

FONTE: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis, in collaborazione con Fair Play Advisory

Impianto in Italia - Realizzato**New Balance Arena****Impianto in Italia - Pianificato****Stadio Giuseppe Sinigaglia****Atalanta****Como****Serie A****Serie A**

25mila posti (24.950)

15mila posti

Restyling realizzato tra il 2019 e il 2024

Restyling stimato tra il 2027 e il 2028

100 milioni di euro

70 milioni di euro (stimato)

Stadio Atalanta S.r.l. (controllata da La Dea Srl, 100%)

Comune di Como (100%)

New Balance dal 2025 (dal 2019 al 2024 i naming rights erano stati acquisiti da Gewiss, azienda globale ma di matrice bergamasca) I ricavi da naming rights sono stimati nell'ordine di 1 milione di euro a stagione

Essendo ancora un progetto in cantiere, non sono circolate voci sull'interessamento di sponsor esterni alla famiglia Hartono, proprietaria del club. Considerando la crescita sportiva degna di nota della società, le cifre di un eventuale title sponsor potrebbero crescere esponenzialmente

L'impianto non è un landmark metropolitano né un polo di attrazione globale, ma uno stadio identitario con una forma della curva ispirata al benchmark emblematico del Borussia Dortmund, riconoscibile ma anche funzionale e moderno. I ricavi principali restano quelli da matchday ma è interessante rilevare come il rebranding, in favore dello sponsor tecnico, abbia abbracciato anche il centro giovanile di Zingonia riflettendo la strategia del club che vede nel vivaio un asset sia sportivo che economico. Dal 2019 vi è stato un restyling complessivo che ha visto il rifacimento delle curve, l'adeguamento degli standard UEFA, necessari nell'ottica di vedere militare stabilmente il club in Champions o Europa League, e il miglioramento complessivo dell'esperienza spettatore, puntando a raccogliere l'interesse anche da parte degli appassionati di calcio esteri

Il progetto, affidato allo Studio Populous, punta a un impianto moderno e arioso articolato su quattro piani. Al piano terra vi sarà l'area commerciale e la hall dell'hotel; il primo e il secondo piano saranno destinati al centro medico e le camere dell'hotel mentre al terzo piano è previsto un ristorante e all'ultimo piano un bar rooftop. L'obiettivo dichiarato dal presidente del Como, Mirwan Suwarso, è rendere lo stadio parte del brand "Lake Como", dove il calcio è elemento integrante e non centrale, inserito in una proposta polifunzionale di ospitalità e commercio. I lavori di restyling hanno suscitato perplessità dal punto di vista ambientale, architettonico e paesaggistico

Gli utilizzi extra-sportivi sono selettivi e limitati, coerenti con il contesto urbano e con la vocazione dello stadio: eventi corporate in particolare di aziende del territorio, iniziative di club (presentazioni, incontri, attività istituzionali) e attività per la community

Spazi commerciali, hotel, bar con vista sul lago. Tutto quanto possa contribuire a rafforzare l'offerta turistica a carattere esperienziale. La proprietà del club vuole infatti posizionarsi come meta di turismo calcistico premium, offrendo pacchetti viaggio per tifosi stranieri che uniscano la partita a esperienze esclusive sul lago

La New Balance Arena rappresenta uno dei casi più significativi nel panorama europeo di stadio "glocal", capace di coniugare una forte identità territoriale con la progressiva presenza internazionale del club, ormai stabilmente nelle competizioni europee da oltre un decennio

Il nuovo Stadio Giuseppe Sinigaglia vuole diventare un polo sportivo, commerciale e turistico unico sul Lago di Como. L'impianto non vuole essere solo la casa del Como ma anche un asset strategico per il brand "Lake Como", un punto di riferimento glocal capace di attrarre pubblico, ospiti e visitatori, con una rilevante componente estera, durante tutto l'anno

LOCAL STADIUM

Descrizione impianto

Stadio di scala locale o regionale, con funzione prevalentemente sportiva e comunitaria.

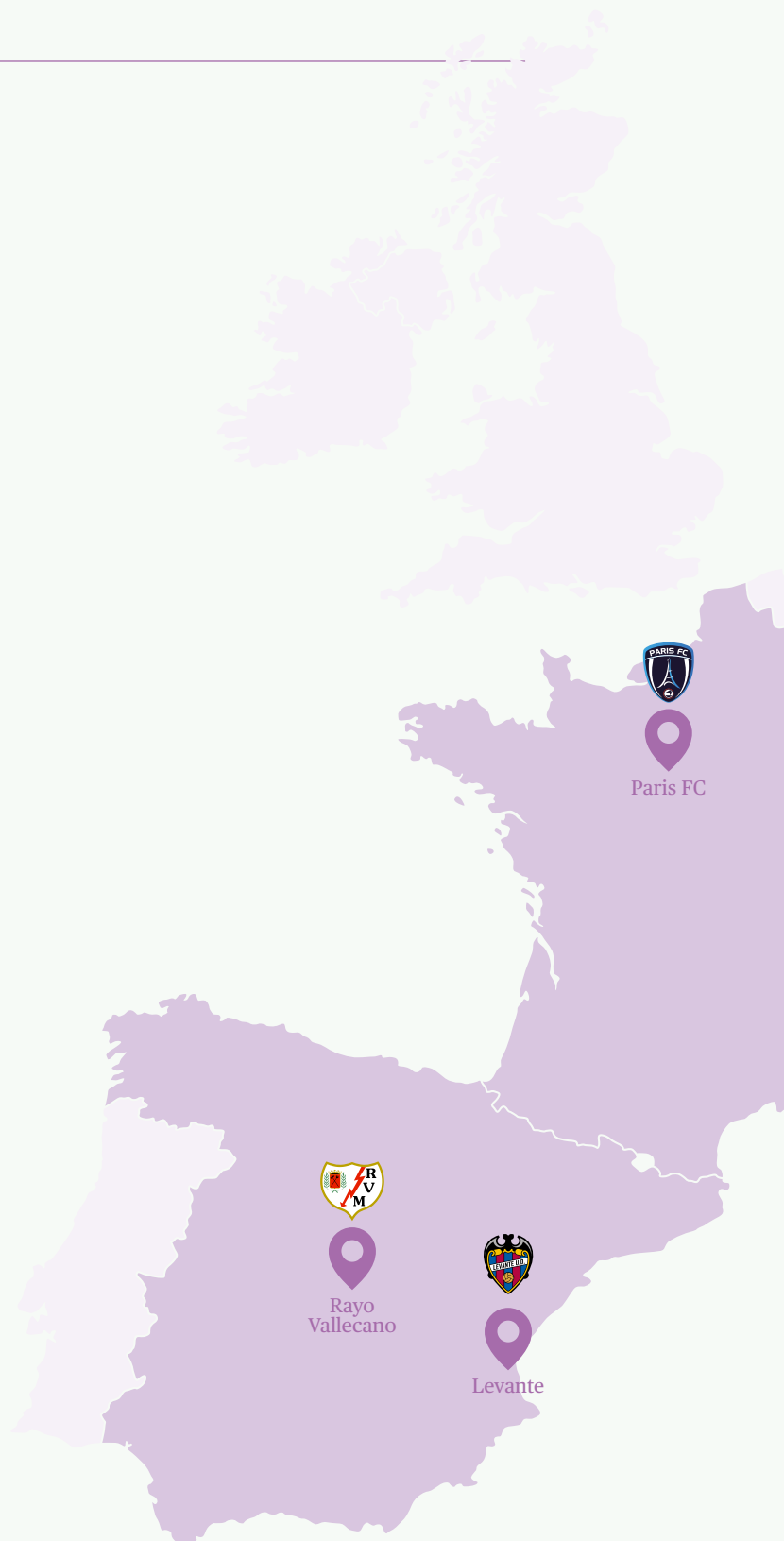
Si tratta di un'infrastruttura orientata al territorio e fortemente integrata nel contesto urbano e sociale di prossimità. L'impianto si sviluppa tipicamente in **città di dimensione contenuta**, caratterizzate da una base di domanda radicata e da una **limitata esposizione ai flussi turistici**.

La progettazione della struttura privilegia **sostenibilità operativa, funzionalità e fruibilità per il pubblico locale**, con un'offerta di servizi hospitality e commerciali essenziale e strettamente legata al contesto territoriale.

La presenza di retail, ristorazione e servizi complementari è orientata principalmente al miglioramento dell'esperienza matchday e all'utilizzo dell'impianto anche in occasione di eventi civici.

Il **pubblico di riferimento** è composto prevalentemente da **tifosi locali**.

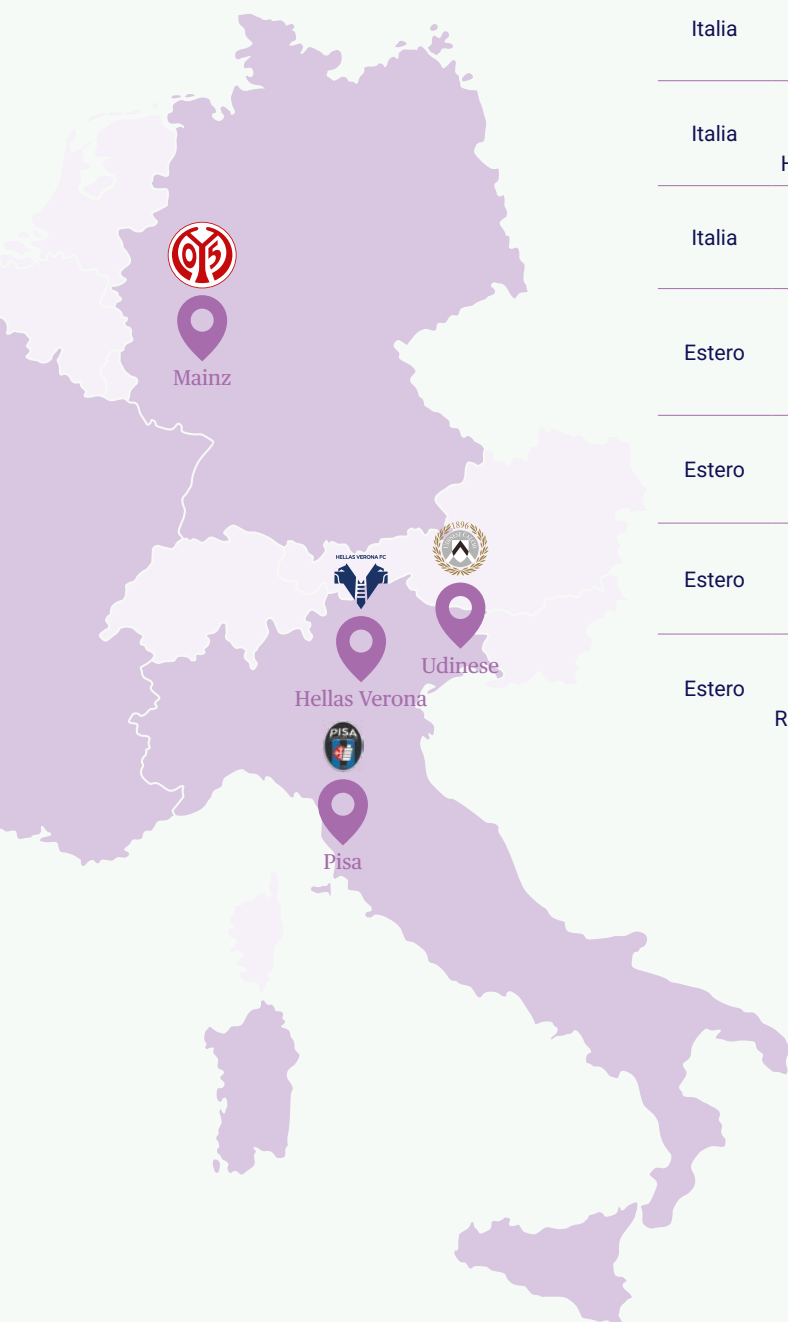
Il calendario eventi è ridotto e strettamente accessorio, includendo prevalentemente manifestazioni cittadine e iniziative territoriali. La **vocazione calcistica mantiene l'assoluta predominanza**, con il matchday come driver dominante di affluenza e ricavi



FONTE: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis, in collaborazione con Fair Play Advisory

Benchmark nazionale e internazionale

Cluster	Club	Impianto	Status	Capienza
Italia	 Udinese	Bluenergy Stadium	Esistente	25.144
Italia	 Hellas Verona	Nuovo Stadio Bentegodi	In piano	32.500
Italia	 Pisa	Arena Garibaldi	Esistente	12.508
Estero	 Levante	Estadi Ciutat de València	Esistente	26.354
Estero	 Mainz	MEWA Arena	Esistente	34.034
Estero	 Paris FC	Stade Jean-Bouin	Esistente	20.000
Estero	 Rayo Vallecano	Campo de Fútbol de Vallecas	Esistente	14.708



Impianto all'estero - Realizzato	
 Nome	Stade Jean-Bouin
 Club	Paris FC
 Campionato	Ligue 1
 Capienza	20mila posti
 Anno di costruzione	Restyling effettuato tra il 2010 e il 2013
 Valore investimento	50 milioni di euro
 Proprietà impianto	Comune di Parigi (100%); con oneri di gestione affidati allo Stade Français e accordi di utilizzo (canone di locazione) condiviso per Paris FC
 Title sponsor	Recentemente lo Stade Français aveva raggiunto un accordo con BHV per una sponsorship da 100mila euro annui. L'accordo è poi naufragato per veto definitivo del sindaco di Parigi. La nuova condivisione con la squadra calcistica potrebbe aprire a partnership più remunerative
 Insight sulla struttura	Lo Stade Jean-Bouin è un impianto storico e contemporaneamente moderno, caratterizzato da una facciata in cemento fibrato con un motivo a rete che dialoga con il contesto urbano prestigioso del 16° arrondissement, a pochi metri dal Parc des Princes. Il restyling ha trasformato l'impianto in un'arena 'polisportiva' che ospita alternativamente rugby e calcio
 Utilizzi non calcistici	In passato lo stadio ha anche ospitato eventi non tradizionali. È stato infatti scelto come venue per competizioni come gli Ocean Games. La sua posizione, la prossimità con il Parc des Princes e la presenza di infrastrutture di accoglienza nel quartiere rendono Jean-Bouin un luogo attrattivo per concerti, iniziative corporate oltre a confermare la sua vocazione di piazza sportiva urbana
 So what	La peculiarità dello Stade Jean-Bouin è quella di essere un esempio virtuoso di condivisione d'impianto : ospita la principale formazione di rugby di Parigi (Stade Français) e ora (dal 2025) il Paris FC. La convivenza richiede un'elevata coordinazione di calendari e operazioni, ma offre al Paris FC una piattaforma competitiva molto più adatta alla Ligue 1 rispetto al precedente Charléty

FONTE: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis, in collaborazione con Fair Play Advisory

Impianto in Italia - Realizzato**Bluenergy Stadium (Stadio Friuli)****Impianto in Italia - Pianificato****Nuovo Stadio Bentegodi****Udinese****Verona****Serie A****Serie A**

25mila posti (25.144)

Tra 30mila e 32mila in base agli spazi destinati all'hospitality premium

Restyling realizzato tra il 2013 e il 2016

Nuova costruzione annunciata tra il 2026 e il 2030

50 milioni di euro

300 milioni di euro

Udinese Calcio (100%) - accordo di diritto di superficie per 99 anni con il Comune di Udine stipulato nel 2013

Attualmente Comune di Verona (attuale Bentegodi) ma non si esclude un partenariato pubblico-privato, con HV1903 LLC – società controllata dalla proprietà di Hellas Verona – per far avanzare l'iter tecnico ed economico

Il ruolo è ricoperto da Bluenergy dal 2023 (precedentemente, dal 2016 al 2023 i naming rights erano stati acquisiti da Dacia, casa automobilistica). I ricavi di naming rights sono stimati nell'ordine di 1 milione di euro a stagione

Al momento non risultano negoziazioni in corso, dato anche lo stadio preliminare del progetto, ma la possibilità di accordi commerciali legati alla denominazione dell'impianto rientra nei piani di sostenibilità economica

Lo stadio è stato classificato tra gli impianti più ecosostenibili d'Europa nel 2023, quarto a livello mondiale. Sempre da quell'anno la struttura può fregiarsi anche del titolo CO₂ free, grazie alle opere di efficientamento energetico e alle forniture green garantite da Bluenergy. Nel complesso gli interventi in ambito sostenibile hanno consentito un risparmio complessivo di 5.620 tonnellate di CO₂ dal 2018. Lo stadio è una best practice per il calcio italiano e non è un caso se sia stato scelto come sede della Supercoppa UEFA 2025, l'evento sportivo più importante mai organizzato in Friuli-Venezia Giulia

Essendo ancora in fase di iter amministrativo (è in corso lo studio di fattibilità) non sono noti dettagli sulla struttura. Quanto emerso in fase di rendering prevede un impianto polifunzionale, con copertura totale e spazi commerciali interni con l'idea di ottenere una struttura che sia vero polo urbano di riferimento, in grado di accogliere pubblico e attività anche nei giorni senza calcio

L'impianto, sin dalla sua progettazione, è stato pensato per un utilizzo anche non sportivo come meeting aziendali ed eventi business e corporate. La struttura offre tre livelli completamente accessibili al pubblico e una vocazione totalmente poliedrica: dalla discoteca, al centro commerciale fino alla scuola di musica al piano interrato, al Macron Store e alla Birreria al piano terra, fino al centro congressi, l'area ristoranti e bar al piano superiore. Ogni anno ospita anche concerti di importanti artisti nazionali

Il nuovo Bentegodi è pensato fin dall'origine non solo come casa dell'Hellas Verona, ma come venue polifunzionale capace di ospitare eventi culturali connessi al tessuto urbano, manifestazioni aziendali, workshop, spazi per la socialità e servizi aperti al pubblico. In prospettiva, il nuovo impianto è pensato anche come hub per eventi musicali e di entertainment, iniziative legate al turismo e manifestazioni capaci di attrarre pubblico diversificato senza snaturare la sua vocazione urbana

Il Bluenergy Stadium di Udine è a tutti gli effetti una infrastruttura al servizio della comunità e rappresenta un modello evoluto di stadio locale e regionale, centrato sulla sostenibilità ambientale ed economica, sull'efficienza gestionale e sul rapporto con la comunità

Il nuovo Stadio Bentegodi può diventare molto più di un impianto casalingo per l'Hellas Verona: un luogo che affianca alla vocazione sportiva un'offerta continuativa di servizi, eventi e attività in dialogo con turismo, cultura e vita quotidiana di Verona, valorizzando il territorio e coinvolgendo pubblici diversi





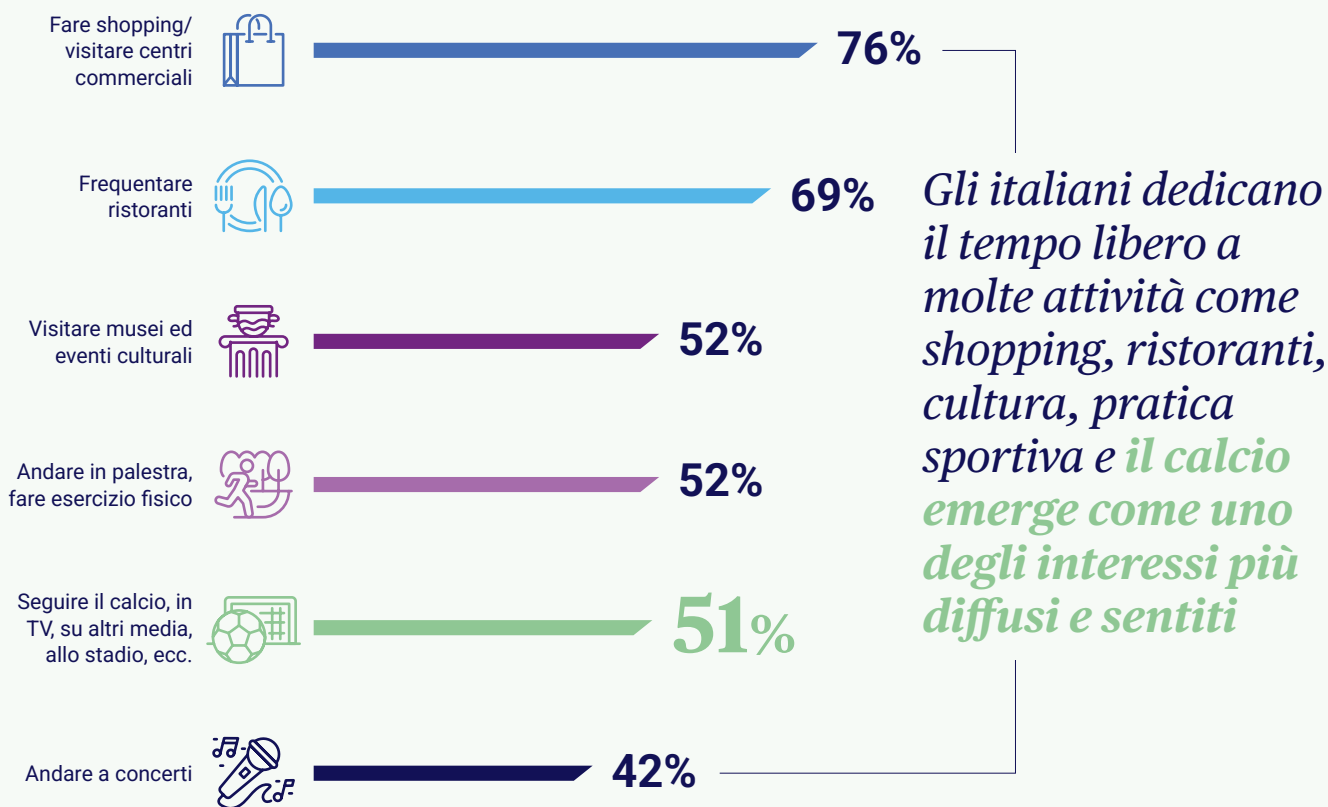
L'attrattività dei nuovi stadi

In collaborazione con Ipsos Doxa, che ha condotto l'indagine quantitativa

Il calcio è una passione molto diffusa tra gli italiani condividendo sostanzialmente la terza posizione con gli eventi culturali e l'attività fisica

Attività svolte nel tempo libero

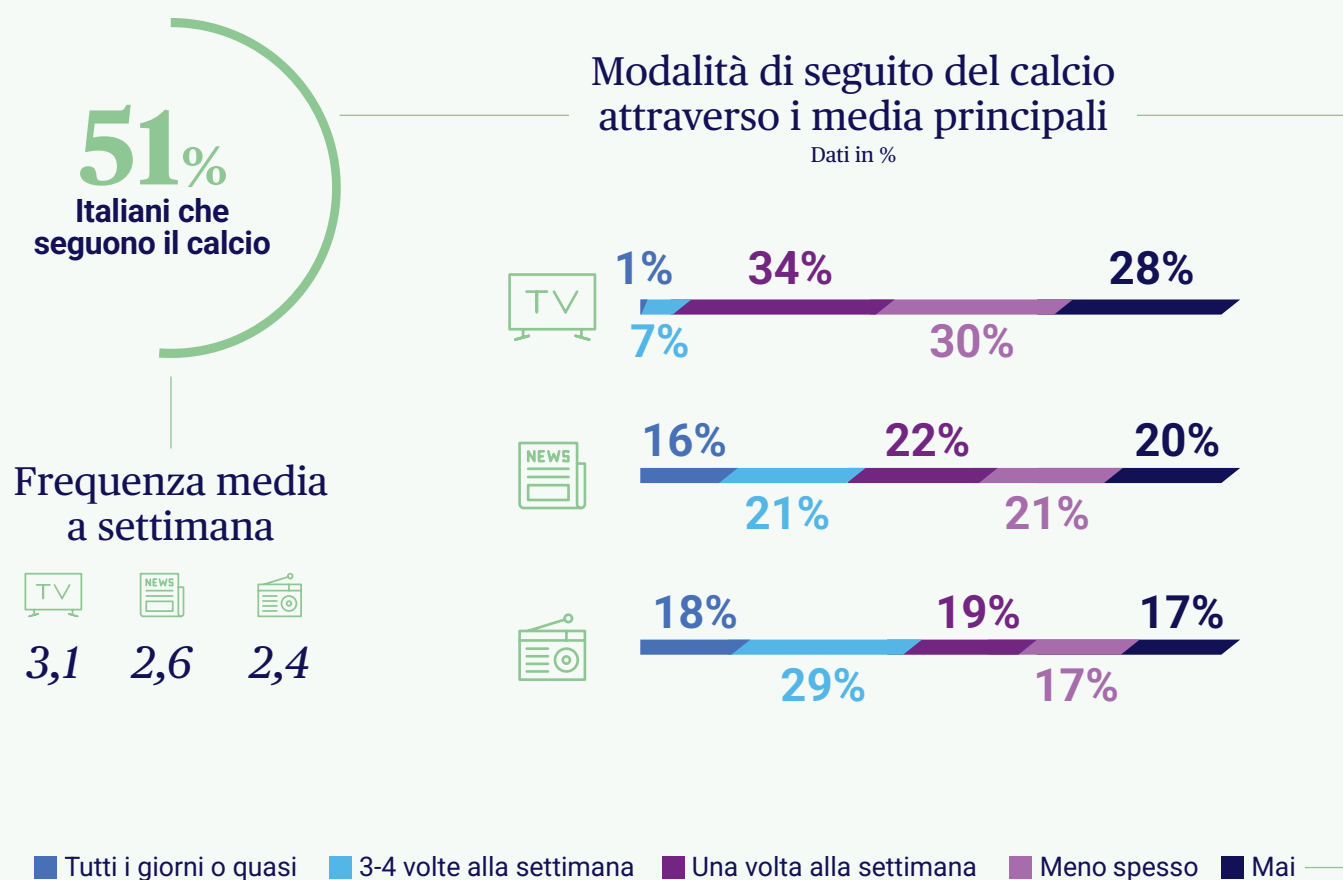
Dati in % - Risposta multipla



FONTE: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis su survey condotta da Ipsos Doxa (2.004 interviste a popolazione italiana maggiorenne 18-70 anni)

La televisione è il canale privilegiato per seguire il calcio, con una frequenza di fruizione nettamente superiore agli altri media. La radio continua a svolgere un ruolo, grazie a stazioni *ad hoc* e trasmissioni dedicate sulle principali emittenti nazionali

Non solo matchday: gli italiani si aggiornano con frequenza sulle vicende della propria squadra del cuore e lo fanno attraverso media diversificati, con la tv sempre regina indiscussa

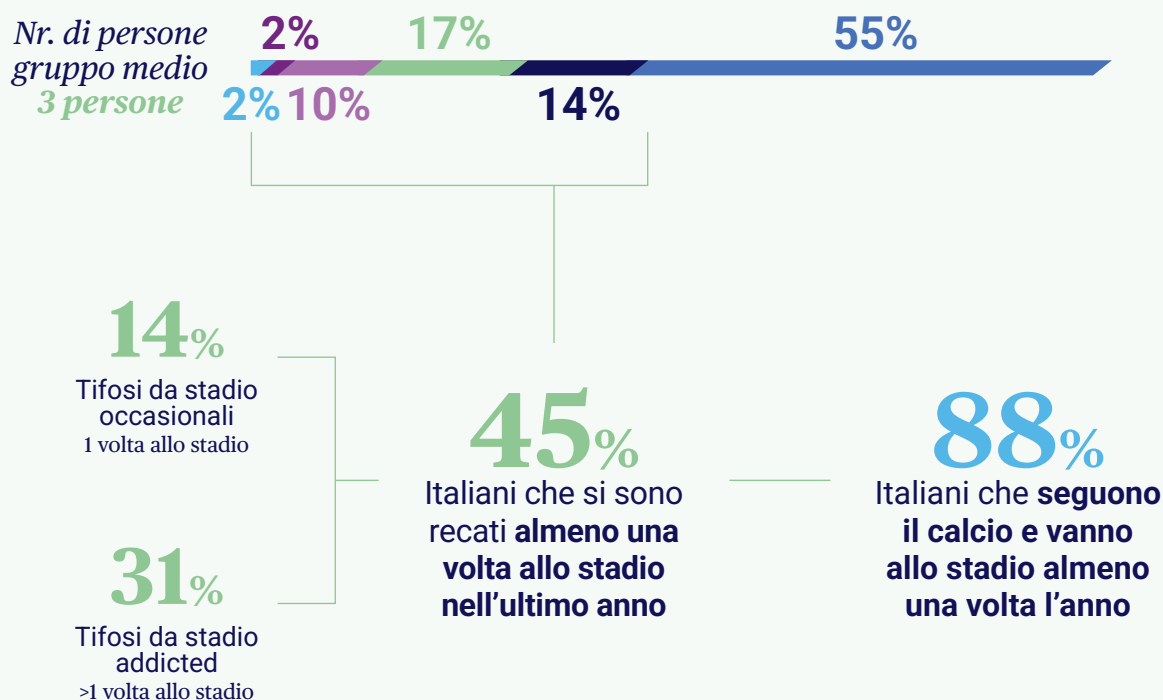


FONTE: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis su survey condotta da Ipsos Doxa (1.022 interviste a popolazione italiana maggiorenne 18-70 anni che segue il calcio)

Il 45% degli italiani, e quindi l'88% di chi segue il calcio, va allo stadio almeno una volta l'anno. Tra questi, due su tre sono tifosi che si recano a vedere più partite durante la stagione, con il restante un terzo che ha vissuto l'esperienza dal vivo solo in un'occasione. Andare allo stadio è, così, visto come un **momento di passione e convivialità, vissuto in gruppi medi di 3 persone**

Frequenza partite allo stadio ultimi 12 mesi

Dati in %



- Più di 10 volte
- 6-10 volte
- 4-5 volte
- 2-3 volte
- Una volta
- Mai

FONTE: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis su survey condotta da Ipsos Doxa (2.004 interviste a popolazione italiana maggiorenne 18-70 anni)

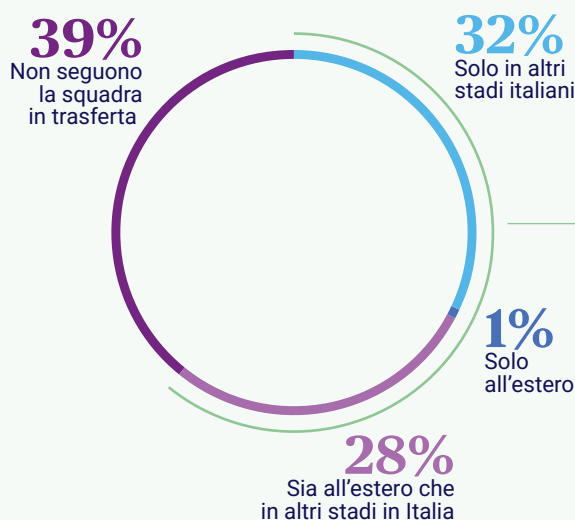


Più della metà dei tifosi (61%) unisce la passione per la propria squadra al piacere di viaggiare andando in trasferta. Oltre all'evento sportivo in sé, sono apprezzate **l'atmosfera e il senso di comunità** che spicca in «casa» degli avversari

La trasferta arricchisce l'esperienza del tifoso: non è solo seguire la squadra, ma scoprire nuove città, vivere l'atmosfera degli stadi avversari e condividere momenti di comunità che nascono proprio lontano da casa

Presenza allo stadio in trasferta

Dati in %



61%

Driver per seguire la squadra in trasferta

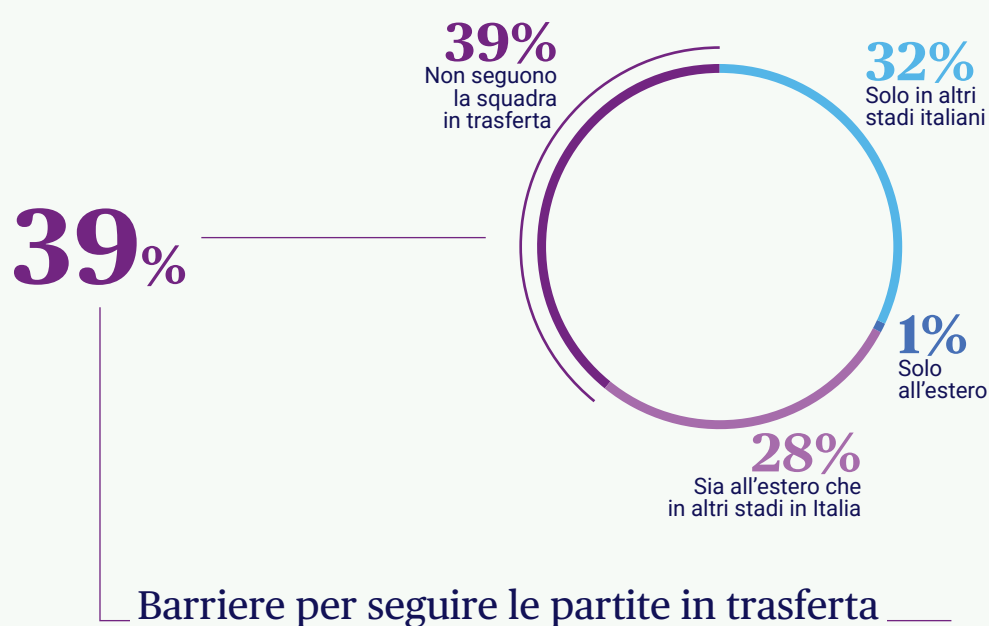
Dati in %

Base: Seguono la propria squadra in trasferta (in altri stadi o all'estero), risposta multipla



FONTE: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis su survey condotta da Ipsos Doxa (902 interviste a popolazione italiana maggiorenne 18-70 anni che si è recata allo stadio almeno 1 volta nell'ultimo anno)

Le trasferte, d'altro canto, **presentano un'accessibilità condizionata dai costi correlati e complessità organizzativa**, barriere che scoraggiano il 39% dei tifosi da stadio ad andare «fuori casa» per supportare la propria squadra del cuore



Dati in %

Base: Seguono la propria squadra in trasferta (in altri stadi o all'estero), risposta multipla

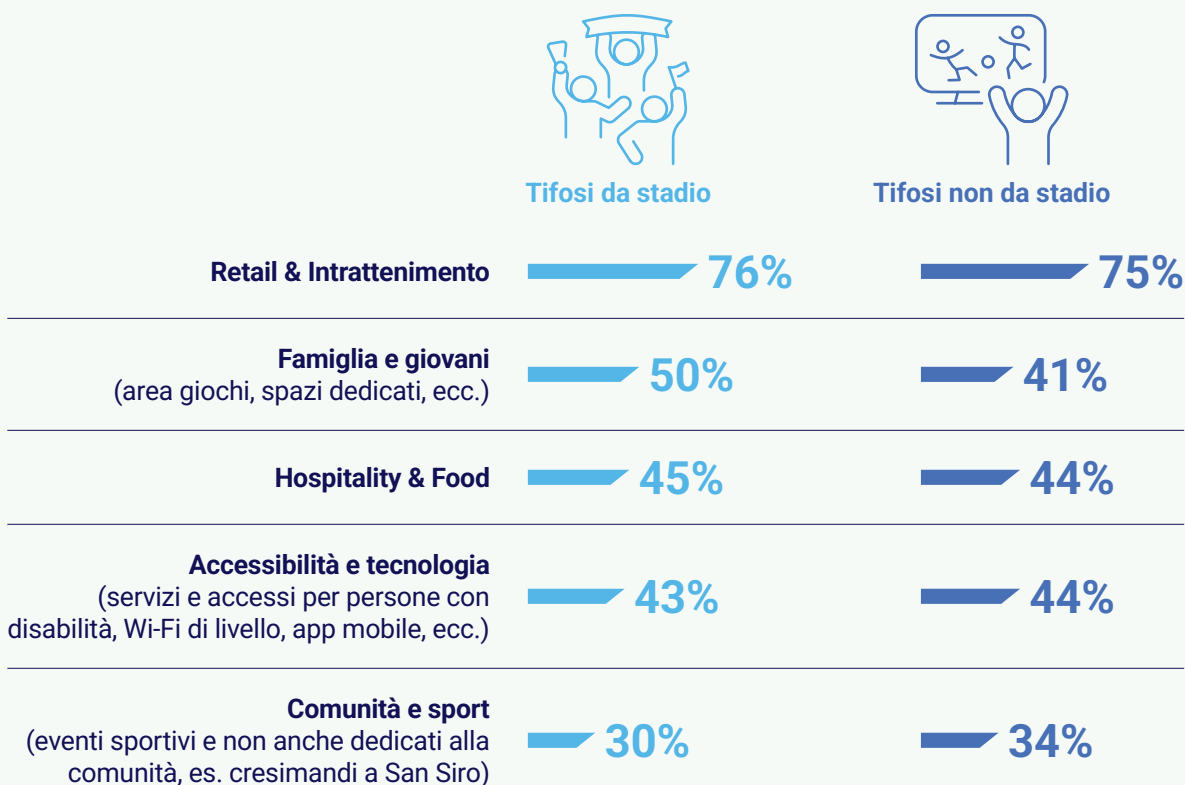
- 54%** Il costo complessivo è troppo elevato
- 29%** Mancanza di tempo/è troppo impegnativo in termini di organizzazione
- 22%** Preferisco guardare le partite in trasferta in TV o con gli amici
- 18%** Preoccupazioni per sicurezza (viaggio o ambiente stadio ospitante)
- 14%** Gli orari delle partite rendono gli spostamenti troppo difficili
- 13%** Non ho un gruppo di amici o conoscenti con cui organizzare
- 11%** Complessità o limitazioni nell'acquisto dei biglietti per i settori ospiti

FONTE: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis su survey condotta da Ipsos Doxa (902 interviste a popolazione italiana maggiorenne 18-70 anni che si è recata allo stadio almeno 1 volta nell'ultimo anno)

La richiesta unanime, sia da parte dei tifosi che dei non tifosi, è che **lo stadio evolva da semplice impianto sportivo a centro multifunzionale. I servizi legati a “Retail & Intrattenimento”** (concerti, eventi, musei, negozi) sono identificati come driver prevalente per aumentare la frequentazione delle strutture

Classifica dei servizi per preferenza

Dati in % - risposta multipla



- **Lo stadio non è più solo il luogo della partita, ma uno spazio che deve offrire valore anche oltre i 90 minuti.** Tifosi e non tifosi chiedono servizi e attività che rendano l'impianto vivo durante tutta la settimana
- Si aspettano inoltre funzioni che **rafforzino il ruolo sociale dello stadio**, come aree comunitarie e servizi utili al territorio

FONTE: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis su survey condotta da Ipsos Doxa (2.004 interviste a popolazione italiana maggiorenne 18-70 anni)

Lo stadio ideale è un luogo attivo, integrato con la città e capace di generare esperienze significative prima, durante e dopo l'evento sportivo

Dalle analisi emerge con forza la **necessità di un rinnovamento infrastrutturale**

— *Metodologia e analisi*

Per misurare l'appeal dei 4 modelli di stadi qui proposti, abbiamo segmentato il campione di ricerca, sottoponendo a ciascun sottogruppo una combinazione di due *concept di stadi* in modalità *blind*

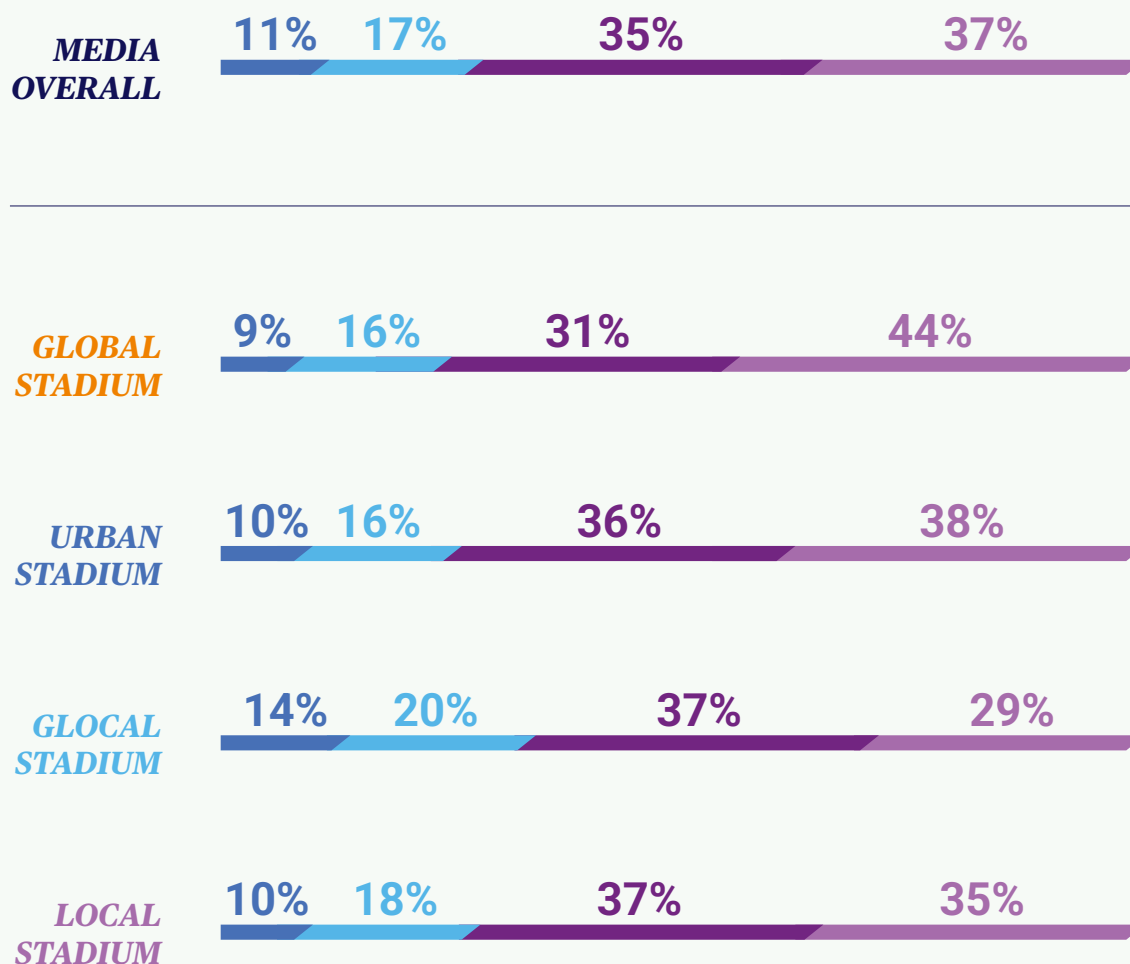
- Trasversalmente ai quattro stadi, **oltre un intervistato su tre è positivo in merito alle tipologie proposte**
- Emerge l'assenza di forti criticità trasversalmente alle proposte: il basso numero di aspetti negativi indica un **generale clima di apertura verso questi modelli di infrastrutture sportive**
- **Il maggiore entusiasmo è per il modello del Global Stadium (44%)**, trainato dal fascino di una struttura con ampie potenzialità e un ruolo internazionale
- **Minor positività è per il Glocal Stadium (29%)**, a causa di un ruolo meno diffusamente percepito dagli intervistati perché nuovo per il nostro Paese

I modelli proposti - Global, Urban, Glocal e Local Stadium - mostrano come l'evoluzione degli impianti non sia solo una risposta ai bisogni dei club, ma **una leva strategica per la competitività e lo sviluppo dell'intero sistema calcistico**

Valutazione dei modelli

Dati in % - Voti 1-10

■ Non sa ■ Scettici (1-5) ■ Indifferenti (6-7) ■ Entusiasti (8-10)

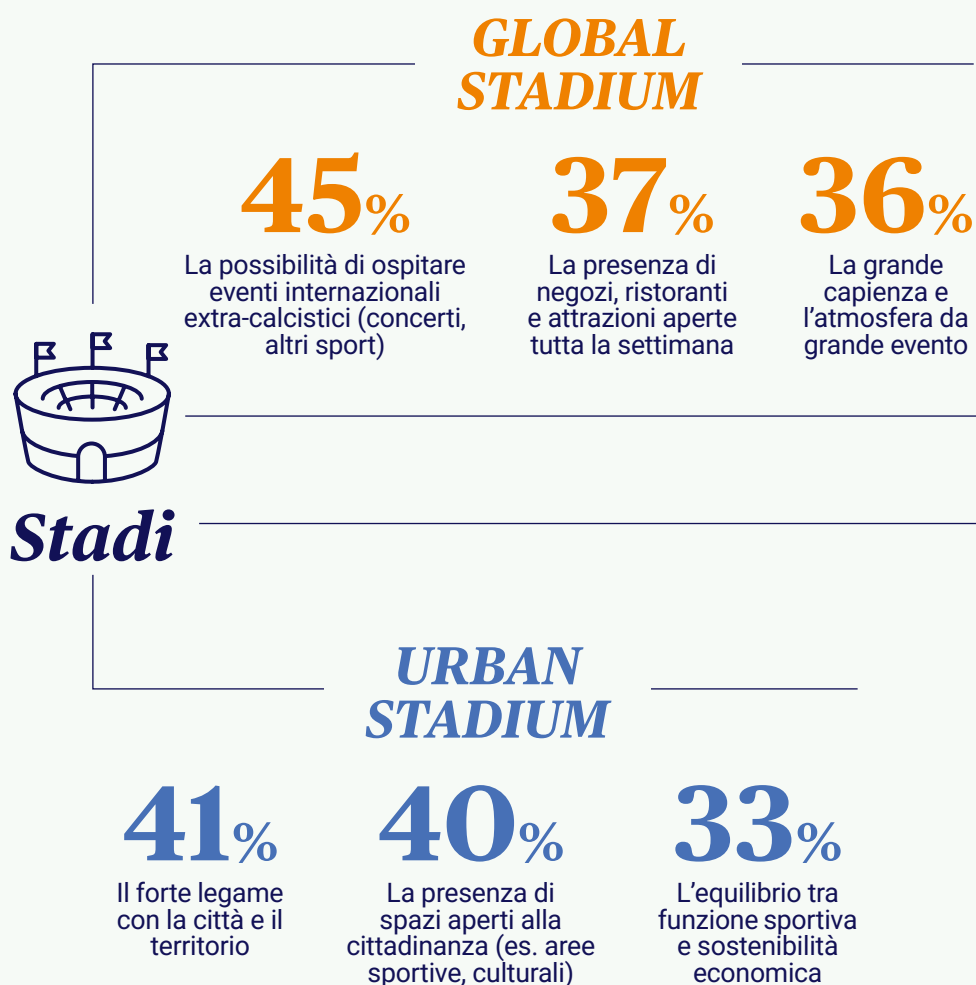


FONTE: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis su survey condotta da Ipsos Doxa (2.004 interviste a popolazione italiana maggiorenne 18-70 anni)

Ogni stadio ha la sua leva: le **persone** premiano il **Global Stadium** per i grandi spazi ed eventi di portata internazionale, l'**Urban Stadium** per il forte **legame con la città** e ai suoi servizi

Top 3 caratteristiche modello

Dati in % - risposta multipla



FONTE: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis su survey condotta da Ipsos Doxa (2.004 interviste a popolazione italiana maggiorenne 18-70 anni)

Il Glocal Stadium per un'esperienza più raccolta e calibrata sulle esigenze dei tifosi mentre il **Local Stadium per un impatto economico e sostenibile adatto al territorio** circoscritto in cui è inserito

42%

La capacità e i servizi calibrati sulle reali esigenze dei tifosi

42%

La dimensione raccolta che favorisce un'atmosfera intensa

35%

Il legame con il progetto sportivo del club (es: settore giovanile)

**GLOCAL
STADIUM**

**LOCAL
STADIUM**

38%

La forte attenzione alla sostenibilità ambientale ed economica

37%

La flessibilità e la presenza di spazi polifunzionali per la cittadinanza

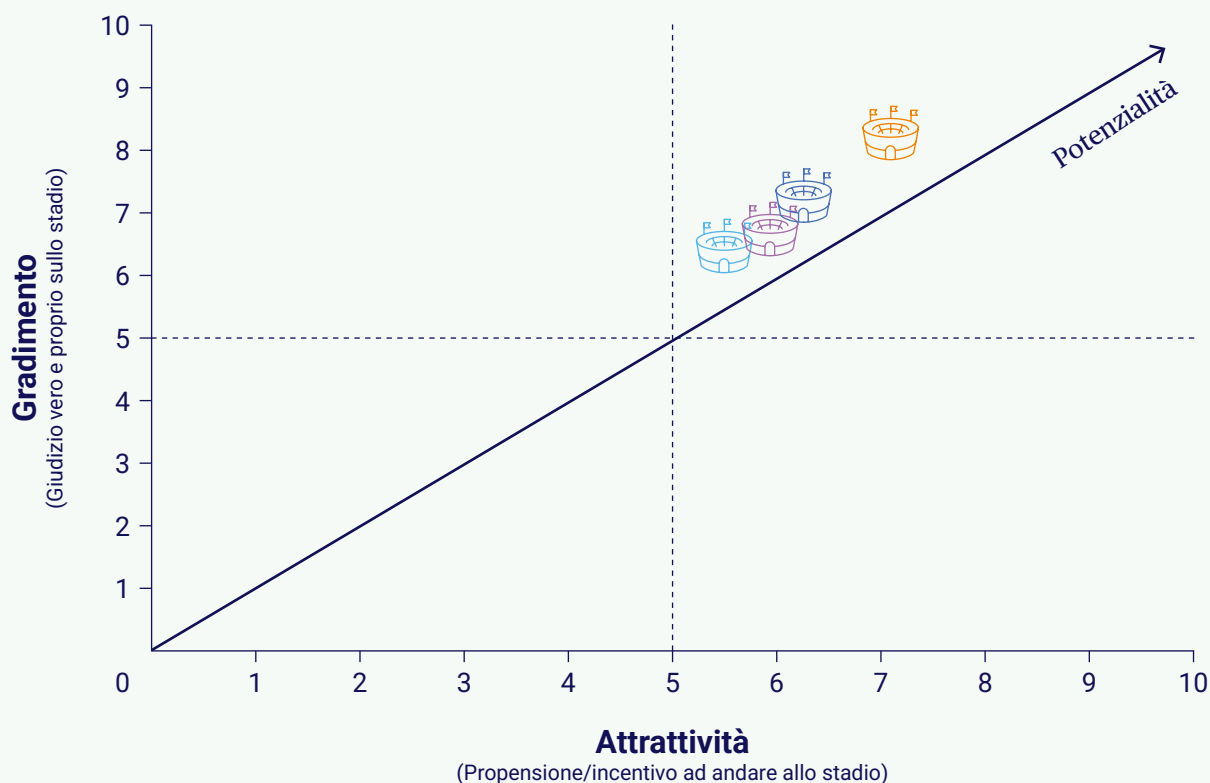
35%

La funzione di centro per la comunità locale, oltre che per il calcio

Una vista d'insieme ci mostra come tutti i modelli di stadi si posizionino nel quadrante che individua una potenzialità sia in termini di “gradimento” sia di “attrattività”, con una diversa gradualità: Global e Urban sono gli stadi con maggiore potenziale

Matrice della potenzialità dei modelli

Voto medio 1-10



Tutti i modelli di stadio si trovano nel quadrante «ottimale» della matrice: **alta attrattività, alto gradimento**

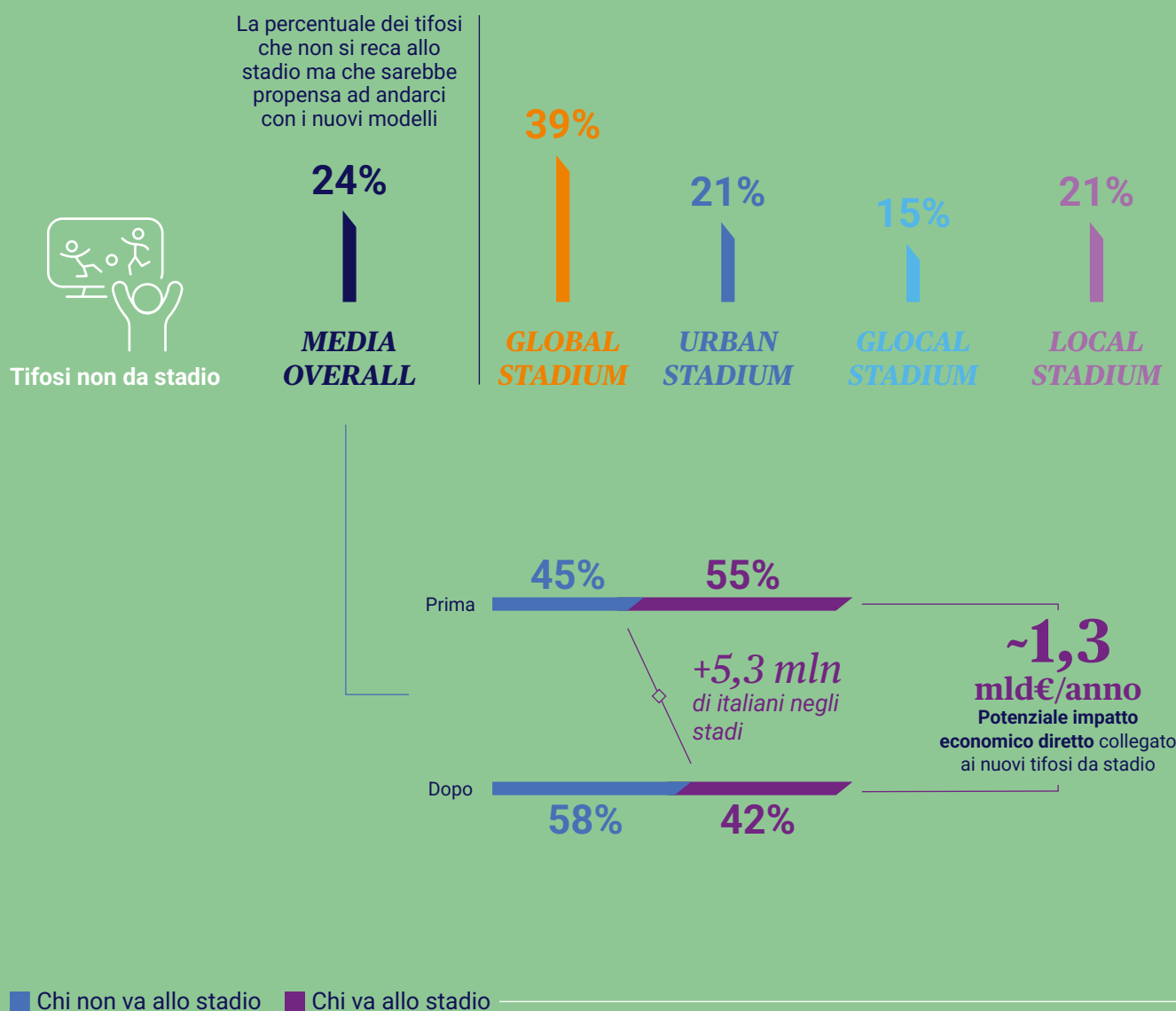
■ Global Stadium
 ■ Urban Stadium
 ■ Glocal Stadium
 ■ Local Stadium

FONTE: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis su survey condotta da Ipsos Doxa (2.004 interviste a popolazione italiana maggiorenne 18-70 anni)

Tutti i modelli proposti partecipano a incrementare la propensione alla partecipazione verso gli impianti (24%) anche di chi, attualmente, non si reca allo stadio: si stima un incremento di 5,3 milioni di nuovi tifosi, con una spesa sul territorio complessiva di 1,3 miliardi di euro

Propensione a usufruire dell'infrastruttura stadio

Dati in %



FONTE: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis su survey condotta da Ipsos Doxa (1.102 interviste a popolazione italiana maggiorenne 18-70 anni che non è mai andata allo stadio nell'ultimo anno)





L'impatto di Euro 2032

Dopo aver ospitato alcuni match della fase finale itinerante di Euro 2020, **l'Italia si ricandida a organizzare una manifestazione continentale**: UEFA Euro 2032 si propone come un'occasione unica da non lasciarsi sfuggire, grazie alla candidatura congiunta con la Turchia

In base all'analisi dell'ultima edizione dei campionati europei in Germania (**UEFA Euro 2024**), abbiamo stimato i **principali numeri di Euro 2032 per l'Italia**, tenendo conto che si tratta di un'organizzazione congiunta con la Turchia

Ottobre 2023

Il Comitato Esecutivo UEFA assegna il torneo alla candidatura congiunta delle federazioni italiana e turca

Ottobre 2026

La **UEFA dirama la lista ufficiale**, presentata entro fine luglio, dei **dieci impianti** che ospiteranno le partite dell'Europeo

Sono tre le edizioni di un Europeo ospitate dall'Italia: Euro 2032 sarebbe la quarta

1968

1980

2020*

2032

L'Italia a Euro 2032



26
Match ospitati



5
Stadi protagonisti



44mila
Capienza media stadi proposti



1,1 mln
Ticket holders
Stima del numero massimo di biglietti acquistabili

FONTE: elaborazioni interne dell'Ufficio Studi di Banca Ifis su survey condotta da Ipsos (2.004 interviste a popolazione italiana maggiorenne 18-70 anni)
* l'edizione itinerante di UEFA Euro 2020 si è tenuta nel 2021 causa pandemia Covid-19: l'Italia ha ospitato alcune partite della fase a gironi e il quarto di finale Ucraina-Inghilterra

UEFA Euro 2032 porta con sé **leve di valore decisive per i territori**, grazie al forte **effetto attrattivo di una manifestazione del genere**: con una stima di 1,1 milioni di spettatori attesi durante l'evento e un soggiorno di oltre 3 notti, il torneo continentale genera un impatto economico rilevante. Oltre a ciò, l'audience globale di oltre 5 miliardi di spettatori posiziona l'Italia in una posizione ancor più centrale agli occhi del mondo

I driver di creazione di valore	Effetto Euro 2032	Descrizione
 Spettatori	1,1 mln	Atteso il 47% dall'estero
 Permanenza	3,5 notti/turista	Permanenza media di oltre tre notti per vivere una vera esperienza di vacanza
 Audience globale attesa	5,4 mld	Copertura mediatica globale per un evento della durata di circa un mese
 Heritage delle infrastrutture	2 stadi e opere civili	Infrastrutture destinate a rimanere sul territorio: l'occasione dell'evento porta ad accelerare i tempi di realizzazione, per cui sono stati qui valorizzati i 2 stadi aggiuntivi necessari e le opere civili

FONTE: stime di Banca Ifis su elaborazioni di Fair Play Advisory su dichiarazioni stampa e comunicati ufficiali UEFA; Federazioni coinvolte; Banca d'Italia; Istat

Si stima che l'Europeo 2032 contribuirà a creare 4,6 miliardi di euro di valore per l'Italia, attraverso la spesa turistica (immediata e differita) e l'heritage infrastrutturale sul territorio nazionale

Heritage infrastrutturale

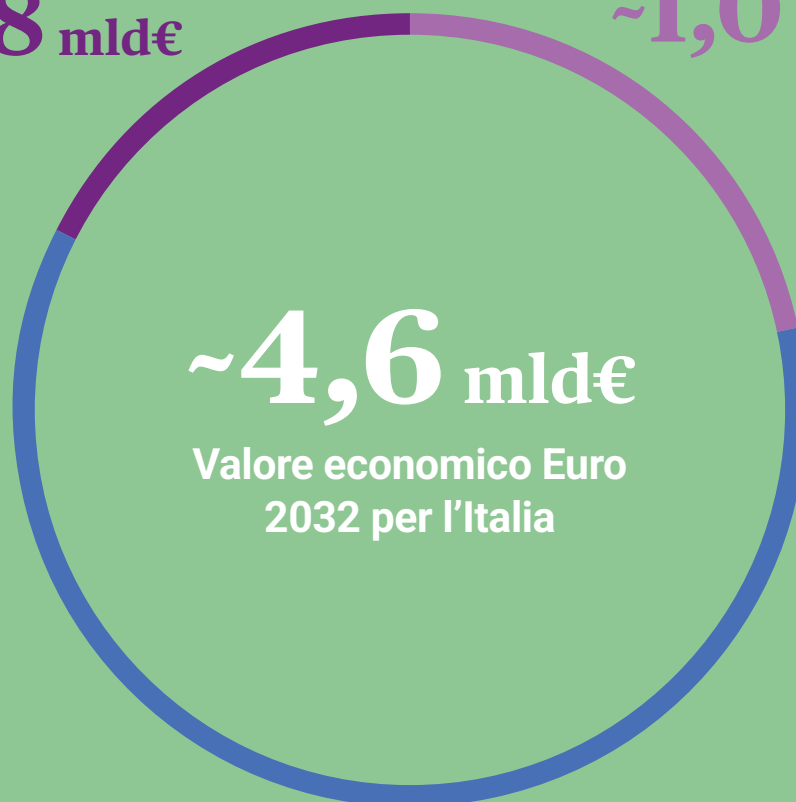
Valore delle infrastrutture sportive e civili, nuove o potenziate/aggiornate

~0,8 mld€

Spesa immediata sul territorio

Spesa in attività e servizi sul territorio di spettatori, staff operativo e fan zone

~1,0 mld€



~4,6 mld€

Valore economico Euro 2032 per l'Italia

~2,8 mld€

Spesa differita sul territorio

Spese dei turisti che visiteranno l'Italia nei 12-18 mesi successivi

FONTE: stime di Banca Ifis su elaborazioni di Fair Play Advisory su dichiarazioni stampa e comunicati ufficiali UEFA; Federazioni coinvolte; Banca d'Italia; Istat



Un impatto diretto che tocca il miliardo di euro, trainato da un'offerta diversificata in grado di cogliere le diverse esigenze del turista sportivo

Incidenza spese per provenienza e accoglienza

Dati in %



Estero: spesa degli spettatori e accompagnatori internazionali

Domestico: spesa degli spettatori e accompagnatori che arrivano dall'Italia, sia residenti nelle città ospitanti che non

Fan Zone: spesa delle persone che si recano nei tipici luoghi di aggregazione presenti nelle città ospitanti della competizione

VIP e ospiti: spesa dei VIP e degli altri ospiti invitati, comprensiva dei consumi e dei servizi fruiti all'interno delle aree hospitality, attraverso pacchetti premium

Staff: spesa generata dal personale operativo e organizzativo (UEFA e volontari) impiegato nella manifestazione

Spesa pro capite Euro 2032

Dati in €

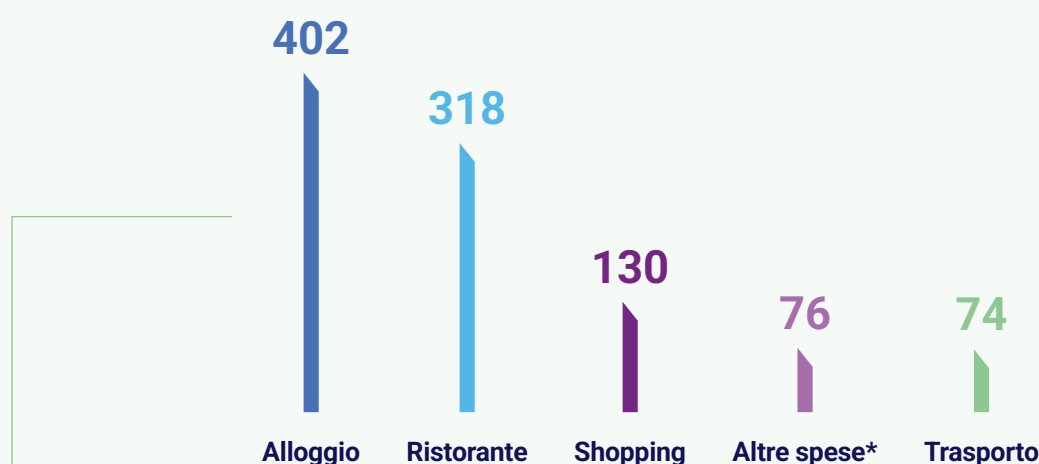


FONTE: stime di Banca Ifis su elaborazioni di Fair Play Advisory su dichiarazioni stampa e comunicati ufficiali UEFA; Federazioni coinvolte; Banca d'Italia; Istat
NOTA: le voci di spesa utilizzate per il calcolo si riferiscono a trasporto, alloggio, ristorante, shopping e altre spese

La durata della permanenza media (3,5 giorni pro capite) rende sostenuta la spesa su **alloggio e ristorazione** (rispettivamente il 40% e il 32% del totale). Segue lo **shopping tourism**, fenomeno ormai strutturale per tutti i turismi

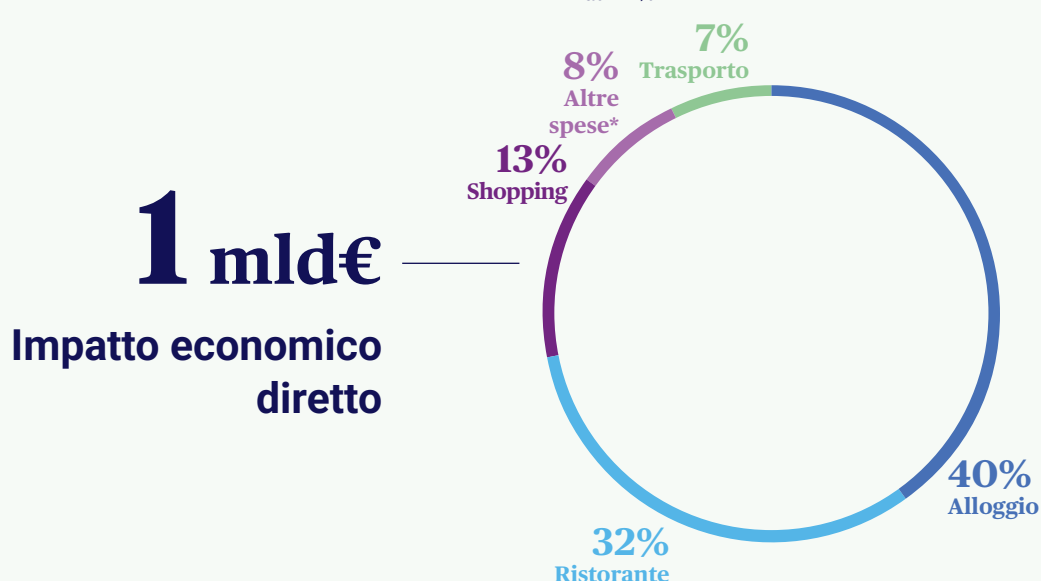
Spese dirette Euro 2032 per categoria di spesa

Dati in mln€



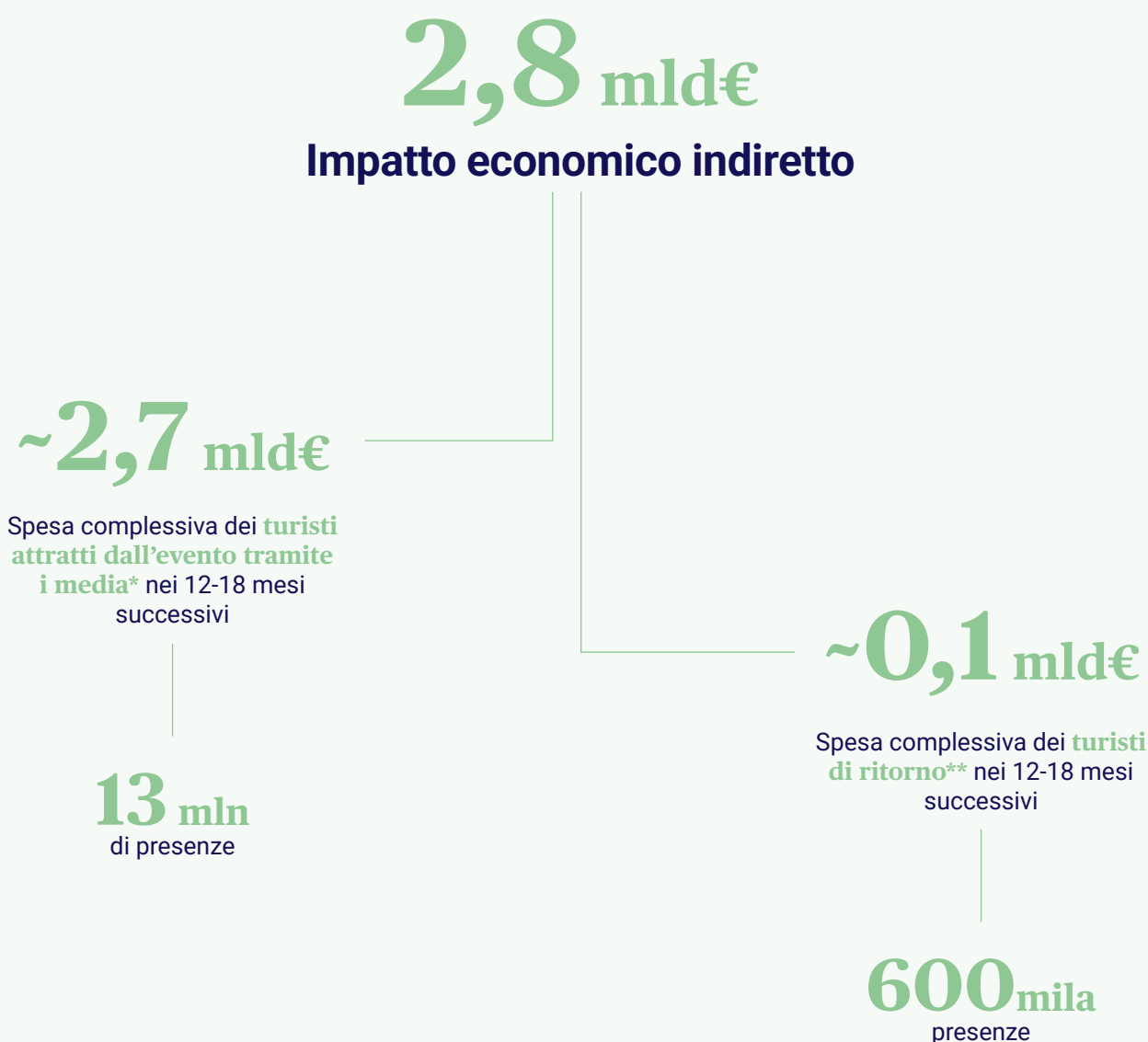
Incidenza spese dirette Euro 2032 per categoria di spesa

Dati in %



FONTE: stime di Banca Ifis su elaborazioni di Fair Play Advisory su dichiarazioni stampa e comunicati ufficiali UEFA; Federazioni coinvolte; Banca d'Italia; Istat
* es: visite a mostre, musei, esperienze, ...

Il successivo anno e mezzo post-Euro 2032 porta con sé un impatto differito di circa 2,8 miliardi di euro, attraverso il forte driver dell'esposizione mediatica globale dell'evento e all'esperienza positiva che genera «turisti di ritorno»



FONTE: stime di Banca Ifis su elaborazioni di Fair Play Advisory su dichiarazioni stampa e comunicati ufficiali UEFA; Federazioni coinvolte; Banca d'Italia; Istat

*I turisti attratti dall'evento tramite i media sono coloro che vedranno Euro 2032 sui media e, nei successivi 12-18 mesi, si recheranno in Italia

** I turisti di ritorno solo coloro che si sono recati in Italia per assistere dal vivo a Euro 2032 e, nei successivi 12-18, ritorneranno a visitare l'Italia

L'organizzazione di Euro 2032 ha un riflesso anche sugli investimenti infrastrutturali sportivi, nonché quelli civili. A livello impiantistico si evidenzia un'accelerazione necessaria degli investimenti, stimata in circa 450 milioni di euro, mentre le città ospitanti vedranno il potenziamento delle proprie reti di collegamento e altre opere civili per un valore di circa 350 milioni di euro complessivi

~450 mln€

Investimenti infrastrutturali **sportivi**

Tra i cinque stadi che verranno selezionati, in pole position si trovano l'Allianz Stadium (Torino), lo Stadio Olimpico (Roma) e il Nuovo San Siro (Milano), unico ancora da realizzare. Dei restanti **due impianti** è stato stimato un investimento medio di **225 milioni di euro** a struttura, attribuito all'avvicinarsi del torneo europeo che spinge le rispettive città a investire in tempi celeri, per poter ottenere l'assegnazione delle gare

800 mln€

Heritage infrastrutturale



2 stadi aggiuntivi per raggiungere il target richiesto dalla UEFA

~350 mln€

Investimenti infrastrutturali **civili**

Basandosi sul Piano delle Opere Olimpiche di Milano Cortina 2026 in tema di investimenti realizzati per il potenziamento della rete ferroviaria milanese, sono stati stimati circa **88 milioni di euro** a città, per i restanti altri **quattro centri urbani** che ospiteranno le gare di Euro 2032 (Milano esclusa, visto che ha già usufruito di questa tipologia di investimenti)

 Ifis
sport



Nota metodologica



È possibile misurare il valore dello Sport? Abbiamo creato un modello replicabile, siamo alla quarta edizione, e ricco di informazioni di dettaglio.

I comparti che ruotano attorno al mondo dello Sport

Per misurare il valore dello Sport, abbiamo allargato lo sguardo alle aziende che operano a monte e a valle di questo comparto:

- **«A monte» i produttori dello Sport System:** imprese che si occupano della produzione di abbigliamento sportivo, attrezzature sportive e veicoli sportivi.
- **«A valle» le aziende editoriali legate al mondo dello sport, le imprese che ruotano attorno alla fruizione degli eventi sportivi e quelle che si occupano di scommesse sportive:** il comparto include broadcaster, stampa e siti web che ruotano attorno al mondo dello sport. A questi si aggiungono le

strutture ricettive, gli shop e i trasporti che ruotano attorno agli eventi sportivi, così costruendo il settore del «turismo sportivo» come parte del turismo italiano nel suo complesso. Infine, abbiamo considerato nell'analisi i ricavi generati dal *betting* relativo al mondo dello sport.

La stima dei dati economico-finanziari ha fatto leva sui dati di bilancio e le stime sul 2024 di Cerved e Bureau Van Dijk, per tutti gli operatori, sia quelli che depositano sia quelli che non depositano bilancio in Camera di Commercio.

Infine, i trend sul 2025 sono il risultato di una stima che ha anche utilizzato le rilevazioni di una survey, effettuata su panel Format Research, su un campione statisticamente rappresentativo dei produttori dello Sport System.

Le esternalità positive

Abbiamo anche scelto di valutare tutte le esternalità che nascono dal mondo dello sport e che impattano non solo sul benessere degli sportivi, ma anche sulla società nel suo complesso. Si tratta, ad esempio, dei benefici in termini di salute che possono derivare dalla pratica sportiva e dell'impatto che hanno in termini di risparmio delle spese da parte del servizio sanitario nazionale.

Il modello di stima ha utilizzato dati da fonti qualificate: Istat, ISS, Ministero della Giustizia e Ministero della Sanità. Si è preferito dimensionare il fenomeno delle esternalità solo su grandezze quantificabili in modo ragionevolmente fondato, controllabile e ripetibile, utilizzando stime e misurazioni tratte dalla

letteratura scientifica. In questo modo si è evitato di introdurre fattori con elevata variabilità di stima e di porre le basi per registrare l'effetto di interventi specifici o dell'intensificazione dell'utilizzo dello sport a fini sociali. Per la stessa ragione abbiamo avuto un approccio prudentiale nel selezionare i valori di stima: limite inferiore delle rilevazioni o media (consensus) di dati rilevati da più fonti.

Il turismo sportivo

Abbiamo rilevato l'andamento del turismo sportivo in Italia attraverso analisi interne e stime mediante business intelligence su dati Banca d'Italia, SIAE, World Sport Tourism Show e Osservatorio del Turismo delle Camere di Commercio.

Che rapporto ha la popolazione con gli attuali stadi di calcio? E quali potrebbero essere le strutture più idonee a soddisfarne i bisogni? Quanto potrebbe valere Euro 2032 per l'Italia?

I modelli degli stadi

Con la collaborazione del nostro partner Fair Play Advisory, abbiamo raccolto tramite analisi desk tutti i club e le città di riferimento di Serie A 2025/26 (con l'aggiunta di alcune società di Serie B e

C che hanno annunciato un progetto di rinnovamento infrastrutturale) e costruito una matrice, attraverso variabili puntuali, al fine di delineare **quattro modelli di stadio** (vd. tabelle 1 e 2).

	Variabile	Descrizione	Che cosa misura	Classe
	Supporter nazionali	Numero di tifosi su base nazionale	L'ampiezza del bacino di tifosi a livello nazionale (la clientela core dei club di calcio)	A = $x > 3$ mln B = 500 mila < $x \leq 3$ milioni C = 250 mila < $x \leq 500$ mila D = $x \leq 250$ mila
	Performance nazionale	Scala da 0 a 100 in base ai punti realizzati nella classifica perpetua del campionato nazionale	La storia sportiva del club a livello nazionale, che influenza la percezione da parte dei tifosi domestici	A = $x > 75$ B = $75 \leq x < 50$ C = $50 \leq x < 25$ D = $25 \leq x < 0$
Club index	Visibilità internazionale	Numero Instagram followers all'estero come proxy della visibilità internazionale	La reputazione e l'appeal del club a livello internazionale.	A = $x > 10$ milioni B = 3,5 milioni < $x \leq 10$ milioni C = 350 mila < $x \leq 3,5$ milioni D = $x \leq 350$ mila
	Performance europea	Scala da 0 a 100 in base ai piazzamenti storici nelle coppe europee misurati con la metodologia EFC (European Football Club, .ex. ECA - European Club Association)	La storia sportiva del club a livello continentale che influenza la notorietà su base globale	A = $x > 75$ B = $75 \leq x < 50$ C = $50 \leq x < 25$ D = $25 \leq x < 0$
	Ranking UEFA (ultimi 5 anni)	Somma dei punti raccolti nelle competizioni UEFA negli ultimi 5 anni	La riconoscibilità del club a livello internazionale nel breve periodo	A = $x > 80$ pts B = 79 – 61 pts C = 60 – 11 pts D = 10 – 0 pts

La tabella restituisce una sintesi delle variabili e delle metriche di rating utilizzate per identificare i cluster. La clusterizzazione proposta va letta come uno strumento dinamico di analisi e interpretazione, non come una classificazione statica e immutabile.

Sulla base del rating ottenuto in ciascuna delle dimensioni prese in analisi, i club vengono assegnati nei quattro cluster. Il modello è gerarchico: ogni club viene testato in sequenza: appena soddisfa una condizione, il processo si ferma. L'ultimo cluster è costruito in maniera residuale, catturando i club che non rientrano nei precedenti.

Ordine di assessment:
Global Club
Local Club
Glocal Club
Domestic Club

	Variabile	Descrizione	Che cosa misura	Classe
CITY INDEX	Abitanti città	Numero abitanti città	Bacino d'utenza potenziale del club	A = $x > 1.000.000$ B = $500.000 < x \leq 1.000.000$ C = $100.000 < x \leq 500.000$ D = $x \leq 100.000$
	Abitanti provincia / area metropolitana	Numero abitanti provincia	Bacino d'utenza potenziale del club	A = $x > 3.000.000$ B = $1.000.000 < x \leq 3.000.000$ C = $500.000 < x \leq 1.000.000$ D = $x \leq 500.000$
	Attrattività turistica	Presenze turistiche annue	Visibilità e appeal internazionale	A = $x > 12.000.000$ B = $4.000.000 < x \leq 12.000.000$ C = $2.000.000 < x \leq 4.000.000$ D = $x \leq 2.000.000$
	Logistica	Scala da 0 a 100 in base alla presenza di infrastrutture di collegamento (autostrade, aeroporti, stazioni AV, porti, ecc.)	Il grado di connessione logistica della città alle reti infrastrutturali nazionali e internazionali	A = 100 - 60 B = 59 - 40 C = 39 - 26 D = 25 - 0

La tabella restituisce una sintesi delle variabili e delle metriche di rating utilizzate per identificare i cluster. La classificazione delle città restituisce un risultato oggettivo, di natura strutturale.

Sulla base del rating ottenuto in ciascuna delle dimensioni prese in analisi, le città vengono assegnate nei quattro cluster. Il modello è gerarchico: ogni città viene testata in sequenza: appena soddisfa una condizione, il processo si ferma. L'ultimo cluster è costruito in maniera residuale, catturando le città che non rientrano nei precedenti.

Ordine di assessment:

1. Global City
2. Iconic City
3. National City
4. Local City

Incrociando le due dimensioni, sintetizzabili con **Club Index** e **City Index**, sono stati identificati i cluster di stadi che non devono essere intesi come espressione di un

modello assoluto ma come contenitore capace di raccogliere esempi che presentano forti analogie tra loro.

Survey

Per comprendere la validità dei quattro modelli di stadio delineati, abbiamo sottoposto alla popolazione italiana una **survey**, tramite il partner Ipsos Doxa (marzo 2026), con la quale abbiamo indagato i bisogni e i desideri di tifosi appassionati e potenziali, nonché la propria opinione sugli archetipi di impianto proposti.

Abbiamo calcolato il **potenziale impatto economico** che scaturirebbe dai nuovi tifosi che si recherebbero allo stadio, incentivato dai nuovi modelli, applicando la spesa media pro capite del turista sportivo della filiera calcio.

Audience sportiva italiana

L'analisi desk dell'appeal dello sport "Made in Italy" è stata effettuata attraverso *scraping* sul web per l'*audience* TV e chiamata API sul Social X.

Impatto Euro 2032

Per calcolare l'impatto potenziale di **UEFA Euro 2032** sull'Italia siamo partiti dall'analisi dei due report realizzati a consuntivo di UEFA Euro 2024 («Tournament Summary» di UEFA e «Host Country Impact» di Nielsen).

Per stimare il valore dell'edizione 2032, in collaborazione con Fair Play Advisory, si è proseguito con il calcolo **dell'impatto**

economico diretto, impatto indiretto e heritage infrastrutturale, utilizzando dati provenienti da documenti ufficiali UEFA, federazioni e banche dati (es: Banca d'Italia, Istat, ecc...)

Per stimare l'impatto diretto si è partiti dal numero di spettatori attesi Italia per la manifestazione e, analizzando i valori a consuntivo di UEFA Euro 2024, si è costruito il modello basato sulle differenti tipologie di spesa.

Per calcolare l'impatto economico indiretto si è ragionato su due driver: i turisti che vengono in Italia dopo aver visto l'evento attraverso i media e i turisti che ritornano dopo aver assistito all'evento on-site. Per i primi si è partiti dall'audience complessiva globale stimata e si sono applicati driver di attività e attrattività dello spettatore; per i secondi si è applicato un driver di ritorno ricavato da precedenti survey di Banca Ifis su eventi sportivi di rilievo internazionale.

Per il valore dell'investimento infrastrutturale sportivo è stata realizzata un'analisi desk sugli stadi proposti per ospitare la competizione, con il relativo stanziamento previsto, e stimato una cifra complessiva degli investimenti su impiantistica trainati da Euro 2032.

Per il valore dell'investimento infrastrutturale civile, invece, si è considerata come benchmark l'esperienza di Milano Cortina 2026 per il capoluogo lombardo e si è stimata l'incidenza su quest'ultimo degli investimenti realizzati da Piano delle Opere Olimpiche. Infine, si è poi esteso alle altre quattro città che ospiteranno Euro 2032

Per misurare il valore dello sport abbiamo adottato una metodologia multi-tool, che parte per quanto possibile dal dato elementare

Gli strumenti di stima

Dopo aver definito il perimetro dello Sport System abbiamo pensato alla sua dimensione. Una dimensione di valore, capace di identificare l'impatto economico nel nostro Paese.

La sua valorizzazione è l'insieme di:

- **attività di business intelligence:** ricerca, studio e confronto di fonti, anche da letteratura medica o giuridica;
- **dati di bilancio e dati di stima di settore da banche dati certificate;**
- **utilizzo di strumenti di machine learning** in grado di elaborare grandi volumi di dati per identificare in alcuni settori produttivi la quota di produzione relativa al mondo dello sport;
- **survey quantitative** su campioni statisticamente rappresentativi degli universi di volta in volta di interesse;
- **confronto con esponenti di settore**

Avvertenza generale.

La presente pubblicazione è stata redatta da Banca Ifis.

Le informazioni qui contenute sono state ricavate da fonti ritenute da Banca Ifis affidabili, ma non sono necessariamente complete e non può esserne garantita l'accuratezza.

La presente pubblicazione viene fornita per meri fini di informazione e illustrazione, non costituendo pertanto, in alcun modo, un parere fiscale e di investimento.



www.bancaifis.it